

# WORLD



**Arkage**  
ARTATTACK GROUP



**Impact Report  
Anno 2023**

# WORLD

→	Mission100	<b>3</b>
→	Chi siamo	<b>4</b>
→	Value Chain	<b>7</b>
→	Lo statuto di Arkage	<b>11</b>
→	La prima finalità specifica di beneficio comune Comunicazione positiva	<b>12</b>
→	La seconda finalità specifica di beneficio comune Nuovi modelli economici	<b>14</b>
→	La terza finalità specifica di beneficio comune Crescita dei collaboratori	<b>16</b>
→	La quarta finalità specifica di beneficio comune Benessere dei collaboratori	<b>18</b>
→	La quinta finalità specifica di beneficio comune Impatto positivo sulla comunità	<b>20</b>
→	La sesta finalità specifica di beneficio comune Sostenibilità	<b>22</b>
→	Responsabilità, sostenibilità, trasparenza	<b>24</b>

# Mission100

---

Alla luce della recente ri-certificazione B Corp che ci ha portato ad oltre 90 punti, la missione del nostro prossimo piano di crescita è quella di aggiungere almeno altri 10 punti entro il 2027. Alcuni obiettivi hanno un impatto economico importante e richiedono un impegno tale da essere necessariamente pianificato su step incrementali. Per questo, fissare un piano soltanto anno su anno non era per noi una rotta percorribile. **Raggiungere i 100 punti in 3 anni: è questa la nostra Mission 100.**

---

# 01 CHI SIAMO

---

Arkage (Artattack Group) è stata la prima agenzia di comunicazione a diventare in Italia Società Benefit e B Corp certificata. Siamo la prima agenzia italiana di comunicazione post-digital, specializzata nella creazione di esperienze utente coinvolgenti, che annullano il confine tra online e offline.

Affrontiamo questa nuova era della comunicazione tenendo sempre presente il beneficio comune, i principi di sostenibilità e trasparenza nei confronti dei Clienti e della società, intesa come manifestazione della interculturalità intera.

---

# 01

## MANIFESTO

---

Think of the bigger picture. Start from the data. Turn numbers into insights. Create for humans. Cry, laugh, be bored. It is ok not to be perfect. Code with a vision: make friends with machines. Make technology feel alive. Dream bravely. Start a journey even before you can see the whole route.

Get aboard.

Welcome the post-digital era.

---

# 01

## VISION

---

- **Creative Thinking Beyond Boundaries:** Portiamo il pensiero creativo oltre ogni confine tradizionale, per liberare il vero potenziale di tutte le aziende e le persone che lavorano con noi, migliorando il mondo in cui viviamo
  - **Beyond Communication:** Creiamo prodotti di comunicazione, consulenza e formazione, digitali e fisici
  - **Beyond Territory:** Coltiviamo un team internazionale diffuso per collaborare con partner e clienti in tutto il mondo
  - **Beyond Profit:** Cerchiamo un impatto positivo riconosciuto su ambiente, comunità, arte e cultura
  - **Beyond Rules:** Lavoriamo in una struttura senza gerarchie né silos, che attira i talenti e valorizza naturalmente le skill di ogni persona
- 

## MISSION

---

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

---

## MISSION TEST

---

1. Sperimentare nuove forme di orario breve
  2. Lanciare importanti iniziative di miglioramento del profilo d'impatto
  3. Aumentare la diversity del team per acquisire nuovi punti di vista
  4. Consolidare il business su pochi clienti enterprise 1B+
  5. Lanciare sul mercato prodotti digitali o fisici
  6. Affermarsi come eccellenza riconosciuta dal mercato
  7. Lanciare un'Academy autonoma
-

