

Report Sostenibilità 2023

logotel

Making sustainability together



1. Hello, we are Logotel

2. Our approach towards sustainability

3. Pillar 1: Impact on and through People

4. Pillar 2: Impact through Design

5. Pillar 3: Impact on and through Communities

6. Pillar 4: Impact on and through Knowledge

7. Logotel's commitment to the environment

8. Our desires and objectives

1. Lettera dei soci
2. Nota metodologica

1. Hello, we are Logotel

1. Chi siamo
2. Cosa facciamo
3. Impact design: il nostro metodo progettuale
4. La nostra storia: una mappa fatta di esperienze
5. Governance

2. Our approach towards sustainability

1. I pilastri del nostro approccio strategico alla sostenibilità
 2. Persone, clienti, fornitori, comunità: i nostri stakeholder
 3. Analisi di materialità
 4. Il nostro modello di attivazione economica
 5. Etica e trasparenza
-

3. Pillar 1 - Impact on and through People

Empowerment di persone e comunità con percorsi culturali, di formazione e di sensibilizzazione

1. Iniziative di Talent attraction e people management orientate alla Diversity, Equity & Inclusion
 2. Welfare, benessere e sicurezza
 3. LogotelXLogotel e formazione continua
-

4. Pillar 2 - Impact through Design

Sistematizzare un metodo di impact design e un processo di acquisizione progetti per espandere il portafoglio di attività legate alla Sostenibilità e alla Diversity, Equity e Inclusion.

1. Il nostro metodo progettuale
 2. Case study in collaborazione con i nostri clienti e partner
-

5. Pillar 3 - Impact on and through Communities

Espandere il perimetro delle nostre attività community-driven per generare impatti positivi sui territori e valorizzare l'effetto rete

1. Social impact
 2. Iniziative Community-driven
 3. Charity
-

6. Pillar 4 - Impact on and through Knowledge

Alimentare una visione di futuro inclusiva attraverso la condivisione della conoscenza, con iniziative cross-mediali sempre gratuite e accessibili

1. Ricerca e sperimentazione
 2. Partecipazione a report ed eventi a tema sostenibilità
 3. Laboratori di ricerca e competence centers
 4. Partnership
 5. Collaborazione con il mondo accademico
-

7. Logotel's commitment to the environment

Minimizzare l'impatto delle nostre attività sull'ambiente, lavorando come impresa e come comunità per cambiare i comportamenti collettivi e individuali

1. Behave with care
 2. Consumi ed emissioni
 3. I nostri fornitori
-

8. Our desires and objectives

GRI Content Index

0.1 – Lettera dei Soci

Fermiamoci solo per un attimo e voltiamoci indietro:
il 2023, per Logotel, è stato un anno di svolta.

Abbiamo compiuto 30 anni, festeggiandoli insieme a tutte le persone che fanno parte della nostra comunità e ai clienti, partner, collaboratori con cui siamo ogni giorno in relazione. **Abbiamo evoluto il nostro metodo progettuale, l'Impact design**, intimamente legato alla nostra mission: accompagnare persone, comunità e organizzazioni attraverso le trasformazioni per generare impatti positivi, concreti e misurabili. E, grazie a uno dei punti di riferimento del nostro ecosistema, il Politecnico di Milano, abbiamo avuto anche la possibilità di condividere il nostro metodo con le giovani generazioni che frequentano la Scuola di Design, in un corso monografico.

Applicando il nostro approccio People & Community driven abbiamo continuato a fornire soluzioni originali per le sfide progettuali che affrontiamo ogni giorno: il design di esperienze e servizi di nuova generazione, l'accompagnamento di clienti in percorsi di re- e upskilling e di trasformazione digitale, la costruzione e l'animazione di community fisico-digitali dentro e fuori le organizzazioni, lo sviluppo di piattaforme e strumenti digitali e la realizzazione di progetti di ricerca.

Abbiamo intensificato le relazioni con il nostro ecosistema, confrontandoci con i nostri partner e il nostro network internazionale di esperti per poter interpretare i nuovi trend e riuscire a cogliere, in maniera critica, tutte le opportunità e gli spunti offerti dalle nuove tecnologie. Uno dei frutti di questo continuo confronto è stato il nuovo numero di Weconomy, progetto di ricerca sull'economia collaborativa che portiamo avanti dal 2009 e offriamo, in modalità open-source, a chiunque voglia approfondirne i temi trattati. **Nel 2023 abbiamo pubblicato il sedicesimo quaderno, Una visione completamente diversa**, in cui grazie alle nostre persone e con l'aiuto di esperti di diverse discipline, abbiamo condiviso il nostro knowledge ultraventennale nella progettazione, animazione e cura di community trasformative. Weconomy esplora una nuova prospettiva progettuale che mette al centro persone e comunità, l'unico approccio possibile per generare impatti positivi in un'epoca di grandi trasformazioni come quella che stiamo vivendo.

Il contesto in cui ci muoviamo è infatti sempre più incerto, complesso e interdipendente. La situazione geopolitica si è ulteriormente aggravata, con una nuova guerra i cui effetti si faranno sentire ancora a lungo. La crisi climatica si è acuita, facendoci vivere l'anno più caldo dall'inizio delle rilevazioni ufficiali. Un record che probabilmente sarà battuto a breve.

Le grandi transizioni, dal digitale all'energia, stravolgono i paradigmi e impongono di introdurre delle discontinuità nelle strategie e nei processi aziendali, nonché di allenare le competenze necessarie per orientarsi in questo mutevole scenario. Tra le nuove tecnologie l'intelligenza artificiale, ormai non più promessa ma realtà, ha moltiplicato in modo esponenziale le possibilità, ma senza una corretta strategia di adoption espone le organizzazioni e le persone a molteplici rischi. Crediamo che il rischio più grande sia la perdita di senso: quello per cui le persone fanno il proprio lavoro e il senso di esistere per organizzazioni e imprese, chiamate in misura crescente a ripensare il proprio ruolo e ad assolvere non solo a una funzione economica, ma anche sociale.

In questo scenario sempre più confuso e complesso, **la sostenibilità – economica, sociale e ambientale – resta per noi di Logotel la prospettiva che permette di cogliere il senso profondo del nostro agire.** Lo è sempre stata, in coerenza con quelli che sono i valori che hanno accompagnato Logotel fin dalla fondazione: la diversità vissuta nella quotidianità e intesa come driver di creatività e originalità, l'etica della collaborazione, la trasparenza e la responsabilità nei confronti di tutti gli stakeholder.

Nel 2023, dando seguito alle scelte condivise a livello manageriale lo scorso anno, abbiamo fissato sul terreno dello sviluppo sostenibile importanti milestone.

Abbiamo ampliato il numero di progetti specifici che riguardano la sostenibilità e coinvolgono i nostri clienti, consapevoli che, per la natura della nostra impresa, è attraverso il nostro business che possiamo generare gli impatti più significativi e far scalare le trasformazioni.

Abbiamo pubblicato il nostro primo report di sostenibilità, impegnandoci a rendicontare in maniera concreta, continuativa e trasparente i risultati conseguiti in questo ambito ed evidenziando le aree di miglioramento. Consapevoli dello stretto legame tra sostenibilità ed etica, **abbiamo redatto e condiviso con i nostri stakeholder il nostro Codice etico, mettendo nero su bianco i principi su cui si fonda Logotel.**

Abbiamo, inoltre, piantato i semi per un cambiamento strutturale a livello societario che si è concretizzato **a febbraio 2024, quando siamo diventati ufficialmente Società Benefit.** Non è solo un cambio statutario: nella continua ricerca di senso che crediamo debba contraddistinguere qualsiasi organizzazione, ci siamo interrogati su come integrare formalmente il nostro business con dimensioni che vadano oltre la logica del profitto. Abbiamo dunque avviato una riflessione su alcune finalità di beneficio comune che vogliamo perseguire come benefit company, i cui risultati saremo lieti di condividere con voi nel prossimo report.

Sappiamo che i cambiamenti comportano fatica (la *change fatigue* che molti report riportano come una delle *issue* più rilevanti per dipendenti e organizzazioni). **Il 2023 è stato per noi un anno intenso e il 2024 si preannuncia altrettanto sfidante.** Ma la fatica è ampiamente ripagata quando si è convinti del senso profondo per cui si è profuso il proprio impegno. E adesso torniamo a guardare avanti, e proseguiamo, insieme, il nostro cammino.

Giuliano Favini (Presidente)

Laura Bartolini (Vice Presidente)

Nicola Favini (Amministratore delegato)

Cristina Favini (Consigliera delegata)

0.2 – Nota metodologica

Standard e perimetro di rendicontazione

Il presente **report di sostenibilità** nasce dalla volontà di Logotel di **rendicontare, in maniera trasparente, il proprio impegno a generare un impatto positivo e sostenibile verso tutti i suoi stakeholder**. Il report si riferisce, salvo diversa indicazione, al periodo compreso tra il 1° gennaio 2023 e il 31 dicembre 2023 e ha cadenza annuale.

Rispetto al report di sostenibilità precedente non vi sono variazioni da segnalare.

Il report è stato **redatto in riferimento agli standard GRI** (Global reporting iniziative, nello specifico GRI 1 – Principi fondamentali 2021, GRI 2 – Informativa generale 2021, GRI 3 – Temi materiali -versione 2021, oltre agli standard di settore più aggiornati e ritenuti applicabili agli ambiti in cui Logotel opera), e riflette il principio di materialità o rilevanza. Nel report sono presenti informazioni relative ad aspetti di governance, sociali e ambientali emersi da un'analisi di materialità condotta dall'azienda coinvolgendo anche i suoi principali stakeholder.

Il perimetro di rendicontazione è relativo all'azienda Logotel Spa, e alla sua controllata Logotel France, il cui capitale è detenuto al 100% dalla famiglia Favini. Logotel è governata da un Consiglio di amministrazione così composto:

Giuliano Favini (Presidente)
Laura Bartolini (Vice Presidente)
Nicola Favini (Amministratore delegato)
Cristina Favini (Consigliera delegata)

La sede legale di Logotel è in via privata Giovanni Ventura 15, a Milano, dove ha sede anche l'headquarter. Gli uffici di Logotel France si trovano a Parigi presso Tour Trinity, 1 bis place de La Défense, 92400 Courbevoie. La sede legale di Logotel France è al 66, avenue des Champs Elysées, a Parigi.

Il presente report di sostenibilità è stato pubblicato in data 07/05/2024 e non è stato sottoposto a revisione di terze parti. Al documento hanno lavorato tutte le figure aziendali responsabili delle tematiche ritenute rilevanti e dei relativi dati e informazioni oggetto di rendicontazione, con la supervisione e la guida strategica del Cda e del top management. Per la massima trasparenza nei confronti di tutti gli stakeholder, il report è pubblicato sul sito internet aziendale. In appendice al documento, per facilitare la lettura, si riporta il GRI Content Index con il dettaglio dei contenuti rendicontati in riferimento ai GRI e in linea con i temi materiali emersi per Logotel.

1. Hello we are Logotel



1. – Chi siamo
2. – Cosa facciamo
3. – Impact design: il nostro metodo progettuale
4. – La nostra storia: una mappa fatta di esperienze
5. – Governance

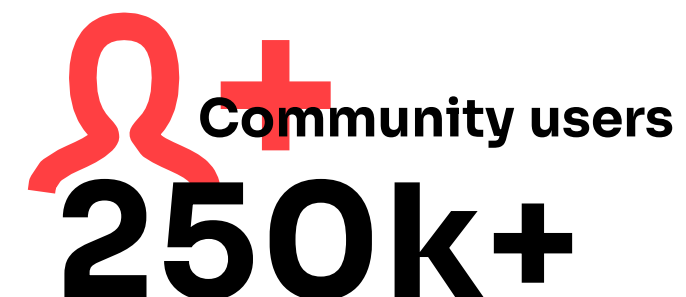
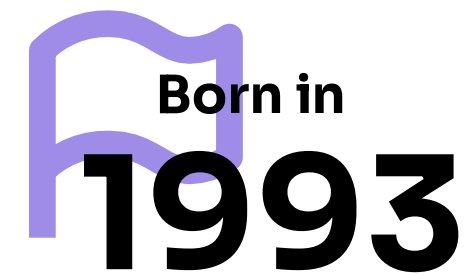
1.1 – Chi siamo

We design for change and impact

Logotel è l'Independent Design Company che ogni giorno **accompagna imprese e organizzazioni a cogliere il senso delle trasformazioni e delle innovazioni per dare forma a risultati originali, misurabili e migliorativi.**

Dal 1993 progettiamo servizi, esperienze, sistemi e piattaforme innovativi su scala internazionale. Agiamo con un approccio People & Community driven per generare impatti positivi e farli scalare. Con un team di 240 persone (a fine 2023), la nostra sede principale è a Milano, in uno spazio di 3500 metri quadri che ospitava lo stabilimento Faema e che è stato riqualificato, contribuendo a non incrementare il consumo di suolo. Abbiamo una presenza internazionale con una sede a Parigi e siamo operativi a Madrid. Ogni anno lavoriamo con oltre 60 clienti, coinvolgendo oltre 65 mila persone in progetti di design, change, comunicazione e formazione. Supportiamo quotidianamente più di 250 mila persone con le oltre 45 business community che progettiamo, animiamo e di cui ci prendiamo cura.

Siamo una comunità di persone che si scelgono. Ogni giorno. E agiamo come una comunità fondata sulla collaborazione a tutte le scale. Questo è il Logotel spirit.



Siamo una Independent design company

Per noi essere indipendenti è una garanzia: ci permette di essere liberi di scegliere insieme ai nostri clienti chiavi interpretative inedite, soluzioni alternative e strade originali.

Ci definiamo indipendenti **perché l'indipendenza è un'azione che esercitiamo ogni giorno da oltre 30 anni:** ogni volta che decidiamo di sperimentare, di investire e provare nuove strade. Siamo indipendenti perché affrontiamo con menti libere, creative e curiose le sfide a cui partecipiamo. Siamo indipendenti nel cercare sempre le migliori soluzioni, liberi da vincoli tecnologici e da interessi esterni. Siamo indipendenti per poter scegliere i modi e gli strumenti con cui costruire legami significativi con le persone, le organizzazioni e le comunità, mantenendo spazi e tempi di riflessione, conversazione e confronto.

Per questo motivo siamo pronti a trasformare la nostra indipendenza in interdipendenza per collaborare con persone, clienti, organizzazioni e comunità e abilitare un cambiamento nei comportamenti, per generare impatti positivi e scolarli nell'ecosistema in cui operiamo.

Da sempre combiniamo progetti for profit ad attività non-profit coerenti con la nostra visione.

Il nostro impegno a coniugare la crescita economica con il raggiungimento di obiettivi di impatto positivo a livello sociale e ambientale ci ha portato, nel febbraio 2024, a diventare Società benefit, integrando così il double purpose nell'oggetto sociale.

1.2 – Cosa facciamo

Le attività di business di Logotel si articolano in cinque aree:



Service design & Communication

Diamo forma a una nuova generazione di servizi ed esperienze, sistemi e piattaforme in contesti sempre più ibridi, tra fisico e digitale



Change & Learning

Abilitiamo, coinvolgiamo e formiamo le persone, le comunità e le reti, per adottare nuovi comportamenti e agire in un contesto in continua evoluzione.



Community & Content

Sviluppiamo, alimentiamo e ci prendiamo cura di community, dentro e fuori le organizzazioni.



Digital solutions & Platform

Sviluppiamo piattaforme e strumenti digitali con tecnologie proprietarie oppure implementando soluzioni di terze parti.

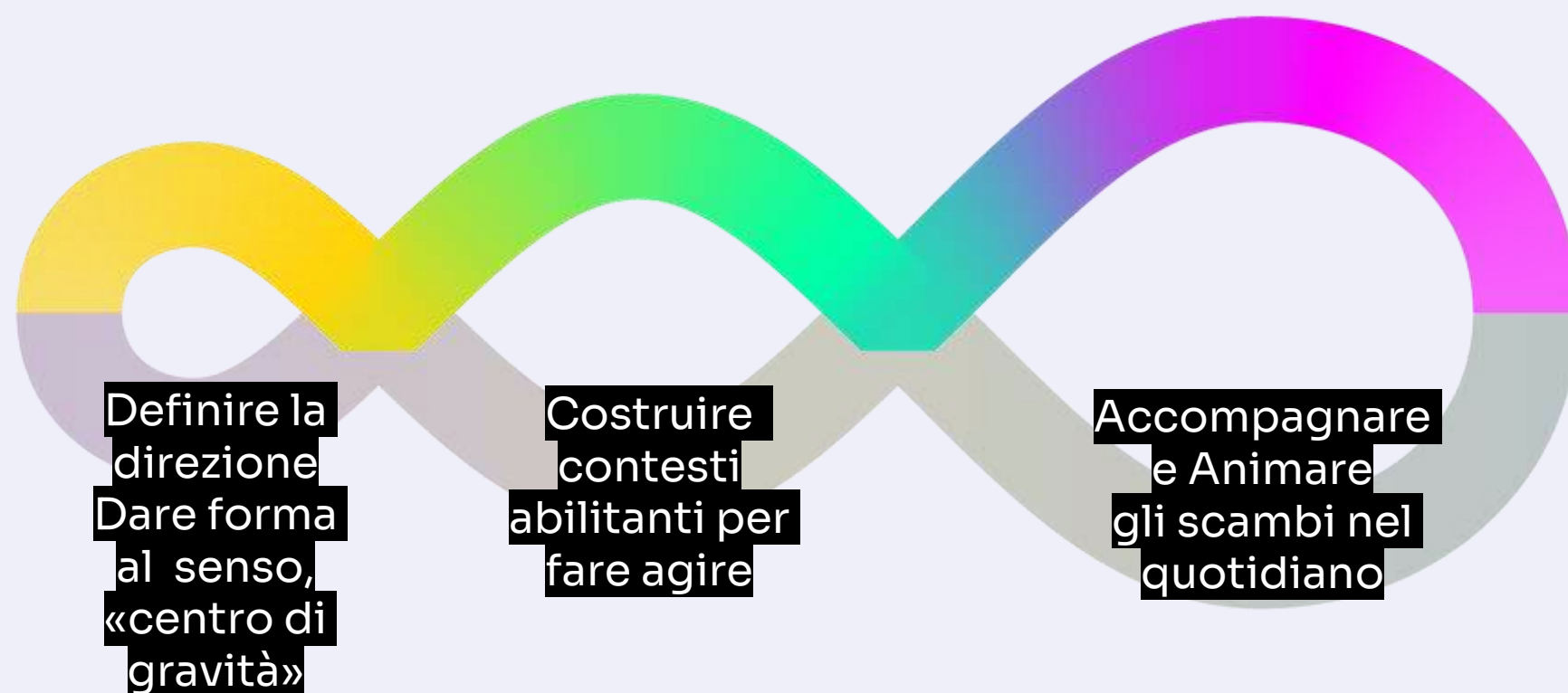


Research & Explorations

Realizziamo progetti di ricerca e sperimentiamo approcci alternativi.

1.3 - Impact design: il nostro metodo progettuale

L'Impact design è il nostro metodo: ci consente di generare impatti positivi e ottenere risultati concreti e misurabili.



L'impact design è sistemico e multidisciplinare.

Innova e migliora prodotti, servizi ed esperienze rendendoli più utili, funzionali e desiderabili per persone, clienti, partner, colleghi e comunità.

L'impact design è sostenibile e inclusivo.

Perché intende la sostenibilità come una forma di responsabilità pratica, che interviene fin nelle fasi progettuali e si estende nella vita dei progetti.

L'impact design è collaborativo e partecipativo.

Il fare-insieme è un fattore cruciale per co-progettare e coinvolgere il team e tutti gli attori dell'organizzazione e del suo ecosistema interno ed esterno.

L'impact design è bellezza.

Scatena gli atti creativi e amplifica le relazioni, è un abilitatore di collaborazioni appaganti, che ispirano le persone. La bellezza è il cammino per ambire all'eccellenza, per andare oltre le aspettative e lo stato dell'arte.

1.4 – La nostra storia: una mappa fatta di esperienze

La nostra storia inizia nel 1993 grazie allo spirito visionario di Giuliano Favini con il successivo coinvolgimento della moglie Laura Bartolini e dei figli Nicola e Cristina Favini. Il nostro fondatore ama definire Logotel un'impresa, termine che rimanda all'attività economica ma anche all'impegno che da sempre la famiglia Favini si assume nei riguardi degli altri: delle persone di Logotel, dei Clienti, delle comunità in cui l'azienda opera e, fin da tempi in cui la sostenibilità non era ancora una buzzword, dell'ambiente.

Il nome Logotel nasce dall'unione delle parole logos e telos e simboleggia l'unione del discorso e della ragione con una meta, uno scopo.

Logotel nasce a Milano come realtà creativa a supporto delle reti di vendita, dei loro manager, venditori e del personale dei punti vendita, in un momento in cui la telefonia mobile iniziava ad affacciarsi in Italia e agli albori della new economy. Nella sua storia la nostra impresa non ha mai perso di vista i propri valori, la propria mission e il proprio sguardo indipendente.

La combinazione tra intuizione e innovazione, creatività e metodo, buona gestione societaria e precise scelte manageriali ci ha permesso nel tempo di crescere in maniera organica ed economicamente sostenibile, portandoci nel 2023 a superare i 22,7 milioni di euro di fatturato.

Il 30esimo anno di vita della nostra azienda ha coinciso con la pubblicazione del primo Report di sostenibilità, con l'approvazione del Codice etico e con il compimento dei primi passi concreti per andare oltre una visione esclusivamente for profit; un percorso che ha trovato compimento nella **trasformazione in Società benefit**, avvenuta ufficialmente il 29 febbraio 2024. Abbiamo così formalizzato anche a livello statutario quella sensibilità progettuale e quell'attenzione agli impatti sociali e ambientali che ci contraddistinguono da sempre.

Siamo arrivati fin qui percorrendo una road map fatta di esperienze che ci hanno fatto crescere. Queste di seguito sono le milestone del nostro viaggio.

1993

Nasce Logotel

1999

Primo progetto oltreconfine in Perù. Il percorso di internazionalizzazione di Logotel prosegue nel 2000 con progetti in Brasile e Cile, nel 2001 in Turchia e Grecia, nel 2002 in Algeria, nel 2005 in Cina e nel 2013 in Francia e Spagna.

2001

Lanciamo “e-volution”, la prima business community per gli agenti TIM Business promoter. Una community tuttora attiva oggi dopo 23 anni, a testimonianza della bontà dell’intuizione e dell’attenzione continuativa alle relazioni con i nostri Clienti. “E-volution” è stata la prima di una lunga serie di business community: alla fine del 2023 erano oltre 45 quelle gestite quotidianamente per i nostri Clienti, con oltre 250 mila utenti attivi.

2003

Logotel si trasferisce nell’attuale sede di via Ventura 15 nel quartiere di Lambrate, negli spazi post-industriali della ex fabbrica Faema: 1200 mq di uffici (che nel 2014 diventeranno oltre 2000), concepiti, disegnati e arredati per ambientare un workstyle che favorisca la collaborazione e il benessere delle persone e della community Logotel.

2010

Pubblichiamo il libro “Weconomy – L’economia riparte dal Noi”: nella versione digitale è stato il primo libro in Italia completamente gratuito dedicato all’economia collaborativa. Weconomy oggi è una delle nostre piattaforme di ricerca che cresce anche grazie a un network internazionale aperto al confronto e alla collaborazione. Il prossimo quaderno di Weconomy, in linea con la nostra strategia di sostenibilità basata sulla centralità della dimensione di comunità, sarà dedicato a indagare come una rinnovata visione di comunità sia necessaria per affrontare grandi sfide trasformative.

2012

La collaborazione diventa la firma di Logotel: making together diventa il nostro payoff. Logotel diventa la prima Service design company in Italia.

2014

Logotel apre una sede a Parigi per seguire ancora più da vicino i propri Clienti in Europa.

Partecipiamo alla fondazione dell'Associazione Made in Lambrate, per favorire lo sviluppo sociale, culturale ed economico del quartiere. Una collaborazione che prosegue tuttora, a testimonianza del nostro impegno per le comunità anche oltre la dimensione del for profit.

2018

Logotel vince il Compasso d'Oro ADI con il progetto Bolletta 2.0 ed E-billing per Enel, servizi che hanno un impatto sulla vita di oltre 30 milioni di persone.

2020

Mentre il Covid-19 sconvolge ogni scenario immaginato aprendo nuove dimensioni lavorative, Logotel inaugura Ne(x)tWorking, un set di esperienze e sperimentazioni che gettano le basi per creare il workstyle del futuro in cui spazi, presenze fisiche e virtuali convivono in una nuova forma di lavoro ibrido.

2022

Abbiamo liberato l'immaginazione e siamo tornati a desiderare, insieme, un futuro sempre più sostenibile, equo e inclusivo. Connecting Desires è il filo rosso che orienta il nostro modo di progettare, relazionarci, vivere i ritrovati spazi in modalità ibrida. Con il progetto Webecome, piattaforma sviluppata per Intesa Sanpaolo e dedicata a studenti e docenti con l'obiettivo di contrastare le forme di disagio giovanile e sensibilizzare sui temi della sostenibilità, Logotel vince il premio Aretè per la comunicazione responsabile. .

2023

Logotel compie 30 anni e pubblica il primo Report di sostenibilità, intraprendendo il percorso per diventare Società benefit.

2024

Logotel diventa Società benefit: dalla modifica statutaria derivano un nuovo riposizionamento e un restyling del sito web. Nel nostro nuovo claim sintetizziamo il nostro impegno: "We design for change and impact".