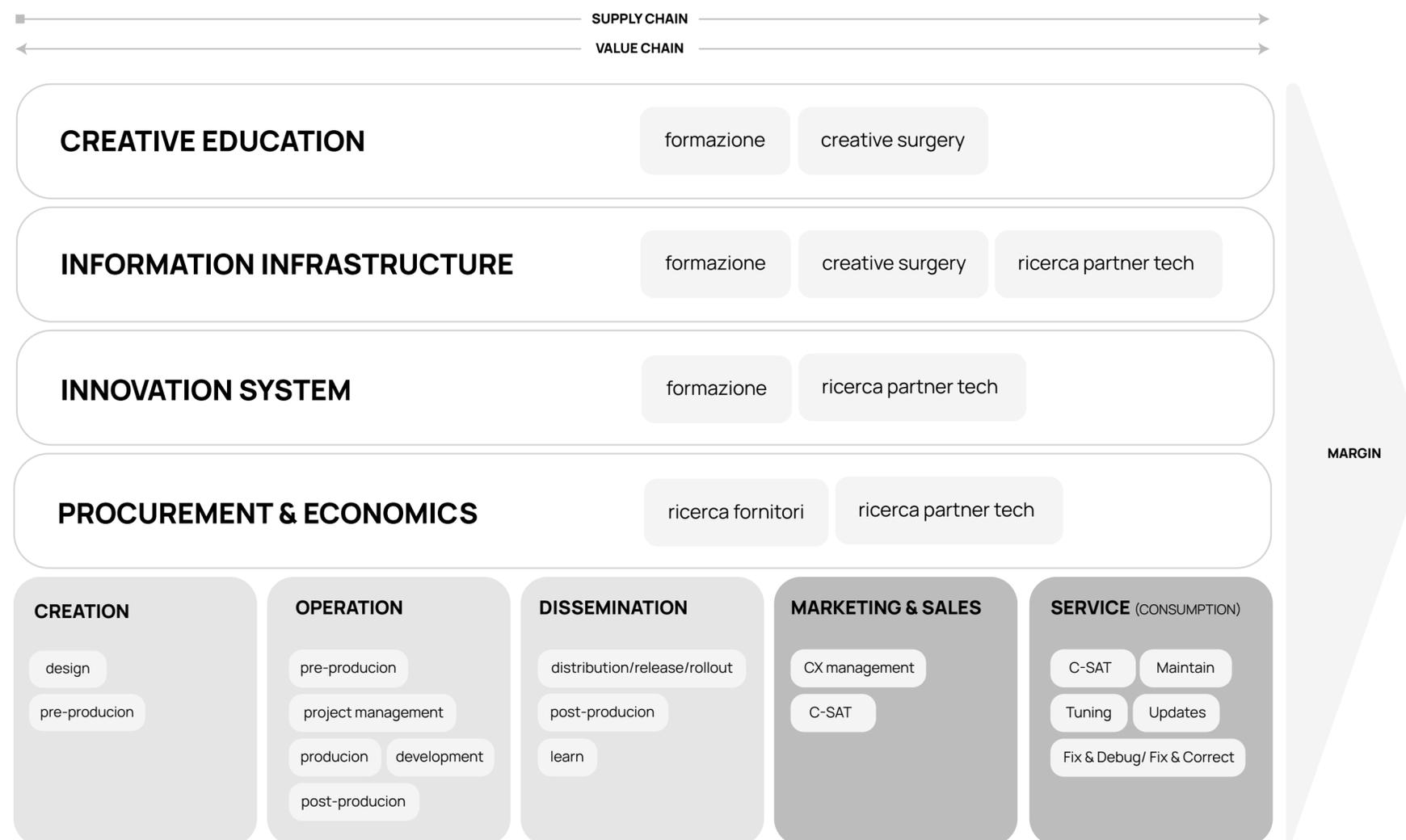
# 02 Value Chain

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

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

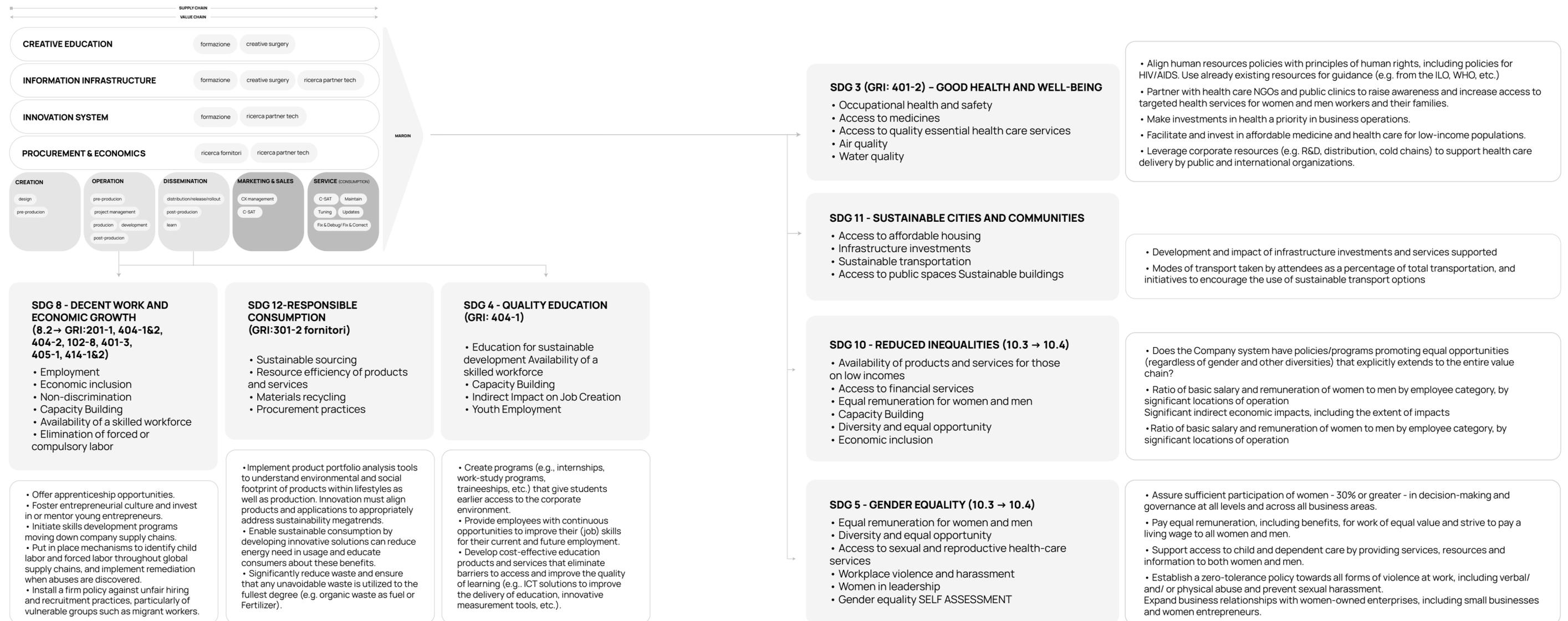
La seconda è l'estensione della prima analisi e mostra gli SDG su cui riteniamo di poter dare il maggior contributo.

Riportiamo anche la matrice di materialità che quest'anno è trattata in maniera ancora superficiale che ha consentito di individuare le aree di mappatura SDG e GRI per fornire in modo estensivo la rendicontazione.



# Value Chain

La Value Chain a sua volta aderisce al modello presentato nel documento **Creative value chain defined by The 2009 UNESCO statistics (2009)**.



# 02

## SDG

Dall'analisi sono emersi i seguenti 7 SDG, che abbiamo poi sottoposto ai seguenti stakeholders:

- interni: **100% del team, 75% delle risposte**
- interni: **board + CEO**
- esterni: **100% dei fornitori**

---

→ Abbiamo anche lasciato libertà di scelta sugli altri elementi della lista.

---

## SDG 3

Garantire una vita sana e promuovere il benessere di tutti a tutte le età

## SDG 4

Garantire un'istruzione di qualità inclusiva ed equa e promuovere opportunità di apprendimento continuo per tutti

## SDG 5

Raggiungere l'uguaglianza di genere e l'autodeterminazione di tutte le donne e ragazze

## SDG 8

Promuovere una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, la piena occupazione e il lavoro dignitoso per tutti

## SDG 10

Ridurre le disuguaglianze all'interno dei e fra i Paesi

## SDG 11

Rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, resilienti e sostenibili

## SDG 12

Garantire modelli di consumo e produzione sostenibili

# 02

## Usare il business come forza positiva

In Arkage e ancora prima Artattack Group, crediamo che una buona comunicazione possa rendere il mondo un posto migliore e per questo il nostro scopo è di creare un nuovo modo di comunicare. Abbiamo iniziato a parlare di native advertising quando i banner erano ancora al di sopra di ogni sospetto. Abbiamo creduto nel content marketing, per tornare a interessare il pubblico. E crediamo nell'innovazione sostenibile e nella necessità di comunicarla.

Vogliamo diffondere messaggi positivi per promuovere una cultura inclusiva e modelli economici, sociali e tecnologici a prova di futuro.

Le società benefit rappresentano un'evoluzione del concetto stesso di azienda e abbiamo scelto questo status giuridico per applicare nella pratica il messaggio di cui ci facciamo portatori.

Mentre le società tradizionali esistono con l'unico scopo di distribuire dividendi agli azionisti, le società benefit sono espressione di un paradigma più evoluto: integrano nel proprio oggetto sociale, oltre agli obiettivi di profitto, lo scopo di avere un impatto positivo sulla società e sulla biosfera.

### Le due caratteristiche fondamentali delle Società Benefit

---

→ Esplicitano l'attenzione verso tutti i portatori di interesse, sia shareholder che stakeholder, nel proprio oggetto sociale

---

→ Misurano i propri risultati in termini di impatto positivo sulla società e sull'ambiente con la stessa completezza e con lo stesso rigore adottato per i risultati di tipo economico e finanziario

---

Ci siamo riconosciuti nel modello Benefit Corporation e abbiamo trasformato il nostro status giuridico da SRL a SRL Società Benefit (SB) nel 2017.

Abbiamo consolidato il nostro impegno B Corp con la certificazione B Corp, ricevuta a Novembre 2017, poi rinnovata con un incremento di punteggio, nel 2021. Il protocollo di misurazione adottato da Arkage è il B Impact Assessment (<http://bimpactassessment.net/>) da quest'anno esteso nella versione rivista e completata con l'SDG Action manager, tool per coordinare ciascuna B Corp nell'adozione del/degli SDG più consoni. La misura dell'impatto si traduce in un numero su una scala di valori da 0-200 punti.

### Il responsabile dell'impatto

La legge prevede che le Società Benefit nominino una persona responsabile del perseguimento delle attività di Beneficio Comune.

In data 30/11/2017, gli amministratori di Arkage hanno nominato il Dott. Matteo Maria Ambrogi, Responsabile dell'Impatto, per lo svolgimento delle funzioni e dei compiti volti al perseguimento delle suddette finalità, come previsto dalla Legge 208/2015, ovvero quale soggetto preposto a coadiuvare la società nel perseguimento di tali obiettivi, valutando la coerenza e l'idoneità delle procedure aziendali rispetto al raggiungimento degli obiettivi sociali.

# Lo statuto di Arkage

Nel nostro statuto sono indicate le seguenti specifiche finalità di beneficio comune, nelle pagine seguenti vi illustriamo come intendiamo perseguirle per l'anno 2024 e rivedremo insieme i risultati dell'anno precedente.