1.5 – Governance

Logotel S.p.A., Società benefit, è un'azienda indipendente di design che dà forma a soluzioni alternative che creino impatto e che siano di valore per le persone, per le comunità e per aziende e organizzazioni **in un contesto complesso e in forte cambiamento.**

L'insieme delle attività di Logotel per fare impatto sono finalizzate a fare il Design di presenti e futuri desiderabili, a portare a «bordo» persone, organizzazioni ed ecosistemi e a creare, ingaggiare, sostenere e animare le comunità **per far accadere e scalare la trasformazione.**

Il Consiglio di amministrazione, così composto:

- Giuliano Favini (Presidente)
- Laura Bartolini (Vice Presidente)
- Nicola Favini (Amministratore delegato)
- Cristina Favini (Consigliera delegata)

Il Consiglio di amministrazione viene nominato ogni 3 anni da parte della proprietà. Il Cda è **responsabile della gestione degli impatti dell'organizzazione sull'economia, sull'ambiente e sulle persone.**

Tutti i membri del Cda sono attivamente impegnati nell'approfondimento e nella promozione delle tematiche di sviluppo sostenibile all'interno e all'esterno di Logotel. Le conoscenze collettive del Cda vengono alimentate attraverso **l'attivazione di partnership e l'organizzazione di confronti con organizzazioni leader**, la partecipazione a **conferenze e corsi** e una costante attività di **ricerca** attraverso le piattaforme già da tempo avviate all'interno di Logotel.

Nell'ottica del percorso che ha portato l'azienda a diventare **una Società Benefit nel 2024** (cfr. Cap.8 per approfondimenti), Logotel intende delineare policy specifiche che regolino l'integrazione e l'attuazione degli impegni in tema di sviluppo sostenibile. A tal proposito, il Cda individuerà nel corso del 2024 **uno o più responsabili di impatto** cui delegare progressivamente le responsabilità per la gestione degli impatti.

A livello organizzativo, l'azienda è strutturata in due macro aree, coordinate da 18 tra partner e senior manager. Le due aree organizzative sono Design & Change, in cui si sono fuse e ibridate le due precedenti aree Formazione e Design, e l'area Content, Community & Platform che è un'evoluzione della precedente area Business Community & Content. Le 2 aree lavorano in modo sempre più integrato per offrire una proposta unica ai clienti.

Logotel è un'azienda con sistema di gestione per la qualità certificato da DNV ▪ UNI EN ISO 9001:2015. A settembre 2023 è stato fatto l'audit annuale del Sistema Qualità, da parte di DNV con la conferma del certificato, senza nessun rilievo segnalato.

Nell'ottica di uno sviluppo sempre più sostenibile delle nostre attività che preveda una quantificazione precisa degli impatti ambientali, **nel 2023 abbiamo ottenuto anche la Certificazione ISO 14064 che consente di quantificare in maniera certificata le nostre emissioni di GHG (Greenhouses Gases) al fine di attuare precise politiche di Carbon Management per il futuro** (cfr. Cap.7). Al momento della pubblicazione del presente report, la certificazione relativa alle emissioni dell'anno 2023 non era ancora disponibile: ci riserviamo di pubblicare i dati in una nota integrativa sul sito di Logotel e di integrarli poi nel nostro Report di sostenibilità 2024.



2. Our approach towards sustainability

1. – I pilastri del nostro approccio strategico alla sostenibilità
2. – Persone, clienti, fornitori e comunità: i nostri stakeholder
3. – Analisi di materialità
4. – Il nostro modello di attivazione economica
5. – Etica e trasparenza



2.1 – I pilastri del nostro approccio strategico alla sostenibilità

La sostenibilità – economica, sociale e ambientale – è sempre stata la prospettiva verso cui Logotel si muove fin dalla sua fondazione. È una tensione che anima la nostra sensibilità progettuale e orienta tutte le nostre attività.

Siamo sempre stati convinti che il nostro lavoro debba produrre benefici per i collaboratori, i clienti che accompagniamo ogni giorno nelle trasformazioni, i territori e gli ecosistemi sui quali interveniamo: con tutti loro è necessario collaborare per far scalare gli impatti.

Da qui il claim che dà il titolo al nostro report e sintetizza il nostro approccio alla sostenibilità:
“Making sustainability together”.

Nella vita dei progetti Logotel la sostenibilità è declinata su quattro pillar che ci permettono di intervenire in maniera concreta e misurabile, orientando il nostro punto di vista, la nostra strategia e le nostre scelte quotidiane.



Pillar 1 Empowerment di persone e comunità

In Logotel le persone sono da sempre al centro della progettazione. Le abilitiamo a nuovi comportamenti, mettendo l'esperienza accumulata al servizio della nostra comunità interna per promuovere il benessere delle persone, liberare il loro potenziale inespresso e rafforzare le loro competenze. Sono azioni concrete che intervengono sulla sfera individuale, di team e delle associazioni con cui abbiamo sviluppato partnership.

Pillar 2 Un metodo progettuale in evoluzione per accogliere le sfide della trasformazione

Accogliamo le sfide dell'ecologia, della transizione energetica e della trasformazione digitale, le nuove idee di economia, mobilità e lavoro, con l'obiettivo di incrementare il numero di progetti orientati alla Sostenibilità e alla Diversity, Equity & Inclusion. Per affrontare un mondo in trasformazione il nostro metodo progettuale è sempre in evoluzione e pronto ad adattarsi a nuovi approcci che possano permetterci di generare impatti positivi e risultati concreti: systems-shifting design, inclusive design, participatory design, behavioural change applicato alla sostenibilità.

Pillar 3 Attività community-driven per generare impatto e fare rete

Lo sviluppo di community è uno dei pilastri fondamentali delle attività di Logotel. L'esperienza in questo campo ci fa cogliere le nuove dinamiche sociali che oltrepassano le dimensioni di business e possono generare impatti positivi sul territorio, inteso come insieme di comunità in rete tra loro. Per questo motivo continuiamo a coltivare la dimensione comunitaria, base delle relazioni umane e dello sviluppo del benessere al di fuori delle dimensioni individualistiche.

Pillar 4 Conoscenza condivisa per una visione di futuro inclusiva

Per affrontare e comprendere le trasformazioni in corso serve un costante lavoro di esplorazione, ricerca, confronto e sperimentazione. Attività che hanno bisogno di una dimensione partecipativa per alimentare una visione di futuro inclusiva. Per questo motivo portiamo avanti le nostre attività di ricerca e divulgazione culturale in formato open access e sviluppiamo partnership con attori che permettono di espandere la nostra visione, in maniera da condividere idee e conoscenza col più ampio numero di persone possibile.

Il nostro impegno per l'ambiente

Per affrontare le sfide poste dalle grandi transizioni sulla nostra scala di influenza, vogliamo evolvere le nostre attività e abitudini, come impresa e come comunità di persone, verso una continua riduzione delle emissioni. Misuriamo l'impatto di ciò che produciamo e consumiamo per mitigarne gli effetti attraverso azioni concrete.

Inoltre, lavoriamo all'interno delle nostre comunità (e delle nostre Community) per educare e sensibilizzare le persone sul tema della sostenibilità ambientale. Le azioni e le iniziative che rientrano in questo ambito intercettano trasversalmente tutti e 4 i pillar che sorreggono la nostra strategia per uno sviluppo sempre più sostenibile.



Il nostro impegno per l'Agenda 2030

Con le attività e le iniziative che rientrano nei quattro pillar e con il nostro impegno per l'ambiente vogliamo contribuire, nella nostra scala di influenza, al raggiungimento di sette Obiettivi per lo sviluppo sostenibile (SDGs) dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite, individuati come gli ambiti su cui poter ottenere impatti più concreti e misurabili:

▪ Istruzione di qualità (Ob. 4)



▪ Parità di genere (Ob. 5)



▪ Lavoro dignitoso e crescita economica (Ob. 8)



▪ Città e comunità sostenibili (Ob. 11)



▪ Consumo e produzione responsabili (Ob. 12)



▪ Lotta contro il cambiamento climatico (Ob. 13)



▪ Partnership per obiettivi (Ob.17)

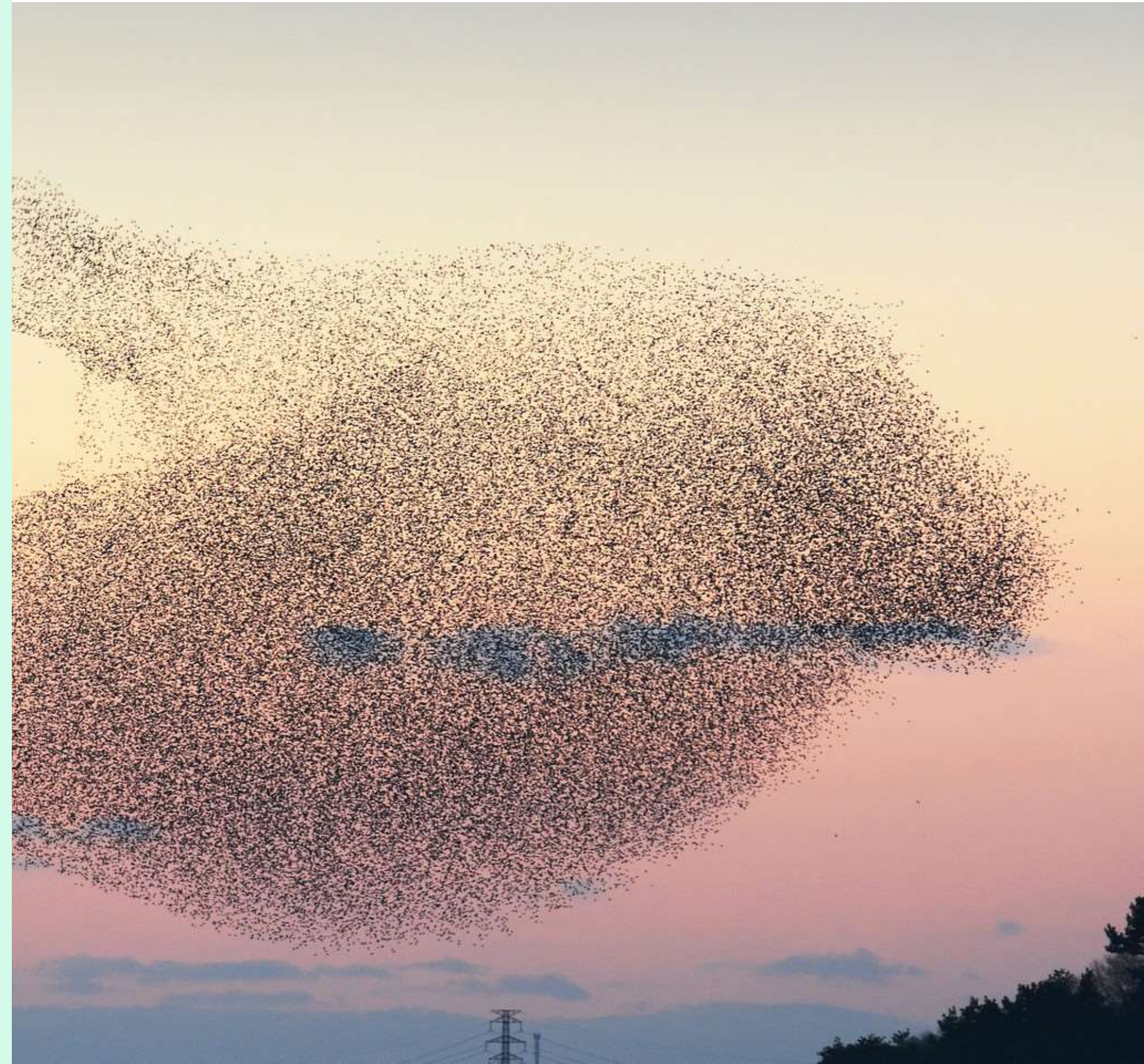


2.2 – Persone, clienti, fornitori e comunità: i nostri stakeholder

Logotel è nata attorno alle persone e alle organizzazioni, che sono fatte di persone. Ci definiamo una comunità fondata sulla collaborazione a tutte le scale, che quotidianamente sceglie di ritrovarsi in spazi e modalità ibride per generare impatti positivi. Come tutte le comunità, siamo anche noi situati in un contesto sempre più reticolare e interconnesso, composto da differenti portatori di interesse con cui intratteniamo relazioni significative volte ad amplificare la scala dei nostri impatti e che sono a vario titolo coinvolti nelle nostre attività, che influenzano più o meno direttamente e/o da cui sono più o meno direttamente influenzati.

I nostri stakeholder non rappresentano solo i principali destinatari del processo di rendicontazione dei nostri impatti economici, sociali e ambientali, ma diventano a vario grado i coprotagonisti dell'attività aziendale.

In relazione alle attività di Logotel è possibile individuare due macro tipologie di stakeholder, interni ed esterni, a loro volta suddivisi in ulteriori categorie.



Gli stakeholder interni sono portatori di interessi che contribuiscono con le loro competenze, le loro risorse e il loro impegno a rendere concreti e tangibili le azioni e gli impatti di Logotel.

Rientrano in questa tipologia di stakeholder:

- le persone Logotel. Al 31/12/2023 la nostra impresa contava 226 dipendenti assunti con contratto a tempo pieno e 14 lavoratori con altre tipologie contrattuali. Per ulteriori dettagli sui dipendenti Logotel si rimanda al capitolo 3.
- I collaboratori inquadrati con tipologie contrattuali diverse da un contratto di lavoro a tempo indeterminato (professionisti a partita IVA che intrattengono rapporti di natura continuativa con Logotel). Per ulteriori dettagli sui collaboratori si rimanda alla tabella GRI.

Gli stakeholder esterni sono portatori di interessi con cui Logotel intrattiene rapporti e relazioni di diversa natura e grado di intensità.

In questa tipologia di stakeholder rientrano:

- I clienti. Nel 2023 Logotel ha intrattenuto rapporti di business con 74 clienti, di cui 17 di respiro internazionale. Per ulteriori dettagli sui clienti Logotel si rimanda al capitolo 4.
- I fornitori. Per la tipologia del settore in cui operiamo la nostra catena di fornitura risulta molto snella, con un numero di fornitori contenuto. Ciononostante, attribuiamo grande importanza alla relazione con i nostri fornitori, a cui chiediamo e sempre più chiederemo in futuro di condividere il nostro impegno in vista di impatti migliorativi e sostenibili.
- Enti, fondazioni, associazioni e organizzazioni non lucrative e a utilità sociale con cui Logotel collabora a vari livelli. Nel 2023 abbiamo collaborato a vario titolo con Associazione italiana per la lotta contro il cancro (AIRC), Made in Lambrate, Fondazione Don Gino Rigoldi, centro per anziani “Il sorriso”, Associazione Piano City Milano, Associazione Open House Milano, Associazione Civita e Fondazione Symbola. Per ulteriori dettagli sulla natura di queste collaborazioni si rimanda ai capitoli 5 e 6.

- Enti di diritto privato e pubblico, organizzazioni e persone con cui Logotel intrattiene rapporti di partnership o di collaborazione a vari livelli. Rientrano in questa tipologia il Politecnico di Milano, il POLI.design (che per alcuni progetti riveste anche il ruolo di cliente), nonché il network di esperti con cui collaboriamo nella realizzazione dei nostri progetti di ricerca.
- Banche, istituti di credito.
- Aziende terze e competitor nei confronti delle quali Logotel si impegna a operare con il principio di leale concorrenza e a realizzare - quando possibile - sinergie positive. Con riferimento all'anno 2023, sono proseguiti i rapporti di partnership con l'azienda Great Pixel, agenzia di Marketing, Content, Design e Tech Consultancy; con Pranaventures, venture capital di cui Logotel è azionista, e con alcune aziende del suo network tra cui Aryel e Factanza.

Il nostro pianeta e tutti gli attori umani e non umani che lo abitano, riconosciuti come gli stakeholder principali e nei cui confronti ci impegniamo a ridurre sempre più la nostra impronta, con l'obiettivo di poter accelerare la nostra transizione verso un paradigma rigenerativo.



Stakeholder interni

LE PERSONE LOGOTEL

Al 31/12/2023 la nostra impresa contava 226 dipendenti assunti con contratto a tempo pieno e 14 lavoratori con altre tipologie contrattuali.

I COLLABORATORI

I collaboratori inquadrati con tipologie contrattuali diverse da un contratto di lavoro a tempo indeterminato (professionisti a partita IVA che intrattengono rapporti di natura continuativa con Logotel)

Stakeholder esterni

Fornitori

Clienti

Banche, istituti di credito

Il nostro ecosistema

Enti, fondazioni, associazioni e organizzazioni non lucrative e a utilità sociale

Enti, organizzazioni e persone con cui Logotel intrattiene rapporti di partnership o di collaborazione a vari livelli

Aziende terze e competitor

2.3 – Analisi di materialità

Il principio di materialità è uno dei pilastri della rendicontazione finanziaria e non finanziaria, che consente all'azienda di stabilire quali sono gli argomenti rilevanti, su cui è necessario rendicontare, e il relativo ordine di priorità. Logotel ha redatto il presente report di sostenibilità con riferimento ai GRI (Global Reporting Initiative) standard 2021, che prevedono tra i vari criteri un processo volto a individuare quali sono i temi materiali della nostra organizzazione, cioè i temi che rappresentano gli impatti dell'organizzazione sull'economia, sull'ambiente e sulle persone, inclusi i diritti umani, e che potrebbero influenzare in modo sostanziale le valutazioni e le decisioni degli stakeholder.

Il processo di individuazione dei temi materiali è denominato analisi di materialità: tale analisi è stata effettuata in due diversi momenti, nel 2023 e nel 2024, attraverso un processo strutturato che ha visto coinvolti diversi attori e che è stato scomposto in quattro fasi:

- **comprensione del contesto in cui opera la nostra organizzazione;**
- **individuazione degli impatti potenziali ed effettivi;**
- **valutazione dell'importanza degli impatti;**
- **prioritizzazione degli impatti più significativi da rendicontare.**

Le prime tre fasi, correlate all'individuazione e valutazione degli impatti su base continuativa, sono state condotte in parallelo a un'attività di confronto con gli stakeholder ritenuti più rilevanti dalla nostra organizzazione e si sono basate sull'analisi di diverse fonti informative tra cui:

Documenti aziendali: fra cui il Codice etico, documenti di comunicazione inerenti posizionamento, purpose, mission, organizzazione aziendale e incontri con il management Logotel.

Documenti esterni: report di analisi dei cambiamenti di scenario, elaborati fra gli altri dal World Economic Forum, dal GRI e da primarie società di consulenza, report sui principali macrotrend (Environmental, Social, Governance), analisi dei report di sostenibilità di alcuni dei principali clienti con cui Logotel collabora, analisi di benchmarking sui principali competitor e attività di ricerca su internet;

Standard e iniziative multistakeholder internazionali: fra cui gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile e il framework B Impact Assessment.

Le prime fasi del processo di materialità hanno restituito **22 tematiche** che sono ritenute prioritarie nel percorso che Logotel vuole proseguire sulla sostenibilità aziendale.

Tali temi sono stati suddivisi in cinque macrocategorie che corrispondono ai pilastri dell'approccio Logotel alla sostenibilità, per meglio identificare la loro sfera d'impatto.

Contemporaneamente, **le tematiche sono state ricondotte ai sette Sustainable Development Goals** dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite su cui Logotel si impegna, nella propria scala.

I temi emersi come materiali si possono suddividere in:

Pillar	Temi materiali	Obiettivi sviluppo sostenibile		Obiettivi	
Pillar 1 Impacts on and through our People	<ul style="list-style-type: none"> • Siamo people focused: formazione ed empowerment • Cerchiamo talenti: attraction, retention e sviluppo professionale • Ci prendiamo cura delle nostre persone: salute e sicurezza nei luoghi di lavoro • Agiamo come una comunità: ritualità e Logotel spirit • Ci prendiamo cura di noi stessi: benessere e salute mentale delle persone • Valorizziamo e facciamo leva sulla diversità come asset strategico per dare forza a progetti e soluzioni 				<ul style="list-style-type: none"> • Iniziative • Formazione continua • Programmi Welfare • Diversity & inclusion
Pillar 2 Impacts through Design	<ul style="list-style-type: none"> • Progettiamo impatti: performance economiche • Siamo i nostri valori: etica e trasparenza • Siamo indipendenti, in ogni scelta che compiamo • Ci prendiamo cura dei nostri dati e di quelli dei clienti: privacy e sicurezza dei dati • Crediamo nella collaborazione: centralità del cliente • Generiamo impatti insieme: accompagniamo i clienti e le loro persone al cambiamento 			<ul style="list-style-type: none"> • Anticipare i need • Sviluppare strumenti per la progettazione inclusiva • Stimolare i clienti verso soluzioni più inclusive e sostenibili • Supportare comportamenti in grado di generare impatti positivi • Innescare processi trasformativi 	
Pillar 3 Impacts on and through communities	<ul style="list-style-type: none"> • Ci prendiamo cura della collettività: supporto ad associazioni e comunità locali • Generiamo cambiamento, insieme: creazione e sviluppo di relazioni e reti con le comunità locali • Alimentiamo relazioni di valore: attivazione e sviluppo di partnership 			<ul style="list-style-type: none"> • Territori • Comunità • Reti • Valori 	
Pillar 4 Impacts on and through knowledge	<ul style="list-style-type: none"> • Ci prendiamo cura di ciò che diciamo: comunicazione responsabile • Ispiriamo e nutriamo una visione inclusiva del futuro per tutti: cultura open-source e condivisione della conoscenza • Accogliamo in maniera critica l'innovazione, esplorando nuove frontiere e sfruttando la conoscenza per costruire un futuro migliore • Creiamo connessioni all'interno del nostro ecosistema con esperti ed eccellenze, per alimentare il nostro impegno costante alla ricerca 			<ul style="list-style-type: none"> • Cultura open source • Partnership • Condivisione • Sperimentazione 	
Logotel's commitment to the environment	<ul style="list-style-type: none"> • Ci prendiamo cura del nostro pianeta: efficientamento dei consumi e riduzione dell'impronta ambientale • Traduciamo la sostenibilità in pratica: gestione dei rifiuti e riciclo • Ci comportiamo con attenzione: promozione di comportamenti sostenibili 			<ul style="list-style-type: none"> • Ridurre consumi ed emissioni • Lavorare sui comportamenti individuali 	

■ Stakeholder engagement

L'analisi di materialità tiene in considerazione non solo il punto di vista dell'organizzazione, ma anche quello degli stakeholder. Per poter identificare le priorità rispetto ai temi materiali, Logotel ha integrato la survey online sottoposta nel 2023 solo ai propri stakeholder interni, estendendola per questa seconda edizione del report di sostenibilità anche ad alcuni portatori di interesse esterni, con l'obiettivo di indagare la loro percezione della rilevanza dei temi materiali identificati.

L'identificazione degli stakeholder esterni è avvenuta secondo criteri condivisi a livello di top management aziendale che hanno tenuto conto, a vari livelli: della rilevanza a livello di peso economico di alcuni portatori di interesse per il business Logotel; di progettualità specifiche in corso, concluse o in procinto di essere avviate su temi legati alla sostenibilità; della continuità della relazione (per quanto riguarda i fornitori).