- 1** Privilegia l'utilizzo di messaggi positivi nelle proprie attività e progetti di comunicazione promuovendone l'impatto sociale e ambientale positivo, con particolare attenzione allo sviluppo di una cultura inclusiva per il superamento di stereotipi estetici e culturali; basa la propria operatività, in linea con i valori fondanti, sul rigoroso rispetto delle persone secondo i principi di etica, trasparenza e inclusività;
- 2** Ricerca adotta e promuove modelli e sistemi economici, sociali, tecnologici e di innovazione a prova di futuro: (i) privilegia la collaborazione con organizzazioni non profit e società benefit o B Corp certificate con formule contrattuali agevolate con la logica del "benefit credit"; (ii) promuove l'evoluzione della propria industry, dal punto di vista della conoscenza e della tecnologia, attraverso la collaborazione con università ed enti di ricerca;
- 3** Favorisce la crescita professionale dei propri collaboratori, pratica una politica inclusiva all'interno dell'azienda e crea le condizioni favorevoli all'accoglienza, alla flessibilità e alla qualità del lavoro, anche con iniziative specifiche a sostegno della conciliabilità degli impegni di lavoro con quelli familiari;
- 4** Persegue, anche attraverso l'uso di soluzioni tecnologiche, la massimizzazione del benessere di tutti i collaboratori con iniziative identificate ogni anno durante momenti collegiali e individuali di co-creazione, applicando framework sociologici riconosciuti;
- 5** Promuove progetti ad impatto positivo sul territorio attraverso la collaborazione con gli stakeholder e mette a disposizione della comunità locale spazi e risorse diventando un punto di riferimento che ne catalizzi l'energia. Arkage promuove e sostiene progetti d'arte indipendenti, nella convinzione che l'arte sia un potente antidoto contro ignoranza, inerzia e bestialità umane;
- 6** Ricerca e adotta soluzioni che mirano al miglioramento costante del proprio profilo di sostenibilità.

# 04 La prima finalità specifica di beneficio comune: COMUNICAZIONE POSITIVA

Arkage privilegia l'utilizzo di messaggi positivi nelle proprie attività e progetti di comunicazione promuovendone l'impatto sociale e ambientale positivo, con particolare attenzione allo sviluppo di una cultura inclusiva per il superamento di stereotipi estetici e culturali; basa la propria operatività, in linea con i valori fondanti, sul rigoroso rispetto delle persone secondo i principi di etica, trasparenza e inclusività.

Arkage si distingue per l'attivismo nel cercare di orientare il cliente verso una comunicazione positiva.

## OBIETTIVI 2024

1. Creare un framework "Impact360" per misurare gli effetti del nostro lavoro per le aziende (marketing e comunicazione) con KPI quantitativi che riguardano il pubblico di riferimento (sia interno che esterno). Lanciare importanti iniziative di miglioramento del profilo d'impatto
2. Realizzare almeno 3 campagne d'impatto per conto di ONG o di aziende Profit o per conto proprio

# 04 La prima finalità specifica di beneficio comune: COMUNICAZIONE POSITIVA

## REVIEW OBIETTIVI 2023

1. Creare un framework di monitoraggio strutturato (versione draft) delle attività di marketing e comunicazione delle aziende, con KPI oggettivi, per misurare l'impatto del nostro lavoro per clienti Profit e ONG – **Non fatto**
2. Realizzare almeno 3 campagne d'impatto per conto di ONG o di aziende Profit o per conto proprio – **Fatto 100%**

## COMMENTI

La realizzazione del framework si è rivelata alquanto impegnativa e time consuming sebbene l'obiettivo continui ad essere importante per l'agenzia sia come valore per la data powered creativity sia per garantire la qualità dell'impatto alle ONG. Abbiamo variato leggermente la vision del KPI per meglio esplicitare il concetto di dato quantitativo inteso come elemento misurabile.

**Raggiungimento obiettivi: 50%**

# 05 La seconda finalità specifica di beneficio comune: NUOVI MODELLI ECONOMICI

Arkage ricerca, adotta e promuove modelli e sistemi economici, sociali, tecnologici e di innovazione a prova di futuro:

1. privilegia la collaborazione con organizzazioni non profit e società benefit o B Corp certificate con formule contrattuali agevolate con la logica del “benefit credit”
2. promuove l’evoluzione della propria industry, dal punto di vista della conoscenza e della tecnologia, attraverso la collaborazione con università ed enti di ricerca.

## OBIETTIVI 2024

1. Organizzare almeno 3 eventi su trend che impattano complessivamente l’industry creativa (es. Artificial Intelligence)
2. Veicolare gratuitamente ad almeno 500 persone in target contenuti che contribuiscono ad aumentare la conoscenza su trend che impattano l’industry creativa (es. Booklet)
3. Creare e condividere un sistema per per collezionare i feedback in merito all’efficacia del nostro contributo ai clienti (interni ed esterni)

# 05 La seconda finalità specifica di beneficio comune: NUOVI MODELLI ECONOMICI

## REVIEW OBIETTIVI 2023

1. Organizzare almeno 3 eventi su trend che impattano complessivamente l'industry creativa (es. Artificial Intelligence) – **Fatto 100%**
2. Veicolare gratuitamente ad almeno 500 persone in target contenuti che contribuiscono ad aumentare la conoscenza su trend che impattano l'industry creativa (es. Booklet) – **Fatto 100%**

## COMMENTI

Siamo contente dei risultati ottenuti e vorremmo replicare l'iniziativa anche sul 2024, avendo però cura di collezionare dei feedback qualitativi in merito all'efficiacia del contributo Arkage.

**Raggiungimento obiettivi: 100%**

# La terza finalità specifica di beneficio comune: CRESCITA DEI GRUPPI DI LAVORO

Arkage persegue, anche attraverso l'uso di soluzioni tecnologiche, la massimizzazione del benessere delle persone con iniziative identificate ogni anno durante momenti collegiali e individuali di co-creazione, applicando framework sociologici riconosciuti.

## OBIETTIVI 2024

1. Aumentare il livello di integrazione delle soluzioni tecnologiche innovative in ambito Artificial Intelligence nei processi core verso il cambiamento di modalità operative "standardizzate"
2. Fare il 100% delle review delle Mission personali
3. Organizzare almeno 3 workshop interni di formazione sui temi di Diversity, Equity, Inclusion e Sostenibilità

# La terza finalità specifica di beneficio comune: CRESCITA DEI GRUPPI DI LAVORO

## REVIEW OBIETTIVI 2023

1. Garantire al 100% dei dipendenti e collaboratori un piano di crescita individuale nella forma semplificata di Mission Personale, così da avere, anno su anno, chiarezza nel percorso e nel raggiungimento degli obiettivi – **Parzialmente raggiunto 50%**
2. Definizione di una metodologia di monitoraggio oggettivo degli obiettivi aziendali, di team e personali (es. OKR) – **Fatto 100%**
3. Organizzare almeno 3 workshop interni di formazione sui temi di Diversity, Equity, Inclusion e Sostenibilità, volti a sensibilizzare il team su concetti di cui deve diventare cassa di risonanza e ambasciator anche all'esterno – **Non completato 0%**
4. Integrare soluzioni tecnologiche innovative in ambito Artificial Intelligence nei processi core che abbiano un forte impatto sull'operatività delle singole (non solo quindi in termini di operatività, ma soprattutto in ottica di garantire la longevità della propria professionalità nel tempo) – **Fatto 75%**

## COMMENTI

Il punto 1 è stato realizzato nella misura in cui abbiamo condiviso con ciascuna persona dell'agenzia la mission personale. L'anno passato però ci ha visto attraversare un lungo periodo di affanno in cui abbiamo dovuto reindirizzare le energie sull'ottimizzazione della delivery e abbiamo limitato gli extra-budget. Ciò ha impattato sia sulla possibilità di mettere a terra e di seguire l'evoluzione di ciascuna Mission, sia di portare avanti temi e workshop di formazione. Per quanto riguarda l'implementazione dell'AI siamo abbastanza soddisfatte, sebbene sarà importante modificare le leve delle singole persone, perché modifichino il proprio atteggiamento verso un comportamento di maggiore apertura verso le nuove tecnologie e metodologie di lavoro.

## Raggiungimento obiettivi: <60%

# 07 La quarta finalità specifica di beneficio comune: BENESSERE DELLE PERSONE

## OBIETTIVI 2024

1. Mettere in essere delle iniziative di co creazione (es. gruppi di lavoro) per migliorare la soddisfazione e il benessere delle persone
2. Mettere in campo almeno 4 esperimenti per migliorare la soddisfazione del team
3. Introdurre un monitor per misurare la qualità dell'aria negli uffici
4. Studiare regole paritarie per coloro che collaborano con Arkage relativamente ai benefit aziendali e alle regole del welfare:
  - a. Analisi delle Esigenze e Benchmarking:
    - condurre sondaggi anonimi e sessioni di focus group per comprendere le esigenze e le preferenze dei/le collaboratori/trici riguardo ai benefit aziendali e al welfare
    - analizzare i dati demografici dei/le dipendenti per identificare gruppi con esigenze specifiche, come genitori, caregiver, giovani professionisti
    - confrontare i programmi di benefit aziendali di altre società del settore o di dimensioni simili per identificare best practices e standard di settore
    - collaborare con consulenti di welfare aziendale per ottenere pareri e consigli basati su esperienze consolidate

# 07 La quarta finalità specifica di beneficio comune: BENESSERE DELLE PERSONE

## REVIEW OBIETTIVI 2023

1. Avviare un tavolo di lavoro per ideare soluzioni e regolamenti atti a facilitare la vita del collaboratore in caso di: lutto, volontariato non coperto da 194, mestruazioni dolorose o che causano altri problemi di salute, orari flessibili per genitori oltre la copertura di legge, animale domestico che richieda cure e assistenza – **10% - Messa a terra solo la board**
2. Studiare regole paritarie per coloro che collaborano con Arkage relativamente ai benefit aziendali e alle regole del welfare:
  - standardizzare la logica di erogazione dei benefit per tutte
  - allargare a tutte le forme contrattuali gli stessi benefit di chi collabora a tempo indeterminato.
  - introdurre una o più forme di copertura sanitaria integrativa
  - valutare nuovi piani di investimento pensionistico che abbiano specifiche purpose di Sostenibilità/ESG
3. Attivare delle convenzioni con Palestre/Centri sportivi/Ristoranti in zona Trastevere per incentivare uno stile di vita sano – **Non completato 0%**
4. Introdurre un monitor per misurare la qualità dell'aria negli uffici – **Non completato 0%**
5. Integrare il Code of Conduct con un sistema di gestione Reclami/Torti/Whistleblower – **Completato 100%**
6. Continuare a pianificare due momenti l'anno di team building e self empowerment atti a migliorare la propria consapevolezza di sé – **Completato 100%**