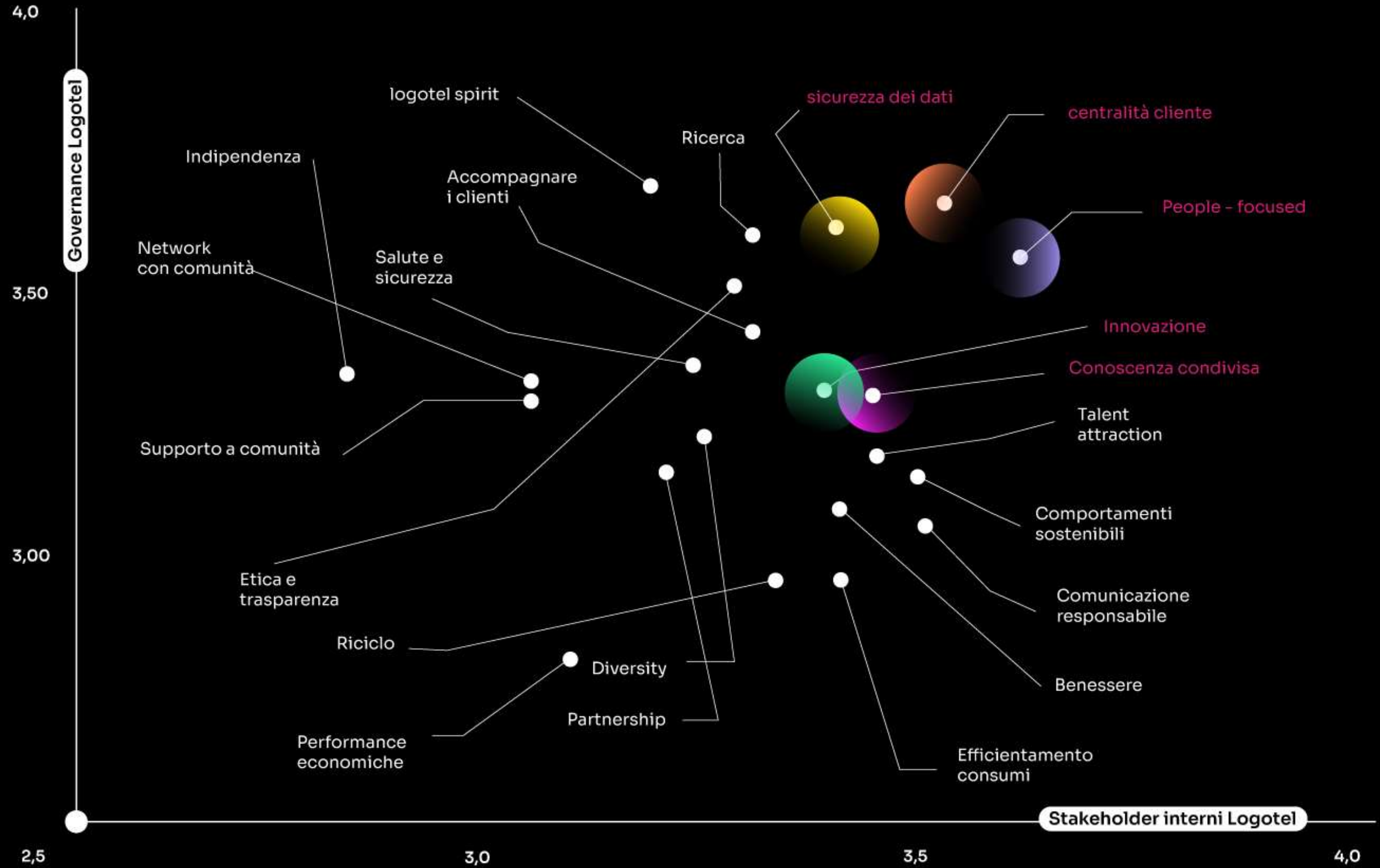
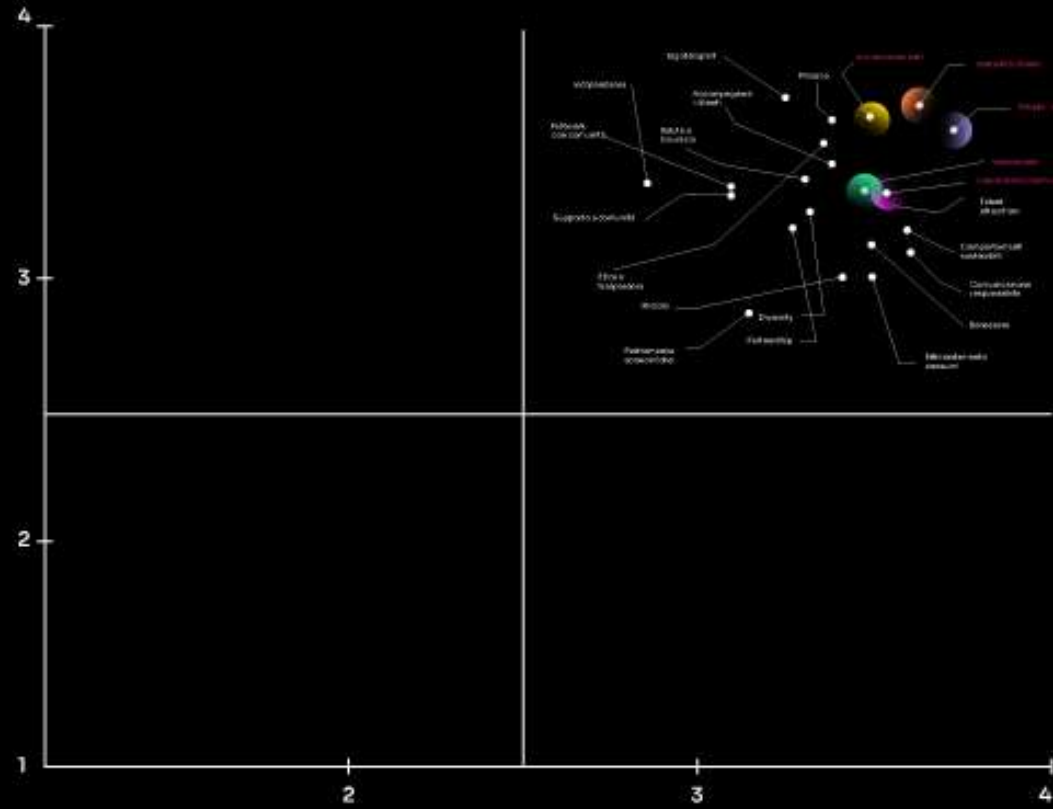
La survey è stata strutturata in due parti: nella prima parte abbiamo chiesto ai partecipanti di esprimere una valutazione da 1 (scarsa rilevanza) a 4 (massima rilevanza) in merito ai temi materiali individuati.

Nella seconda parte, a risposta aperta, abbiamo chiesto agli intervistati di fornire suggerimenti in merito ad altri aspetti considerati da loro materiali per la nostra organizzazione e non contenuti nel presente report. La survey è stata preceduta da momenti di confronto (incontri in presenza, videocall, scambi di e-mail) con i referenti degli stakeholder individuati, per anticipare loro le modalità di coinvolgimento e raccogliere eventuali dubbi e spunti.

Alla survey hanno risposto 16 stakeholder delle seguenti categorie:

- 7 clienti;
- 7 fornitori;
- 2 partner.

Le loro risposte sono state poi ponderate e unite a quelle degli stakeholder interni, in maniera da ricavare una media ritenuta significativa della totalità degli stakeholder interpellati.



Dalla lettura della matrice di materialità si evince come la quasi totalità dei temi materiali sottoposti a votazione abbiano riportato una valutazione media superiore a 3, fissata come soglia di materialità. Questo risultato evidenzia da un lato come l'analisi di materialità condotta dal management Logotel abbia restituito un'immagine fedele delle aree dove l'azienda è consapevole di poter generare impatti, dall'altro sottolinea come i suoi stakeholder assegnino una rilevanza medio-alta a ogni dimensione della sostenibilità, sposando l'approccio sistemico adottato da Logotel.

Dalla correlazione tra i temi materiali ritenuti più prioritari dall'azienda e dai suoi stakeholder (corrispondenti ai temi che sono riportati in rosso nel riquadro in alto a destra della matrice di materialità), emerge la massima convergenza sui seguenti:

- Siamo people focused: **formazione ed empowerment**
- Crediamo nella collaborazione: **centralità del cliente**
- Ci prendiamo cura dei nostri dati e di quelli dei clienti: **privacy e sicurezza dei dati**
- Ispiriamo e nutriamo una visione inclusiva del futuro per tutti: **cultura open-source e condivisione della conoscenza**
- Accogliamo in maniera critica l'**innovazione**, esplorando nuove frontiere e sfruttando la conoscenza per costruire un futuro migliore

Su tali temi, individuati e condivisi tra l'azienda e i suoi stakeholder interni, occorrerà continuare a investire ed evolvere, con l'obiettivo di incrementare gli impatti positivi e ridurre quelli negativi. Nei capitoli a seguire sono dettagliate tutte le modalità con cui sono stati gestiti questi temi materiali per il 2023, mentre il capitolo finale riassume gli obiettivi di miglioramento su queste tematiche.

Considerando il punteggio di rilevanza ottenuto da tutti i temi materiali, per questo report di sostenibilità Logotel abbiamo comunque deciso di rendicontare i nostri impatti su tutte e cinque le macrocategorie che caratterizzano il nostro approccio alla sostenibilità.



Ascolto degli stakeholder

La matrice di materialità 2023 si è rivelata importante per Logotel perché restituisce un quadro più completo sui temi materiali percepiti come più rilevanti per i suoi stakeholder. L'integrazione tra le risposte date dagli stakeholder interni con quelle fornite da alcuni stakeholder esterni ha fornito una fotografia leggermente diversa rispetto all'anno precedente. Dalla media ponderata, calcolata assegnando un peso specifico alle singole tipologie di portatori di interessi sulla base di una valutazione strategica effettuata dal management Logotel, emergono cinque temi considerati prioritari dagli stakeholder:

- Siamo people focused: **formazione ed empowerment**
- Crediamo nella collaborazione: **centralità del cliente**
- Ci comportiamo con attenzione: **promozione di comportamenti sostenibili**
- **Cerchiamo talenti**: attraction, retention e sviluppo professionale
- **Ispiriamo e nutriamo una visione inclusiva del futuro per tutti**: cultura open-source e condivisione della conoscenza

Su tre di questi cinque temi emerge il pieno allineamento tra la rilevanza assegnata dal management Logotel e quella valutata dagli stakeholder. Le risposte confermano dunque la necessità per Logotel di continuare a generare impatti positivi sulle persone, sia le proprie sia quelle delle organizzazioni e dei clienti con cui lavoriamo, di proseguire sulla strada della promozione di comportamenti sostenibili e di insistere su altre due dimensioni: tutte le iniziative, anche in ambito DEI, per attrarre, trattenere e sviluppare talenti, e la diffusione e condivisione di conoscenza.

La seconda parte della survey sottoposta agli stakeholder esterni di Logotel, a risposta aperta, ha consentito di raccogliere ulteriori suggerimenti in merito ad altri aspetti che altri attori del nostro ecosistema considerano rilevanti per la nostra organizzazione. Le risposte ricevute sono state clusterizzate e sono riconducibili per la maggior parte ai seguenti temi materiali legati alla valorizzazione della diversità, all'efficientamento dei consumi e all'approccio critico all'innovazione.

Per gli stakeholder risultano rilevanti i temi della leadership femminile e dell'equità a parità di ruolo e seniority, l'attenzione ai bias culturali e al tema dell'accessibilità nello svolgimento delle nostre attività e approcci progettuali come il Design justice. Sul fronte dell'attenzione per l'ambiente, si percepiscono come rilevanti i temi legati all'inquinamento digitale. L'utilizzo responsabile delle nuove tecnologie, in particolare dell'AI, è un altro degli aspetti emersi come rilevanti dalla survey.

■ L'impegno Logotel sui temi materiali 2022

I risultati della survey sui temi materiali effettuata lo scorso anno sono serviti da bussola per orientare l'attività di Logotel nei mesi successivi. I temi più rilevanti erano risultati:

- Siamo people focused: formazione ed empowerment
- Siamo i nostri valori: etica e trasparenza
- Ci prendiamo cura delle nostre persone: salute e sicurezza nei luoghi di lavoro

A cui, spostando il focus sui soli stakeholder interni, si aggiungevano:

- Ci prendiamo cura di noi stessi: benessere e salute mentale delle persone
- Ci prendiamo cura del nostro pianeta: efficientamento dei consumi e riduzione dell'impronta ambientale

Quanto fatto da Logotel nel corso del 2023 sottolinea la volontà da parte dell'azienda di impegnarsi nelle direttrici evidenziate dai propri stakeholder. Tra le iniziative realizzate si segnalano:

- L'incremento del numero di ore di formazione progettate ed erogate (cfr. Cap. 3)
- La pubblicazione del Codice etico (Cfr. Cap.2.5)
- L'attivazione di una piattaforma di Welfare che prevede convenzioni con un servizio di supporto psicologico online (Cfr. Cap.3).

L'impegno di Logotel su questi temi non si esaurirà in queste iniziative ma proseguirà, integrando nelle proprie attività anche gli aspetti evidenziati come più rilevanti dalla nuova matrice di materialità.

2.4 – Il nostro modello di attivazione economica

Per supportare in maniera efficace le iniziative che rientrano nella nostra strategia legata alla sostenibilità abbiamo definito un sistema di indirizzo, gestione e controllo delle risorse dirette e indirette che garantiranno la continuità e lo sviluppo di tutte le iniziative e attività che rientrano in questo perimetro.

Abbiamo definito un sistema basato su tre componenti di spesa e investimento, sulle quali sono state allocate risorse a budget. Ciò ci permette il monitoraggio e la consuntivazione periodica delle attività.



1. Risorse economiche

Risorse economiche allocate per avviare e gestire le attività previste nel perimetro definito dai quattro pillar e dalla macro area sull'impegno per l'ambiente.

Questa prima componente si è concretizzata:

- a. Nell'acquisto di risorse e servizi esterni a Logotel, necessari a realizzare le iniziative.
- b. In donazioni economiche a favore di enti del terzo settore affini per visione e indirizzo alla nostra mission.
- c. Valore equivalente o costo supportato per reintegrare una risorsa di carattere strumentale disponibile tra gli asset Logotel e necessaria per la realizzazione di un progetto.

2. Banca delle ore di servizi professionali

Giorni persona e/o valore economico equivalente messi a disposizione di progetti che rientrano nel perimetro dei quattro pillar e della quinta macro area.

Per questa componente abbiamo allocato un monte ore suddivise in modo paritetico su due macro-indirizzi:

- a. Attività no-profit progettate da Logotel.
- b. Progetti attivati su richiesta dei nostri clienti e sui quali abbiamo attivato un co-investimento senza corrispettivo economico.

3. Banca delle ore di volontariato

In questa terza componente rientrano le ore che Logotel ha messo a disposizione per la sua comunità di collaboratori affinché potessero partecipare e contribuire, su base volontaria, a iniziative benefiche.

Il totale dell'investimento Logotel per il 2023 corrisponde a:

570.959 € *

a cui si aggiungono:

- **741.404 €** di investimento sulla formazione interna
- **668.061 €** di bonus erogati ai collaboratori

per continuare ad alimentare la nostra community di professionisti.

*Questo totale comprende:

- **attività no-profit** quali donazioni, attività di volontariato o progetti che Logotel ha deciso di sostenere gratuitamente in virtù della loro natura benefica;
- **la percentuale di co-investimento** per quei progetti realizzati insieme a clienti o partner a cui Logotel, in virtù della loro natura benefica, decide di devolvere gratuitamente una parte di servizi professionali o fondi, rinunciando ad una percentuale di margine;
- **attività interne** ad esempio volte alla cura delle persone e iniziative di welfare (bonus esclusi);
- **attività volte a misurare e migliorare l'impatto di Logotel nel tempo.**

Il dettaglio delle attività e dei progetti messi in campo da Logotel sono descritti nelle pagine di questo report.

Il totale non comprende invece i progetti for-profit realizzati da Logotel per i propri clienti, nonostante ci impegniamo sempre più ad orientare il nostro modello di business verso progetti con un forte focus sui temi della sostenibilità (cfr. Capitolo 4).

2.5 – Etica e trasparenza

Etica, trasparenza e lotta alla corruzione e a ogni tipo di discriminazioni sono alla base del Logotel spirit e della cultura della collaborazione che ispira ogni aspetto delle attività di Logotel, racchiude i nostri valori e orienta i nostri comportamenti. La nostra visione etica non è fondata su procedure astratte, ma vuole impattare sulla vita di tutti i giorni e sulle scelte che influenzano le persone e deve orientare l'attività di colleghi, collaboratori, clienti e partner.

Il Codice etico Logotel

Nel 2023 abbiamo approvato il nostro Codice etico, che serve a fissare alcuni principi guida che rafforzano la nostra libertà d'azione, ci richiamano alle nostre responsabilità condivise e supportano il nostro ecosistema nell'adozione di comportamenti in linea con i nostri valori.



CODICE ETICO

I principi fondamentali che ispirano il nostro codice etico sono otto:

1

Aghiamo come una comunità.

2

Coltiviamo un'etica della collaborazione.

3

Ci prendiamo cura delle persone con cui entriamo in contatto, dei luoghi che abitiamo e di ogni attività che svolgiamo.

4

Valorizziamo le differenze e tutti i punti di vista.

5

Promuoviamo una cultura della responsabilità.

6

Ci interroghiamo sui benefici del nostro business verso gli ecosistemi e la collettività.

7

Adottiamo una prospettiva sostenibile nei nostri comportamenti quotidiani.

8

Incentiviamo la partecipazione ad attività e progetti no-profit che generano impatti positivi.

Il Codice etico è pubblicato sul sito www.logotel.it.
Nell'ottica della massima trasparenza, Logotel si è dotata di una piattaforma per segnalare eventuali violazioni del Codice stesso. Le segnalazioni, che possono essere fatte in forma riservata o anonima da chiunque abbia o abbia intrattenuto rapporti con l'azienda, saranno ricevute e valutate da un apposito "comitato di segnalazione" o direttamente dal Cda, qualora la presunta violazione riguardi proprio uno dei componenti del comitato.

La piattaforma whistleblowing

Per contrastare in maniera ancora più efficace ogni forma di corruzione e ogni tipo di discriminazioni, nel 2023 Logotel si è adeguata a quanto prevede il decreto legislativo 10 marzo 2023 n. 24, che a sua volta recepisce la cosiddetta "direttiva whistleblowing" dell'Unione europea, dotandosi di una piattaforma di whistleblowing. Lo strumento consente di segnalare illeciti e violazioni di disposizioni normative nazionali o dell'Unione Europea di cui si venga a conoscenza nel proprio contesto lavorativo tutelando le persone che denunciano le presunte attività illecite ed evitando che subiscano ritorsioni di vario tipo per la loro segnalazione.

Il Codice etico
e la piattaforma whistleblowing
sono raggiungibili dal sito
www.logotel.it.



3. Pillar 1

Impact on and through People

Empowerment di persone e comunità con percorsi culturali, di formazione e di sensibilizzazione

1. – Iniziative di talent attraction e people management orientate alla Diversity, Equity & Inclusion
2. – Welfare, benessere e sicurezza
3. – LogotelXLogotel e formazione continua

■ Numeri chiave

Oltre 711.000 €

Costo totale di bonus e fringe benefit distribuiti ai lavoratori nel corso del 2023

99%

delle persone Logotel ha partecipato a percorsi formativi per lo sviluppo personale

+7.169

ore di formazione progettate ed erogate nell'ambito del programma LogotelxLogotel

56%

del team manageriale è rappresentato da donne

■ Temi materiali

Siamo people focused: formazione ed empowerment

Cerchiamo talenti: attraction, retention e sviluppo professionale

Ci prendiamo cura delle nostre persone: salute e sicurezza nei luoghi di lavoro

Agiamo come una comunità: ritualità e Logotel spirit

Ci prendiamo cura di noi stessi: benessere e salute mentale delle persone

Valorizziamo e facciamo leva sulla diversità come asset strategico per dare forza a progetti e soluzioni

■ **Obiettivi chiave**

Iniziative

Per attivare e supportare comportamenti individuali e di gruppo sostenibili e inclusivi.

Formazione continua

Per rafforzare le competenze delle persone e sviluppare le potenzialità inesprese.

Programmi Welfare

Per migliorare il benessere dei collaboratori.

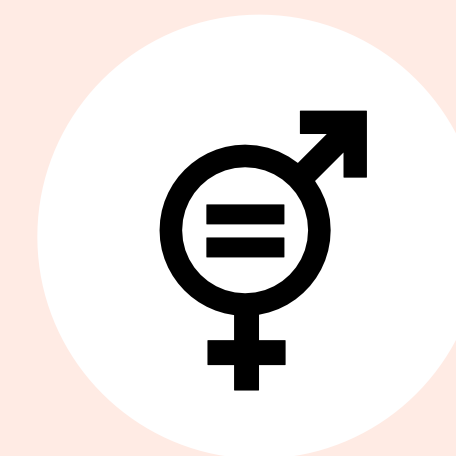
Diversity & inclusion

Per attrarre nuovi talenti appartenenti a categorie fragili e a rischio di esclusione.

■ **SDGs**



4
istruzione di qualità



5
parità di genere



8
lavoro dignitoso e crescita economica

Logotel è nata attorno alle persone:

- **Le nostre persone**, una comunità che nel corso degli anni è cresciuta e che conta oggi 240 persone, donne (in maggioranza) e uomini, di 17 nazionalità diverse e di differenti generazioni, che ogni giorno collaborano tra loro per contribuire a generare impatti attraverso tutto ciò che fanno.
- **Le persone di cui sono fatte le organizzazioni con cui lavoriamo** e che abitano tutto il nostro ecosistema: una comunità di comunità diffuse in tutto il mondo, centinaia di migliaia di individui con cui, attraverso i servizi, le esperienze e le soluzioni che progettiamo, possiamo entrare in contatto ogni giorno.
- Essere People & community centred significa **mettere al centro della progettazione le persone**, abilitarle a nuovi comportamenti per promuovere il loro benessere, liberare il loro potenziale inespresso e rafforzare le loro competenze. Progettiamo azioni concrete che intercettano gli obiettivi 4, 5 e 8 dell'Agenda ONU 2030.



3.1 – Iniziative di Talent attraction e people management orientate alla Diversity, Equity & Inclusion

In Logotel puntiamo ad attrarre e trattenere talenti promuovendo e raccontando, alle persone di tutte le generazioni, quei **valori** e quelle caratteristiche fondanti che ci accompagnano con orgoglio fin dalla nostra nascita. Manteniamo inoltre sempre attiva una dimensione di **ascolto e ricerca**, impegnandoci a cogliere tutte le nuove sensibilità che intercettiamo.

Da sempre contrastiamo qualunque forma di discriminazione a ogni livello: dai nuovi ingressi, attraverso i percorsi di carriera, fino ai ruoli manageriali.

Da sempre manteniamo la parità di genere tra i nostri collaboratori: una parità perfetta nel Consiglio di amministrazione, con l'ago della bilancia che pende invece dalla parte delle donne sia per quanto riguarda i dipendenti (il 52%* è donna), sia soprattutto per quanto riguarda le figure manageriali, rappresentate per il 56%* da donne.

Da sempre **in Logotel convivono generazioni diverse** che collaborano tra loro arricchendosi a vicenda e allargando i rispettivi punti di vista. Nel 2023 l'11% dei nostri dipendenti aveva meno di 24 anni o più di 50.

Da sempre la diversità è per noi un valore concreto: lo dimostrano le persone di 17 Paesi diversi che fanno parte della nostra comunità.

*Dati relativi al 2023.



Tra le iniziative realizzate nel 2023 e volte ad aumentare tra le nostre persone la consapevolezza sulle tematiche Diversity, Equity & Inclusion vogliamo soffermarci in particolare sulle seguenti:

A giugno **Logotel ha ospitato SheTech**, ente no profit che vuole contribuire concretamente a portare la parità di genere nel mondo digital e tech, per una Breakfast. Si è trattato di un incontro **per parlare dell'empowerment femminile nelle professioni STEM** (Science, Technology, Engineering and Mathematics) che ha visto protagoniste, come prime ambassador dei valori Logotel, Benedetta Bacialli (Lead Learning) e Gloria Ciattaglia (Senior Front-end developer).

A novembre, in occasione di uno dei nostri Landscape – eventi interni dedicati alla diffusione di conoscenza – abbiamo invece ospitato **Vera Gheno, sociolinguista e scrittrice**. Abbiamo esplorato con lei la tematica del **linguaggio inclusivo o ampio**, approfondendo le ragioni che si celano dietro chi rivendica di poter vedere rappresentata la propria specificità anche attraverso le parole.

A dicembre **abbiamo avviato l'iter per associarci a Valore D**, la prima associazione di imprese in Italia che promuove una cultura inclusiva per la crescita delle organizzazioni del nostro Paese, con cui Logotel collabora fin dal 2022. Da inizio 2024 siamo orgogliosi di poterci annoverare tra i soci ordinari dell'associazione.

Il 2023 è stato anche l'anno in cui abbiamo pubblicato il nostro Codice etico (cfr. Cap.2), che ha fissato nero su bianco alcuni principi guida per richiamarci alle nostre responsabilità condivise e rafforzare la nostra libertà d'azione.

Nel documento la lotta a ogni tipo di discriminazione, la valorizzazione di tutte le diversità e la promozione di pari opportunità sono evidenziati come valori sui quali vogliamo fondare, sempre di più, la nostra comunità.

3.2 – Welfare, benessere e sicurezza

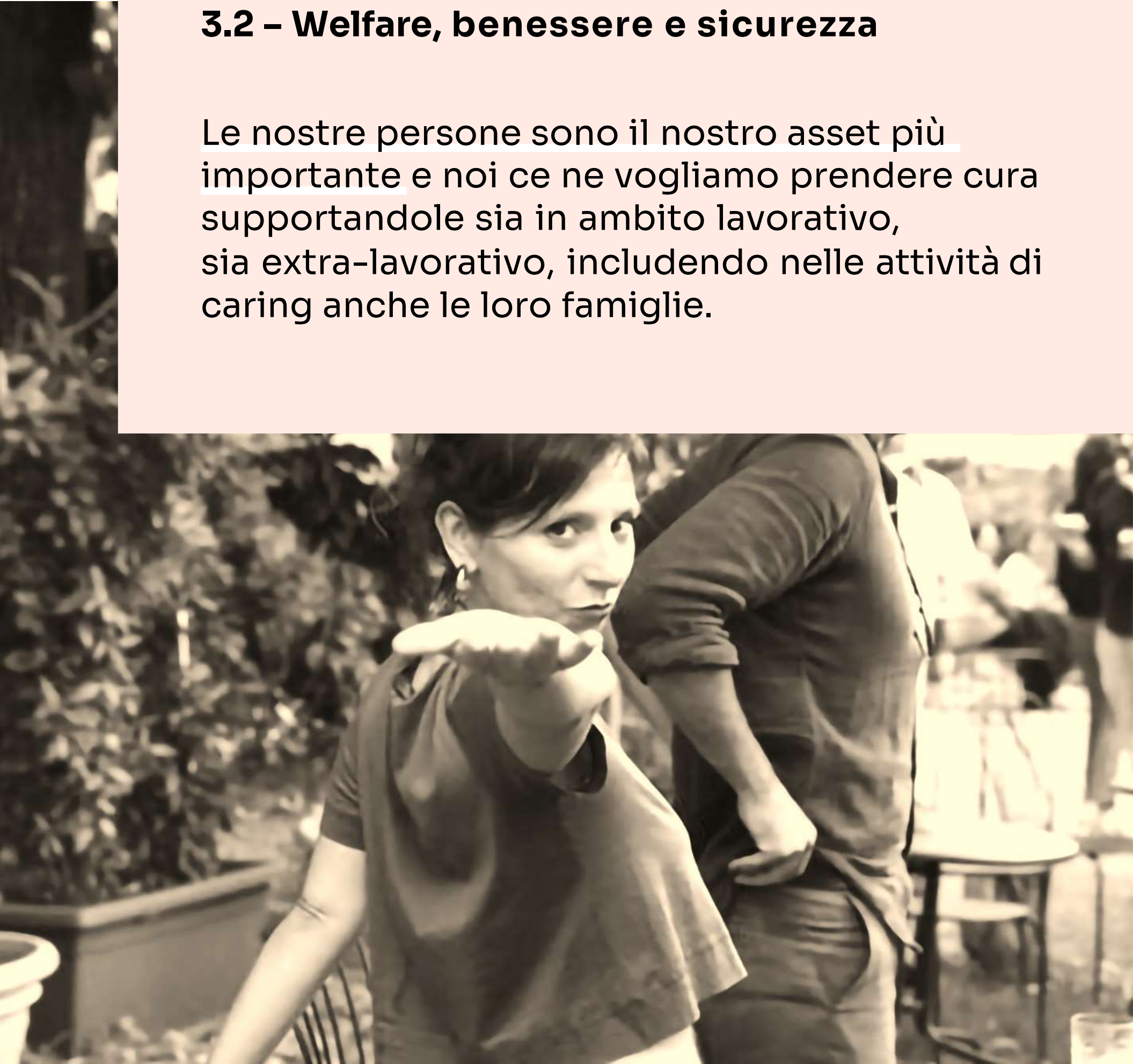
Le nostre persone sono il nostro asset più importante e noi ce ne vogliamo prendere cura supportandole sia in ambito lavorativo, sia extra-lavorativo, includendo nelle attività di caring anche le loro famiglie.

Welfare

Sono state diverse le iniziative di welfare promosse durante il 2023.

A tutti i nostri collaboratori sono stati erogati **ticket restaurant Sodexo** del valore di 7 euro ciascuno per ogni giorno di lavoro trascorso in sede a Milano. Il valore dei buoni pasto è stato aumentato a 8 euro a partire dal mese di luglio. In aggiunta ai ticket restaurant, a dicembre 2023 sono stati erogati a tutte le persone di Logotel **buoni acquisto Pluxee** dal valore di 200 euro a testa, pari a 43.500 euro. Inoltre, tra **bonus performance e produttività**, nel 2023 sono stati distribuiti ai dipendenti della sede italiana di Logotel bonus per un costo aziendale di 668.000 euro.

Il totale dei bonus e fringe benefit per i lavoratori nel corso del 2023 corrisponde a oltre 711.000 euro, equivalente al 37,87% dell'utile lordo di Logotel.



Nell'ambito del welfare aziendale rientrano anche altre iniziative:

- **servizio gratuito di compilazione delle dichiarazioni dei redditi**, erogato tramite un nostro consulente;
- **convenzioni stipulate con alcuni esercizi commerciali di quartiere**, anche grazie alle attività svolte con l'associazione Made in Lambrate (cfr. Capitolo 5), e con negozi online;
- **convenzione con l'azienda del trasporto pubblico locale milanese (ATM)**, per l'acquisto di abbonamenti annuali ai mezzi pubblici con uno sconto sul prezzo di listino e la possibilità di rateizzare la spesa;
- **caffè in grani, liberamente disponibile per tutti i collaboratori** mediante macchine automatiche che evitano la produzione di rifiuti derivanti dalle cialde, e acqua microfiltrata con cui riempire borracce e bottiglie in vetro.

Le iniziative di welfare hanno riguardato anche le famiglie dei nostri collaboratori. Nel 2023 sono stati erogati **bonus matrimonio** di 500 euro ai neosposi e **bonus di 2000 euro per ogni nascita**, per celebrare i nuovi membri della nostra comunità. **Per le neo mamme e i neo papà sono state previste anche particolari agevolazioni per facilitare il work-life balance** durante i primi periodi di vita dei loro figli.



■ Benessere

Il benessere delle nostre persone non può che partire dal rendere più piacevole il lavoro che svolgono. Mediante le piattaforme di ricerca di Logotel, già nel 2021 abbiamo esplorato i profondi cambiamenti che stanno trasformando il mondo del lavoro, accelerati e accentuati dalla pandemia.

Organizzazioni sempre più reticolari e ibride hanno bisogno di ripensare i propri spazi – con la compresenza della dimensione fisica e virtuale –, i tempi – sincroni e asincroni – e le modalità lavorative, sempre più flessibili, ma non per questo meno organizzate.

Al di là di tutto ciò che attiene più strettamente al lavoro e alle attività produttive, nelle organizzazioni che abbiamo definito “**Ufo. Unidentified future organizations**”, c’è però il bisogno, sempre più pressante, di sviluppare nuove ritualità per accrescere il senso di appartenenza delle persone, focalizzandosi sulla dimensione delle relazioni interpersonali.

Lavoro ibrido

Per supportare i nostri collaboratori nel vivere al meglio il proprio tempo nell’ecosistema Logotel e per conciliare in maniera più armonica impegni personali e lavorativi, **anche nel 2023 abbiamo adottato un modello di lavoro ibrido che prevede la flessibilità oraria di 30 minuti in ingresso e in uscita, l’assenza di badge da passare, periodi di lavoro full remote (3 settimane a scelta per ogni collaboratore, di cui due consecutive) e una settimana lavorativa modellata su almeno due giornate lavorative in presenza e tre da remoto.** A tutte le persone Logotel è stato rinnovato l’accordo di smartworking, che sancisce anche il **diritto alla disconnessione.**

Logotel spirit

Logotel non è solo un luogo di lavoro, ma una comunità di persone che si scelgono ogni giorno. E crediamo che il benessere delle persone migliori quando le stesse si sentono davvero parte di essa.

È una convinzione che ci accompagna fin dalla nascita e che ci ha portati nel corso degli anni a sviluppare un ricco palinsesto di iniziative volte ad aumentare quello che abbiamo definito il “Logotel spirit”.

Alcune di queste iniziative non sono solo occasioni per stare insieme, ma rituali che consentono a Logotel di crescere come comunità, con una direzione e valori condivisi e coltivando sempre soluzioni originali.

Kick-off

Il kick-off è **un momento di confronto, condivisione e riflessione che viene organizzato nei primi mesi dell’anno**, per concentrarci tutti insieme sugli obiettivi da raggiungere e soprattutto per condividere un’esperienza che possa cementare le relazioni tra tutti i membri della nostra comunità.

Ogni anno il kick-off dispiega una **“poetry”, cioè un filo rosso che orienta tutte le nostre progettualità** e ci guida a riflettere come individui e come organizzazione sugli aspetti più rilevanti del nostro lavoro e del nostro essere comunità. Se nel 2022 eravamo tornati a desiderare insieme con la poetry “Connecting Desires”, il 2023 è stato dedicato a liberare la nostra voce: **“Free (Y)our voice!”**, un invito a coltivare con coraggio la nostra originalità (come individui e come Logotel), ma al tempo stesso porci in una dimensione di ascolto delle voci altrui.

La poetry è stata svelata in occasione del kick-off che, nel 2023, è stato organizzato a Baveno, sulle sponde del lago Maggiore: **tutte le persone di Logotel, anche quelle provenienti da Francia e Spagna, si sono ritrovate nella cornice del Grand Hotel Dino per una due giorni di riflessioni condivise, incontri formativi, lavori di gruppo e divertimento.**



Plenarie e plenariette

Le plenarie sono **incontri periodici organizzati nel corso dell'anno per fare il punto sullo stato di raggiungimento dei nostri obiettivi, per comunicare con trasparenza le performance finanziarie alle nostre persone, per rinnovare il nostro impegno collettivo sugli obiettivi condivisi e per aumentare la consapevolezza e la conoscenza delle attività** che si svolgono in Logotel, anche oltre le singole aree. Nel 2023, dopo la pausa dovuta alla pandemia, abbiamo ripreso a organizzare le nostre plenarie in modalità ibrida (in presenza e da remoto): due gli incontri che si sono tenuti, in estate e a dicembre. Oltre alle plenarie, nel 2023 abbiamo organizzato anche quattro «plenariette», che è il modo in cui noi chiamiamo le riunioni delle due macro aree organizzative di Logotel (Design & Change e Content, Community & Platform): un momento importante per allinearsi sui progetti in corso e quelli futuri, condividendo risultati, best practice, obiettivi.



I nostri party

Tra le altre iniziative di promozione delle socialità del 2023 segnaliamo un **picnic indoor** e i nostri **Summer e Christmas party**.

A Natale è proseguita anche la tradizione della **Festa dei bambini**, un party con spettacolo di magia e regali per i bimbi fino ai 12 anni di tutti i nostri collaboratori.

Il 2023 è stato, inoltre, l'anno del **30esimo compleanno di Logotel**. Un anniversario importante che è stato festeggiato in più occasioni con brindisi “diffusi” e con la convinzione di continuare a celebrare questa ricorrenza anche nel 2024.

JoYn



Un'iniziativa proseguita anche nel 2023 e volta a favorire la tematica dell'interculturalità è JoYn, **un progetto di scambio aperto a tutti i dipendenti, attivo già da qualche anno, che consente di vivere una settimana in una delle diverse sedi di Logotel Italia, Francia e Spagna.**

JoYn è un'iniziativa che mira a creare una cultura aziendale basata sulla condivisione e sull'arricchimento reciproco. Un progetto di scambio di expertise e di senso, ma anche un'occasione per far conoscere meglio le realtà e le sfide dei diversi team, valorizzare le diversità e divertirsi con colleghe e colleghi di altri Paesi, rendendo vivo e dinamico il nostro Logotel spirit.

Wello, molto più di un canale di comunicazione

Il Logotel spirit trova spazio per esprimersi su Wello, **la nostra piattaforma di comunicazione interna** lanciata nel 2022. Non è solo un canale attraverso cui veicolare informazioni di carattere pratico, utili per lo svolgimento delle nostre attività quotidiane, ma un luogo in cui condividere esperienze, emozioni, in cui intessere e rafforzare le relazioni tra le persone che fanno parte della nostra comunità.

Nel 2023 su Wello abbiamo creato e avviato il **nuovo canale People**, con informazioni utili e video tutorial per orientarsi all'interno della quotidiana attività lavorativa.

Anche nel 2023 abbiamo inoltre utilizzato Wello per dare il benvenuto alle nuove persone di Logotel e salutare le nuove nascite, che allargano la nostra comunità.

Le piccole attenzioni

In una comunità ci si conosce e ci si riconosce a vicenda, prendendosi cura gli uni degli altri.

Nel nostro headquarter di Milano prestiamo sempre attenzione anche a piccoli particolari che aiutano a sentirsi parte di una grande famiglia.

- La “lavagna dei compleanni” si aggiorna per festeggiare assieme queste ricorrenze importanti per le nostre persone;
- servizio “portineria”: il Facility conserva i pacchi personali recapitati ai nostri collaboratori e avvisa del loro arrivo.

Benessere psicologico

Parlando di benessere non si può tralasciare un aspetto sempre più importante all'interno delle organizzazioni: la salute fisica e mentale delle persone. Per aiutare le proprie persone ad affrontare in maniera attiva gli effetti negativi sul piano emotivo degli ultimi anni di pandemia e lo scenario di crescente incertezza economica e geo-politica, nel 2023 Logotel ha stipulato una convenzione con la **piattaforma Ennevolte**, uno strumento a disposizione delle risorse umane per offrire sostegno del reddito e incentivazione delle persone dell'azienda attraverso il risparmio e la qualità delle proposte. Tra i partner di Ennevolte figura anche **Serenis**, piattaforma online che offre consulti con diversi professionisti (psicologi, psicoterapeuti, psichiatri) con l'obiettivo di rendere accessibile il benessere mentale.

Iniziative di carattere sportivo e ricreativo

Nel 2023 sono state favorite anche tutte quelle occasioni di incontro al di fuori dell'ufficio, che in alcuni casi sono state supportate da Logotel direttamente o indirettamente.

- La nostra piattaforma di comunicazione interna, Wello, è stata il volano per supportare le attività di gruppi dedicati alle attività sportive – Logotel conta un folto numero di appassionati di **beach volley** – e ricreative, come ad esempio il gruppo di appassionati di **karaoke**.
- All'interno degli spazi aziendali è proseguito, con la seconda edizione, un **corso di yoga dinamico tenuto in orario extra-lavorativo**.
- Logotel ha partecipato alla manifestazione podistica **Stramilano 2023**, che ha visto la presenza di circa 20 persone della nostra azienda.

Sicurezza

Siamo attenti alla salute di tutti i nostri dipendenti e collaboratori e **promuoviamo attivamente la sicurezza sul luogo di lavoro**, un impegno che proseguiremo anche in futuro in linea con l'importanza assegnata dai nostri stakeholder al relativo tema materiale.

Logotel opera in tutti i suoi ambienti in conformità alle disposizioni di legge, in particolare del D. Lgs. 81/08 per la sicurezza dei lavoratori.

La promozione attiva della sicurezza prevede diverse attività:

- la formazione dei dipendenti e collaboratori;
- l'effettuazione di visite mediche periodiche;
- l'organizzazione e formazione delle squadre di intervento previste dalla normativa;
- il monitoraggio continuo aziendale del RSPP (Responsabile Servizio Prevenzione e Protezione);
- la predisposizione e la diffusione dei documenti del D. Lgs. 81/08.

Nel corso del 2023 sono state intraprese le seguenti iniziative:

- aggiornamento del documento aziendale di Valutazione dei Rischi;
- aggiornamento e redazione delle procedure in tema di sicurezza e salute sui luoghi di lavoro;
- attività di formazione che hanno coinvolto tutti i nuovi assunti.

Segnaliamo infine che, nel corso del 2023, non si sono verificati infortuni sul lavoro al personale dipendente, mentre si sono verificati 3 infortuni in itinere.



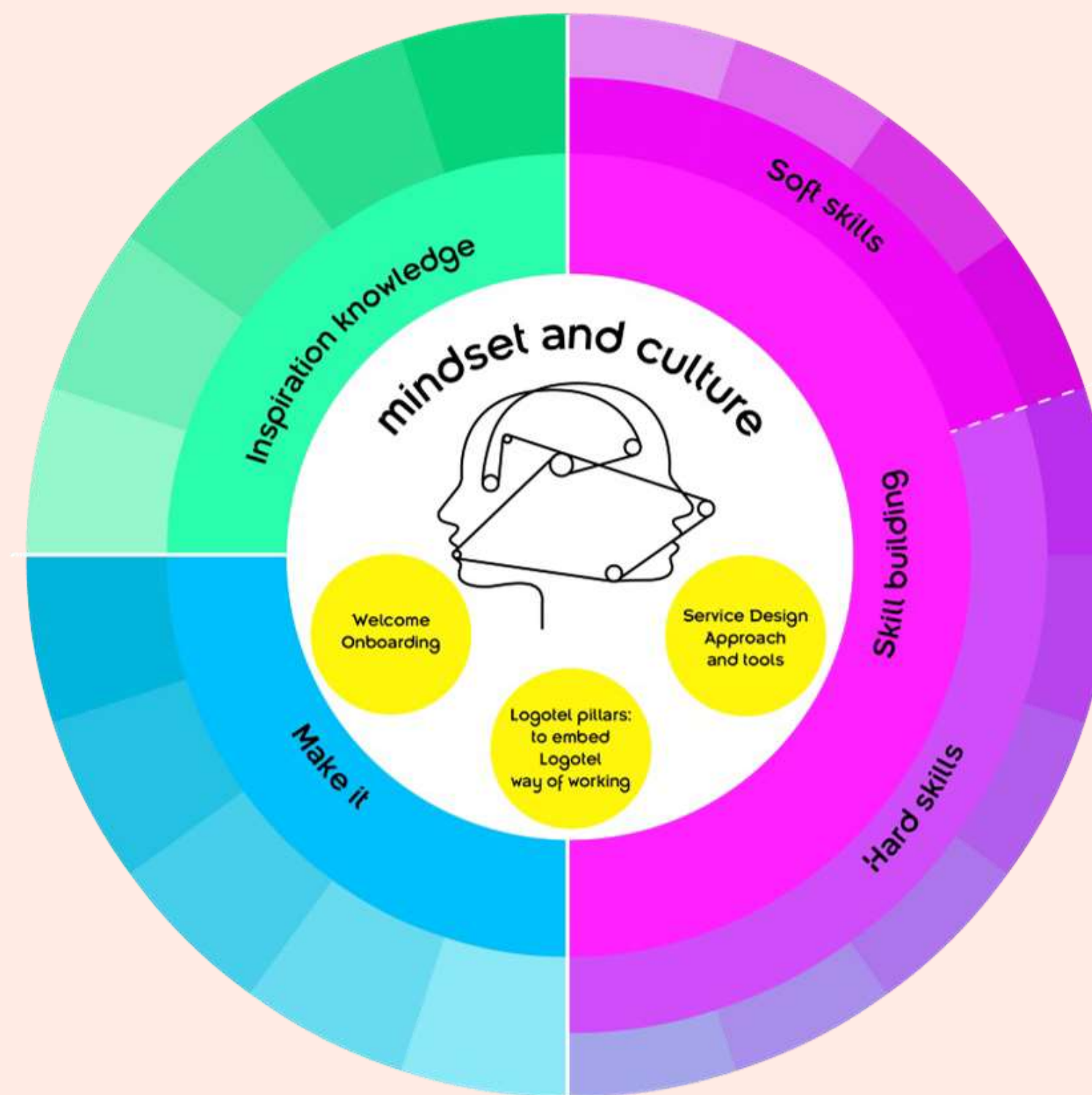
3.3 – LogotelXLogotel e formazione continua

La valorizzazione delle nostre persone è per noi un impegno centrale, che si concretizza in attività di formazione continua e nell'attenzione ai percorsi di crescita.

In Logotel ci prendiamo cura sia di aspetti relativi alle skill individuali e al loro potenziamento, sia di trasmettere il mindset e la cultura della nostra organizzazione in maniera trasversale, al di là delle specifiche famiglie di mestiere.

Abbiamo strutturato una Academy interna che abbiamo chiamato LogotelXLogotel (LxL), che si arricchisce di anno in anno con nuovi appuntamenti, pensati per stare al passo con tutte le innovazioni e fare fronte alla necessità per le nostre persone di sviluppare in modo continuo professionalità e competenze.

Il programma LxL si articola in diverse aree: dallo **sviluppo di un mindset e di una cultura condivisa**, al **potenziamento e allenamento di skill (soft e hard)**; da momenti di **ispirazione e condivisione** della conoscenza, a occasioni per **mettere in pratica le conoscenze apprese** (learning by doing). I percorsi sono a disposizione di tutti, visibili sulla nostra piattaforma di comunicazione interna Wello.



Tra i momenti collettivi di formazione e condivisione della conoscenza si segnalano per importanza, oltre ai già kick-off e alle plenarie, i landscape e le job tribe.

Landscape

I landscape sono **incontri per divulgare il punto di vista Logotel** sui cambiamenti nei settori nei quali operiamo e per **contaminarci con punti di vista esterni**, uno spazio di condivisione di conoscenza e confronto.

Durante i landscape **invitiamo i maggiori esperti in diversi campi** e ci stimoliamo su contenuti attuali e su territori di frontiera, per essere sempre al passo con le innovazioni. Nel 2023 abbiamo organizzato **otto incontri** in modalità mista (ibrida e da remoto), ai quali hanno partecipato complessivamente **oltre 900 persone** (per maggiori dettagli, cfr. Cap. 6).

Job Tribe

Le job tribe sono **momenti formativi e di scambio reciproco** in cui le diverse famiglie di mestiere che convivono all'interno di Logotel condividono e si confrontano, raccontando alle altre persone di Logotel le specificità che contraddistinguono il loro lavoro, i progetti su cui sono impegnate.



Percorsi di crescita

In Logotel offriamo percorsi di carriera chiari, volti alla valorizzazione dei talenti e al riconoscimento di professionalità e competenze, con un'attenzione particolare alle pari opportunità e alla non discriminazione. Abbiamo delineato un **piano di sviluppo individuale e di carriera per tutti i dipendenti** che contiene nel dettaglio la descrizione delle principali mansioni e delle aree di responsabilità connesse a ciascun ruolo, e individua percorsi di crescita sia a livello di expertise, sia a livello manageriale.

I percorsi di crescita vengono valutati sulla base di colloqui periodici, con cadenza almeno annuale, che consentono individualmente di definire gli ambiti del proprio percorso e gli obiettivi da raggiungere. Sulla base del percorso di crescita e dei colloqui vengono determinati i livelli retributivi dei dipendenti.



4. Pillar 2

Impact through Design

Sistematizzare un metodo di impact design e un processo di acquisizione progetti per espandere il portafoglio di attività legate alla Sostenibilità e alla Diversity, Equity e Inclusion

1. – Il nostro metodo progettuale
2. – Case studies in collaborazione con i nostri clienti e partner

■ Numeri chiave

48 badge

erogati per persone Logotel
in partnership con POLI.design

250.000 persone

il target potenziale che possiamo
raggiungere attraverso le nostre
45 Business Community

■ Temi materiali

Progettiamo impatti:
performance economiche

Siamo i nostri valori:
etica e trasparenza

Siamo indipendenti,
in ogni scelta che compiamo

Ci prendiamo cura dei nostri dati e di quelli
dei clienti: privacy e sicurezza dei dati

Crediamo nella collaborazione:
centralità del cliente

Generiamo impatti insieme: accompagniamo i
clienti e le loro persone al cambiamento

■ Obiettivi chiave

Anticipare i need emergenti, potenziali e inespressi

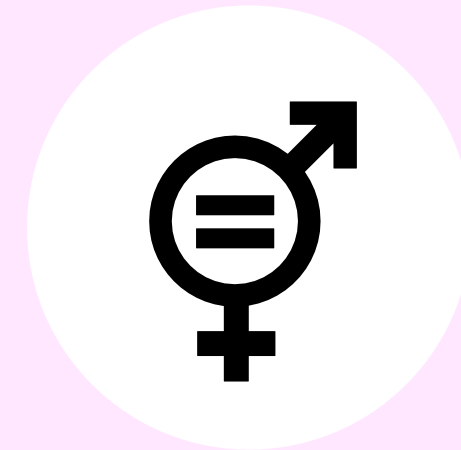
Stimolare i nostri clienti verso soluzioni sempre più inclusive e sostenibili

Sviluppare strumenti per la progettazione inclusiva, in grado di coinvolgere e valorizzare le diversità

Supportare l'adozione e rafforzare comportamenti in grado di generare impatti positivi

Innescare processi trasformativi orientati alle comunità, ambienti e territori

■ SDGs



5
parità
di genere



13
lotta contro
il cambiamento
climatico

4.1 – Il nostro metodo progettuale

Il contesto in cui operiamo è sempre più complesso e interdipendente. Siamo nel mezzo di grandi trasformazioni che riguardano l'ecologia, l'energia, il digitale, la mobilità, l'economia e il lavoro. Le grandi transizioni, oltre a generare impatti per il business, hanno ricadute sugli ecosistemi e le comunità. Per poter accompagnare i nostri Clienti a cogliere la portata di queste sfide e orientarle verso la generazione di impatti positivi, nel 2023 abbiamo aggiornato il nostro metodo di progettazione, l'Impact design.

Crediamo nel design che mette al centro non solo le persone ma anche le comunità – **People & Community driven**. Interpretiamo i loro bisogni, progettando per loro nuove azioni, esperienze, storie. Questo è il nostro perimetro di azione.

L'Impact design ci permette di abilitare persone, organizzazioni, ecosistemi all'innovazione e a comportamenti nuovi, entrando nel merito di ciò che le motiva, allenando nuove sensibilità e nuovi spazi interpretativi.

L'Impact design ci consente di generare impatti positivi e ottenere **risultati concreti e misurabili**.

Progettiamo con un processo



Strategy

from visioning to ideation.

Vedere il problema, la situazione da punti di vista diversi per definire la direzione e dare forma al senso, al «centro di gravità».

Design

from concept to unique experience and implementation.

Dare forma a contesti abilitanti per agire e realizzare le idee di ecosistemi di servizi, esperienze, piattaforme, scelte.

Life

from launch to continuous improvement.

Accompagnare e animare gli scambi nel quotidiano.

Nel corso del 2023 il nostro metodo progettuale è stato al centro di un corso universitario presso il Politecnico di Milano con il titolo **Impact Design: Shaping Community-driven Organizations**. Questo percorso, che rientra tra i corsi elettivi per le lauree magistrali in Design, ha visto il coinvolgimento di persone di Logotel, dei nostri partner e Clienti (cfr. Cap. 6).



Abbiamo definito, insieme al nostro partner POLI.design, percorsi formativi incentrati su tematiche quali design thinking e temi di frontiera legati al mondo del design, che abbiamo offerto alle nostre persone. Nel corso del 2023, insieme a POLI. design, abbiamo erogato 48 badge che certificano le competenze acquisite.

Grazie alla tecnologia della blockchain, questi badge sono a tutti gli effetti certificazioni uniche che rimangono legate alle persone che le hanno acquisite anche se un domani dovessero decidere di cambiare azienda.

Nel 2023 abbiamo esteso questa opportunità anche ai nostri Clienti, proponendo i corsi (ed i relativi badge per certificare le competenze acquisite) alle loro persone. Quella tra Logotel e POLI.design (1° realtà in Italia nel campo del Design) è una partnership nata per attivare l'avanguardia del Design all'interno delle organizzazioni.

Perché l'innovazione non è mai solitaria: è necessario partecipare a una rete di conoscenza ed eccellenza. POLI.Design riconosce LOGOTEL come unica realtà Europea per formare e certificare people community sulla Design culture.

La sistematizzazione di un nuovo metodo non è limitata alla teoria, ma è una sfida che si concretizza in un nuovo approccio al nostro portafoglio clienti. Nel 2023 abbiamo avuto modo di intercettare, con clienti storici e con nuovi partner, **un numero sempre maggiore di progetti con focus primario incentrato sui temi della sostenibilità e della DEI**. Questa strategia ci ha permesso di sperimentare e accrescere costantemente la nostra expertise su questi temi.

Supportare questo tipo di attività implica scelte non convenzionali di acquisizione clienti. Per questo motivo, ogni progetto con questo focus prende in considerazione diversi criteri di valutazione della marginalità, con una strategia di co-investimento variabile rispetto ai progetti for-profit tradizionali.

Poiché per generare impatti positivi è importante non causare danni agli ecosistemi, è cresciuta contestualmente l'attenzione verso i nostri fornitori, dei quali, anche considerando il nostro nuovo Codice etico, ci impegneremo sempre di più a verificare il rispetto delle normative fondamentali sulla tutela dell'ambiente e dei diritti individuali.