## COMMENTI

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

**Raggiungimento  
obiettivi: <60%**

# La quinta finalità specifica di beneficio comune: IMPATTO POSITIVO SULLA COMUNITÀ

Arkage promuove progetti ad impatto positivo sul territorio attraverso la collaborazione con gli stakeholder e mette a disposizione della comunità locale spazi e risorse diventando un punto di riferimento che ne catalizzi l'energia. Arkage promuove e sostiene progetti d'arte indipendenti nella convinzione che l'arte sia un potente antidoto contro ignoranza, inerzia e bestialità umane;

## OBIETTIVI 2024

1. Continuare a migliorare la raccolta fondi per WeWorkItWorks rispetto al 2023
2. Campagna Pride
3. Partecipare ad iniziative B Corp
4. Aggiungere un'altra campagna attivista

# La quinta finalità specifica di beneficio comune: IMPATTO POSITIVO SULLA COMUNITÀ

## REVIEW OBIETTIVI 2023

Raccolta fondi per il progetto di sviluppo globale  
WeWorkItWorks.org

→ 8.000€ raccolti  
(80/100 madrine per la Casa Famiglia)

→ 12.275€ raccolti su Gofundme  
(operazione Jessco)

→ 6.000€ da eventi e vendita opere

## COMMENTI

Visti gli effetti benefici che le nostre azioni portano, replicheremo ed amplieremo ogni anno le attività per continuare a contribuire allo sviluppo della comunità.

**Raggiungimento obiettivi: >95%**

# La sesta finalità specifica di beneficio comune: SOSTENIBILITÀ

Arkage ricerca e adotta soluzioni che mirano al miglioramento costante del proprio profilo di sostenibilità.

## OBIETTIVI 2024

1. Migliorare ulteriormente la raccolta differenziata
2. Monitorare tutti i consumabili di agenzia per trovare soluzioni sostenibili (es. cialde caffè, bicchieri caffè, etc)
3. Migliorare la consapevolezza sui concetti B Corp con almeno 4 lean coffee.
4. Avviare il tavolo di lavoro road2100

# La sesta finalità specifica di beneficio comune: SOSTENIBILITÀ

## REVIEW OBIETTIVI 2023

1. Migliorare la Raccolta differenziata – **50%**
2. Selezione di un caffè con buste compostabili – **0%**
3. Avviare una procedura strutturata per il monitoraggio della tipologia energia, dell'acqua e delle risorse utilizzate e uno studio di fattibilità per ridurre ulteriormente i rifiuti e l'impatto ambientale NETZERO2030

## COMMENTI

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

**Raggiungimento obiettivi: >10%**

# **Responsabilità, sostenibilità, trasparenza: OPERIAMO IN MODO RESPONSABILE, SOSTENIBILE E TRASPARENTE NEI CONFRONTI DI PERSONE, COMUNITÀ, TERRITORI E AMBIENTE, BENI E ATTIVITÀ CULTURALI E SOCIALI, ENTI E ASSOCIAZIONI E ALTRI PORTATORI DI INTERESSE**

Di seguito l'impatto complessivo di Arkage riferito all'anno 2021: valutazione di sintesi ottenuta utilizzando lo standard internazionale di B Impact Assessment e successivamente il report numerico dei principali vettori di cambiamento, mappati secondo standard GRI, rispetto agli SDG individuati, contro i dati indicati nel BIA.

# 10

---

Arkage ha sempre avuto nel proprio DNA - nei comportamenti, nelle riunioni attorno a tavoli (volutamente) rotondi, nel modo di gestire il rapporto con i collaboratori, nella dedizione ai progetti che sviluppiamo per i nostri Clienti - tutti i valori del movimento B Corp: l'evoluzione era semplicemente naturale e spontanea, oltre che inevitabile.

- Il responsabile dell'Impatto  
Matteo Maria Ambrogi

---

# REPORT SINTETICO DI IMPATTO COMPLESSIVO

## Overall B Impact Score

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



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

Governance 21.0

Workers 31.6

Community 20.0

Environment 9.6

Customers 8.3

## Previous Overall B Impact Scores

2017 Overall B Impact Score → 81.2

## Report completo 2021

Il report completo è visionabile [qui](#)

→ Data prima certificazione:  
10 Novembre 2017

→ Data di ri-certificazione  
9 Dicembre 2021

# 10 GRI ANALYSIS

Di seguito riportiamo, in accordo agli standard GRI, il mapping tra gli SDG di interesse, ove l'agenzia ha maggior impatto di sostenibilità anche alla luce della matrice di materialità stilata in forma provvisoria sull'anno 2021.

Per motivi di trasparenza abbiamo riportato tutti i punti indicati anche ove ripetuti, per mostrare chiaramente il mapping.