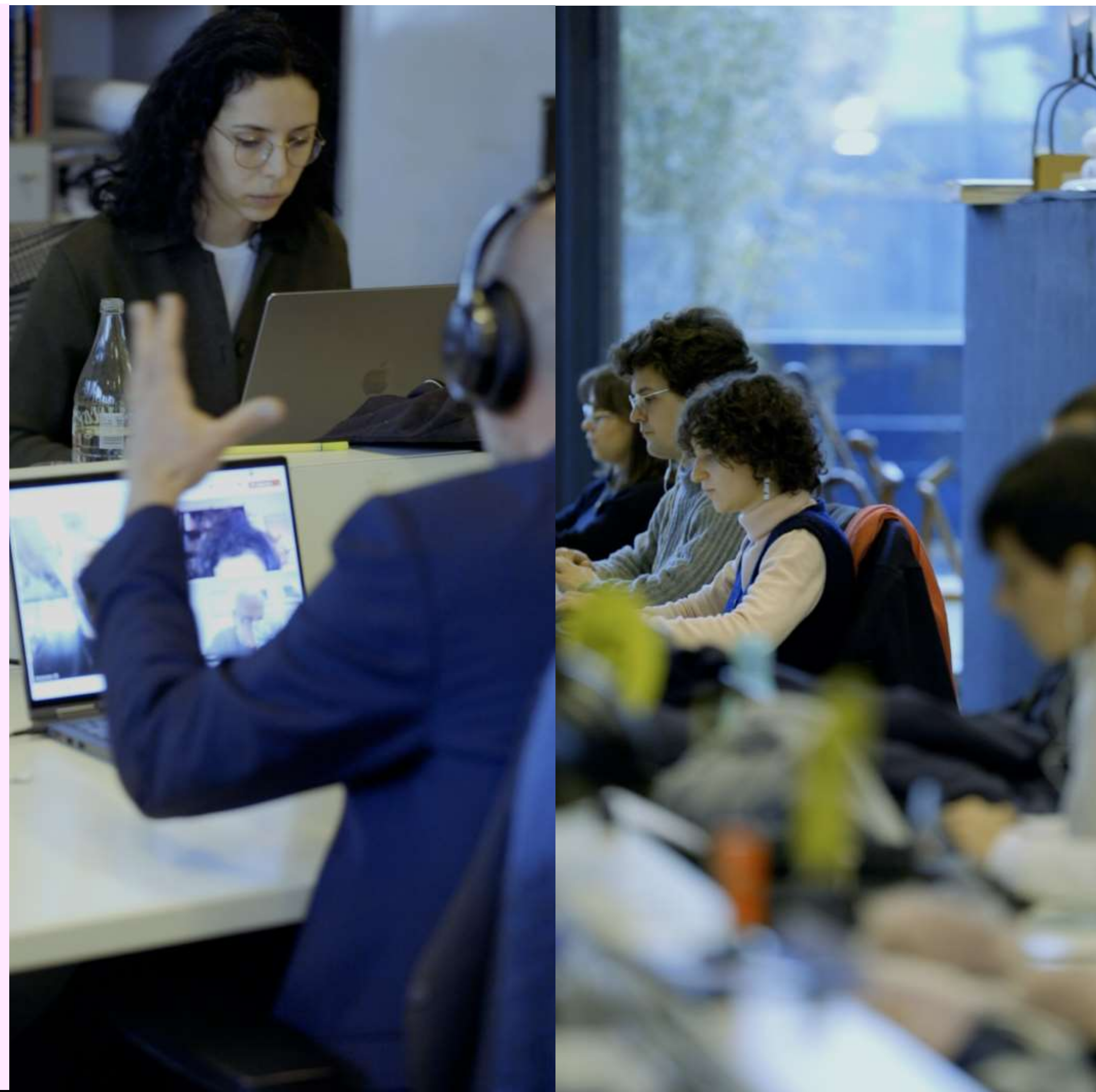


4.2 – Case studies in collaborazione con i nostri clienti e partner

La sostenibilità è sempre più insita nel DNA di ciò che facciamo: è presente nelle diverse fasi di vita dei progetti, dalla *strategy* al *life*. **I temi ESG trovano sempre più spazio all'interno delle nostre Business Community** nei contenuti, nei palinsesti e nelle attività che progettiamo.

Nel corso del 2023, abbiamo lavorato con diversi clienti per ingaggiare e formare le loro persone sulla DEI, ad esempio creando un **percorso dedicato all'accoglienza delle persone con disabilità in negozio**, supportando un brand fashion per raggiungere la **Certificazione della Parità di Genere**, formando team aziendali alla **scrittura di contenuti inclusivi**, attivando una community aziendale di interesse per supportare **la Community LGBTQI+ all'interno dell'organizzazione**.

Dal momento che quella di Logotel è una cultura “del progetto”, **vogliamo raccontare 3 sfide importanti legate ai temi ESG dei nostri clienti**, a cui abbiamo risposto grazie alle metodologie del design.



Intesa Sanpaolo – Finanza Insieme

Finanza Insieme è una piattaforma digitale gratuita, dedicata a chi vuole allenarsi a prendere decisioni più consapevoli quando si parla di scelte finanziarie. Anche i temi più complessi vengono affrontati in modo chiaro e semplice e, grazie a esempi pratici tratti dalla vita di tutti i giorni, lettori e lettrici possono riflettere su come emozioni e attitudini influiscano sulle loro scelte.

A partire da **un’analisi qualitativa e quantitativa che ha coinvolto più di 1.000 persone**, Logotel ha lavorato alla produzione dei contenuti insieme alla Direzione Studi e Ricerche di Intesa Sanpaolo, **collaborando con un team di oltre 15 esperti** di finanza, psicologia comportamentale, antropologia e demografia. Dopo più di 1.400 ore di test e simulazioni, il risultato è un’esperienza personalizzata, interattiva e dinamica, che offre **più di 300 contenuti multimediali e oltre 150 esercitazioni su 6 diversi ambiti tematici**: risparmio, investimento, rischio, assicurazione, previdenza e credito.

Un percorso per promuovere una maggiore inclusione finanziaria e accompagnare chi vuole mettersi alla prova nella progettazione di un futuro sostenibile per sé e per la comunità in cui vive.

Il progetto è stato finanziato da Intesa Sanpaolo.
Per maggiori informazioni, invitiamo a visitare la piattaforma:
<https://www.finanzainsieme.com/>

- **5.766 iscritti a Finanza Insieme dal lancio al 31/12/2023** (lancio a metà settembre 2023)
- **19 figure professionali Logotel coinvolte**
- **Oltre 10.000 ore di lavoro** dal 2022, tra progettazione ed erogazione



Valore D - Younicity

Younicity è la piattaforma di servizi di Valore D – la prima associazione di imprese in Italia che promuove una cultura inclusiva per la crescita delle organizzazioni del nostro Paese.

L'obiettivo di Younicity – che è stata ideata, co-progettata e realizzata insieme a Logotel – è quello di diventare **la community di riferimento rispetto alle tematiche di Diversità, Equità e inclusione**. In questo luogo virtuale, accogliente e inclusivo, **le persone delle aziende associate a Valore D possono formarsi e informarsi, scambiarsi buone pratiche, e mettersi in gioco** grazie a contenuti, esperienze e approfondimenti autorevoli e ingaggianti.

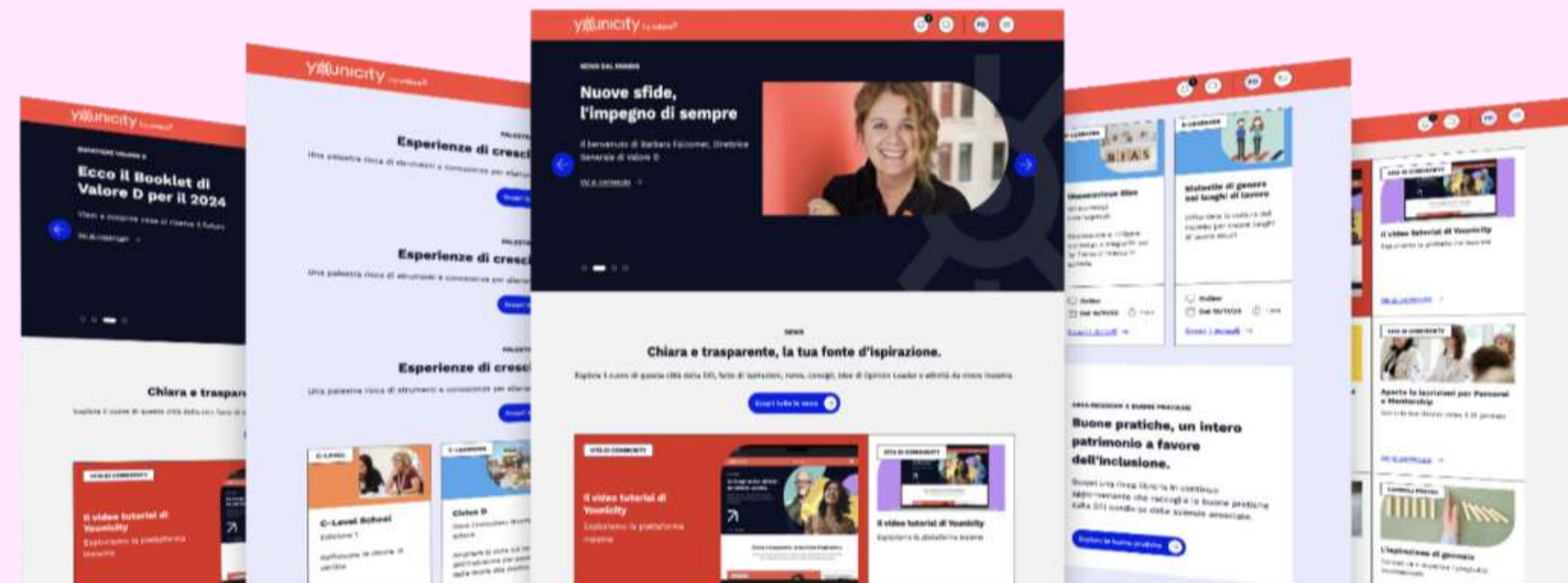
Durante tutte le fasi del progetto, dall'analisi al design, dallo sviluppo ai test, **abbiamo coinvolto le aziende associate a Valore D, raccogliendone i bisogni, i desideri e i suggerimenti, per costruire un ambiente che potesse davvero rivelarsi utile per tutte le necessità.**

Younicity è stata progettata e realizzata per essere un ambiente accessibile, senza barriere di alcun tipo, ed è **conforme alle linee guida per l'accessibilità dei siti Web WCAG 2.1 AA**. La progettazione ha visto il disegno di oltre 20 flussi di experience e 190 test eseguiti prima del go-live.

Il progetto ha visto una percentuale di co-investimento Logotel. **La community è stata ufficialmente lanciata il 15 novembre 2023.**

- Pubblico potenziale di **oltre 350 aziende associate a Valore D per un totale di oltre 2 milioni di user**
- **36 figure professionali Logotel coinvolte**
- **Oltre 8.500 ore di lavoro** tra progettazione, sviluppo e produzione di contenuti

younicity



Generali – TIME FOR HACKTION

L'hackathon di Generali per un futuro sostenibile

Generali ha scelto Logotel come partner per organizzare, disegnare e facilitare i lavori di un hackathon strategico sui temi della **sostenibilità**, con l'obiettivo di creare consapevolezza diffusa sul valore della sostenibilità a tutti i livelli dell'azienda e attivare un processo di generazione di idee attorno a questo tema.

Sono state identificate **4 sfide**:

1. **Sostenibilità ambientale, clima e transizione energetica**
2. **Invecchiamento della popolazione e nuove generazioni**
3. **Inclusione sociale e Terzo Settore**
4. **La sostenibilità come pensiero e cultura**

Abbiamo progettato **un programma di formazione, induction e incontri con esperti di sostenibilità**, per permettere ai partecipanti di approfondire il tema e prepararsi al massimo delle possibilità.

L'hackathon ha visto **2 giorni di lavoro no stop in cui 128 partecipanti selezionati, divisi in tavoli da 8 persone**, hanno lavorato insieme per rispondere con soluzioni originali alle sfide proposte.

L'evento, finanziato da Generali, è stato disegnato con l'aiuto di fornitori e partner per rispettare i principi della sostenibilità, calcolando e riducendo, laddove possibile, la carbon footprint.

- **128 partecipanti, 20 facilitatori, 16 advisor, 147 persone di staff, 454 partecipanti da remoto, 27 membri della giuria**
- **Oltre 20 figure professionali coinvolte per 900 ore di lavoro** tra progettazione ed erogazione



5. Pillar 3

Impact on and through communities

Espandere il perimetro delle nostre attività community-driven per generare impatti positivi sui territori e valorizzare l'effetto rete

1. – Social impact
2. – Iniziative community-driven
3. – Charity

■ Numeri chiave

+85.000 euro

totale donazioni, sponsorizzazioni e corrispettivo ore Logotel per associazioni ed enti del Terzo settore

6

numero di realtà del Terzo settore con cui abbiamo collaborato (Fondazione don Gino Rigoldi, AIRC, Made in Lambrate, Associazione Piano City Milano, Associazione Open House Milano, Il Sorriso)

■ Temi materiali

Ci prendiamo cura della collettività:
supporto ad associazioni e comunità locali

Generiamo cambiamento, insieme: creazione e sviluppo di relazioni e reti con le comunità locali

Alimentiamo relazioni di valore:
attivazione e sviluppo di partnership

■ **Obiettivi chiave**

Territori

Generare impatti positivi sui territori.

Reti

Valorizzare l'effetto rete di territori e comunità.

Comunità

Sensibilizzare le nostre community.

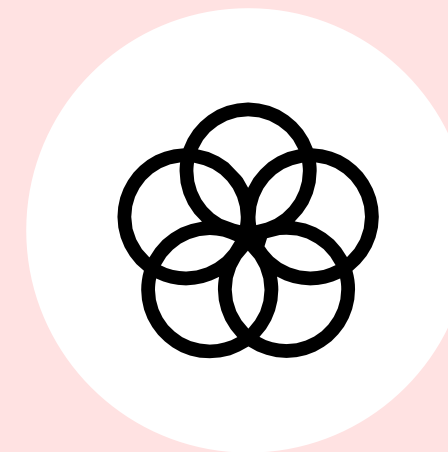
Valori

Diffondere i valori chiave dei progetti community-driven.

■ **SDGs**



11
città e comunità sostenibili



17
partnership per gli obiettivi

Lo sviluppo di community è storicamente uno dei pilastri fondamentali delle attività di Logotel, che oltre 20 anni fa ha intuito per prima al mondo come questa dimensione potesse creare una connessione diretta tra un brand e le sue persone, generando senso di appartenenza e orientandole verso una direzione comune.

Negli ultimi anni stiamo assistendo alla **nascita di nuove dinamiche sociali legate a comunità che si situano non solo dentro, ma anche fuori dagli spazi di business** in cui tradizionalmente Logotel opera. Questi nuovi spazi progettuali si prestano in maniera rilevante a unire aree di esperienza Logotel con opportunità per la generazione di impatti positivi, in particolare quelli coerenti con gli Obiettivi 11 e 17 dell'Agenda 2030 della Nazioni Unite, dedicati rispettivamente alle città e comunità sostenibili e alla partnership per obiettivi.

Nelle community si intersecano le dimensioni for-profit e sustainability-oriented che vogliamo coltivare insieme. Crediamo che la dimensione di comunità, come base delle relazioni umane e dello sviluppo del benessere al di fuori delle dimensioni individualistiche, sia un'area centrale per l'evoluzione delle nostre business community e delle altre realtà del territorio, inteso come insieme di comunità in rete tra loro.

Ampliare la prospettiva, adottando un **approccio People & Community driven**, è parte integrante del nostro metodo progettuale (Cfr. Cap 4) ed è a nostro avviso la chiave per affrontare le grandi sfide sistemiche e le trasformazioni nelle quali siamo immersi.

Abbiamo esplorato questo approccio anche sul fronte della ricerca, dedicando al concetto di comunità trasformativa il sedicesimo quaderno di **Weconomy**, il nostro progetto sull'economia collaborativa. Il volume, dal titolo **“Una visione completamente diversa”**, è stato pubblicato nel corso del 2023 e raccoglie i contributi di esperti, professori universitari, progettisti e clienti del mondo community di Logotel, uniti alla nostra ultraventennale conoscenza ed esperienza sulla materia (cfr. cap. 6).

5.1 – Social impact

■ Collaborazione con la Fondazione Don Gino Rigoldi

La Fondazione Don Gino Rigoldi cerca di rispondere a chi si trova in difficoltà: attiva nelle periferie milanesi, si rivolge ai giovani, soprattutto a ragazze e ragazzi che si trovano ai margini, esclusi per motivi sociali, economici e culturali dalla possibilità di avere un progetto di vita, e alle loro famiglie, quando ci sono.

Impegnata a favorire l'inclusione sociale di chi è meno fortunato, insieme ai suoi partner si occupa di formazione e ricerca lavoro, cura dei minori e delle famiglie in stato di bisogno, sostegno ai migranti e reinserimento sociale dei giovani in uscita da un percorso penale, promozione delle risorse giovanili e della cittadinanza attiva.

Logotel è amica della Fondazione dal 2017 e dal 2021 collabora a diverse iniziative per contribuire agli obiettivi di questa importante realtà del Terzo settore. A seconda dei progetti, la collaborazione può essere pro-bono o prevedere una percentuale di co-investimento.

Anche nel 2023 la nostra azienda ha confermato il proprio impegno con la Fondazione - nata dalla visione del suo carismatico fondatore, Don Gino Rigoldi - supportandola in particolare in due ambiti:



1. Anche nel 2023 Logotel ha rinnovato il suo impegno con la Fondazione partecipando a Palestra di Competenze.

L'iniziativa, inserita all'interno del programma **Credito al Futuro** e giunta alla sua quarta edizione, ha visto le persone volontarie di Logotel impegnate con le ragazze e i ragazzi partecipanti in **attività di formazione sui temi dell'alfabetizzazione informatica e orientamento al lavoro, come la ricerca attiva di opportunità di lavoro, la stesura del proprio CV e la preparazione del colloquio.**

È possibile scoprire di più sul progetto della Fondazione Don Gino e sul contributo attivo di Logotel leggendo il caso studio sul sito:
<https://www.logotel.it/progetti/casi-studio/don-gino-rigoldi/>

Per questa attività Logotel ha previsto un monte ore di volontariato d'impresa delle proprie persone.

- **9 volontarie e volontari Logotel** che hanno messo a disposizione le loro expertise
- **6 incontri da 4 ore ciascuno**
- **Appuntamento conclusivo in Logotel** per celebrare insieme e permettere ai ragazzi e alle ragazze di registrare il loro video-CV



2. Nel 2023 la Fondazione Don Gino Rigoldi si è rivolta a Logotel, chiedendoci di supportarli nella riprogettazione della comunicazione istituzionale, andando a creare un sistema unificato e coerente che riflettesse l'identità unica della Fondazione, declinato in quattro principali touchpoint:

- **Redesign del Bilancio Sociale**
- Sviluppo del **nuovo sito web** con contenuti, struttura e UX/UI rinnovata
- Realizzazione di un nuovo **video istituzionale** e **shooting fotografico** dei progetti della Fondazione
- Realizzazione di una **brochure istituzionale**

A settembre 2023, abbiamo realizzato il Bilancio Sociale, con un nuovo concept grafico, partendo dall'identità della Fondazione.

L'attività è stata realizzata attraverso un co-investimento tra la Fondazione e Logotel.

Nel corso del 2024, proseguirà l'impegno di Logotel per supportare la Fondazione nella sua comunicazione istituzionale. Il lancio del nuovo sito web è previsto per febbraio 2024.



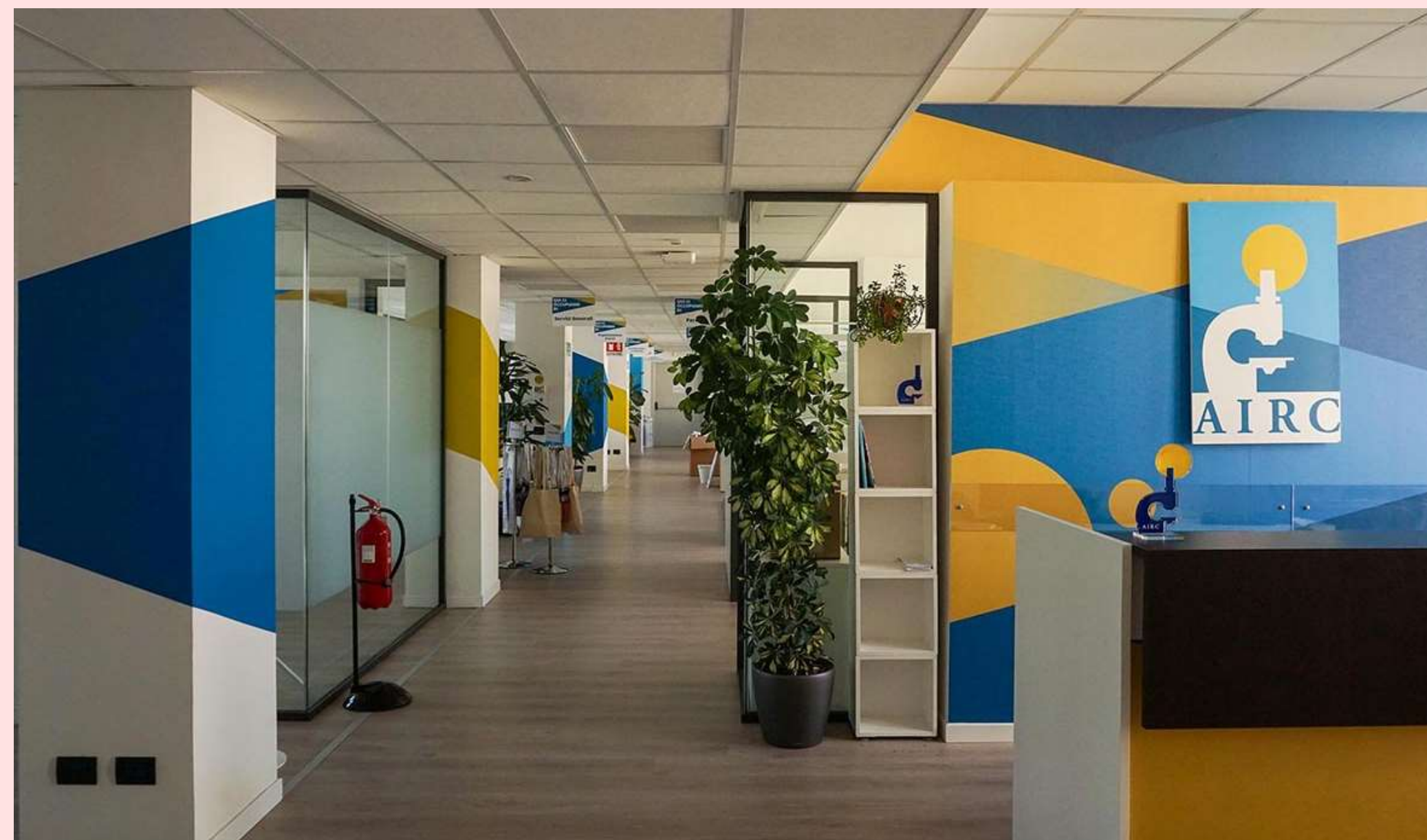
■ Identità e allestimento spazi AIRC

Il progetto, ha avuto come obiettivo quello di **personalizzare e rendere fruibili gli spazi della sede di Fondazione AIRC a Milano**, creando un sistema di comunicazione per permettere di **navigare gli spazi e di scoprire la storia, i valori, la mission e l'intero ecosistema di AIRC**.

Il progetto, costruito in collaborazione con un team di persone AIRC, oltre ad avere un impatto positivo su chi vive questi spazi rafforzando l'identità e la missione, è stato presentato **il 15 Settembre 2023 a oltre 150 persone di AIRC** provenienti da tutte le regioni d'Italia, **che si sono ritrovate nella nuova sede per scoprire i nuovi allestimenti, ripercorrere la storia e le principali tappe della Fondazione e partecipare da protagonisti alla personalizzazione degli spazi attraverso una attività di *guerrilla***.

- **4 piani allestiti** con la nuova identity di AIRC
- **6 figure professionali Logotel e 15 persone di AIRC coinvolte**

L'attività è stata realizzata attraverso un co-investimento tra AIRC e Logotel.





5.2 – Initiative Community-driven

■ Nuove attività di Made in Lambrate

Made in Lambrate è la **community territoriale ancorata alla dimensione fisica del quartiere che ospita il nostro headquarter**. Il progetto per supportare questa realtà è partito nel 2013 con l'obiettivo di valorizzare Lambrate per farne il polo di riferimento a Milano per la cultura quotidiana del "fare creativo", in linea con la vocazione che da sempre contraddistingue questo territorio.

Nel 2014 **Logotel ha contribuito a costituire l'Associazione Made in Lambrate**, a tutt'oggi riconosciuta dal Comune di Milano come "gruppo informale" e iscritta nell'apposito albo. Nel corso degli anni l'associazione, con il supporto di Logotel, ha dato luogo a un laboratorio di produzione e sperimentazione permanente, in aperta e continua conversazione da una parte con le realtà locali attraverso un diretto e attivo coinvolgimento della cittadinanza e delle istituzioni, dall'altra con quelle globali.



Nel 2023 Logotel ha supportato l'associazione in alcune attività, e nello specifico:

- nell'iniziativa Ventura Contemporary Art, con la realizzazione di una locandina che aggrega gli opening delle gallerie d'arte del quartiere per farle conoscere ai cittadini;

- nel supporto a piccole iniziative di quartiere come il "Sabato di Lambrate", festa di strada ricorrente che nel 2023 ha celebrato la sua 51esima edizione;

- ospitando e organizzando nella propria sede incontri con un'altra realtà territoriale, Aedicola, volti a valutare l'ampliamento del board dell'associazione a nuove persone residenti nel quartiere e la creazione di sinergie per fare rete.

Il 2023 è stato un anno particolare per Lambrate che ha festeggiato – come altri vecchi borghi del Milanese – il centenario dell'annessione al Comune di Milano. **Logotel ha supportato Made in Lambrate nell'interlocuzione con il Municipio 3 del Comune di Milano**, per valutare la fattibilità di alcuni progetti che potrebbero essere realizzati in futuro.

Nell'ambito delle iniziative per il centenario, Logotel e Made in Lambrate hanno inoltre organizzato un evento in collaborazione con **Open House Milano**, associazione culturale impegnata da anni nella promozione di luoghi di rilevante interesse architettonico e artistico di Milano.

Domenica 1° ottobre **Logotel ha aperto i propri spazi di via Ventura 15 ai cittadini**, raccontando loro la storia nascosta nelle mura e negli ambienti che in passato hanno ospitato l'azienda produttrice di macchine da caffè Faema. Un centinaio di persone circa hanno partecipato a visite guidate: ad accoglierle e accompagnarle un team di Logotel e i volontari di Open House Milano.

Per questa attività Logotel ha previsto un monte ore di volontariato d'impresa delle proprie persone.



■ Piano City Milano 2023

Nel 2023 **Logotel** è stata supporter di **Piano City Milano**, il primo festival diffuso della città nato nel 2011, ospitando **4 concerti gratuiti nei propri spazi**. Piano City è promosso e realizzato dal Comune di Milano e dall'associazione senza fini di lucro Piano city Milano, con l'obiettivo di promuovere la musica attraverso eventi culturali diffusi in ogni luogo della città.

Logotel è stata inserita nei materiali di comunicazione dell'evento (comunicato stampa ripreso su diverse testate giornalistiche, leaflet, totem e social network) ed è stata invitata alla conferenza stampa di presentazione, tenutasi a Palazzo Marino.

Il coinvolgimento di persone, aziende e comunità è da sempre al centro del nostro approccio: aprire i nostri spazi agli abitanti del quartiere che ci ospita e a tutti i milanesi ci è sembrata l'occasione giusta per dimostrare come la collaborazione possa generare impatti positivi per tutti.

Domenica 21 maggio, dal mattino fino al pomeriggio, i pianisti Elisa D'Auria, Claudio Maviglia, Carlo Morena e Noa Fort si sono esibiti davanti a persone di Logotel, ai nostri clienti e a tutti i cittadini che si sono prenotati. Le note che si sono liberate dal pianoforte posizionato al centro del nostro Wespace sono state un intenso richiamo alla nostra poetry, Free (Y)our voice.

Per questa attività Logotel ha previsto una sponsorizzazione e un monte ore di volontariato d'impresa delle proprie persone.

Collaborazione con il Centro “Sorriso”

Il Centro Sorriso è un centro socio ricreativo culturale per anziani, che opera nel Municipio 3 ed è un punto di riferimento per gli abitanti del quartiere e non solo. Offre diverse attività e servizi per il benessere e la socializzazione degli anziani, come corsi di danza, ginnastica, laboratori creativi.

Logotel viene ingaggiata per contribuire a informare, formare e accompagnare gli iscritti al Centro per migliorare il loro rapporto con il Digitale. L'obiettivo è di rendere gli anziani più autonomi e partecipi nella società digitale, migliorando la loro qualità della vita.

Nel corso del 2023, **Logotel ha dedicato 5 figure professionali ed un totale di oltre 90 ore lavorative per:**

- **Attivare uno sportello di supporto digitale insieme alle associazioni Paloma 2000 e Auser**
- **Supportare il centro nella comunicazione digitale** per raccontare le iniziative ai membri e raggiungere nuovi iscritti, formando lo staff per operare in autonomia
- **Abbiamo inoltre donato un laptop al Centro** per facilitare l'accesso al web e alle applicazioni digitali

Per questa attività Logotel ha previsto un monte ore di volontariato d'impresa delle proprie persone.

L'angolo del benessere informativo e digitale

Dove
Qui al Sorriso
Quando
Ogni martedì, dalle 15 alle 17.30



L'Assistente Sociale della Cooperativa Paloma 2000 Onlus e esperti digitali sono a tua disposizione per darti informazioni per il tuo benessere sociosanitario e per aiutarti con i servizi digitali

Ti aiutiamo, ad esempio, nella richiesta di:

- esenzione del ticket
- assegno di invalidità
- assistenza domiciliare

Ti informiamo su tutti gli esami per tenere sotto controllo la tua salute

Ti supportiamo con tutti i servizi online per:

- prenotare una visita medica, consultare il tuo fascicolo sanitario
- farti portare la spesa a casa
- scaricare il CUD o un certificato anagrafico
- e altro ancora!

Prenota il tuo appuntamento in segreteria per un incontro individuale con gli esperti

ti aspettiamo!

Perché fare le cose insieme è più facile



Altre iniziative charity nel corso del 2023

- Logotel ha partecipato come punto di raccolta, per il quarto anno consecutivo, all’iniziativa benefica “Scatole di Natale per i bisognosi”.
-
- Nel 2023 è proseguito inoltre il nostro sostegno alle due famiglie di profughi ucraini accolte nei nostri spazi a partire da aprile 2022. L’azienda continua a seguire il percorso di integrazione delle famiglie, sia a livello burocratico sia lavorativo.

Complessivamente il valore delle donazioni, delle sponsorizzazioni e del corrispettivo ore di Logotel per le attività del Pillar 3 nel 2023 è stato di oltre 85.000 euro, suddiviso tra le seguenti associazioni:

- Fondazione don Gino Rigoldi;
- AIRC;
- Made in Lambrate;
- Associazione Piano City Milano;
- Il Sorriso.

6. Pillar 4

Impact on and through knowledge

Alimentare una visione di futuro inclusiva attraverso la condivisione della conoscenza, con iniziative cross-mediali sempre gratuite e accessibili

1. – Ricerca e sperimentazione
2. – Partecipazione a report ed eventi a tema sostenibilità
3. – Laboratori di ricerca e competence center
4. – Partnership
5. – Collaborazioni con il mondo accademico

Numeri chiave

16

quaderni di Weconomy, il nostro progetto editoriale sull'economia collaborativa attivo dal 2009, disponibili in modalità open-source

8

Landscape organizzati nel 2023, percorsi narrativi per divulgare il nostro punto di vista sui cambiamenti nei settori nei quali operiamo

+900

i partecipanti ai nostri Landscape

+178.000 euro

risorse dedicate alle attività di ricerca

Temi materiali

Ci prendiamo cura di ciò che diciamo: comunicazione responsabile

Ispiriamo e nutriamo una visione inclusiva del futuro per tutti: cultura open-source e condivisione della conoscenza

Accogliamo in maniera critica l'innovazione, esplorando nuove frontiere e sfruttando la conoscenza per costruire un futuro migliore

Creiamo connessioni all'interno del nostro ecosistema con esperti ed eccellenze, per alimentare il nostro impegno costante alla ricerca

■ Obiettivi chiave

Cultura Open Source

Per alimentare una visione di futuro inclusiva.

Partnership

Collaborazione con attori che permettano di diffondere conoscenza ed espandere la nostra visione.

Condivisone

Per far comprendere la portata delle trasformazioni al più ampio numero di persone possibile.

Sperimentazione

Per esplorare le frontiere della conoscenza.

■ SDGs



4
istruzione
di qualità

Sostenibilità per Logotel significa anche alimentare una visione di futuro desiderabile, che sia sostenibile e inclusiva.

Una prospettiva possibile solo se si riescono ad affrontare e comprendere le trasformazioni in corso e se si riesce a dare forma alle sfide del futuro. Per farlo, crediamo che siano fondamentali le dimensioni della conoscenza, della ricerca e della sperimentazione: esplorare, confrontarci con punti di vista differenti, divulgare i nuovi saperi e condividere i risultati delle nostre attività sono le direttrici che seguiamo in tutti i nostri progetti di ricerca.

Anche in questo caso la dimensione partecipativa è fondamentale: **sviluppiamo partnership con attori che permettono di espandere la nostra visione e portiamo avanti le nostre attività di ricerca e divulgazione culturale in formato open access**, in maniera da condividere idee e conoscenza col più ampio numero di persone possibile.



6.1 – Ricerca e sperimentazione

Le trasformazioni profonde in cui siamo immersi hanno bisogno di spazi di comprensione partecipativi e inclusivi.

Per questo motivo Logotel esplora dal 2012 l'avanguardia delle trasformazioni con il progetto Horizon e le opportunità dell'economia collaborativa dal 2009 con Weconomy.

■ Horizon

Next Horizon è un ecosistema costruito in oltre 10 anni di esperienza. È **un laboratorio di ricerca permanente, frutto di una collaborazione multidisciplinare con personalità autorevoli** con diversi ruoli e competenze: manager, imprenditori, ricercatori, antropologi, sociologi, futurologi, semiologi, designer, filosofi, semiologi, psicologi, medici, fisici. Horizon dà vita a progetti cross-mediali per intercettare i cambiamenti nella creatività, nel design e nel business. È un osservatorio per esplorare l'avanguardia delle trasformazioni nel mondo del lavoro, della mobilità, dell'intelligenza artificiale e di altri territori di frontiera, per allenare nuovi punti di vista e interpretare i cambiamenti nei comportamenti delle persone e delle comunità, nelle organizzazioni e nella società.

Nel 2023 sono stati realizzati open mind su temi quali Retail, Sustainability, Mobility, People, Work ed è stato realizzato un prodotto di mappatura dei trend/correnti di contesto/mercato e sulle evoluzioni del settore dei servizi.

Nel 2023, **ai progetti che rientrano nella cornice di Horizon, sono state dedicate risorse per oltre 45.000 euro.**

■ Weconomy

Weconomy è **il progetto editoriale di punta di Logotel, nato nel 2009 e portato avanti da allora in una logica open-source e non-profit.** Weconomy è il nostro network dedicato all'economia collaborativa: con un sito e una collana di pubblicazioni sviluppa connessioni con manager, imprenditori, designer, ricercatori e maker per aumentare la vision dei nostri progetti.

Dal 2009 sono stati oltre 170.000 i quaderni scaricati, con 618 articoli pubblicati e un network di collaboratori che conta 280 autori.

Nel 2023 abbiamo pubblicato il sedicesimo numero di Weconomy, intitolato **“Una visione completamente diversa. Prospettive People & Community centred per generare trasformazioni positive”**. Il volume esplora un nuovo approccio progettuale, centrato sulle persone e sulle comunità, utile per orientarsi nel mezzo delle grandi transizioni in atto - energetica, ecologica, digitale - e poter generare impatti positivi.

"Una visione completamente diversa" offre un duplice sguardo sul concetto di comunità: da un lato condensa oltre 22 anni di esperienza di Logotel nella progettazione, animazione e cura delle community, dall'altro offre una prospettiva multidisciplinare sul ruolo positivo delle comunità nel modo in cui lavoriamo, nel design di organizzazioni e aziende, nello sviluppo di prodotti e servizi e nell'evoluzione dei comportamenti delle persone.



Nel quaderno abbiamo condiviso 12 progetti realizzati in collaborazione con i nostri clienti, utili a comprendere la versatilità, l'utilità e i benefici di un approccio People & Community centred negli ecosistemi aziendali, sui modelli di collaborazione, di apprendimento e di gestione del cambiamento. Per avere una prospettiva plurale, sfaccettata e contemporanea sulle comunità abbiamo inoltre coinvolto la nostra rete internazionale di oltre 40 esperti, filosofi, sociologi, psicologi, designer, imprenditori e maker.

Il nuovo quaderno è stato stampato in 2.000 copie su carta certificata Fsc per ridurre il nostro impatto ambientale. Per la stampa ci siamo rivolti a un'azienda grafica del quartiere di Lambrate, creando così una sinergia positiva con la comunità locale.

Il sedicesimo numero di Weconomy è stato ufficialmente presentato a ottobre nel corso di un **evento organizzato in Logotel nella cornice della Milano Digital Week**. All'evento hanno partecipato oltre 60 tra clienti, partner e autori che hanno collaborato al progetto editoriale.

Per le attività connesse al progetto Weconomy, nel 2023 sono state destinate risorse per oltre 112.000 euro.



■ Landscape

Con il format Landscape, creiamo **percorsi narrativi per divulgare il nostro punto di vista sui cambiamenti nei settori nei quali operiamo** (dal retail al learning, dalla sostenibilità all'intelligenza artificiale, dalla mobilità ai cambiamenti nel mondo del lavoro) e per allargare il nostro sguardo e contaminarci con nuove suggestioni e stimoli provenienti da ambiti differenti. Sono incontri per lo più rivolti all'intera popolazione aziendale, che abbiamo però deciso di aprire progressivamente a una platea più vasta, per aumentare gli spazi di condivisione e confronto.

Nel 2023 Logotel ha organizzato 8 Landscape affrontando, insieme a esperti italiani e internazionali, diverse tematiche: assieme al semiologo **Lucio Spaziante** abbiamo approfondito il tema della voce – argomento centrale della nostra poetry. Con il musicista e coach **James Sills** abbiamo esplorato le potenzialità del canto di gruppo come abilitatore di connessioni tra le persone, mentre con la Chief design Officer del Design Council, **Alexandra Deschamps-Sonsino**, abbiamo discusso di System-shifting design, un approccio che può aiutare ad affrontare le grandi transizioni e contribuire a un mondo più rigenerativo e giusto. Assieme al regista e autore teatrale **Luigi Cerri** abbiamo scoperto il “teatro delle controversie”, un metodo per ricomporre temi divisivi.

Con **Antonio Perfido** abbiamo scoperto la nuova disciplina del Conversation design e visto concretamente, grazie a un laboratorio, come progettare esperienze memorabili grazie all'intelligenza artificiale. Un landscape è stato dedicato all'approfondimento dei contenuti del sedicesimo numero di **Weconomy**, guidati dal responsabile del progetto, Vincenzo Scagliarini. Con l'economista **Barbara Alemanni** abbiamo parlato degli approcci *behavioural inspired*, approfondendo i principi alla base dell'economia comportamentale. Infine, abbiamo ospitato la sociolinguista **Vera Gheno** con cui abbiamo discusso di linguaggio inclusivo.

Gli incontri si sono tenuti in modalità ibrida (in presenza e in digitale) e hanno coinvolto complessivamente oltre 900 persone. Queste attività prevedono il coinvolgimento di speaker esterni e numerose risorse interne dedicate.

6.2 – Partecipazione a report ed eventi a tema sostenibilità

Negli anni abbiamo costruito un ecosistema con enti, fondazioni, associazioni ed esperti nei diversi campi del sapere, che continuiamo ad alimentare giorno dopo giorno.

Nel 2023 Logotel ha collaborato in particolare con due realtà, **Associazione Civita** – di cui siamo soci – e **Symbola** – Fondazione per le qualità italiane – di cui siamo partner.



Presentazione del XIII Rapporto Civita “When Sustainability meets Culture”

Associazione Civita è un’organizzazione non profit di imprese ed enti di ricerca impegnata da oltre 35 anni nella promozione culturale. Lo scorso anno Logotel aveva collaborato con l’associazione nella realizzazione e nella promozione del **XIII Rapporto Civita “When Sustainability meets Culture. Quando la Cultura incontra la Sostenibilità”**, edito da Marsilio Editori. Il rapporto indaga sul ruolo che la cultura gioca all’interno delle pratiche di sostenibilità intraprese dalle aziende e nell’ambito delle politiche museali, mettendo in luce l’importanza della sostenibilità in una doppia prospettiva: dell’impresa, per sviluppare la cultura della sostenibilità, e dell’organizzazione culturale (musei), per sviluppare la sostenibilità della cultura.

Logotel - che ha curato uno degli interventi presenti nel report, incentrato sul ruolo del design come facilitatore dell’incontro tra cultura e sostenibilità grazie alla sua capacità di creare ponti e connessioni - nel 2023 ha collaborato attivamente con l’Associazione Civita nell’organizzazione di uno degli eventi di presentazione del report, tenutosi presso le Gallerie d’Italia di Torino il 1° marzo 2023.

In questa circostanza **Cristina Favini, Chief Design Officer & Strategist di Logotel**, ha moderato una tavola rotonda alla quale hanno partecipato i rappresentanti di otto tra imprese, organizzazioni e istituzioni: Michele Coppola (Executive director Arte, cultura e beni storici Intesa Sanpaolo – Direttore Gallerie d’Italia), Simonetta Giordani (Segretario Generale Associazione Civita), Alfredo Valeri (Responsabile Ricerca, Centro Studi Associazione Civita), Giorgina Bertolino (Progetti di formazione, Fondazione Sandretto Re Rebaudengo), Paola Borrione (Presidente e Head of Research Fondazione Santagata), Giuliana Cirio (Direttore generale Confindustria Cuneo), Giuseppe Lavazza (Vice Presidente Lavazza Spa), Michela Rota (Coordinatrice Piemonte e membro working group on sustainability, ICOM) e Domenico Carretta (Assessore allo Sport, Grandi eventi, Turismo e tempo libero del Comune di Torino).



Report “100 Italian e-mobility stories” di Fondazione Symbola

Symbola – Fondazione per le qualità italiane, è un network che mette insieme imprese, associazioni e istituzioni che hanno come obiettivo costruire un’economia più competitiva perché più a misura d’uomo: soft economy. Le sue ricerche sui temi della qualità, green economy, creatività, made in Italy sono da tempo un riferimento per coloro che vogliono conoscere l’Italia e i suoi punti di forza.

Nel 2023 Logotel è stata citata tra le eccellenze dell’e-mobility nel report “**100 Italian e-mobility stories**”, realizzato da Symbola ed Enel X Way (qui il link per consultarlo: <https://bit.ly/3QvSFag>). Nel report raccontiamo il nostro contributo nella trasformazione elettrica, grazie alla collaborazione con clienti come ABB, Enel X Way e Stellantis.

Cristina Favini, Chief design officer Logotel, ha partecipato all’evento di presentazione del report che si è tenuto a Roma l’11 gennaio sottolineando le responsabilità del design di fronte alla trasformazione della mobilità. La scelta è tra essere semplici passeggeri di questa transizione o guidarla: se si decide per quest’ultima opzione, compito dei designer sarà sempre di più leggere e interpretare le innovazioni, mettendole in rete con i nuovi bisogni degli attori coinvolti ed elaborando così una prospettiva migliorativa per tutti: persone, comunità, città e territori.

Per Logotel l’incontro è stato un momento di condivisione di prospettive, insieme ad alcuni protagonisti della trasformazione nella mobilità elettrica: Ermete Realacci (Presidente Fondazione Symbola); Francesco Starace (CEO e General Manager Enel); Elisabetta Ripa (CEO Enel X Way); Francesco Ausiello (Referente dei progetti strategici ART-ER); Silvia Bodoardo (Professore ordinario Politecnico di Torino); Pietro Gorlier (Amministratore Delegato Comau).

Nel 2023 la collaborazione con la Fondazione Symbola è proseguita anche nel dare forma a percorsi di esperienza e comunicazione per i servizi che Symbola propone verso i suoi soci. Gli output di questa collaborazione sono stati una brochure di presentazione in formato digitale e cartaceo e un kit di adesione.



6.3 – Laboratori di ricerca e competence center

La conoscenza evolve in maniera sempre più rapida, spinta dai progressi della tecnologia e in particolare dell'intelligenza artificiale. E di pari passo aumentano le attitudini che si devono sviluppare e le skill che si devono allenare per restare al passo con le nuove tecnologie, utilizzandole in maniera responsabile per alimentare un futuro sempre più inclusivo e sostenibile.

È in questa cornice che si inseriscono i Competence center avviati all'interno di Logotel. Si tratta di **strutture dedicate alla ricerca, alla sperimentazione, all'esplorazione di nuove sensibilità e conoscenze.**

Sono due gli ambiti finora interessati dai Competence center: l'intelligenza artificiale e l'accessibilità.



AI Competence Center e dAI dAI dAI

L'accelerazione fatta registrare dalle intelligenze artificiali generative (ChatGPT, poi integrato in tool come Microsoft Copilot) ha imposto di aprire un fronte di ricerca e sperimentazione sui possibili utilizzi di queste tecnologie per migliorare i processi. **Il competence center è partito alla fine del 2022 e nel 2023 ha lavorato per integrare sempre di più soluzioni AI powered all'interno dei processi e delle attività di Logotel**, soprattutto all'interno delle business community che animiamo e di cui ci prendiamo cura quotidianamente.

Nell'ambito del competence center è stata studiata e sperimentata anche una pratica di AI adoption interna a Logotel, basata su un approccio concreto. Abbiamo chiamato questo programma di formazione **dAI dAI dAI: è un laboratorio pratico per l'uso di tool di AI generativa sicuri**, già disponibili nei sistemi aziendali o in rete, come la suite Microsoft 365 (Bing/Copilot), grazie ai quali è possibile generare testi, immagini e molto altro. Nel laboratorio, dopo un excursus rapido ed intenso su avvertenze, rischi e precauzioni dell'uso in azienda dell'AI, ci si concentra sulla pura pratica: un deep dive che offre la possibilità di scoprire come questi tool di AI possano essere d'aiuto nelle attività quotidiane del proprio lavoro, se usati consapevolmente.

La prima sessione si è tenuta a novembre 2023: i partecipanti hanno ricevuto un badge che certifica le loro competenze.



Accessibility Competence Center

L'**accessibilità** è un aspetto dei progetti digitali che sta diventando sempre più centrale, sia per questioni di normativa sia per un'accresciuta sensibilità all'interno delle aziende con cui collaboriamo. Per questo **nel 2023 Logotel ha supportato la crescita di competenze nelle sue professioni** (developer, content & community manager, instructional designer, digital designer, videomaker), mettendosi nella condizione di essere in grado di gestire la tematica in tutti gli aspetti dei servizi che propone: progettazione di UX e UI di business community e intranet; sviluppo di tecnologia e applicativi web; produzione di contenuti testuali, visivi, formativi e multimediali che consentono una fruizione senza discriminazioni.

Le 2 realtà più importanti completamente accessibili che abbiamo progettato e realizzato nel 2023 sono:

- **il progetto B2C Finanza Insieme di Intesa Sanpaolo** (<https://www.finanzainsieme.com/>), una piattaforma di educazione finanziaria con percorsi composti da video, quiz e approfondimenti su tutto ciò che riguarda l'approccio al mondo finanziario: risparmio, investimento, rischio, assicurazioni, previdenza e credito;
- **il progetto Younicity per Valore D** (<https://www.valored.it/esplora-i-servizi/piattaforma-younicity/>), un ambiente nel quale le organizzazioni possono esplorare servizi e offerta formativa riguardo diversità, equità e inclusione.

Per maggiori dettagli su entrambi i progetti cfr. Cap.4.

6.4 – Partnership

Nel corso del 2023 abbiamo portato avanti una serie di collaborazioni per creare scambio e condivisione:

- sui temi di innovazione e tech è proseguita la collaborazione con **Pranaventures**, operational venture capital specializzato in investimenti nella fase seed e post-seed delle startup ad alto contenuto tecnologico, nella quale abbiamo investito a partire dal 2021, entrando nel team dei soci;
- con diverse startup del circuito di Pranaventures, quali **Aryel** e **Factanza**, abbiamo costruito percorsi formativi e di conoscenza (oltre ad aver partecipato a round di finanziamento in entrambe).



6.5 – Collaborazioni con il mondo accademico

Scuole e università sono i luoghi in cui si piantano i semi di conoscenza per costruire la visione di domani. Per questo **ci impegniamo a dedicare una parte del nostro tempo e delle nostre risorse per condividere il frutto delle ricerche e delle esperienze sul campo Logotel con la prossima generazione di progettisti.**

Nel corso del 2023 Logotel ha creato opportunità di trasmissione delle proprie conoscenze con diverse realtà del contesto accademico milanese:

**Politecnico di Milano,
POLI.design, IULM**



■ Corso Impact Design

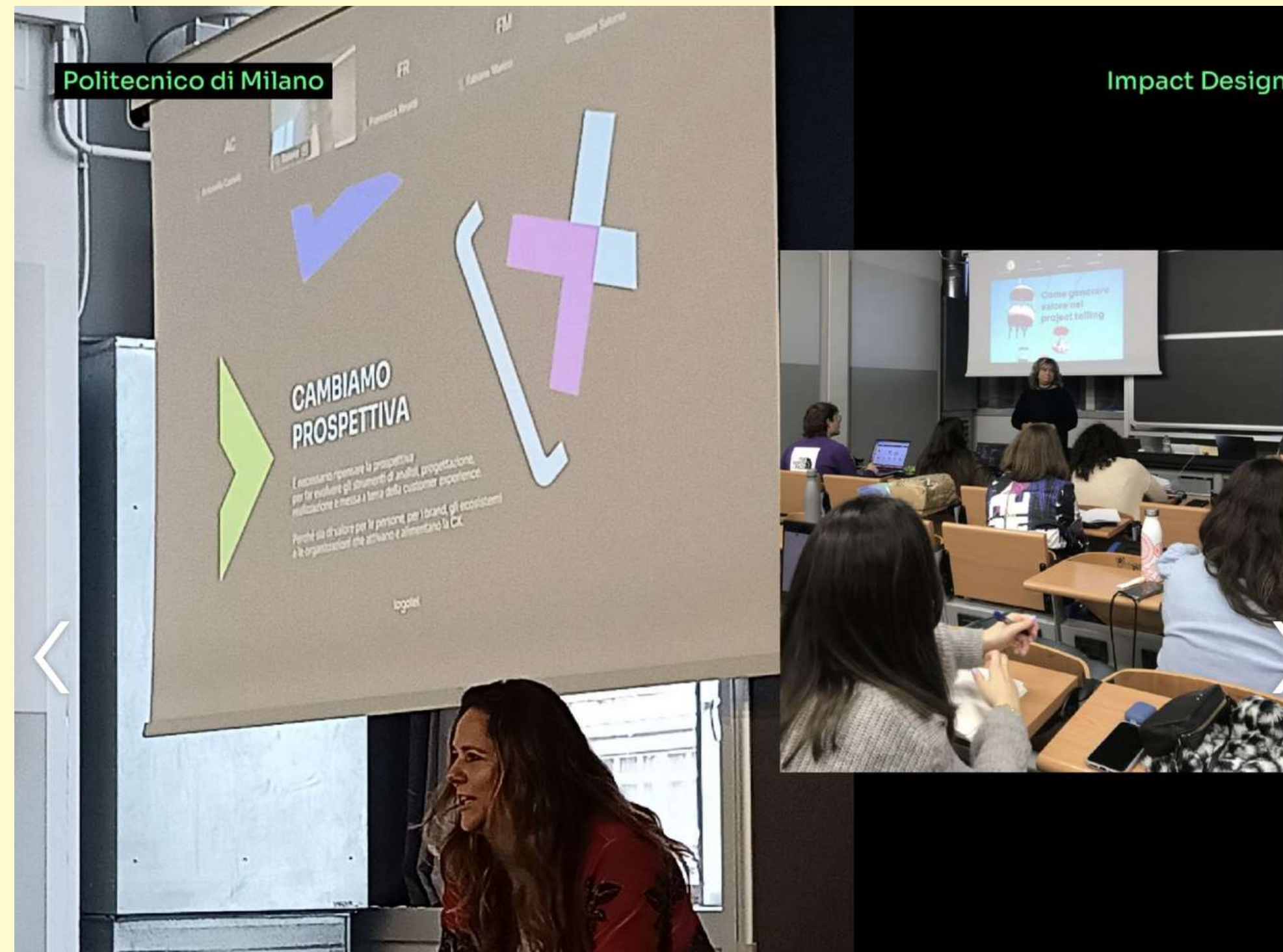
Il corso offre **metodologie e strumenti teorico-pratici per innovare la progettazione di sistemi capaci di abilitare le organizzazioni a generare impatto reale**. Il corso è stato realizzato da Logotel a titolo gratuito, con l'obiettivo di mettere le proprie expertise a disposizione delle nuove generazioni.