SDG.Target	GRI Disclosure	Results
3.4	403-10	0 incidenti sul lavoro
3.5	403-6-b	<ul style="list-style-type: none"> <li>L'azienda fa da sponsor e incoraggia a partecipare in attività legate alla salute e al benessere durante la settimana lavorativa (per esempio programmi di camminata)</li> <li>I lavoratori hanno accesso a servizi di consulenza, risorse web e programmi di assistenza ai lavoratori legati alla salute comportamentale</li> <li>L'azienda possiede politiche e programmi per prevenire lesioni in relazione all'ergonomia del posto di lavoro</li> <li>Più del 25% dei lavoratori ha completato la valutazione dei rischi per la salute negli ultimi dodici mesi</li> </ul>
4.3 4.4 4.5	404-1-a	Il KPI interno è erogare almeno 50 ore all'anno di formazione per: <ul style="list-style-type: none"> <li>Refresh competenze verticali</li> <li>Integrazione competenze verticali</li> <li>Estensione competenze verticali</li> </ul>

5.1	202-1	I lavoratori part-time godono degli stessi diritti e benefit dei full-time
	401-1	Nuove assunzioni (al momento del presente report): 9 Percentuale di turnover: 10%
	404-1-a	Per ciascun dipendente è prevista una formazione minima di 50h/anno suddivisa tra: <ul style="list-style-type: none"> <li>Refresh competenze verticali</li> <li>Integrazione competenze verticali</li> <li>Estensione competenze verticali</li> </ul> Non abbiamo, volutamente, al momento uno split fissato tra le diverse aree di formazione per mantenere la flessibilità necessaria anno su anno ai bisogni sia dell'agenzia sia dei singoli collaboratori, cui viene preparato un piano formazione dedicato e personale.
	401-3	N/A → non ci serviamo di lavoratori ad ore
	401-3-a	Almeno una volta all'anno viene effettuata una review capillare di ciascun collaboratore per verificarne lo stato avanzamento formazione e collezionarne desiderata e need formativi.  Include feedback di pari e di subordinati. Include indicazioni scritte sullo sviluppo della carriera. Non include obiettivi sociali e ambientali Include obiettivi chiaramente identificati e raggiungibili Si tratta di un processo di feedback a 360 gradi Tutti i lavoratori di ruolo ricevono un feedback

# 10 GRI ANALYSIS

405-1	<p>% di collaborazione auto-identificata come Donna: maggiore del 50%</p> <p>Manager dell'azienda che si identificano come donne: maggiore del 50%</p> <p>Membri appartenenti al Consiglio di Amministrazione dell'azienda si identificano come donne: 40 - 49 %</p> <p>I proprietari maggioritari o le alte cariche dell'azienda appartengono a qualcuno di questi gruppi sottorappresentati: 0%</p> <p>Quale percentuale della forza lavoro proviene da comunità a basso reddito o non possiede un diploma d'istruzione superiore? 0%</p> <p>Che percentuale del personale dell'azienda si identifica come appartenente a una minoranza razziale o etnica? 0%</p> <p>Quale percentuale della forza lavoro dell'azienda ha meno di ventiquattro anni o più di cinquanta? 50%</p>
406-1	<p>Quali delle seguenti politiche sono scritte nel manuale del dipendente e sono di facile accesso?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dichiarazione anti discriminazione</li> <li>• Una politica anti-abuso con meccanismi di segnalazione, processi e procedure disciplinari</li> <li>• Una dichiarazione sull'orario di lavoro</li> <li>• Politiche su questioni di pagamenti e performance</li> <li>• Politiche in materia di benefit, formazione, permessi e congedi</li> <li>• Una dichiarazione di neutralità riguardante il diritto dei lavoratori di negoziare in modo collettivo e la libertà di associazione</li> <li>• Divieto di lavoro minorile e lavoro forzato/coatto</li> </ul>

5.2	414-1-a 414-2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'agenzia monitora l'impatto sociale e ambientale dei propri fornitori tramite modulo di autodichiarazione del rispetto di pratiche relative a: <ul style="list-style-type: none"> <li>• assenza di lavoro minorile</li> <li>• attività atte a ridurre o compensare il proprio impatto ambientale</li> <li>• diversità tra i proprietari</li> <li>• lotta alla discriminazione e applicazione di misure correttive</li> <li>• assenza di multe, richiami o cause (civili o penali) in materia di lavoro (sicurezza o discriminazione)</li> <li>• monitoraggio e compliancy se parte dei lavoratori, appaltatori, subappaltatori o lavoratori giornalieri viene pagata al di sotto del salario minimo</li> </ul> </li> </ul>
5.4	401-2 401-3	<p>Ultimi 12 mesi dalla data di compilazione attuale: &amp; di lavoratori che hanno lasciato Arkage: &lt; 20%</p> <p>Elenco benefit forniti a maggioranza sui collaboratori non manager:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• bonus e partecipazione agli utili</li> <li>• affiliazione con Sanimpresa</li> <li>• buoni pasto</li> </ul> <p>Giorni garantiti al primo genitore:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• fino a 6 mesi di congedo</li> </ul>
5.5	102-22-a 405-1 (vd. sopra)	<p>Quale delle seguenti opzioni sono applicabili al consiglio di amministrazione o altro organo di governo dell'azienda?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Si tengono riunioni almeno 2 volte all'anno</li> <li>• Si tengono riunioni almeno una volta ogni tre mesi</li> </ul> <p>Il Consiglio di Amministrazione o organo di governo equivalente dell'azienda ha rappresentanti con diritto a voto nei seguenti gruppi di stakeholders: NO</p> <p>Percentuale dei membri del board, che si identificano come Donne: 50%</p>
8.2		

# 10 GRI ANALYSIS

8.3	204-1-a	
8.4	301-1-a n/a 301-2-a n/a 301-3 n/a 302-1 302-2-a 302-3-a 302-4-a 302-5-a	Arkage usa il 100% di energie rinnovabili per la produzione di energia elettrica  Consumo di energia elettrica ultimo anno: 60GJ
8.5	102-8-b	Numero totale di lavoratori a tempo pieno: 42 Numero totale di lavoratori part-time: 2
	202-1 202-2-a 401-1 401-2-a 401-3	Già mappato e descritto
	404-3-a	Le seguenti opzioni sono comprese nel processo formale di feedback per i dipendenti: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Il processo segue un'agenda regolare e si realizza almeno una volta all'anno</li> <li>• Include feedback di pari e di subordinati</li> <li>• Include indicazioni scritte sullo sviluppo della carriera</li> <li>• Include obiettivi chiaramente identificati e raggiungibili</li> <li>• Tutti i lavoratori di ruolo ricevono un feedback</li> </ul>
	405-1 405-2-b	Già mappato
8.6	401-1	Già mappato
8.7	409-1	Non riteniamo il nostro ambito pertinente con l'area di interesse del GRI relativo al lavoro forzato

8.8	102-41-a	L'agenzia esplicita nel proprio manifesto la libertà di associazione e l'assoluta libertà di pensiero, nell'ambito del buon senso comune, negando qualsiasi forma di inibizione, censura o ritorsione contro qualsiasi forma di associazione spontanea.
	402-1	Già mappato
	403-1-a 403-1-b 403-2-a 403-2-b 403-2-c 403-2-d 403-3-a 403-4-a 403-4-b 403-5-a 403-7-a 403-8	L'agenzia, riguardo ai temi di sicurezza sul lavoro ha esplicitato nel proprio manuale di Onboarding, al "Guide to the Gaalaxy" alcuni suggerimenti e buone prassi da seguire per un "lavoro sostenibile" che si inserisca naturalmente nella vita personale e privata di ciascuno di noi. Parte del personale è altresì formato, seppur in assenza di una guida scritta, sulla gestione del sistema di filtraggio dell'aria nei negli spazi comuni: elemento determinante alla buona salute di ciascuno di noi.
10.3	102-8-a 102-8-c 401-1 404-1-a 404-3-a 405-2-a	Già descritti e mappati in precedenza
10.4	207-1 207-2 207-3 207-4	Fatturato anno precedente: 4.772.260  L'agenzia si avvale del seguente consulente esterno per preparare, verificare, validare e il bilancio di esercizio: Commercialista: Beniamino Pisano Revisore Contabile: Alessandro Annessa  Al fine di uniformare le scelte del team e garantire pratiche etiche e trasparenti, l'agenzia ha rilasciato un codice di condotta che tutto il team è invitato a sposare e applicare al meglio delle proprie possibilità.

# 10 GRI ANALYSIS

n	306-1 306-2-a 306-2-b 306-2-c 306-3-a 306-4-a 306-4-b 306-4-c 306-4-d 306-5-a 306-5-b 306-5-c 306-5-d	I servizi di agenzia non producono né hanno impatto diretto sulla produzione di materiali di scarto pericolosi per l'ambiente.
12.2	301-1-a 301-2-a 301-3-a	Queste aree non sono applicabili alla nostra tipologia di business
	302-1 302-2-a 302-3-a 302-4-a 302-5-a	Già mappati ai punti precedenti
	303-1-a 303-1-c 305-1	Queste aree non sono applicabili alla nostra tipologia di business
	305-2 305-3 305-6-a	L'agenzia non è in grado di mappare al momento le emissioni GHS2 e GHS3: non disponiamo però, di una flotta di automezzi che, effettivamente possano avere un impatto ambientale rilevante.

	306-1 306-2-a 306-2-b 306-2-c 306-3-a 306-4-a 306-4-b 306-4-c 306-4-d 306-5-a 306-5-b 306-5-c 306-5-d	Già mappati ai punti precedenti
12.5	301-2-a 301-3-a	Queste aree non sono applicabili alla nostra tipologia di business
	306-1 306-2-a 306-2-b 306-2-c 306-3-a 306-4-a 306-4-b 306-4-c 306-4-d 306-5-a 306-5-b 306-5-c 306-5-d	Già mappati ai punti precedenti
	417-1	L'agenzia ha scritto nel proprio statuto e nel proprio codice di condotta il set di linee guida condivise e da approvarsi da parte di tutto il team, per creare campagne etiche e in linea con i valori del buon senso comune ma, soprattutto, con i valori di agenzia.

# 10

## GRI ANALYSIS

### Gendergap results

- Percentuale di donne rispetto agli uomini: **49%**
- Percentuale di donne in posizioni di responsabilità: **30%**
- Percentuale di donne tra i soci: **50%**
- Percentuale di donne nel board: **40%**

### Paygap results

Retribuzione media delle donne rispetto a quella degli uomini: **-7,4%**  
[Dato aggiornato al 30 marzo 2023]



**Arkage**  
ARTATTACK GROUP



**ArtAttack Group S.r.l.**  
Vicolo della Frusta 8/9 00153 Roma  
Tel: 06 87 91 10 01 | Fax: 06 87 91 10 99 | C.F. 01989890593 | P.Iva 06520011005  
CCIAA di Roma n. 972770 CAPSOC 100.000,00 EURO