In un contesto di trasformazioni ecologiche, economiche e sociali, le azioni di design devono interagire positivamente con l'intera rete di ecosistemi aziendali e di servizio. È quindi essenziale imparare a riconoscere le diverse modalità di azione e interazione in vari modelli organizzativi, promuovendo comunità multi-valoriali e multi-culturali.

Presentando casi aziendali, spunti pratici e testimonianze, abbiamo applicato il nostro metodo di Impact Design **accompagnando gli studenti nel comprendere e sperimentare il nostro approccio People&Community centered**, dando loro practice e punti di vista per imparare a leggere e co-progettare con le organizzazioni e la loro rete di ecosistemi.

Attraverso un approccio cross-disciplinare, **il corso affronta temi dal service-strategic thinking al co-design, dal behavioural design all'impact design**. Una parte importante è dedicata alle dinamiche relazionali tra individuo e comunità, promuovendo il senso di appartenenza e le trasformazioni attraverso gruppi eterogenei.

- **19 studenti** provenienti da 3 diversi corsi di studio
- **15 visiting professor e 2 aziende coinvolte**
- **3 mesi di lezione** che si sono conclusi con la realizzazione e la presentazione di **6 project work**

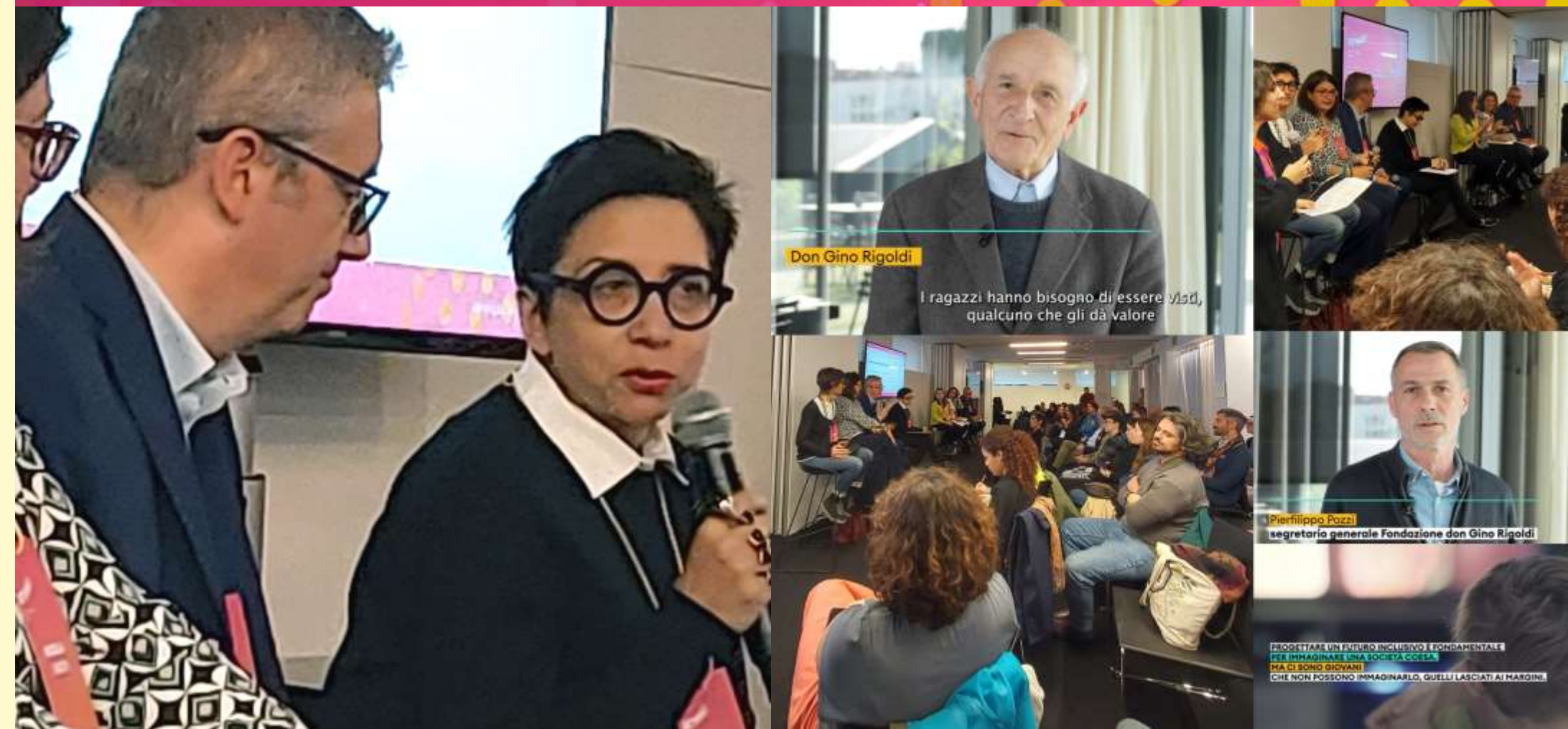


■ Rethink! Festival 2023

Nell'ambito della nostra partnership con POLI.design, la scuola post-graduate in Design del Politecnico di Milano, ad aprile 2023 Logotel ha partecipato alla settima edizione di **Rethink! Service Design Stories**, il primo festival italiano dedicato ai temi del Service Design e dell'innovazione.

L'edizione 2023 ha promosso una discussione sul tema **Designing fair service ecosystem**. La nostra **Chief Design Officer, Cristina Favini**, ha partecipato a un panel dal titolo "Terzo settore in transizione. Capacità progettuali e nuove sinergie per l'inclusione e la coesione sociale", condividendo una riflessione su come il design deve ripensare se stesso per aiutare il Terzo Settore.

Nel corso del suo intervento è stato proiettato anche un video realizzato insieme alla **Fondazione Don Gino Rigoldi**, con cui portiamo avanti da anni un percorso di formazione per giovani con un contesto difficile (cfr. Cap.5).



Workshop Designing new ways of working for GenZ and beyond – Università IULM

A marzo 2023 abbiamo incontrato gli studenti della classe di Creatività e Design del corso di laurea in Comunicazione d'impresa e Relazioni pubbliche dell'Università IULM. Con loro abbiamo discusso i risultati di una nostra ricerca sull'evoluzione del mondo del lavoro e delle organizzazioni, riassunta nel quindicesimo numero di *Weconomy – UFO*, stimolando una discussione intergenerazionale e coinvolgendoli in un project work incentrato sul rapporto tra la Gen-Z e il mondo del lavoro.

Service design drinks

A maggio abbiamo ospitato uno degli eventi del circuito Service design drinks, una serie di incontri aperti e informali per riunire la comunità del Service Design di Milano. Partendo dal tema "Design e comunità creative", abbiamo riflettuto sull'importanza delle comunità come spazio di discussione collettiva per lo sviluppo creativo e progettuale. All'evento hanno partecipato, oltre alle persone di Logotel, Claudia Pollina, Martina Rossi e Chiara Leonardi, tra i co-fondatori di SDD Milano, Laís Kantor di Creative Morning e Mariana Ozaki di Ladies that UX Milan.



7. Logotel's commitment to the environment

Minimizzare l'impatto delle nostre attività sull'ambiente, lavorando come impresa e come comunità per cambiare i comportamenti collettivi e individuali

1. – Behave with care
2. – Consumi ed emissioni
3. – I nostri fornitori

■ Numeri chiave

4 iniziative

realizzate nel corso del 2023 per il programma Behave With Care

100%

energia proveniente da fonti rinnovabili

Certificazione ISO 14064

1,36E-05 tCO₂eq

il nostro indicatore di controllo per ridurre la produzione di GHG

■ Temi materiali

Ci prendiamo cura del nostro pianeta: efficientamento dei consumi e riduzione dell'impronta ambientale

Traduciamo la sostenibilità in pratica: gestione dei rifiuti e riciclo

Ci comportiamo con attenzione: promozione di comportamenti sostenibili

SDGs



12

consumo
e produzioni
responsabili

L'impatto delle nostre attività, come organizzazione e come individui, su ecosistemi, società e attori non umani è una dimensione che non possiamo e non vogliamo ignorare.

Questo vale per i progetti che realizziamo insieme ai nostri Clienti e partner, ma vale anche per gli impatti diretti che generiamo nelle nostre attività quotidiane, negli spazi lavorativi e non solo.

Logotel è da sempre attenta alla tematica ambientale, anche grazie alle sensibilità delle persone che ne fanno parte. Negli ultimi anni abbiamo lavorato per “mettere a sistema” la volontà e l'impegno dei singoli e per tramutarli in azioni concrete.



13

lotta contro
il cambiamento
climatico

Lo facciamo nel modo che conosciamo meglio: facendo “education” e lavorando sui comportamenti dei singoli, attraverso il programma di coinvolgimento e sensibilizzazione sul tema della sostenibilità Behave With Care, attivo dal 2019. Ma, in particolare a partire dal 2022, lo facciamo anche misurando in modo sempre più preciso i nostri consumi e le nostre emissioni al fine di migliorare le nostre performance e operare scelte consapevoli che hanno l'obiettivo di ridurre il nostro impatto sull'ambiente.

7.1 – Behave with care

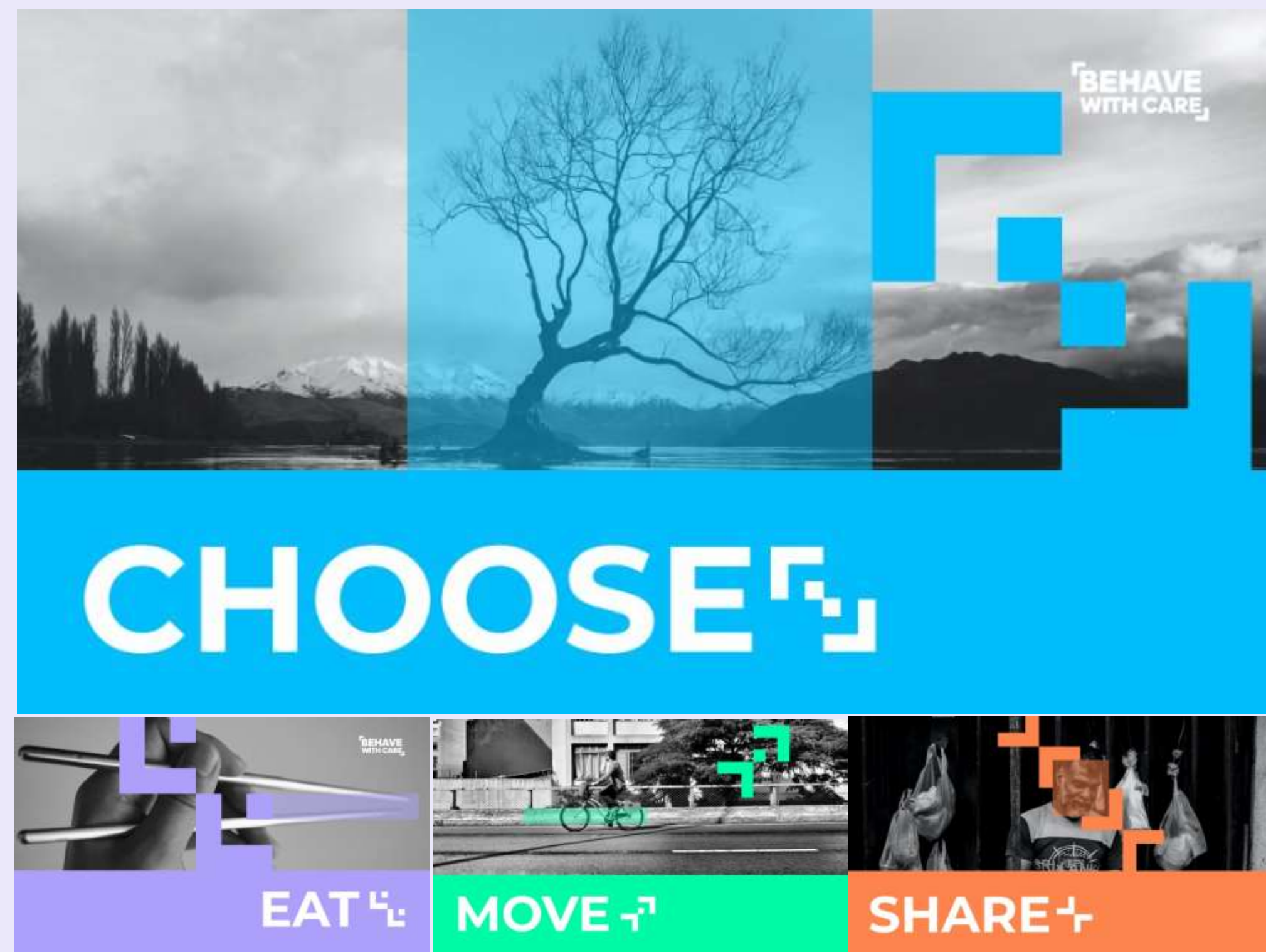
Behave with care è il progetto dedicato alle persone Logotel che ha l'obiettivo di creare e accrescere la consapevolezza sul tema della sostenibilità ambientale e della cura dell'ambiente e delle persone, promuovendo e diffondendo comportamenti virtuosi.

Il progetto è stato lanciato nel 2019 e nel tempo ha coinvolto direttamente numerosi collaboratori per creare una serie di attività e iniziative lanciate in digitale, ma che poi trovano spazio e accadono negli spazi fisici di Logotel.

Le ore spese dalle persone Logotel, su base volontaria, per la progettazione e l'esecuzione delle iniziative legate a Behave With Care rientrano all'interno dell'orario lavorativo del collaboratore.

Nel 2023, nel contesto del rinnovato impegno nell'ambito della sostenibilità di Logotel, abbiamo aggiornato il progetto.

BEHAVE WITH CARE



Nel corso del 2023 **abbiamo aggiornato la visual identity del progetto, le modalità di ingaggio delle persone e definito 4 stream di lavoro** che ci guideranno nel corso dei prossimi anni per generare e condividere comportamenti sostenibili tra le persone della Community di Logotel:

#CHOOSE: ci impegniamo a ridurre i consumi e le emissioni, sia in ufficio che fuori, adottando piccoli gesti che fanno la differenza

#MOVE: cerchiamo di muoverci in modo sostenibile, privilegiando i mezzi pubblici, la bicicletta o se possibile a piedi

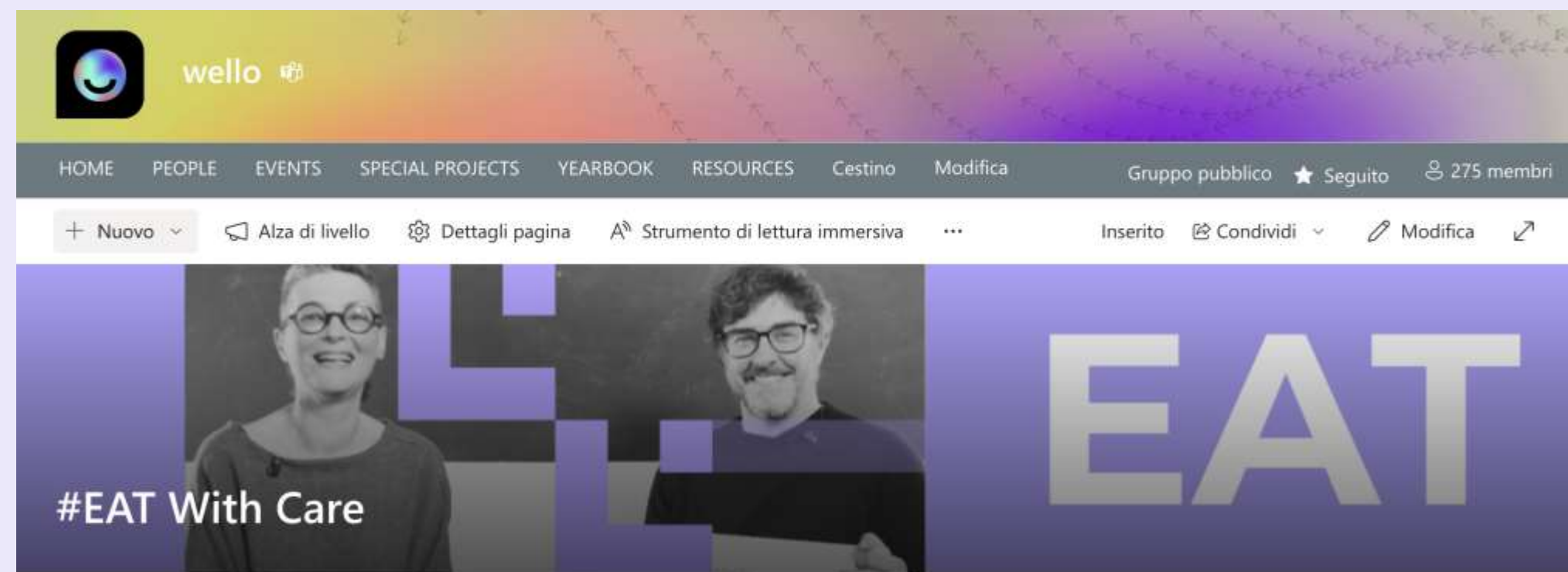
#EAT: proponiamo di mangiare in modo sostenibile, preferendo una dieta vegetale, i prodotti a chilometro zero, il cibo buono e sano

#SHARE: condividiamo risorse, riutilizziamo e scambiamo beni e oggetti con la Community di Logotel, per creare una rete di persone che si impegnano per un modello di economia circolare

Nell'ultima parte del 2023 abbiamo attivato i filoni **#CHOOSE, #MOVE, #EAT** per dare vita alle prime iniziative

Il 2024 ci vedrà impegnati a sviluppare il progetto lungo queste 4 direttive e ad ingaggiare sempre di più le persone.

- **2 guide ai comportamenti sostenibili** da tenere in ufficio e a casa durante lo smartworking (**#CHOOSE**)
- **Rilancio dell'iniziativa Ventura by Bike** per chi sceglie di raggiungere Logotel in bicicletta (**#MOVE**)
- **1 palinsesto di contenuti creati dalle persone di Logotel sull'alimentazione sostenibile** (**#EAT**)



Cos'è un GAS? Alimentazione consapevole, sostenibile, solidale

Ognuno di noi ha il potere di fare la differenza attraverso le proprie scelte: questo vale quando agiamo come **individui**, come **membri di una comunità** e anche come **consumatori**.

Nello scorso appuntamento con **#EatWithCare** abbiamo parlato dell'importanza di acquistare consapevolmente quando si parla di Chilometro Zero. Oggi vogliamo approfondire un altro tema importante legato all'alimentazione sostenibile: **la realtà dei GAS**.

What is GAS? Conscious, Sustainable, Solidarity-Based Food Supply

Each of us has the power to make a difference through our choices: this holds when we act as **individuals**, as **members of a community**, and even as **consumers**.

In our last **#EatWithCare** episode, we talked about the importance of making conscious purchases when it comes to Zero Kilometer (local sourcing). Today, we want to delve into another significant topic related to sustainable nutrition: **the reality of GAS**.

7.2 – Consumi ed emissioni

Da tempo abbiamo avviato una riflessione rispetto ai consumi e alle emissioni che produciamo, sia attraverso i servizi che eroghiamo, sia attraverso le nostre attività di tutti i giorni.

Dove possibile, abbiamo implementato piccoli e grandi accorgimenti per rendere la vita in ufficio delle persone Logotel più sostenibile da un punto di vista ambientale:

- erogatori di acqua, borracce Logotel e bottiglie di vetro, per **ridurre il consumo di plastica usa e getta**;
- **macchinette da caffè con chicchi macinati** per evitare lo smaltimento delle capsule;
- i device forniti alle persone Logotel sono configurati per **ottimizzare il risparmio energetico**, senza impattare sulle performance, e tutti gli schermi nelle sale riunioni sono impostati con un timer per l'auto-spegnimento;

- condivisione con tutte le persone Logotel di **linee guida per migliorare l'efficienza energetica degli spazi** di via Ventura: indicazioni sull'utilizzo dell'aria condizionata e delle tende per riparare gli spazi interni dell'edificio dal sole, consigli sull'utilizzo dei rubinetti e dello scarico nei bagni, degli interruttori elettrici e degli schermi nelle sale riunioni;
- condivisione con tutte le persone Logotel di **linee guida per il corretto smaltimento dei rifiuti**, facilitato da una apposita cartellonistica;
- creazione di **Ventura by Bike**: uno spazio dedicato a chi sceglie di raggiungere gli uffici di Via Ventura in bicicletta con rastrelliere al coperto e un armadietto con un kit di prima necessità per guasti, riparazioni e imprevisti (cerata per la pioggia, pompa, toppe per ruote bucate, luci di posizione...);
- **LORTOTEL**, un progetto attivo dal 2019 che mette a disposizione per le persone di Logotel, negli spazi all'aperto di Via Ventura, cassoni da orto per coltivare frutta e verdura di stagione da consumare insieme o portare a casa. Nel 2023 abbiamo inoltre incaricato dell'allestimento di uno dei nostri nuovi spazi all'aperto la cooperativa sociale **Cascina Bollate – Il vivaio nel carcere di Bollate**.

L'energia consumata da Logotel è al 100% proveniente da fonti rinnovabili. Questa è una scelta etica presa già diversi anni fa, ma che dal 2023 è certificata dal nostro fornitore Enel.

Inoltre, **i servizi Cloud a cui ci appoggiamo utilizzano energia green e risultano Carbon Neutral.**

Quantificare le nostre emissioni di GHG (Greenhouses Gases) è un passo fondamentale al fine di attuare politiche di Carbon Management per il futuro. Per questo motivo **abbiamo ottenuto la Certificazione ISO 14064, con i seguenti risultati:**

2022 Verified GHG Emissions in t CO₂-eq (*)

Category 1	Direct Emissions	36
Category 2	Energy Indirect Emissions (Location based)	68
Category 3	Indirect Emissions from Transportation	146
Category 4	Indirect GHG emissions from products used by organization	24

(*) CO₂ biogenic emissions are not included.

Non solo.

Al fine di evolvere sempre più verso un modello a zero emissioni, **abbiamo sviluppato un indicatore obiettivo per il miglioramento continuo che rapporta il totale delle emissioni ai ricavi dei servizi caratteristici:**

Totale emissioni (2022): 271 tCO₂eq

Ricavi servizi caratteristici (2022): 19.911.071 euro

Indicatore: 1,36E-05 tCO₂eq

Questo indicatore ci permetterà di monitorare, nel corso dei prossimi anni, l'efficacia delle politiche di riduzione delle emissioni di GHG al netto di una auspicabile crescita della nostra impresa.

Nel momento della scrittura di questo Report non sono ancora disponibili i dati sulle emissioni del 2023. Non appena disponibili, li condivideremo pubblicamente sul nostro sito.

7.3 – I nostri fornitori

Siamo una società di servizi, con una catena di fornitura snella che riguarda soprattutto apparecchiature elettroniche e piattaforme e servizi IT, materiale per uffici (cancelleria), energia elettrica e altre utilities, consulenza nell'ambito dei servizi legali, amministrativi, di comunicazione, marketing, videomaking, traduzioni.

I nostri fornitori rientrano però a pieno titolo tra gli stakeholder con i quali ci relazioniamo ogni giorno e con cui vogliamo condividere il nostro impegno per generare impatti migliorativi e contribuire a un futuro sempre più sostenibile.

Per questo motivo prestiamo molta attenzione nei processi di selezione dei fornitori, favorendo coloro che rispettano i nostri valori e si impegnano sul tema della sostenibilità.

Risultati concreti di questa attenzione sono le decisioni di avvalerci di un fornitore che fornisce energia proveniente interamente da fonti rinnovabili e di servizi Cloud che utilizzano energia green e risultano Carbon Neutral, ma anche la scelta di avvalerci, ove possibile, di fornitori provenienti dalla comunità locale, come lo stampatore a cui ci affidiamo per stampare le copie cartacee del nostro progetto di ricerca Weconomy.

Come riportato nel nostro **Codice Etico (cfr. Cap. 2.5)**, **condiviso con tutti i nostri stakeholder e pubblicato sul nostro sito:**

Ai nostri fornitori e partner chiediamo di rispettare i nostri valori e di mantenere un comportamento coerente con essi. Periodicamente procederemo a una valutazione del rapporto con essi e delle criticità che potrebbero emergere. Più in particolare auspichiamo che fornitori e partner condividano attenzione e impegno verso la sostenibilità e la generazione di impatti migliorativi. L'engagement su temi di rilevanza etica è tra i criteri di selezione utilizzati dall'azienda per valutare i fornitori e le partnership in aggiunta agli altri parametri obiettivi di qualità del bene e servizio, prezzo, capacità, efficienza, affidabilità, ecc.

Tra i nostri impegni futuri definiremo inoltre una procedura di valutazione dei nostri fornitori, per verificare l'adesione degli stessi ai nostri valori e analizzare le criticità che potrebbero emergere.

8. Our desires and objectives

1. – Le direttrici del nostro percorso trasformativo
2. – Gli obiettivi per il 2024

8.1 Le direttrici del nostro percorso trasformativo

Nel 2022 il team di governance di Logotel ha preso una decisione importante: **rendere la sostenibilità un tema centrale per la nostra impresa.**

Il 2023 è stato un anno chiave di questo percorso trasformativo. **Abbiamo lavorato per definire un framework di riferimento, acquisire conoscenze e porre le basi su cui costruire l'impegno** concreto che ci vedrà coinvolti nei prossimi anni.

Abbiamo definito 3 direttrici che ci hanno guidato durante il lavoro nel corso dell'anno:

- 1. Misurare l'impatto reale della nostra impresa *as-is***
- 2. Trasformare l'impegno di Logotel in policy concrete**
- 3. Intensificare ed evolvere l'impegno di Logotel nell'ambito della sostenibilità**





1

Misurare l'impatto reale della nostra impresa as-is

Il primo passo per migliorare l'impatto di un'organizzazione nel contesto in cui opera, consiste nel misurare lo stato dell'arte. Per raggiungere questo primo macro-obiettivo ci siamo avvalsi di diversi strumenti:

- **Benefit Impact Assessment (BIA) il questionario realizzato dall'ente no-profit B-Lab** che permette di misurare il reale impatto di una azienda attraverso le 5 aree Governance, Workers, Community, Environment, Customers. Anche grazie al supporto di NATIVA, una realtà impegnata nell'accompagnare le imprese verso una trasformazione "rigenerativa", **Logotel ha completato il questionario ottenendo un punteggio parziale di 72 punti**, contro una media di 51 punti delle aziende che decidono di sottoporsi al test.
- **Report di Sostenibilità 2022.** Il 2023 è stato l'anno in cui abbiamo strutturato e pubblicato il nostro primo Report di Sostenibilità, attività importante che ci ha permesso per la prima volta di raccogliere e rendicontare le tante iniziative messe in campo da Logotel e che ricadono sotto il cappello della sostenibilità.
- **ISO 14064**, la certificazione attraverso cui Logotel si è impegnata per la prima volta a stimare la propria carbon footprint, un passaggio imprescindibile per qualunque piano di miglioramento futuro.

2

Trasformare l'impegno di Logotel in policy concrete

L'etica la trasparenza, ma anche la cura per le comunità all'interno delle quali operiamo, fanno da sempre parte del DNA di Logotel. Il 2023 è stato l'anno in cui abbiamo deciso di mettere a fuoco e riportare "nero su bianco" questi valori:

- abbiamo redatto il **Codice etico di Logotel**, lo abbiamo reso pubblico sul nostro sito e raccontato a tutte le persone della nostra comunità aziendale;
- abbiamo attivato una **piattaforma di whistleblowing** per dare l'opportunità di segnalare eventuali violazioni del Codice etico o altri potenziali illeciti;
- oltre ad essere pubblicato sul sito, **a partire dal bilancio d'esercizio 2023 il Report di Sostenibilità sarà allegato al bilancio**, diventando parte integrante delle nostre attività di rendicontazione.

3

Intensificare ed evolvere l'impegno di Logotel nell'ambito della sostenibilità

Nel 2023, oltre a misurare per la prima volta il nostro impatto e dotarci di policy per migliorare, abbiamo intensificato il nostro impegno per incrementare i risultati concreti e migliorativi nell'ambito della sostenibilità:

- **abbiamo creato una squadra dedicata e trasversale rispetto ai temi della sostenibilità**, che si occupa di portare avanti i tanti cantieri interni ed esterni legati a questo argomento, creando sinergia tra progetti e persone coinvolti in diversi team di lavoro;
- **abbiamo aumentato il numero di progetti con un focus primario sui temi della sostenibilità**, aggiornando anche il nostro approccio (Impact Design), le nostre conoscenze e le nostre metodologie per essere sempre più pronti ad affrontare questo argomento anche all'interno della life dei progetti *for-profit* che seguiamo;
- **abbiamo coinvolto tutte le persone di Logotel nel percorso trasformativo della nostra impresa**, condividendo aggiornamenti e milestone in occasione dei nostri più importanti momenti di condivisione (plenarie, kickoff...) e creando spazi di racconto dedicati.

8.2 Gli obiettivi per il 2024

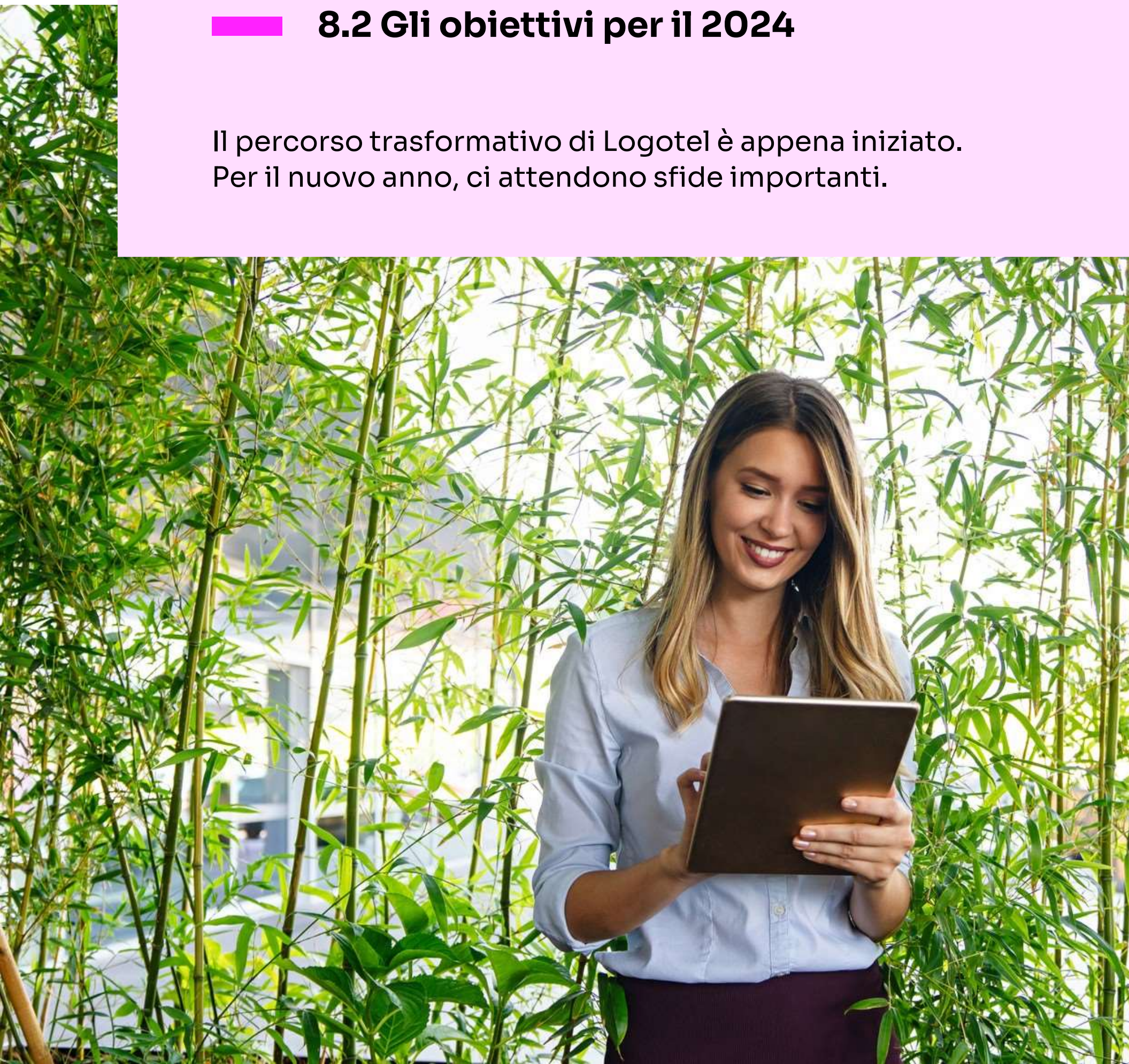
Il percorso trasformativo di Logotel è appena iniziato. Per il nuovo anno, ci attendono sfide importanti.

A febbraio 2024 Logotel è diventata Società Benefit

Il nuovo anno ci vedrà impegnati nella realizzazione della nostra prima **Relazione di Impatto, nel contesto della quale definiremo il framework di riferimento ed i KPI per il perseguimento delle finalità di beneficio comune** che sono state integrate all'interno del nostro statuto e che operano su 4 aree:

- **Clienti**
- **Persone**
- **Ecosistema**
- **Conoscenze**

Tutte le informazioni rispetto al passaggio di Logotel a Società Benefit e la Relazione di Impatto saranno pubblicate sul sito <https://www.logotel.it/> e troveranno ampio spazio nel Report di Sostenibilità 2024.



GRI index

Dichiarazione d'uso: Logotel ha redatto un report con riferimento agli Standard GRI per il periodo 01 gennaio – 31 dicembre 2023.

GRI 1 – Principi fondamentali 2021

GRI 2 – Informativa generale 2021

1. L'organizzazione e le sue prassi di rendicontazione

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 2-1	Dettagli organizzativi	<ul style="list-style-type: none">▪ Nota metodologica▪ 1.5 – Governance	
GRI 2-2	Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	<ul style="list-style-type: none">▪ Nota metodologica	
GRI 2-3	Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	<ul style="list-style-type: none">▪ Nota metodologica▪ GRI Index	<p>Il report di sostenibilità 2023 Logotel è relativo al periodo 01 gennaio – 31 dicembre 2023, corrispondente al periodo del rendiconto finanziario, e viene redatto annualmente.</p> <p>Il presente documento è stato pubblicato in data: 07/05/2024</p> <p>Punto di contatto: e.carione@logotel.it</p>
GRI 2-4	Revisione delle informazioni	<ul style="list-style-type: none">▪ GRI Index	<p>Non si segnalano revisioni delle informazioni fornite nel report precedente.</p>
GRI 2-5	Assurance esterna	<ul style="list-style-type: none">▪ GRI Index	<p>Il report di Sostenibilità 2023 di Logotel è di natura volontaria e, per questo motivo, non è stata prevista alcuna assurance esterna.</p>

2. Attività e lavoratori

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 2-6	Attività, catena del valore e altri rapporti di business	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nota metodologica ▪ 1.5 – Governance ▪ 2.2 – Persone, clienti, fornitori, comunità: i nostri stakeholder ▪ 7.3 – I nostri fornitori 	In quanto società di servizi, i nostri fornitori principali includono: consulenti, fornitori di apparecchiature elettroniche, materiale per uffici, energia elettrica, mobility.
GRI 2-7	Dipendenti	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 2.2 – Persone, clienti, fornitori, comunità: i nostri stakeholder ▪ 3.1 – Iniziative di talent attraction e people management orientate alla Diversity, Equity & Inclusion 	
GRI 2-8	Lavoratori non dipendenti	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 2.2 – Persone, clienti, fornitori, comunità: i nostri stakeholder ▪ GRI Index 	<p>Nel corso del 2023 il totale delle giornate di lavoro di professionisti esterni a vario titolo per conto di Logotel è stato di 3528.</p> <p>Al 31/12/2023 il numero di stage attivi era: 20.</p>

3. Governance

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 2-9	Struttura e composizione della governance	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nota metodologica ▪ 1.5 – Governance 	
GRI 2-10	Nomina e selezione del massimo organo di governo	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nota metodologica ▪ 1.5 – Governance 	
GRI 2-11	Presidente del massimo organo di governo	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nota metodologica ▪ 1.5 – Governance 	
GRI 2-12	Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lettera dei soci ▪ Nota metodologica ▪ 1.5 – Governance ▪ 2.3 – Analisi di materialità ▪ 8 – Our desires and objectives 	
GRI 2-13	Delega di responsabilità per la gestione di impatti	1.5 – Governance	
GRI 2-14	Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lettera dei soci ▪ Nota metodologica ▪ 1.5 – Governance ▪ 2.3 – Analisi di materialità 	
GRI 2-15	Conflitti d'interesse	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 2.5 – Etica e trasparenza 	

GRI 2-16	Comunicazione delle criticità	<ul style="list-style-type: none"> 2.5 – Etica e trasparenza 	
GRI 2-17	Conoscenze collettive del massimo organo di governo	<ul style="list-style-type: none"> 1.5 - Governance 	
GRI 2-18	Valutazione della performance del massimo organo di governo	<ul style="list-style-type: none"> GRI Index 	Le performance del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti sull'economia, sull'ambiente e sulle persone verranno valutate periodicamente, con cadenza annuale, a partire dal prossimo Report di sostenibilità, sulla base dei Kpi indicati nella versione precedente del documento.
GRI 2-19	Norme riguardanti le remunerazioni	<ul style="list-style-type: none"> GRI Index 	Logotel adempie alle prescrizioni in materia di accordi di contrattazione collettiva applicando il CCNL di riferimento ("Terziario, Distribuzione, Servizi").
GRI 2-20	Procedura di determinazione della retribuzione	<ul style="list-style-type: none"> 3.3 – LogotelXLogotel e formazione continua 	
GRI 2-21	Rapporto di retribuzione totale annuale	<ul style="list-style-type: none"> GRI Index 	Il rapporto di retribuzione totale annuale, calcolato al 31/12/2023, è pari a 5,53.

GRI 2-28

Appartenenza ad associazioni

- GRI Index
- 6.2 - Partecipazione a report ed eventi a tema sostenibilità

Logotel fa parte delle seguenti associazioni di categoria:

- Assolombarda, associazione del Sistema Confindustria che raggruppa le imprese che operano nella Città Metropolitana di Milano e nelle province di Lodi, Monza e Brianza, Pavia;
- Confimprese, associazione privata, riconosciuta e senza scopo di lucro, che dal 1999 lavora a fianco delle imprese che operano nel commercio;
- Asseprim, Federazione Nazionale che rappresenta le aziende e le Associazioni di Servizi Professionali per le Imprese in seno a Confcommercio Imprese per l'Italia.
- Adico: associazione di persone che dal 1964 si rivolge e coinvolge il management commerciale e gli imprenditori al fine di favorire la crescita professionale dei suoi iscritti per il successo dell'azienda per la quale lavorano.
- Logotel è inoltre partner di Symbola – Fondazione che promuove e aggrega le qualità italiane ed è associata all'Associazione Civita, organizzazione non profit di imprese ed enti di ricerca impegnata da oltre 35 anni nella promozione culturale.

5. Coinvolgimento degli stakeholder

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 2-29	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 2.2 - Persone, clienti, fornitori, comunità: i nostri stakeholder ▪ 2.3 - Analisi di materialità 	
GRI 2-30	Contratti collettivi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ GRI Index 	Tutto il personale è assunto con regolare contratto di lavoro, secondo quanto previsto dagli obblighi di legge. Il CCNL di riferimento è "Terziario, Distribuzione, Servizi".

Tema materiale - We take care of our people: health and safety on workplace

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> 2.3 - Analisi di materialità 3.3 - Welfare, benessere e sicurezza 	
GRI 3-2	Elenco di temi materiali		
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali		
GRI 403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro		
GRI 403-5	Formazione dei lavoratori sulla salute e sicurezza sul lavoro		

Tema materiale - We take care of our own: people wellbeing and mental health

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 3-3	Processo di determinazione dei temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> 2.3 - Analisi di materialità 3.3 - Welfare, benessere e sicurezza 	
GRI 3-2	Elenco di temi materiali		
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali		

Tema materiale - We are people focused: training and empowering

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> 2.2 - Persone, clienti, fornitori, comunità: i nostri stakeholder 	
GRI 3-2	Elenco di temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> 2.3 - Analisi di materialità 3.3 - LogotelXLogotel e formazione continua 	
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> GRI Index 	
GRI 401-1	Assunzioni di nuovi dipendenti e avvicendamento dei dipendenti		<p>Il numero di posti di lavoro a tempo pieno e part-time che sono stati aggiunti al libro paga dell'azienda nel corso del 2023 è 35, pari al 17%.</p> <p>Il numero di impiegati a tempo pieno e part-time che hanno smesso di lavorare presso l'azienda nel corso del 2023 è 25, pari al 12%.</p>
GRI 401-2	Benefici per i dipendenti a tempo pieno che non sono disponibili per i dipendenti a tempo determinato o part-time		<p>Logotel assicura gli stessi benefici ai dipendenti impiegati a tempo pieno, tempo determinato e part-time.</p>

GRI 404-1	Numero medio di ore di formazione all'anno per dipendente	
GRI 404-2	Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e di assistenza nella transizione	
GRI 404-3	Percentuale di dipendenti che ricevono periodicamente valutazioni delle loro performance e dello sviluppo professionale	

Tema materiale - We value and leverage diversity as our strategic asset to empower projects and solutions

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> 2.3 - Analisi di materialità 2.5 - Etica e trasparenza 	
GRI 3-2	Elenco di temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> 3.1 - Iniziative di talent attraction e people management orientate alla Diversity, Equity & Inclusion 	
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> 3.3 - LogotelXLogotel e formazione continua 	
GRI 405-1	Diversità negli organi di governance e tra i dipendenti	<ul style="list-style-type: none"> GRI Index 	
GRI 405-2	Rapporto tra salario di base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini		Dall'analisi delle retribuzioni medie per livello, è emerso che, per i livelli dal 3 al 5, non ci sono disparità salariali tra uomini e donne. Nel primo e secondo livello c'è un gap tra le retribuzioni medie maschili e femminili, giustificato dalla forte presenza di professioni tecnologiche che hanno retribuzioni più elevate rispetto alla media di livello e che statisticamente hanno una forte componente maschile. Anche per le figure quadro esiste una leggera differenza tra salari medi maschili e femminili giustificata comunque dai diversi ruoli aziendali ricoperti. Possiamo quindi affermare che l'equilibrio nelle retribuzioni maschili e femminili viene comunque mantenuto.
GRI 406-1	Episodi di discriminazione e misure correttive adottate		Nel periodo oggetto di rendicontazione non sono stati segnalati episodi di discriminazione.

Tema materiale - We look for talents: attraction, retention and development

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> 2.3 - Analisi di materialità 2.5 - Etica e trasparenza 	
GRI 3-2	Elenco di temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> 3.1 - Iniziative di talent attraction e people management orientate alla Diversity, Equity & Inclusion 	
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> 3.3 LogotelXLogotel e formazione continua 	
GRI 405-1	Diversità negli organi di governance e tra i dipendenti	<ul style="list-style-type: none"> GRI Index 	
GRI 405-2	Rapporto tra salario di base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini		<p>Dall'analisi delle retribuzioni medie per livello, è emerso che, per i livelli dal 3 al 5, non ci sono disparità salariali tra uomini e donne. Nel primo e secondo livello c'è un gap tra le retribuzioni medie maschili e femminili, giustificato dalla forte presenza di professioni tecnologiche che hanno retribuzioni più elevate rispetto alla media di livello e che statisticamente hanno una forte componente maschile. Anche per le figure quadro esiste una leggera differenza tra salari medi maschili e femminili giustificata comunque dai diversi ruoli aziendali ricoperti. Possiamo quindi affermare che l'equilibrio nelle retribuzioni maschili e femminili viene comunque mantenuto.</p>

Tema materiale - We act as a community: Logotel belonging

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	<ul style="list-style-type: none">▪ 2.3 - Analisi di materialità▪ 3.2 - Welfare, benessere e sicurezza	
GRI 3-2	Elenco di temi materiali		
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali		

Tema materiale - We design impacts: solid and sustainable economic performance

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 1.4 - La nostra storia: una mappa fatta di esperienze ▪ 2.3 - Analisi di materialità 	
GRI 3-2	Elenco di temi materiali		
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali		
GRI 201-1	Valore economico diretto generato e distribuito		

Tema materiale - We are our values: ethics and transparency

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 2.3 - Analisi di materialità ▪ 2.5 - Etica e trasparenza 	
GRI 3-2	Elenco di temi materiali		
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali		
GRI 205-3	Incidenti confermati di corruzione e misure adottate		Nel periodo di rendicontazione in Logotel non è stato rilevato alcun episodio di corruzione, né sono stati avviati procedimenti legali per motivi di corruzione.
GRI 206-1	Azioni legali relative a comportamento anticompetitivo, attività di trust e prassi monopolistiche		Nel periodo di rendicontazione non sono stati avviati procedimenti legali contro Logotel per comportamenti anticompetitivi, attività di trust o pratiche monopolistiche.

Tema materiale - We take care of our own and our Clients' data: privacy and data security

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> 2.3 - Analisi di materialità 2.5 - Etica e trasparenza 	Nel periodo di rendicontazione non si sono registrate denunce comprovate ricevute riguardanti violazioni della privacy dei Clienti e/o perdite di loro dati.
GRI 3-2	Elenco di temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> GRI Index 	
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali		
GRI 206-1	Fondati reclami riguardanti violazioni della privacy dei Clienti e perdita di loro dati		

Tema materiale - We're independent in every choice we make

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> 2.3 - Analisi di materialità 1.1 - Chi siamo 	
GRI 3-2	Elenco di temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> 1.4 - La nostra storia: una mappa fatta di esperienze 1.5 - Governance 	
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali		

Tema materiale - We believe in collaboration: focus on Clients

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 2.3 - Analisi di materialità ▪ 4.1 - Il nostro metodo progettuale 	
GRI 3-2	Elenco di temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 4.2 - Case study in collaborazione con i nostri clienti e partner 	
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali		

Tema materiale - We make impacts together: accompanying Clients and their people to change

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 2.3 - Analisi di materialità ▪ 4.1 - Il nostro metodo progettuale 	
GRI 3-2	Elenco di temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 4.2 - Case study in collaborazione con i nostri clienti e partner 	
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali		

Tema materiale - We believe in collaboration: focus on Clients

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 2.3 - Analisi di materialità ▪ 5.1 - Social impact 	
GRI 3-2	Elenco di temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 5.2 - Iniziative community-driven ▪ 5.3 - Charity 	
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali		

Tema materiale - We make change together: relationships and networking with communities

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 2.3 - Analisi di materialità ▪ 5.1 - Social impact 	
GRI 3-2	Elenco di temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 5.2 - Iniziative community-driven ▪ 5.3 - Charity 	
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali		

Tema materiale - We nurture valuable relations: partnership activation and development

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 2.3 - Analisi di materialità ▪ 5.1 - Social impact 	
GRI 3-2	Elenco di temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 5.2 - Iniziative community-driven ▪ 5.3 - Charity 	
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali		

Tema materiale - We take care of what we say: responsible communication

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> 2.3 - Analisi di materialità 2.5 - Etica e trasparenza 	
GRI 3-2	Elenco di temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> 6.3 - Laboratori di ricerca e competence center 	
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali		

Tema materiale - We inspire and nurture an inclusive vision of the future for all: open-source culture and knowledge sharing

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> 2.3 - Analisi di materialità 6.1 - Ricerca e sperimentazione 	
GRI 3-2	Elenco di temi materiali		
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali		

Tema materiale - We critically embrace innovation, exploring new frontiers and harnessing knowledge to build a better future

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 2.3 - Analisi di materialità ▪ 6.3 - Laboratori di ricerca e competence center 	
GRI 3-2	Elenco di temi materiali		
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali		

Tema materiale - We create connections within our ecosystem with experts and excellence, to fuel our constant commitment to research

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 2.3 - Analisi di materialità ▪ 6.1 - Ricerca e sperimentazione ▪ 6.2 - Partecipazione a report ed eventi a tema sostenibilità ▪ 6.4 - Partnership 	
GRI 3-2	Elenco di temi materiali		
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali		

Tema materiale - We take care of our planet: efficient consumption and reduced environmental footprint

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 2.3 - Analisi di materialità ▪ 7.2 - Consumi ed emissioni 	
GRI 3-2	Elenco di temi materiali		
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali		
GRI 302-1	Consumo di energia interno all'organizzazione		
GRI 305-1	Emissioni di gas a effetto serra (GHG) dirette (Scope 1)		
GRI 305-2	Emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette da consumi energetici (Scope 2)		
GRI 305-3	Altre emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette (Scope 3)		

Tema materiale - We translate sustainability into practice: waste management and recycling

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 2.3 - Analisi di materialità ▪ 7.2 - Consumi ed emissioni 	
GRI 3-2	Elenco di temi materiali		
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali		

Tema materiale - We behave with care: promoting sustainable behaviours

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 2.3 - Analisi di materialità ▪ 7.1 - Behave with care 	
GRI 3-2	Elenco di temi materiali		
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali		