



logotel

Report Sostenibilità 2024

**Making sustainability
together**



logotel

INDICE

Lettera al nostro ecosistema

Cristina Favini

1. Hello we are Logotel

- 1.1 Siamo Logotel. We design for change and impact
- 1.2 Cosa facciamo
- 1.3 Impact Design. Il nostro metodo progettuale
- 1.4 La nostra storia: una mappa fatta di esperienze
- 1.5 Governance

2. Il nostro approccio alla sostenibilità

- 2.1 Le nostre finalità di beneficio comune
- 2.2 Persone, clienti, comunità: i nostri stakeholder
- 2.3 Analisi di materialità
- 2.4 Il nostro modello di attivazione economica
- 2.5 Etica e trasparenza
 - Codice etico
 - Piattaforma whistleblowing

3. Prima Finalità: Clienti

- 3.1 Team Logotel con expertise verticali su temi di sostenibilità ambientale e sociale
- 3.2 Progetti con i nostri clienti

4. Seconda Finalità: Persone

- 4.1 DEI
- 4.2 Welfare, benessere e sicurezza
- 4.3 Formazione e programma LogotelxLogotel
- 4.4 Logotel spirit
- 4.5 Behave With Care

5. Terza finalità: Attori di rete

- 5.1 Realtà benefiche
- 5.2 Donazioni
- 5.3 Iniziative

6. Quarta finalità: Conoscenza

- 6.1 Ricerca e sperimentazione
- 6.2 Collaborazioni con associazioni di categoria
- 6.3 Partecipazione a eventi
- 6.4 Partnership
- 6.5 Collaborazioni con mondo accademico

7. Impegno per l'ambiente

- 7.1 Consumi ed emissioni
- 7.2 I nostri fornitori

8. Obiettivi futuri

- 8.1 Obiettivi

Lettera al nostro ecosistema

Impatto. È un termine che in **Logotel** utilizziamo ormai da anni. Che contraddistingue il nostro metodo di progettazione, **l'Impact design**. E che delinea anche la nostra vision: generare impatti positivi, concreti, misurabili, per le persone, le comunità, le aziende e le organizzazioni con cui lavoriamo.

Per questo motivo, è con emozione e convinzione che scrivo questa introduzione al **report di sostenibilità Logotel 2024, che integra la prima relazione di impatto nella nostra storia**. Una storia che lo scorso anno, a febbraio 2024, ha raggiunto una delle milestone più importanti, con il **passaggio a Società benefit**.

È una **scelta volontaria**, una trasformazione frutto di una visione condivisa tra tutto il management. Ed è la naturale evoluzione dei valori alla base del nostro operato come impresa, definizione cara al nostro fondatore e presidente, Giuliano Favini. È, però, anche uno scatto di consapevolezza in più, che abbiamo sentito necessario e urgente nel tempo sempre più complesso che stiamo vivendo.

Da un lato, il nuovo statuto mette nero su bianco il nostro **impegno** a operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni e altri portatori di interesse.

Dall'altro, il passaggio a Società benefit e le quattro finalità di beneficio comune che ci siamo impegnati a perseguire, e di cui si parla nel dettaglio nel report, ci investono anche di **responsabilità** ulteriori rispetto a quelle che fin da sempre ci hanno contraddistinto.

Responsabilità che ci assumiamo, consapevoli che, ora più che mai, ci sia bisogno di diventare agenti attivi del cambiamento, di contribuire alla costruzione di futuri possibili e migliorativi che le troppe ombre del presente non fanno vedere chiaramente.

Per immaginare un futuro desiderabile e condiviso, per vederlo e realizzarlo, come **design company**, ci affidiamo ai metodi e agli strumenti del design. Alla sua capacità di guardare ai problemi attraverso molteplici punti di vista; di costruire un senso e una direzione; di creare contesti che abilitino relazioni di valore tra persone, comunità ed ecosistemi; di accompagnare tutti gli attori nell'execution quotidiana, per farli diventare parte di un cambiamento collettivo.

È tutto riassunto nel nostro claim: **We design for change and impact**.

Questo report di sostenibilità vuole mostrare, in modo chiaro e trasparente, cosa progettare per il cambiamento e l'impatto significativi nel concreto della vita lavorativa delle persone che fanno parte della **community Logotel**.



Cosa significhi quando si applica ai progetti che realizziamo con e per i nostri **clienti** – servizi ed experience di nuova generazione, percorsi di change management e formazione, business community, progetti di open innovation. Come il design for change and impact possa abilitare e potenziare la costruzione di reti, partnership e collaborazioni con **enti e realtà del Terzo settore**. E infine, cosa progettare per il cambiamento e l’impatto significhi quando dà forma alle iniziative legate all’esplorazione, alla ricerca e alla **diffusione della conoscenza**.

Il report di sostenibilità 2024 ha una veste grafica e una struttura rinnovate, più coerenti con il passaggio a società benefit. L’obiettivo è offrire una **rendicontazione puntuale** non solo di ciò che abbiamo fatto, ma anche di ciò che ci impegniamo a fare nell’immediato futuro.

Con l’aiuto imprescindibile delle nostre persone e di tutti gli stakeholder – clienti, fornitori, partner e altri attori del **nostro ecosistema** –, che abbiamo coinvolto per rinnovare l’analisi dei temi materiali più rilevanti per la nostra impresa, e con cui vogliamo proseguire il cammino verso uno sviluppo sempre più sostenibile.

Un percorso che abbiamo chiamato **making sustainability together**, come il titolo di questo report, e che lo scorso anno ci ha consentito di vincere un premio, il **Green economy award 2024**. Riconoscimento al lavoro fatto e sprone per quello che ancora dobbiamo fare.

Buona lettura.



Cristina Favini
Co-founder, Chief design officer
Responsabile d’impatto Logotel Spa - Società Benefit



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 2024 e il 31 dicembre 2024 e ha cadenza annuale.

Rispetto al report di sostenibilità precedente, è da segnalare una modifica intervenuta nello statuto di Logotel. Dal 29 febbraio 2024 Logotel è diventata una società benefit ai sensi della legge L. 28-12-2015 n. 208, commi 376-384. Per questo motivo, il presente report integra anche la relazione di impatto, prevista dal comma 382 della citata legge.

Il report è stato redatto in conformità 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.

Il suddetto standard è stato utilizzato come standard di valutazione esterno per la valutazione dell'impatto generato da Logotel, ai sensi del comma 382 della legge L. 28-12-2015 n. 208.

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. La sede legale di Logotel France è al 66, avenue des Champs Elysées, a Parigi. Gli uffici di Logotel France si trovano a Parigi presso Immeuble WATT, 16 Rue Henri Regnault 92400 Courbevoie.

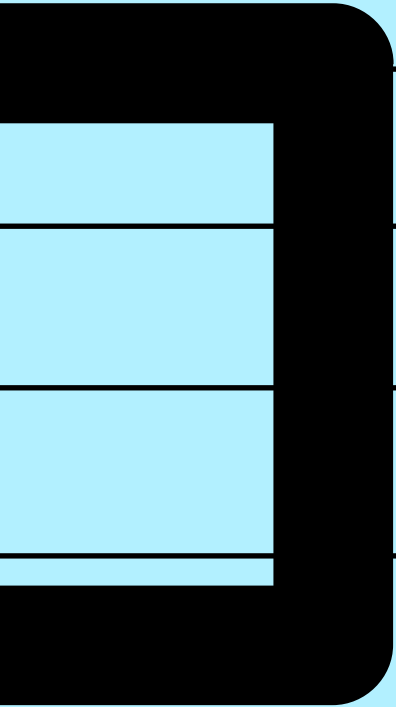
Il presente report di sostenibilità è stato approvato in data 12/05/2025 e non è stato sottoposto a revisione di terze parti. Al documento hanno lavorato tutte le figure aziendali responsabili delle tematiche ritenute rilevanti e dei relativi dati e informazioni oggetto di rendicontazione, con la supervisione e la guida strategica del Consiglio di amministrazione, della responsabile di impatto Cristina Favini e del top management.

Per la massima trasparenza nei confronti di tutti gli stakeholder e per adempiere al comma 383 della legge L. 28-12-2015 n. 208, 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.



Report Sostenibilità
Hello, we are Logotel

1. Hello we are Logotel



1.1 Siamo Logotel. We design for change and impact

1.2 Cosa facciamo

1.3 Impact Design. Il nostro metodo progettuale

1.4 La nostra storia: una mappa fatta di esperienze

1.5 Governance

1.1 – Siamo Logotel. 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 oltre 260 persone (a fine 2024), 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.

Vantiamo 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 50 business community che progettiamo, animiamo e di cui ci prendiamo cura. **Dal 2024 siamo iscritti nel registro imprese delle PMI innovative** della Camera di commercio Milano Monza Brianza Lodi.

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 e 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**.

260+
people

60+
clients

1993
born in

11
nationalities

3500
offices mq2

50+
B2B communities

300k+
**community
users**

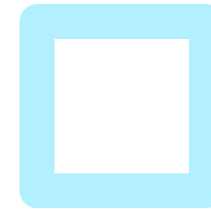
65k+
**people trained
per year**

Siamo una Società benefit e una PMI innovativa

Ci definiamo indipendenti perché l'indipendenza è un'azione che esercitiamo ogni giorno da oltre 32 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 nel nostro oggetto sociale il double purpose: perseguire, accanto alle finalità di business, quelle di beneficio comune. Nel capitolo 2 sono dettagliate le finalità di beneficio comune che abbiamo deciso di impegnarci a perseguire.



Il nome Logotel nasce dall'unione di *logose* e *telos*. Simboleggia l'unione del discorso e della ragione con una meta, uno scopo.

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 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.

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



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.

Nel 30esimo anno di vita della nostra azienda abbiamo pubblicato il primo Report di sostenibilità e compiuto i primi passi concreti per andare oltre una visione esclusivamente for profit; un percorso che è culminato 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 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”. Veniamo riconosciuti come PMI innovativa dalla Camera di commercio Milano Monza Brianza Lodi.

Arrivano nuovi riconoscimenti: otteniamo il Green Economy Award per il nostro percorso di sviluppo sostenibile *Making sustainability together* il Report di sostenibilità 2023. Il progetto Yunicity, una community inter-aziendale per la valorizzazione delle unicità e dell'inclusione realizzata insieme a Valore D, di cui diventiamo partner, viene inserito dell'ADI Design Index. Con il progetto Finanza Insieme, realizzato per Intesa Sanpaolo, otteniamo l'argento agli NC Digital awards.

2025

Logotel pubblica il nuovo report di sostenibilità integrato, che contiene la prima relazione di impatto come Società benefit.



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 generare impatto è finalizzato al disegnare presenti e futuri desiderabili, al portare a bordo persone, organizzazioni ed ecosistemi e al creare, ingaggiare, sostenere e animare le comunità per far accadere e scalare la trasformazione.

Il **Consiglio di amministrazione** è 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 Logotel.

Nell'ottica del percorso che ha portato l'azienda a diventare una Società Benefit nel 2024, Logotel intende delineare policy specifiche che regolino l'integrazione e l'attuazione degli impegni in tema di sviluppo sostenibile. A tal proposito, il Cda ha nominato nel corso del 2024 una **responsabile di impatto**, nella persona di **Cristina Favini**, cui delegare le responsabilità per la gestione degli impatti.

L'azienda è strutturata in **tre macro aree, coordinate da 15 tra partner e senior manager**. Le tre aree sono: **Design & Change**, in cui si sono fuse e ibridate le due precedenti aree Formazione e Design; l'area **Content, Community & Platform**, che è un'evoluzione della precedente area Business Community & Content; l'area **Digital solution & Platform**, nata nel 2024 per valorizzare e potenziare la componente tecnologica e di innovazione dell'azienda. Le 3 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 2024 è stato fatto l'audit annuale del Sistema Qualità, da parte di DNV con la conferma del certificato, senza nessun rilievo segnalato ma solo quattro opportunità di miglioramento. 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.

Report Sostenibilità

Il nostro approccio alla sostenibilità



2. Il nostro approccio alla sostenibilità

2.1 Le nostre finalità di beneficio comune

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

2.3 Analisi di materialità

2.4 Il nostro modello di attivazione economica

2.5 Etica e trasparenza

“In qualità di Società Benefit la società intende perseguire finalità di beneficio comune e operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni e attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interesse.”



2.1 – Le nostre finalità di beneficio comune

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”.

Seguendo questo percorso già tracciato nei valori e nel Dna della nostra impresa, **nel febbraio 2024 abbiamo modificato il nostro statuto diventando Società benefit**. È una scelta che rende chiaro e irrevocabile il nostro impegno a operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni e altri portatori di interesse.

Oltre agli obiettivi di business connessi alla nostra attività, in qualità di Società Benefit, abbiamo definito **quattro finalità di beneficio comune attraverso cui ci impegniamo a:**

1. **Sviluppare programmi, palinsesti e contenuti per i nostri Clienti** per stimolare e sostenere loro e le loro comunità interne ed esterne a sviluppare **mindset e comportamenti orientati e coerenti alla sostenibilità sociale e ambientale**, integrandole in maniera armonica con i nostri servizi offerti.
2. **Contribuire all’empowerment delle nostre persone** e allo **sviluppo di un ambiente di lavoro sempre più equo**, attraverso percorsi di formazione, programmi di aggiornamento delle competenze e sviluppo di nuove attitudini, favorendo inoltre nelle nostre persone comportamenti in grado di valorizzare ogni forma di diversità e offrendo occasioni culturali per stimolare una mentalità aperta e libera da pregiudizi.
3. **Agire come “attore di rete”** e collaborare con enti, realtà del terzo settore o organizzazioni di altra natura che abbiano come obiettivo il miglioramento della vita di persone e comunità anche attraverso percorsi di formazione, programmi di aggiornamento delle competenze e sviluppo di nuovi comportamenti, verso persone appartenenti a comunità marginalizzate o a rischio di esclusione sociale al fine di favorire la loro crescita personale e professionale. Ci impegniamo inoltre a **facilitare collaborazioni e sinergie tra i nostri Clienti e realtà benefiche** con cui entriamo in relazione, per aumentare la scala degli impatti nell’ecosistema allargato che contribuiamo a creare, alimentare e sostenere.
4. **Mettere a disposizione pubblicazioni, report, contenuti, eventi e iniziative** da noi realizzati, che possano contribuire ad allargare il dibattito e a **generare nuovi punti di vista** su temi legati alla sostenibilità, inclusione e benessere di comunità e territori.

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.

Il nostro impegno per l'Agenda 2030

Con le attività e le iniziative che rientrano nelle quattro finalità di beneficio comune 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)



Vogliamo contribuire, nella nostra scala di influenza, al raggiungimento di sette Obiettivi per lo sviluppo sostenibile



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.



Logotel è nata attorno alle persone e alle organizzazioni, che sono fatte di persone

1. 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:

- Le **persone Logotel**. Al 31/12/2024 il nostro network contava complessivamente 268 persone, tra lavoratori di Logotel con diverse tipologie contrattuali, professionisti con cui intratteniamo un rapporto continuativo e i colleghi di Logotel Francia e Spagna. Per ulteriori dettagli si rimanda alla tabella GRI.

2. 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:

- **Clienti.** Nel 2024 Logotel ha intrattenuto rapporti di business con 82 Clienti, di cui 16 di respiro internazionale. Per ulteriori dettagli sui Clienti Logotel si rimanda al capitolo 3.
- **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.
- **Enti di diritto privato e pubblico, organizzazioni e persone** con cui Logotel intrattiene rapporti di partnership o di collaborazione a vari livelli.
- **Università e Istituti di ricerca**, con cui Logotel collabora.
- **Associazioni** di categoria.

- **Istituti di credito.**
- **Pubblica amministrazione.**
- **Comunità locale:** i cittadini, le associazioni e le istituzioni, di varia natura, che abitano nei territori in cui Logotel opera.
- **Media e opinione pubblica:** nel 2024 abbiamo intensificato le nostre attività di comunicazione rivolte all'esterno, attraverso piani editoriali sui social network e campagne di digital marketing. Considerato il ruolo sempre più centrale della comunicazione esterna, media e opinione pubblica sono stakeholder sempre più rilevanti nel nostro ecosistema.
- **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.
- **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.



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 una prima volta nel 2023 ed è stata rinnovata ad inizio 2025 e pertanto i suoi risultati sono stati inclusi in questo report. L'analisi ha visto coinvolti diversi attori ed è stata scomposta 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 nuovo statuto di Società benefit, 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 ESG (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.

I temi materiali emersi dalle precedenti fasi sono stati oggetto di valutazione e validazione da parte del team manageriale di Logotel, del Consiglio di amministrazione e della responsabile di impatto, deputata alla gestione degli impatti dell'organizzazione sull'economia, sull'ambiente e sulle persone.

Rispetto alle precedenti analisi, i temi sono stati rivisti e aggiornati anche in virtù del passaggio a Società benefit. Questa prima parte di analisi ha restituito **20 tematiche** che sono ritenute prioritarie nel percorso che Logotel vuole proseguire sulla sostenibilità aziendale.

Tali temi sono stati suddivisi nelle tre macrocategorie Environmental, Social e Governance per meglio identificare la loro sfera d'impatto. I temi emersi come materiali si possono suddividere in:

Environmental

- Consumi ed emissioni
- Gestione dei rifiuti e circolarità
- Comportamenti sostenibili

Social

- Formazione ed empowerment delle persone
- Attraction, retention e sviluppo professionale
- Diversità, Equità, Inclusione
- Salute e sicurezza sul lavoro
- Logotel Community
- Comunità locali
- Partnership per progetti con focus ESG
- Collaborazioni con il terzo settore
- Condivisione delle conoscenze
- Ricerca ed esplorazione
- Relazione con il mondo accademico

Governance

- Brand Identity Logotel
- Etica e trasparenza
- Performance economiche
- Accompagnamento dei clienti nelle trasformazioni
- Privacy e sicurezza dei dati
- Comunicazione responsabile



20 temi materiali sono ritenuti prioritari nel percorso che Logotel vuole proseguire sulla sostenibilità aziendale

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 condotto una **survey online** coinvolgendo stakeholder interni ed 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 (per nulla rilevante) a 5 (estremamente rilevante) 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.

Alla survey **hanno risposto complessivamente 142 stakeholder** delle seguenti categorie:

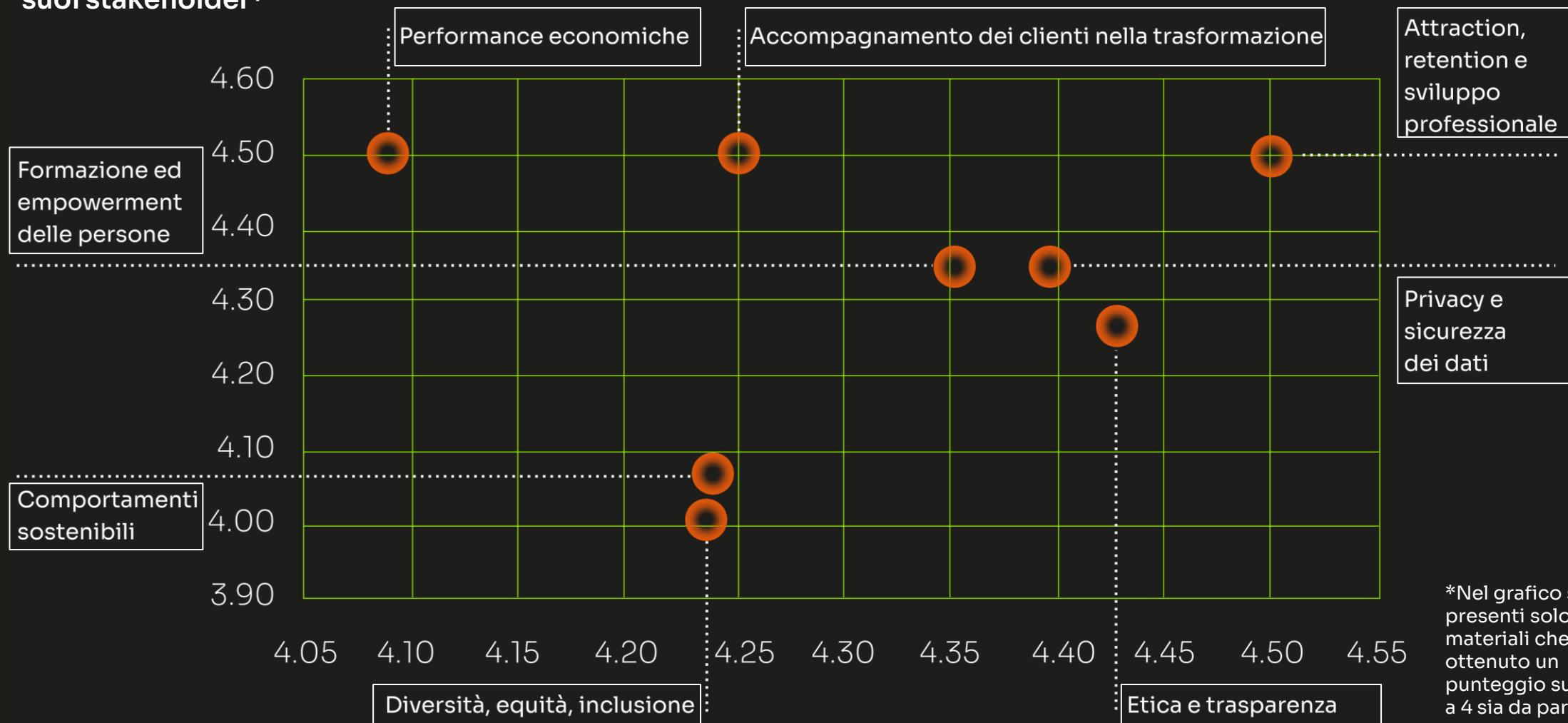
- persone del management Logotel;
- stakeholder interni Logotel (dipendenti e collaboratori);
- stakeholder esterni (clienti, fornitori e partner esterni).

Matrice di materialità

Le attività svolte hanno quindi permesso a Logotel di **aggiornare la propria matrice di materialità** (cfr. grafico a pag.30). La sintesi dei risultati viene rappresentata attraverso un grafico che sull'asse delle ordinate riporta la rilevanza assegnata dal management Logotel e sull'asse delle ascisse l'importanza assegnata dagli altri stakeholder coinvolti nell'analisi. Nel grafico **sono riportati solo gli 8 temi materiali più rilevanti, che hanno ricevuto un punteggio superiore a 4 sia dal management, sia dagli altri stakeholder**.

I risultati ottenuti sono utili in una duplice ottica. Da un lato sono una fotografia che ci permette di leggere la situazione "as is" in relazione alla percezione sulla rilevanza o meno di determinati temi materiali rispetto ad altri; dall'altro è un utile strumento strategico che deve orientare le nostre attività nel futuro prossimo per consentirci di lavorare in vista di un costante miglioramento dei nostri impatti economici, sociali e ambientali.

Temi materiali più rilevanti per il management Logotel e i suoi stakeholder*



*Nel grafico sono presenti solo i temi materiali che hanno ottenuto un punteggio superiore a 4 sia da parte del management, sia dagli stakeholder

La totalità dei temi materiali sottoposti a votazione ha 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 nella matrice di materialità a pag.30), **emerge la massima rilevanza per i seguenti temi:**



**Gli stakeholder di Logotel
assegnano una rilevanza
medio-alta a ogni dimensione
della sostenibilità**

- **Attraction, retention e sviluppo professionale**
- **Privacy e sicurezza dei dati**
- **Formazione ed empowerment delle persone**
- **Accompagnamento dei clienti nelle trasformazioni**
- **Etica e trasparenza**
- **Performance economiche**
- **Comportamenti sostenibili**
- **Diversità, Equità, Inclusione**

Su tali temi, individuati e condivisi tra l'azienda e i suoi stakeholder, occorrerà continuare a investire ed evolvere, con l'obiettivo di incrementare gli impatti positivi e ridurre quelli negativi.

Focus su stakeholder

Analizzando nello specifico le **risposte fornite dagli stakeholder interni ed esterni dell'azienda**, si ottiene un quadro più aggiornato sui temi materiali percepiti come più rilevanti per loro, che sono i seguenti:

- **Attraction, retention e sviluppo professionale**
- **Salute e sicurezza sul lavoro**
- **Etica e trasparenza**
- **Privacy e sicurezza dei dati**
- **Formazione ed empowerment delle persone**

A questi temi si aggiungono i **suggerimenti** raccolti attraverso la seconda parte della survey, a risposta aperta. La maggior parte dei suggerimenti ricevuti riguardano il tema del **benessere psicologico delle persone**. Seguono suggerimenti che sono riconducibili al tema dell'impronta ambientale che Logotel genera attraverso le sue attività dirette e indirette (trasporti, servizi digitali).

Dalla comparazione tra le risposte fornite dagli stakeholder e i temi materiali emersi come prioritari per l'organizzazione nella sua interezza, si evidenzia come vi sia un quasi completo **allineamento nella percezione della rilevanza delle tematiche**.

Nell'ambito di un'analisi continuativa più ampia sui temi materiali emersi come prioritari per l'organizzazione nella sua interezza, Logotel terrà conto degli insight emersi dalla survey di materialità in un'ottica migliorativa, con l'obiettivo di potenziare i propri impatti positivi su tutti i temi identificati come materiali.



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 dalle quattro finalità di beneficio comune 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 2024 corrisponde a:

321.112,00 € *

A cui si aggiungono:

- **491.431 € di investimento sulla formazione interna**
- **268.026 € di bonus erogati ai collaboratori**

per continuare ad alimentare la nostra community di professionisti.

* Questo totale comprende:

1. **attività no-profit** quali donazioni, attività di volontariato o progetti che Logotel ha deciso di sostenere gratuitamente in virtù della loro natura benefica;
2. **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;
3. **attività interne** ad esempio volte alla cura delle persone e iniziative di welfare (bonus esclusi);
4. **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.

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.

Dal 2023 è in vigore 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.

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

- 1. Agiamo 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.

Inoltre, 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.

La piattaforma di whistleblowing, con relativa procedura per effettuare una segnalazione, è linkata all'interno del nostro sito e può essere utilizzata anche per segnalare violazioni del Codice Etico. Le segnalazioni, che possono essere fatte in forma riservata o anonima da chiunque abbia o abbia intrattenuto rapporti con l'azienda, vengono ricevute e valutate da un apposito “comitato di segnalazione” o direttamente dal Cda, qualora la presunta violazione non riguardi proprio uno dei componenti del comitato. **Nel 2024 il comitato non ha ricevuto segnalazioni.**



Report Sostenibilità

1ª finalità Clienti



logotel

**NEW
FORMATS**

3. 1^a finalità Clienti



3.1 Team Logotel con expertise verticali su temi di sostenibilità ambientale e sociale

3.2 Progetti con i nostri clienti

“Impegnarsi a sviluppare programmi, palinsesti e contenuti per i propri Clienti per stimolare e sostenere loro e le loro comunità interne ed esterne a sviluppare mindset e comportamenti orientati e coerenti alla sostenibilità sociale e ambientale, integrandole in maniera armonica con i servizi offerti dalla Società.”



TEMI MATERIALI

***Accompagnare i
clienti nelle
trasformazioni***

***Privacy e sicurezza
dei dati***

***Performance
economiche***

***Diversità, Equità,
inclusione***

***Comportamenti
sostenibili***

SDG



**4. Istruzione di
qualità**



**5. Parità di
genere**



**13. Lotta al
cambiamento
climatico**

NUMERI CHIAVE

4

TEAM LOGOTEL

con competenze verticali sui temi di
sostenibilità ambientale e sociale

300K

PERSONE

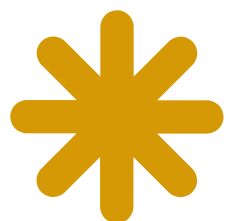
che possiamo raggiungere attraverso le 60
Community dei nostri clienti



3.1 – Team Logotel

Logotel è una *service design company*. **L'attenzione al «servizio» è intrisa in tutto ciò che facciamo, a cominciare dal supporto che offriamo ai nostri clienti.**

Per questo motivo, e per rispondere ad una sensibilità sempre crescente sulle tematiche legate ai temi ESG, **abbiamo strutturato 4 team con il mandato di fungere da punto di riferimento, interno ed esterno su alcuni temi strategici.** Si tratta di team con competenze «verticali» sugli argomenti di riferimento, ma «trasversali» per competenze e famiglie professionali di appartenenza, in modo da garantire una visione a 360° su temi complessi e in continua evoluzione.



**Team attivi su temi
«verticali» ma con
competenze ed expertise
«trasversali»**

TEAM SOSTENIBILITÀ

Composto da persone appartenenti alle aree Design, Comunicazione, Legal, Amministrazione e con la sponsorship di Giuliano Favini, Presidente Logotel, e Cristina Favini, Chief Design Officer e Responsabile di Impatto Logotel. Ha il mandato di progettare e far vivere il percorso trasformativo di Logotel verso un business rigenerativo, di sviluppare progetti con focus primario su tematiche ESG e di supportare gli altri team di progetto per creare una cultura della sostenibilità condivisa.

TEAM DEI

Formato da persone dell'area Community, Design, People e Change. Ha il mandato di rendere Logotel una realtà sempre più accogliente ed inclusiva, di supportare i clienti su progetti con focus primario sui temi di Diversità, Equità e Inclusione e supportare gli altri team di progetto.

TEAM ACCESSIBILITÀ

Formato da persone del team Community, Platform e Learning. Ha il mandato di garantire l'accessibilità delle piattaforme e dei contenuti che progettiamo per i nostri clienti, in particolare di quelli digitali, nel rispetto della normativa vigente e «oltre la *compliance*».

CONTENT FACTORY

Un team di persone dell'area Content e Community che realizza contenuti di valore per i diversi progetti Logotel. Nel 2024 è stato particolarmente impegnato nel creare contenuti su temi connessi alla sostenibilità.

3.2 – Progetti con i nostri clienti

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 2024, **abbiamo lavorato con diversi clienti e partner per supportarli nel generare impatti positivi sulla loro scala di influenza.**

Abbiamo avuto il privilegio di co-progettare **servizi con l'obiettivo di supportare comunità svantaggiate** e portare valore nelle vite delle persone. Abbiamo aiutato alcune importanti organizzazioni nel fare **divulgazione su temi di sostenibilità ambientale e sociale**, raccontando il proprio impegno e i risultati delle proprie ricerche e coinvolgendo attivamente un pubblico più ampio. Abbiamo supportato alcune aziende nel **cambio di *mindset* delle proprie persone**, stimolando comportamenti più sostenibili, rispettosi ed inclusivi. Abbiamo aiutato le organizzazioni con cui siamo entrati in contatto a **raccogliere gli stimoli ed i punti di vista dei propri stakeholder** per mettere in moto un cambiamento partecipativo. Ci siamo messi alla prova per **organizzare eventi «ampi»**, in grado di accogliere ogni partecipante.

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



Quella di Logotel è una cultura «del progetto». Nelle prossime pagine abbiamo raccolto alcune delle sfide legate a temi ESG in cui ci siamo cimentati in collaborazione con i nostri clienti

Generali – Apertura Oasi Gregorina

Generali ha scelto Logotel come partner per **progettare, organizzare e facilitare le tre giornate di apertura straordinaria dell'Oasi Gregorina** (Castrocaro Terme, FC), **affiliata al Sistema Nazionale Oasi WWF** e parte del progetto strategico Generali Act4Green, finalizzato alla conservazione del patrimonio naturale e della biodiversità e alla sensibilizzazione sui temi ambientali.

Le tre giornate di apertura hanno ospitato **circa 450 visitatori** tra cui studenti e studentesse delle scuole medie di Castrocaro e loro insegnanti, i colleghi e le colleghe di Generali Country Italia e di Gruppo Leone Alato, persone da associazioni locali e pubblico locale.

Logotel ha ideato e sperimentato due diverse tipologie di experience (una di edutainment per studenti e famiglie, una più sensoriale per il pubblico) invitando i visitatori, a **guardare la natura dell'Oasi con un nuovo punto di vista**.

Le attività sono state pensate sui tre habitat principali dell'Oasi: il prato mellifero, il vigneto biologico e il bosco. Logotel ha inoltre gestito tutto l'aspetto logistico e organizzativo (trasferimenti, guide escursionistiche, catering, ospiti speciali...).

450

Visitatori coinvolti

3

Giornate di eventi

4

Guide
escursionistiche

18

Facilitatori Logotel



Edison – Engagement experience for Sustainable Procurement Academy

Logotel ha supportato Edison nella co-progettazione di un piano di **informazione e ingaggio per il lancio della Sustainable Procurement Academy**, la piattaforma attraverso cui Edison si pone l'obiettivo di accompagnare il proprio ecosistema di fornitori attraverso il percorso trasformativo per un business più sostenibile.

Il progetto nasce dalla volontà di Edison di coinvolgere sempre più la propria rete di partner per crescere insieme, offrendo un percorso formativo dedicato con l'obiettivo **di diffondere conoscenza, consapevolezza e strumenti operativi necessari per colmare i principali gap ESG nelle piccole e medie imprese**, in particolare rispetto a quattro aree tematiche:

- **Ambiente e clima**
- **Sociale e diritti umani**
- **Governance**
- **Norme e disclosure**

Logotel ha supportato Edison nella progettazione ed erogazione del piano di ingaggio prima, durante e dopo il lancio dell'Academy, attraverso **attività di comunicazione, momenti di onboarding, una survey e l'animazione di un workshop** nel corso dell'evento di lancio (16 ottobre 2024) **per raccogliere le voci ed i punti di vista degli stakeholder**.

323

Iscritti agli
onboarding online

39

Aziende coinvolte per
l'evento di lancio

89

Partecipanti al
workshop in presenza

8

Tavoli di lavoro



Gentile [Nome del Fornitore],
Sono Fosca Salvi di Logotel, una design company che sta supportando Edison nel progetto oggetto di questa email.
Edison è lieta di annunciare il lancio della nuova piattaforma di formazione per fornitori, attualmente in fase di test. **Sustainable Procurement Academy**, realizzata in partnership con Altis - Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, dedicata ai temi di Sostenibilità Ambientale, Sociale e di Governance (ESG).
La **Sustainable Procurement Academy** è una piattaforma innovativa progettata per fornire risorse educative e corsi specializzati sui temi relativi alla sostenibilità ambientale, sociale e di governance e come integrarla nei processi produttivi aziendali. La nostra missione è supportarvi nel migliorare il vostro profilo di sostenibilità, anche come leva competitiva sul mercato e nel complesso migliorare la resilienza dell'intera catena del valore.
Partecipando alla **Sustainable Procurement Academy**, avrete accesso a:

- Corsi e materiali aggiornati
 - Strumenti e risorse per migliorare le vostre pratiche aziendali
 - Attestati
- Per facilitare le sessioni di Logotel, che a ricevere su L'obiettivo p contenuti e integrazioni



Ambiente e
Clima



Sociale
e Diritti Um



Università Bocconi – AdaptAction

In occasione di **MEETmeTonight 2024**, l'evento dedicato alla divulgazione scientifica durante la Notte Europea delle Ricercatrici e dei Ricercatori, abbiamo supportato Bocconi nella progettazione e realizzazione di **un'esperienza di edutainment interattiva, multimediale e multidisciplinare all'interno dello stand dedicato alla missione *Adaptation to Climate Change*.**

Un vero e proprio esempio di co-progettazione **con i ricercatori di Bocconi**, in sinergia con i partner Factanza e Limiteazero, con l'obiettivo di rendere la ricerca scientifica coinvolgente per un pubblico ampio, e trasmettere **azioni concrete per fare fronte al cambiamento climatico**. Abbiamo realizzato:

- **Uno stand espositivo:** quattro moduli tematici dotati di QR code per esplorare le aree tematiche *Città, Agricoltura, Sinergie, Impatti* e un totem centrale che visualizza il sentiment dei partecipanti riguardo ai diversi temi tramite data visualization dinamiche.
- **Una piattaforma digitale:** attraverso i QR code si accede a un'esperienza mobile che consente di approfondire le ricerche su Climate Adaptation e Mitigation condotte dalla Bocconi, esprimere il proprio sentiment e sbloccare *actionable tips* per generare impatto attraverso le scelte di tutti i giorni.
- **Una landing page:** per prolungare l'esperienza oltre l'evento, con contenuti video e link alle fonti.

12

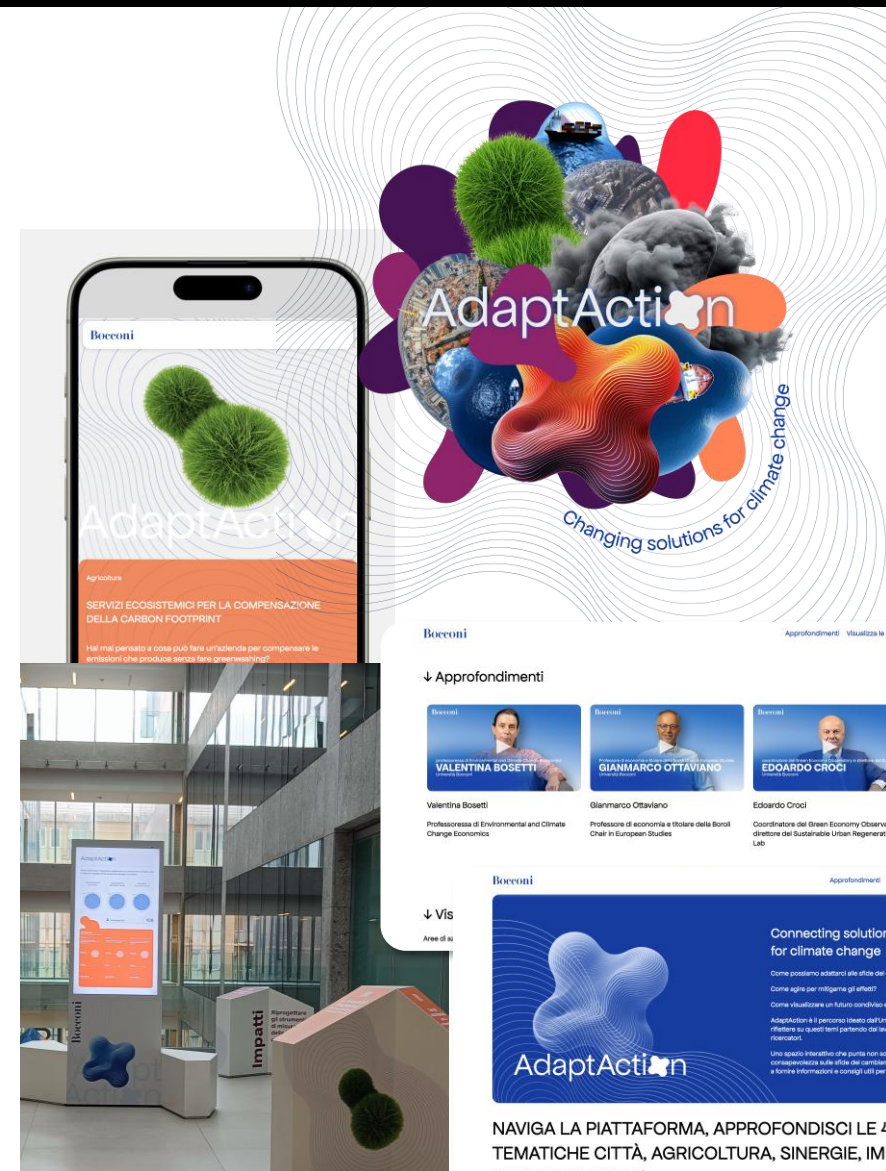
Micro-experience
mobile progettate

4

Tematiche per
esplorare le soluzioni
di adattamento al
cambiamento
climatico

5

Team di ricercatori e
ricercatrici coinvolti



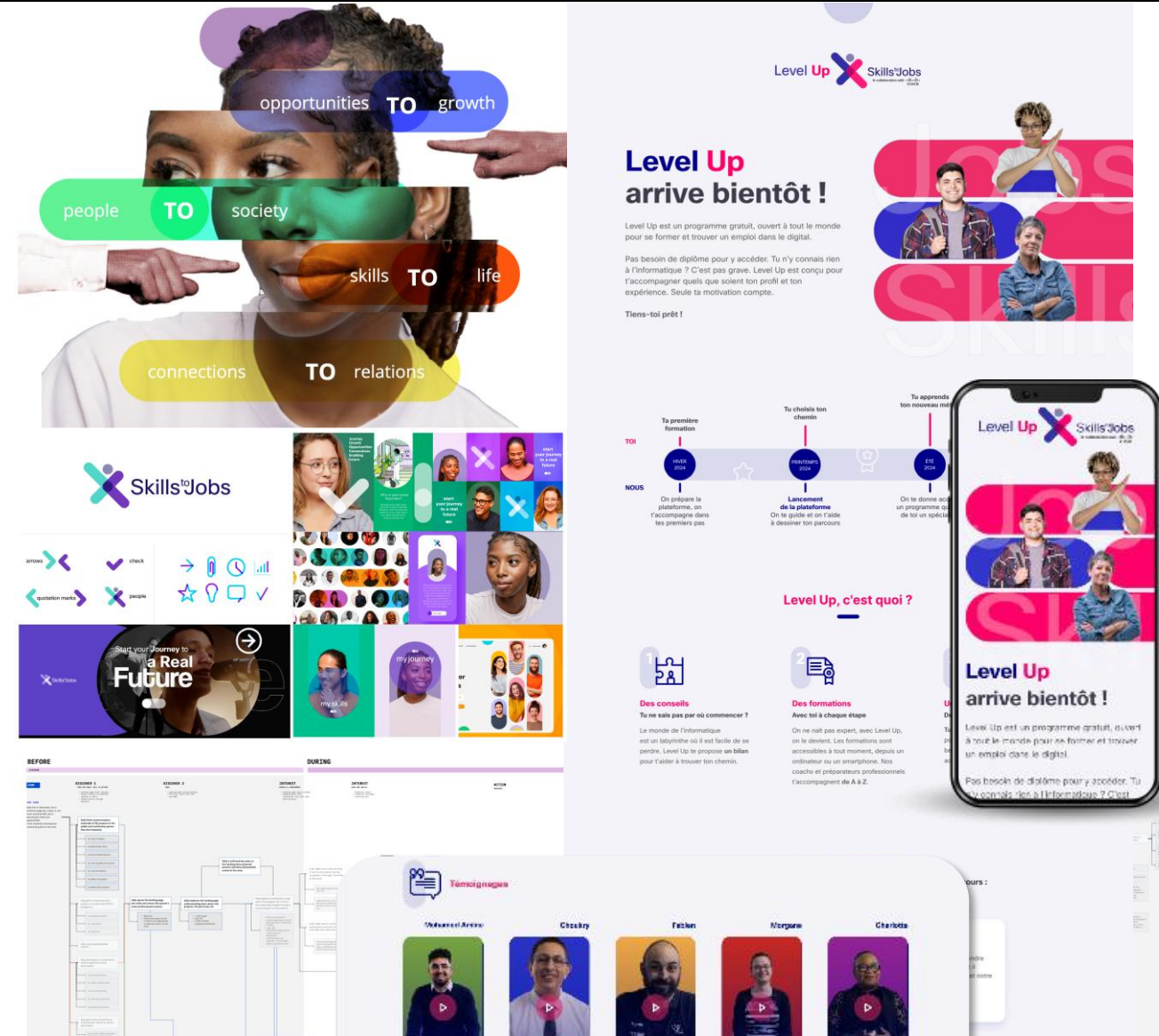
Cisco | Skills-To-Job & Level Up

Cisco, azienda multinazionale statunitense, è **leader mondiale nei settori del networking e dell'IT**.

Skills-to-Jobs è un'iniziativa di Cisco per la **formazione** su competenze IT di persone con background diversi e per il loro successivo **inserimento lavorativo** presso le aziende. **L'iniziativa è globale e verrà realizzata ogni volta in specifici contesti territoriali, per supportare la crescita delle comunità locali, le underserved community**, attraverso azioni di formazione e lavoro. Il primo progetto pilota è stato realizzato a Parigi, nella banlieu di Saint-Denis, in occasione dei Giochi Olimpici di Parigi del 2024.

Logotel ha supportato Cisco attraverso 3 livelli di intervento:

- 1. Engagement Experience Model:** Disegno di un modello di experience, con un approccio people & community centered, integrato alla digital journey della piattaforma di learning, per creare un'esperienza utente completa, ingaggiante e stimolante. Definizione del concept di progetto pilota: *Level Up*. Design e implementazione del primo touchpoint per la fase di awareness dell'utente: Level Up Landing Page.
- 2. Piattaforma Level Up:** una piattaforma mobile-first nata per offrire nuove possibilità educative e lavorative a persone senza diploma o esperienza pregressa, attraverso l'acquisizione di competenze professionalizzanti nel mondo dell'IT, il supporto di coach volontari esperti e l'accesso a opportunità reali di lavoro.
- 3. Community Model:** a partire dall'experience model e in base al project concept, progettazione di un modello di community replicabile e scalabile in più contesti, e realizzazione di contenuti e azioni di community, per creare engagement tra persone e organizzazioni locali.



Intesa Sanpaolo – Look4Ward

Abbiamo supportato la struttura Education Ecosystem and Global Value Programs di Intesa Sanpaolo e l'Osservatorio Look4Ward nella progettazione e nella comunicazione di incontri e laboratori nell'ambito di **Pact4Future**, il forum internazionale organizzato dall'Università Bocconi e dal Corriere della Sera, del quale Intesa Sanpaolo è Educational Partner.

Un gruppo selezionato di **scuole primarie e secondarie di Milano** ha preso parte a una serie di **esperienze educative** che hanno offerto a studenti, studentesse, insegnanti e genitori l'occasione per confrontarsi con alcuni degli argomenti del forum, come **sostenibilità, temi sociali, blue economy e intelligenza artificiale**.

Con **insegnanti e genitori**, ci siamo trovati prima degli eventi nelle scuole per un momento di **conversazione insieme a esperti e studiosi**, per interrogarci su cosa oggi favorisce e ostacola il **dialogo tra generazioni**.

Nelle scuole primarie, bambine e bambini di IV e V elementare hanno ascoltato alcune **storie del mare** recitate da attori teatrali, per poi «animarle» attraverso l'unione del linguaggio dell'arte con quello della loro immaginazione. Gli **oltre 30 collage** che hanno realizzato sono stati poi esposti durante il forum Pact4Future.

Con ragazze e ragazzi delle scuole secondarie, abbiamo invece **progettato in modo collaborativo decine di prompt di IA**, creando un'occasione di conversazione e scambio di punti di vista su limiti e potenzialità dell'intelligenza artificiale.

Una serie di eventi che ha coinvolto alunni, insegnanti e genitori in momenti di **ispirazione e dialogo** per comprendere meglio le trasformazioni in atto nella società.

300+

alunni

16

classi di 2 istituti
comprensivi

6

esperti



Intesa Sanpaolo – per Merito

Logotel è garante del processo di certificazione **per Merito**, il **finanziamento di ISP rivolto a studenti che vogliono intraprendere un percorso formativo** in Italia o all'estero.

Grazie a per Merito, studenti e studentesse hanno la possibilità di accedere a finanziamenti per il loro percorso di studi post-diploma a costo zero, **riducendo le barriere all'ingresso per un'istruzione superiore di qualità**. Il progetto rientra nell'ambito del Social Impact ed è in capo alla Direzione Impact di Intesa Sanpaolo.

per Merito si configura come un progetto strategico per Logotel, per **generare impatti diretti e tangibili** sulla vita e la carriera post-diploma di migliaia di studenti e studentesse.

Il progetto è stato lanciato a settembre 2024 e le pratiche gestite fino a dicembre risultano essere oltre 2500, con finanziamenti che vanno da 4.000 a 75.000 euro richiesti da studenti e studentesse di numerose nazionalità (nelle prime posizioni italiana e iraniana).

2500+

pratiche gestite da
settembre a dicembre 2024



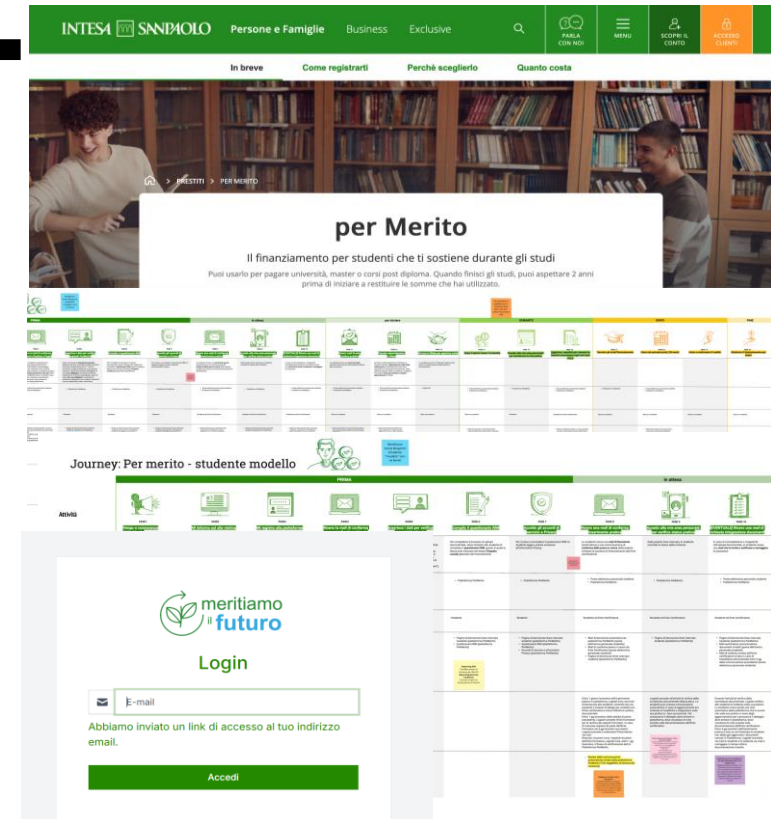
Visita il sito
pubblico!

10K+

le richieste previste in un
anno

10+

le persone del team di
progetto



Edison – Vademecum per un linguaggio ampio

Nel contesto della diffusione e del progressivo rinforzo dei valori e dei principi di **Diversità e Inclusione** – indicati nel Codice Etico e nella politica di Diversità e Inclusione di Edison come azioni necessarie per “sviluppare un ambiente di lavoro equo, solidale, multiculturale, rispettoso, inclusivo, autentico e plurale” – , **l'azienda ha espresso l'esigenza di definire le proprie linee guida per un «linguaggio ampio»**, valide per tutti i livelli aziendali e applicabili a tutti i canali di comunicazione: esterni ed interni, fisici e digitali, testuali e visivi.

Abbiamo supportato Edison nel processo di co-progettazione dei propri principi per un linguaggio ampio, partendo **dall'ascolto delle persone attraverso workshop e interviste** e da una **analisi dei touchpoint di comunicazione individuati**.

La fase di analisi e di ascolto ha permesso di avere una visione chiara sull'as-is della realtà Edison per quanto riguarda l'adozione di un linguaggio inclusivo e di identificare **aree di miglioramento e best practice da mettere a fattore comune**.

Abbiamo quindi definito insieme al team Edison 5 principi guida e sviluppato un vademecum per accendere domande su questo tema. Il vademecum è **un documento aperto, in continua evoluzione e non prescrittivo per attivare una conversazione attorno ad un argomento estremamente attuale**.

I contenuti del documento sono corredati di **esempi concreti** per accendere l'attenzione su un linguaggio verbale, para-verbale, visivo non escludente in diversi contesti e canali, di **dati e insight** per sostanziare i suggerimenti e di **un glossario che ha l'obiettivo di creare un lessico condiviso**.

30+

**Persone coinvolte
nella co-
progettazione**

5

**Pillar definiti per il
linguaggio ampio di
Edison**

2

Workshop organizzati

Vademecum per un linguaggio visivo ampio

1. Selezionare una bilanciata e corretta rappresentazione delle varie comunità	2. Evitare stereotipi e rappresentazioni limitanti	3. Selezionare immagini realistiche e autentiche
4. Rappresentare le diversità in modo positivo e attivo	5. Prestare attenzione a simboli culturali e immagini offensive	6. Prestare attenzione all'accessibilità

Macro-temi DEI

Glossario

* Dead Name È il nome anagrafico di una persona trans, diverso dal nome di elezione. * Identità di genere Il senso di appartenenza di una persona a un genere con il quale si identifica. Il modo in cui persone si percepiscono e il modo in cui fanno riferimento a se stesse. Può corrispondere o differire dal sesso biologico. * Stereotipo Un'idea o un'opinione preconcetta su una persona o un gruppo di persone. Questa opinione, positiva o negativa, si basa su una generalizzazione eccessiva e semplificata. * Bias È una scorciatoia cognitiva usata dal nostro cervello per raccogliere e interpretare il più rapidamente possibile le informazioni che riceve, ma che spesso può indurci a commettere degli errori di valutazione.	* Eterocentrismo La tendenza a dare per scontato che le persone che ci circondano siano eterosessuali. * Transgender/Trans Un termine ombrello che comprende tutte quelle persone la cui identità di genere e/o l'espressione di genere non corrisponde a quella del sesso di nascita. Include sia chi intraprende un percorso di transizione, sia chi sceglie di non modificare la propria anatomia. * Non binarie Un termine ombrello che si riferisce a tutte quelle identità di genere che non si identificano nei concetti (binari) di maschile o femminile, uomo o donna. * Intersex Le persone intersex presentano alla nascita delle caratteristiche (anatomiche, genetiche, fenotipiche) che non consentono l'attribuzione del sesso maschile o femminile.
--	---

Intesa Sanpaolo – BrainUP DEI

Abbiamo disegnato insieme alla **divisione IMI CIB di Intesa Sanpaolo** un workshop immersivo basato sulla metodologia del **Design Thinking** per generare soluzioni concrete rispetto a 6 tematiche legate a **Diversità, Equità e Inclusione (DEI)** in 6 aree:

- **Cultura dell'inclusione e Leadership inclusiva**
- **Equità di genere**
- **Lgbtq+**
- **Disabilità e neurodivergenze**
- **Generazione e Age Management**
- **Multiculturalità**

L'evento ha coinvolto **oltre 50 partecipanti** tra collaboratori, esperti e facilitatori, che hanno preso parte ad un percorso strutturato in due fasi – **esplorazione dei temi con esperti e co-progettazione in team** – i partecipanti hanno elaborato proposte innovative, culminate nella produzione di **10 Design Brief** con soluzioni applicabili.

La metodologia **Double Diamond** ha guidato il lavoro creativo, stimolando la riflessione su opportunità e sfide e portando alla generazione di **oltre 150 idee**. I partecipanti hanno ricevuto un **Open Badge di POLI.design** per certificare le competenze apprese nell'ambito del Design Thinking.

150+

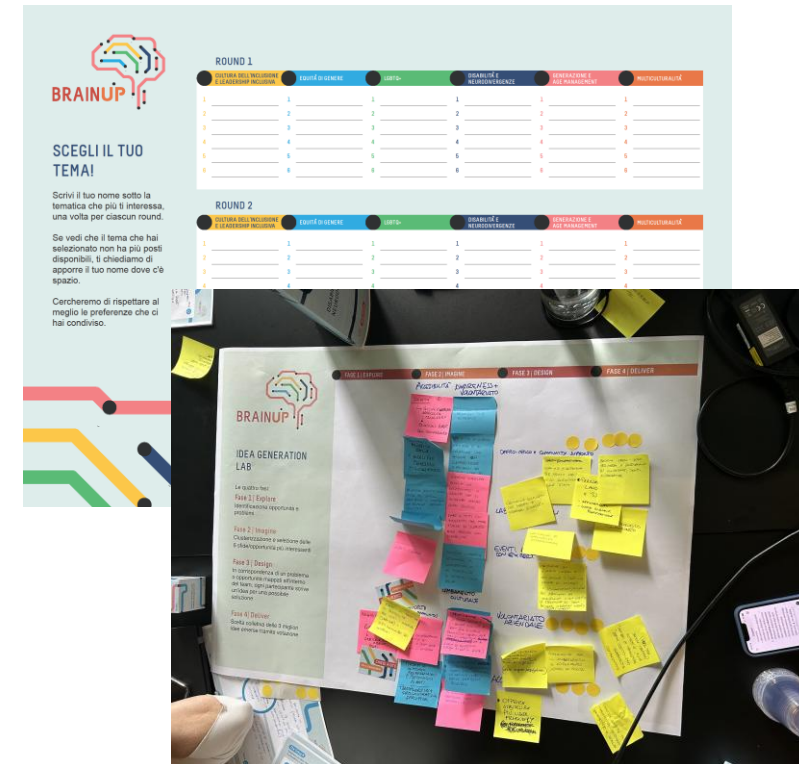
Idee generate

10+

design brief
progettati

55+

persone
coinvolte

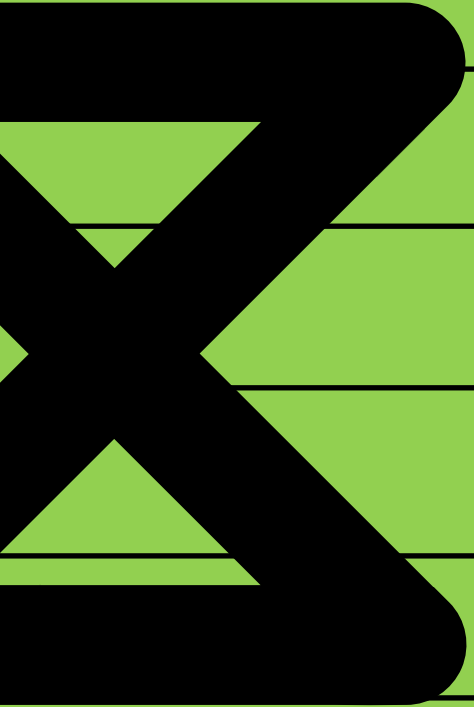


Report Sostenibilità

2^a finalità Persone



4. 2^a finalità Persone



4.1 DEI

4.2 Welfare, benessere e sicurezza

4.3 LogotelxLogotel e formazione continua

4.4 Logotel spirit

4.5 Behave with care

Finalità: Persone

“Contribuire all’empowerment delle proprie persone e allo sviluppo di un ambiente di lavoro sempre più equo, attraverso percorsi di formazione, programmi di aggiornamento delle competenze e sviluppo di nuove attitudini, favorendo inoltre nelle proprie persone comportamenti in grado di valorizzare ogni forma di diversità e offrendo occasioni culturali per stimolare una mentalità aperta e libera da pregiudizi”.



TEMI MATERIALI

Formazione ed empowerment delle persone

Attraction, retention e sviluppo professionale

Diversità, Equità, Inclusione

Benessere, salute e sicurezza

Logotel Community

SDG



4. Istruzione di qualità



5. Parità di genere



8. Lavoro dignitoso e crescita economica

NUMERI CHIAVE

3,8

GIORNATE

di formazione erogate, in media, ad ogni
collaboratore nel corso del 2024

297K

EURO

totale di bonus e fringe benefit
distribuiti ai collaboratori

96

PERSONE

hanno concluso il percorso DEI Fundamentals

53%

DEL TEAM
MANAGERIALE

è composto da donne

Logotel è nata attorno alle persone: quelle che animano la Logotel community e le persone di cui sono fatte le aziende e le organizzazioni con cui lavoriamo e che abitano tutto il nostro ecosistema.

Le “nostre” persone fanno parte di una comunità che nel corso degli anni è cresciuta e che conta oggi oltre **260 persone tra donne (in maggioranza) e uomini**, di **11 nazionalità** diverse e di differenti generazioni, che ogni giorno collaborano tra loro per contribuire a generare impatti attraverso tutto ciò che fanno. I lavoratori assunti di Logotel sono 195 (185 dipendenti a tempo pieno e part-time) + 10 in tirocinio, a cui si aggiungono i colleghi di Logotel Francia e Spagna e i professionisti esterni che intrattengono con noi rapporti continuativi.

Adottare un approccio People & community centered 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.

4.1 – Diversity, Equity e Inclusion

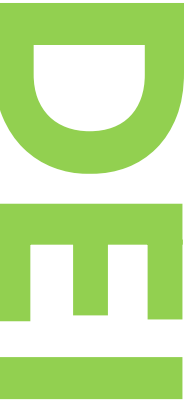
In Logotel puntiamo ad **attrarre e trattenere talenti** promuovendo e raccontando, alle persone di tutte le generazioni, quei valori e quelle caratteristiche fondanti che ci accompagnano con orgoglio fin dalla nostra nascita. Manteniamo inoltre sempre attiva una dimensione di **ascolto e ricerca**, 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 58% è donna), sia soprattutto per quanto riguarda le figure manageriali, rappresentate per il 53% da donne.**

Da sempre in Logotel convivono **generazioni diverse che collaborano tra loro** arricchendosi a vicenda e allargando i rispettivi punti di vista. Nel 2024, il 16% 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 **11 Paesi diversi** che fanno parte della nostra comunità.



Tra le **iniziative realizzate nel 2024 e volte ad aumentare tra le nostre persone la consapevolezza sulle tematiche Diversity, Equity & Inclusion** vogliamo soffermarci in particolare sulle seguenti:

- **Creazione di un team trasversale dedicato alle tematiche DEI**, con il duplice obiettivo di sviluppare progettualità ad hoc con i nostri clienti e sensibilizzare le nostre persone su questi temi
- **Associazione 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 dal 2022.
- **Realizzazione di un percorso di sensibilizzazione e formazione sui temi della Diversity, equity e inclusion in collaborazione con Valore D, denominato DEI Fundamentals**. Il percorso si è articolato in due incontri sincroni in modalità ibrida (onboarding e sharing), oltre a due moduli formativi ospitati sulla piattaforma Yunicity. Al percorso hanno partecipato 174 persone per 432 ore complessive. Al termine del percorso, i 96 partecipanti che hanno completato il percorso hanno ricevuto un open badge.

- **Proseguimento della collaborazione con @SheTech**, ente no profit che contribuisce a portare la parità di genere nei settori digital e tech in Italia, attraverso attività di networking, formazione e sensibilizzazione. A luglio abbiamo stretto una partnership con questa realtà offrendo a un gruppo di ambassador Logotel l'opportunità di entrare a far parte della community Shetech e ospitando nei nostri spazi la community manager Silvia Fanzecco.



Da sempre garantiamo la parità di genere tra collaboratori, manager e organi di governance

4.2 – 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, e includendo nelle attività di caring anche le loro famiglie.

WELFARE

Sono state diverse le iniziative di welfare promosse durante il 2024. A tutti i nostri collaboratori sono stati erogati **ticket restaurant** Sodexo dal valore di 8 euro per ogni giorno di lavoro trascorso in sede a Milano.

In aggiunta ai ticket restaurant, a dicembre 2024 sono stati erogati a tutte le persone di Logotel **buoni acquisto** Pluxee dal valore di 150 euro a testa. Inoltre, **nel 2024 sono stati distribuiti ai dipendenti della sede italiana di Logotel bonus performance e fringe benefit per un costo aziendale di 297.000 euro.**

Nell'ambito del welfare aziendale rientrano inoltre le seguenti 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;
- **accesso alla piattaforma di convenzioni aziendali Ennevolte**, attraverso cui i collaboratori possono acquistare beni e servizi in diversi ambiti a prezzi agevolati;
- **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. Anche nel 2024 sono stati erogati **bonus matrimonio** di 500 euro ai neosposi e **bonus bebé** 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, da anni esploriamo i profondi cambiamenti che stanno trasformando il mondo del lavoro.

Aziende e organizzazioni sono diventate sempre più reticolari e ibride. Occorre ripensare i propri spazi con la compresenza della dimensione fisica e virtuale; i tempi, sincroni e asincroni; le modalità lavorative, sempre più flessibili, ma non per questo meno organizzate. Ed emerge il bisogno, sempre più pressante, di **sviluppare nuove ritualità per aumentare l'engagement e 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 2024 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). Il 1° luglio 2024 a tutte le persone Logotel è stato rinnovato l'accordo di smartworking, che prevede 10 giorni di smart working mensili e sancisce anche il diritto alla disconnessione.

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 di uno scenario di costante incertezza economica e geo-politica, **nel 2024 Logotel ha confermato la 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

Logotel si impegna a favorire e incentivare anche occasioni di incontro al di fuori dell'ufficio per favorire il benessere fisico. Nel 2024 Logotel ha promosso la partecipazione alla **Vittoria for Women Run, corsa non competitiva su tre distanze, il cui ricavato è stato devoluto alla "Fondazione Specchio dei tempi"** che sostiene l'iniziativa di prevenzione del tumore al seno, maschile e femminile. Logotel ha contribuito sostenendo la quota di iscrizione delle persone che hanno scelto di partecipare all'evento e dei loro familiari.

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 2024 abbiamo:

- **Tenuto aggiornato il documento aziendale di Valutazione dei Rischi;**
- **Effettuato attività di formazione che hanno coinvolto tutti i nuovi assunti e i collaboratori per cui il corso di formazione era giunto a scadenza;**
- **Eletto il nuovo RLS (Rappresentante dei Lavoratori per la Sicurezza).**

Segnaliamo infine che, **nel corso del 2024, non si sono verificati infortuni sul lavoro al personale dipendente**, mentre sono stati registrati 2 infortuni in itinere.

4.3 – logotelxlogotel e formazione continua

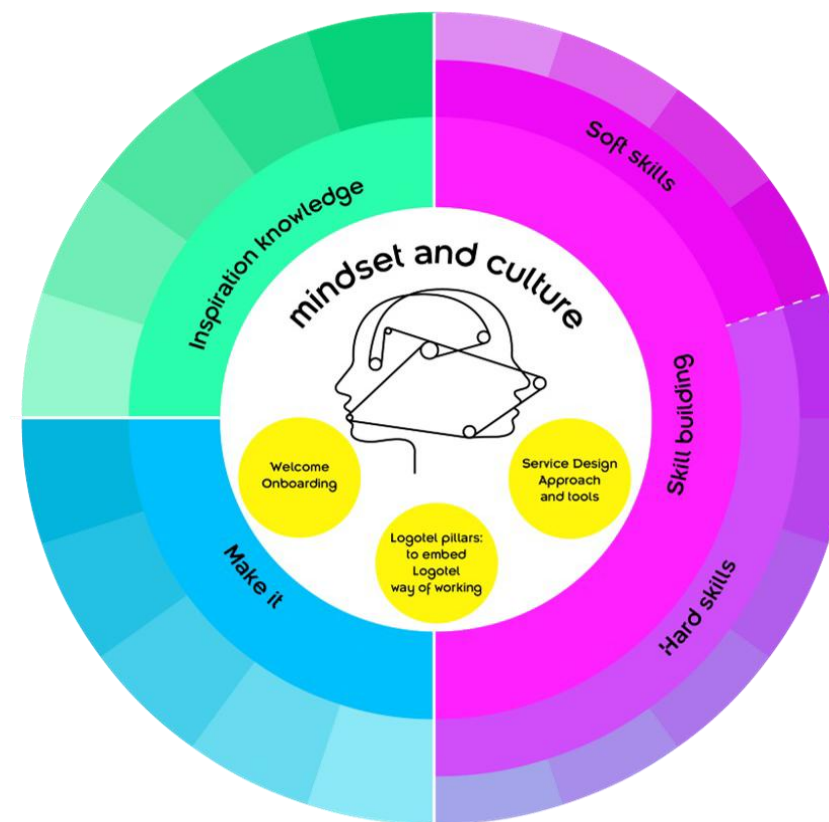
La valorizzazione delle nostre persone è per noi un impegno continuo, che si concretizza in attività di **formazione continua e nell'attenzione ai percorsi di crescita**. In Logotel ci prendiamo cura sia di aspetti relativi alle **skill individuali** e al loro potenziamento, sia di trasmettere **il mindset e la cultura della nostra organizzazione** in maniera trasversale, al di là delle specifiche famiglie di mestiere.

In Logotel 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:

- percorsi esterni e interni per lo sviluppo di hard skill;
- onboarding experience;
- percorsi di sensibilizzazione su tematiche DEI;
- formazione obbligatoria;
- percorsi di crescita;
- momenti di ispirazione e condivisione della conoscenza;
- percorsi per sviluppare mindset, cultura condivisa e potenziare e allenare soft skill;
- 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.





IL FASCINO DELLA DIVISA

LA SITUAZIONE

Siete un collettivo di artisti e vi definite "Artisti della comunicazione". Gestite un magazine che vive su un blog online, su magazine cartacee e sui vostri profili social. Insieme avete deciso di aprire la rubrica "Il fascino della divisa" per sensibilizzare il vostro pubblico sull'importanza del ruolo svolto dai Vigili del Fuoco nella società.

LA RICHIESTA

Desidero raccontare, attraverso le rubriche del vostro magazine, tutto ciò che ritenete utile per sensibilizzare l'opinione pubblica sul tema della divisa, dai giornali tipo e interventi dei Vigili del Fuoco.

Desidero sviluppare la rubrica con le modalità che preferite, come per esempio:

Real fotografici
Post e contenuti social
Album musicali e playlist

Interviste
Newsletter
Album...

Il tempo del Vigili del Fuoco USP

Una giornata tipo di un Vigile del Fuoco prevede:

- Risposta alle chiamate di emergenza con relative operazioni di soccorso
- Controllo e inventario delle attrezzature
- Pulizia della caserma
- Documentazione e minuta dei fatti del

Anche se la vita con la divisa dei Vigili del Fuoco è molto più complessa di quanto si pensi, è importante che il vostro magazine sia in grado di raccontare la vita dei Vigili del Fuoco in modo completo e accurato.

TEMPI DI REALIZZAZIONE

Avrete circa 2 ore di tempo. Alla fine della giornata, la plenaria potrà concordare la vostra creazione, caricandola su questa cartella accessibile a tutti.

CONTRIBUTI A FINANZIARE

Il progetto è finanziato dalla USP, ma si può anche raccogliere fondi da privati, aziende o enti pubblici. La USP è un ente pubblico e può ricevere contributi da enti pubblici e privati.

DELLA REALIZZAZIONE

Il progetto è finanziato dalla USP, ma si può anche raccogliere fondi da privati, aziende o enti pubblici. La USP è un ente pubblico e può ricevere contributi da enti pubblici e privati.

KICKOFF 2015

TRIVIER

LOGOTELXLOGOTEL

Nel 2024 l'Academy ha erogato **6.763,5 ore di formazione, coinvolgendo tutta la popolazione aziendale attraverso 57 percorsi formativi per 94 edizioni, con una partecipazione media di 3,8 giornate a persona** tra Inspirational Knowledge, Kickoff, Soft skill, Mindset, Mentorship e almeno 1 giornata di formazione tecnica.

Il **67%** delle persone Logotel ha seguito **percorsi di formazione per lo sviluppo personale**; il **62%** ha beneficiato di **opportunità di sviluppo di competenze continue**; il **75%** ha seguito **percorsi per lo sviluppo di conoscenze trasversali** e il **12%** ha beneficiato di **opportunità di sviluppo professionali esterne** o aggiornamento continuo.

Nel 2024 è inoltre proseguita la **partnership tra Logotel e POLI.design**, che si colloca nel contesto dell'impegno di Logotel per promuovere una cultura basata sull'approccio e le metodologie del design. **Inoltre, 8 persone di Logotel hanno avuto l'opportunità di partecipare a corsi executive di POLI.design su temi rilevanti per la loro professione.**

Nel 2024 sono proseguite anche le **attività di aggiornamento rispetto ai principi di trattamento dati in materia di GDPR** (General Data Protection Regulation, Regolamento (UE) 2016/679). Tali attività, progettate per rendere consistenti e prudenti le azioni dei nostri professionisti, sono sfociate in un percorso di aggiornamento biennale per più di 91 dipendenti e in 2 percorsi annuali per le nuove risorse, per un totale di 282,5 ore di formazione erogate.

DOJO e dAI dAI dAI

Nel 2024 è proseguita l'attività di **formazione e sperimentazione continua nell'ambito dell'intelligenza artificiale**. Oltre al proseguimento del programma di formazione **dAI dAI dAI**, un laboratorio pratico per l'uso di tool di AI generativa sicuri, abbiamo lanciato il **DOJO**.

Il **DOJO** è un **ambiente di scambio e apprendimento all'interno dell'ecosistema Microsoft 365** dell'organizzazione progettato per favorire la diffusione di cultura ed esperienza a tema AI, per accelerarne l'adozione e accompagnare le persone nel presente e nel futuro.

Il dAI dAI dAI e il DOJO rispecchiano il nostro approccio pratico e people&community centered rispetto all'AI adoption e, oltre ad essere adottati al nostro interno, sono stati proposti ai nostri clienti e partner, per supportarne il cambiamento e l'adozione dell'AI attraverso la creazione di community dinamiche e reticolari.

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 2024 abbiamo organizzato 6 incontri in modalità mista (ibrida e da remoto), ai quali hanno partecipato complessivamente oltre 284 partecipanti.

JOB TRIBE

Le job tribe sono **momenti di condivisione in cui le diverse famiglie di mestiere che convivono all'interno di Logotel parlano di sé stesse**, raccontando agli altri membri della comunità il lavoro che svolgono e i progetti su cui sono impegnate. Nel 2024 sono state organizzate 11 job tribe, alle quali hanno partecipato 102 persone.

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 collaboratori 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.

4.4 – Logotel spirit

Logotel non è solo un luogo di lavoro, ma **una comunità di persone che si scelgono ogni giorno**. Crediamo che il benessere delle persone migliori quando si sentono davvero parte della loro Community. 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.

KICKOFF

Il primo kickoff Logotel è stato nel 1994 e da allora è diventato un rituale annuale 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 il 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.



Nel 2024, a trent'anni dal primo kick-off, **tutta la community Logotel, inclusi i colleghi provenienti da Francia e Spagna, si è incontrata per una giornata vissuta in sinergia con il quartiere che ci ospita**, Lambrate, scoprendone teatri, locali, attrazioni e realtà culturali.

La poetry svelata nel corso del kickoff è stata “Embrace the essence”: un invito a ricercare l'essenza in quello che facciamo per fare la differenza e trovare strade alternative, un invito a scegliere cosa è realmente importante, di valore.

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 2024 abbiamo organizzato due incontri, in estate e in inverno, che si sono svolti in modalità ibrida.

Oltre alle plenarie, nel 2024 abbiamo organizzato anche diverse «plenariette», che è il modo in cui noi chiamiamo le riunioni delle macro aree di Logotel: **un momento importante per allinearsi sui progetti in corso e quelli futuri, condividendo risultati, best practice, obiettivi.**

I NOSTRI PARTY

Essere una comunità significa anche **prendersi del tempo per staccare dal lavoro e festeggiare insieme**. Nel 2024 abbiamo brindato in diverse occasioni: al termine della plenaria estiva, durante il nostro back to Logotel party di settembre, in occasione del 31esimo compleanno di Logotel e durante la Festa invernale di dicembre.

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.**



WELLO

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 2024 su Wello abbiamo creato e avviato il **nuovo canale DEI & Sustainability**, uno spazio di confronto, ispirazione e supporto nato dalla volontà di prenderci sempre più cura delle persone, della comunità, dell'ambiente. Su Wello abbiamo anche continuato a **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.

4.5 – Behave With Care

Behave with care è **il progetto dedicato alle persone Logotel che ha l'obiettivo di accrescere la consapevolezza rispetto alla sostenibilità ambientale e sociale**, diffondendo comportamenti virtuosi.

Il progetto è stato lanciato nel 2019 e nel tempo ha coinvolto numerosi collaboratori per **progettare e fare vivere iniziative sui temi della sostenibilità**. 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 corso del 2024 abbiamo sviluppato il progetto lungo le 4 direttrici:

#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.

Behave With Care è un progetto attraverso cui **le persone hanno la possibilità di proporre il loro contributo rispetto alle tematiche che stanno loro a cuore e «fare scala» grazie alla Community delle persone Logotel**, rilanciando le iniziative ed i contenuti per coinvolgere i colleghi. Tra le iniziative del 2024, segnaliamo:

- **Veganuary challenge:** una sfida alla «schiscetta» vegana più sostenibile e gustosa, che ha risvegliato la competitività ed il talento culinario di colleghi e colleghe
- **Partecipazione a M'illumino di meno:** la partecipazione alla Giornata nazionale del risparmio energetico e degli stili di vita sostenibili è stata per noi l'occasione di stimolare le persone ad adottare comportamenti più sostenibili. Abbiamo inoltre spento l'iconica installazione al neon Luna Park, simbolo del nostro quartiere, per accendere l'attenzione su questo tema importante
- **Swap party:** iniziativa per incentivare la cultura del riuso dei vestiti e contrastare lo spreco e le altre iniquità connesse al mondo del fast-fashion
- **Raccolta di vestiti per ReteMilano,** organizzazione di volontari nata per dare un primo aiuto emergenziale ai profughi in transito da Milano e in arrivo principalmente dalla rotta balcanica
- **Una camminata nel Parco di Montevicchia e Valle del Curone:** una passeggiata di 10 km per le persone di Logotel e le loro famiglie organizzata da una collega guida ambiente escursionistica AIGAE certificata
- **LogoGiving:** in occasione del Giorno del Ringraziamento abbiamo organizzato una giornata all'insegna della solidarietà, con un pranzo condiviso e una raccolta di oggetti, buoni regalo e fondi che sono stati donati a una famiglia bisognosa di Lambrate
- **Raccolta di tappi e cibo** per sostenere il gattile Sfigatelli di Paderno Dugnano

Report Sostenibilità
3^a finalità Attori di rete



5. 3^a finalità Attori di rete



5.1 Realtà benefiche

5.2 Donazioni

5.3 Iniziative per la comunità

Finalità: Attori di rete

“Agire come un “attore di rete” e collaborare con enti, realtà del terzo settore o organizzazioni di altra natura che abbiano come obiettivo il miglioramento della vita di persone e comunità anche attraverso percorsi di formazione, programmi di aggiornamento delle competenze e sviluppo di nuovi comportamenti, verso persone appartenenti a comunità marginalizzate o a rischio di esclusione sociale al fine di favorire la loro crescita personale e professionale. La Società, inoltre, si impegna a facilitare collaborazioni e sinergie tra i propri Clienti e realtà benefiche con cui la Società entra in relazione, per aumentare la scala degli impatti nell’ecosistema allargato che la Società contribuisce a creare, alimentare e sostenere.”



TEMI MATERIALI

***Etica e
trasparenza***

Comunità locali

***Collaborazioni
con il terzo
settore***

***Partnership per
progetti con focus
ESG***

SDG



**11. Città e
comunità
sostenibili**



**5. Partnership
per gli obiettivi**

NUMERI CHIAVE

14k+

totale delle donazioni da parte di Logotel
a favore di realtà non-profit nel 2024

EURO

120k

EURO

Totale del co-investimento Logotel in termini di
tempo e competenze dei nostri professionisti
(Fondazione Don Gino Rigoldi, AIRC, Valore D)

7

REALTÀ BENEFICHE

con cui abbiamo collaborato nel corso del 2024

5.1 – Realtà benefiche

Agire come «attori di rete» significa per noi **diventare protagonisti consapevoli della rete di interrelazioni che ci lega con le comunità con cui entriamo in contatto**, per prossimità territoriale o per impatti diretti e indiretti.

Lo sviluppo di community è da sempre uno dei pilastri fondamentali delle attività di Logotel. 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.

Ampliare la prospettiva, adottando **un approccio People & Community driven**, è parte integrante del nostro metodo progettuale ed è la chiave per affrontare le grandi sfide sistemiche e le trasformazioni nelle quali siamo immersi. Per questo **vogliamo rafforzare il nostro sostegno a progetti non-profit e orientati alla sostenibilità, non solo attraverso donazioni, ma co-investendo in termini di risorse, tempo, energie e conoscenze nei progetti delle realtà in cui crediamo**, supportandole per scalare gli impatti positivi che sono in grado di generare.



vogliamo rafforzare il nostro sostegno a progetti non-profit e orientati alla sostenibilità, non solo attraverso donazioni, ma co-investendo in termini di risorse, tempo, energie e conoscenze.

Fondazione Don Gino

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. Nel 2024 abbiamo supportato la Fondazione su due fronti:

1. **Riprogettazione della comunicazione della Fondazione**, lavorando in particolare su 4 touchpoint:
Redesign del **bilancio sociale**
Riprogettazione e sviluppo del **nuovo sito web**
Realizzazione di un **nuovo video istituzionale**
Realizzazione di una **brochure istituzionale**
2. **Partecipazione a Palestra di Competenze**. L'iniziativa, inserita all'interno del programma Credito al Futuro, 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: dalla ricerca attiva di opportunità di lavoro, alla stesura del proprio CV e preparazione del colloquio. Nel 2024 **hanno partecipato al progetto 10 volontari Logotel per un totale di 128 ore.**



AIRC

AIRC (Fondazione AIRC per la Ricerca sul Cancro) è **una delle più importanti organizzazioni italiane che finanziano la ricerca scientifica per la prevenzione, diagnosi e cura del cancro**. Sostiene progetti innovativi, borse di studio per giovani ricercatori e ricercatrici e campagne di sensibilizzazione. Il suo impegno rappresenta un contributo fondamentale nella lotta contro il cancro, migliorando le terapie e aumentando le possibilità di guarigione.

Nel 2024 abbiamo supportato AIRC su due fronti:

1. RETREAT PER IL TEAM GRT

Per l'evento annuale "NOI PER AIRC", dedicato al tema della collaborazione, **abbiamo progettato una giornata esperienziale per 60 partecipanti del gruppo GRT**. Il programma ha incluso laboratori teatrali, workshop di mappatura dei bisogni e dei circoli d'influenza, momenti di *ice-breaking* e attività di co-progettazione di soluzioni. Le attività svolte sono state documentate e presentate il 20 giugno in plenaria.

2. IMPACT DESIGN WORKSHOP

Un momento di formazione in modalità "learning by doing" per il team di AIRCFactory e figure chiave dell'organizzazione. L'obiettivo era **potenziare le competenze di progettazione e design, adottando un approccio orientato all'impatto**. Grazie a questa esperienza, i partecipanti hanno acquisito metodologie di impact design per sviluppare servizi e iniziative incentrate sulle esigenze delle persone e delle comunità, migliorando l'efficacia dei progetti in corso e stimolando nuove progettualità.



Valore D – Younicity

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

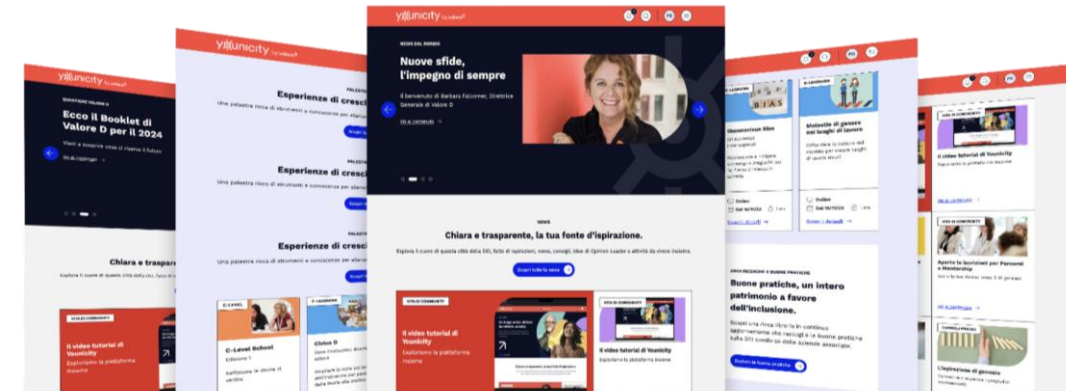
L'obiettivo di Younicity – che è stata ideata, co-progettata e realizzata insieme a Logotel – è quello di diventare **la community di riferimento rispetto alle tematiche di Diversità, Equità e inclusione**. In questo luogo virtuale, accogliente e inclusivo, le persone delle aziende associate a Valore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

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 community è stata lanciata a fine 2023 anche grazie ad una percentuale di co-investimento Logotel.

Nel 2024 Younicity è stata selezionata per l'ADI Design Index, un riconoscimento prestigioso che premia l'impegno messo in campo per creare un ambiente inclusivo e accessibile per tutte le persone che lo popolano. Grazie a questa selezione, **Younicity concorrerà per il Compasso d'Oro 2026, il più antico e prestigioso riconoscimento internazionale di design.**

390+ 

Aziende associate a Valore D, per un pubblico potenziale di oltre 2 milioni di user



5.2 – Donazioni

Anche nel 2024 abbiamo scelto di donare il nostro contributo a chi ne ha maggiore bisogno: quelle realtà non-profit che operano per portare aiuto alle popolazioni in situazioni emergenziali.

Ad aprile **abbiamo lanciato una Call To Action alle persone della nostra Community aziendale per raccogliere fondi a favore della popolazione civile di Gaza**. Logotel si è impegnata a moltiplicare per 5 volte il totale raccolto: abbiamo così donato oltre 6.000 euro **a Fondazione CESVI, organizzazione che opera in tutto il mondo per supportare le popolazioni più vulnerabili**.

Le altre realtà a favore di cui abbiamo effettuato una donazione nel corso del 2024 sono:

- **Fondazione CESVI**
- **Emergency**
- **Croce Rossa Italiana**
- **Fondazione Don Gino Rigoldi**
- **Agile Movement**

Per un totale di oltre 14.000 euro.

5.3 – Iniziative per la Comunità

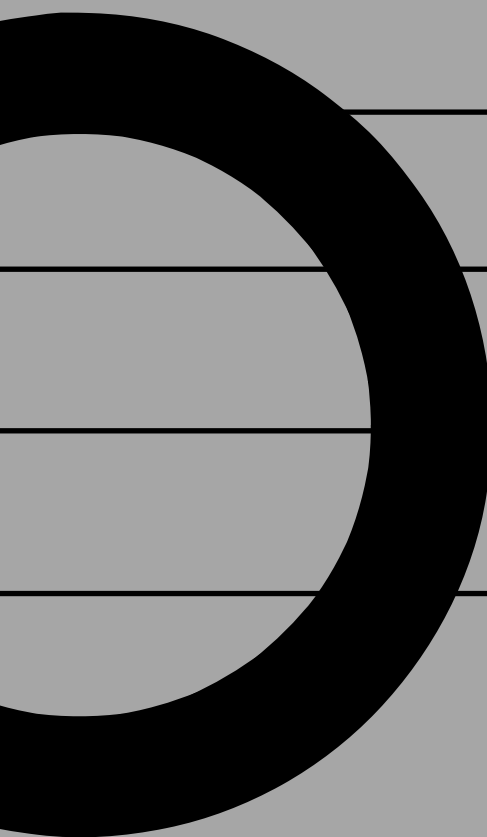
Oltre a portare il nostro contributo economico e progettuale ad alcune importanti realtà benefiche, anche nel 2024 ci siamo impegnati per **generare un impatto positivo per le comunità locali più prossime, cioè quelle del quartiere di Lambrate dove siamo operativi dal 2003**.

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 2024 abbiamo collaborato con Made in Lambrate per animare il nostro quartiere**, in particolare durante le iniziative dedicate alla Milano Green Week e a M'illumino di Meno.

In diverse occasioni abbiamo lanciato Call To Action a tutti i collaboratori per **raccogliere beni di prima necessità, in particolare cibo e vestiti, da donare alle persone più bisognose che vivono nel nostro quartiere**. A giugno, in occasione della nostra festa estiva, abbiamo organizzato uno Swap Party durante il quale le persone di Logotel hanno avuto la possibilità di scambiare i propri vestiti di seconda mano. I vestiti raccolti e non scambiati sono stati donati all'**Opera di San Francesco** e a **Rete Milano**.

Report Sostenibilità 4^a finalità **Conoscenza**

6. 4^a finalità Conoscenza



6.1 Ricerca e sperimentazione

6.2 Collaborazioni con associazioni di categoria

6.3 Partecipazione a eventi

6.4 Partnership

6.5 Collaborazioni con il mondo accademico

Finalità: Conoscenza

«Mettere a disposizione pubblicazioni, report, contenuti, eventi e iniziative realizzati dalla Società, che possano contribuire ad allargare il dibattito e a generare nuovi punti di vista su temi legati alla sostenibilità, inclusione e benessere di comunità e territori».



TEMI MATERIALI

***Condivisione
delle conoscenze***

***Relazione con il
mondo
accademico***

***Ricerca ed
esplorazione***

SDG



**4. Istruzione di
qualità**



**5. Partnership
per gli obiettivi**

NUMERI CHIAVE

5

realità del contesto accademico italiano
e internazionale con cui abbiamo
collaborato

UNIVERSITÀ 7

attive nell'anno 2024 (istituti di ricerca,
università ed enti accademici, fondazioni e
associazioni)

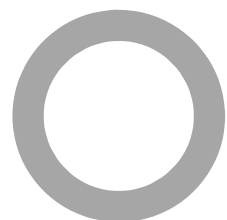
PARTNERSHIP DI
ECOSISTEMA

6

percorsi narrativi per divulgare il nostro punto di vista
sui cambiamenti nei settori nei quali operiamo

LANDSCAPE
ORGANIZZATI





**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 2024 sono stati realizzati diversi *open mind* su temi quali l'adoption di comportamenti e nuove tecnologie come l'intelligenza artificiale, l'evoluzione della Customer experience e il Design.

Sono inoltre state realizzate due ricerche confluite in mappe:

- **Learnscape 2024**, che indaga le evoluzioni dell'apprendimento e delle modalità con cui si erogano e fruiscono esperienze formative, identificando e analizzando 6 driver per una learning experience che aiuti le persone a orientarsi, a scegliere e sentirsi coinvolte.
- un prodotto di **mappatura dei trend**/correnti di contesto/mercato e sulle evoluzioni del settore dei servizi.

Nel 2024, ai progetti che rientrano nella cornice di Horizon, sono state dedicate risorse per oltre 79.500 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.

Il sedicesimo numero di Weconomy, “Una visione completamente diversa. Prospettive People&community centred per generare trasformazioni positive” è stato pubblicato alla fine del 2023. Nell’ultima parte dell’anno è iniziata la riflessione sul tema del prossimo numero di Weconomy, che verrà realizzato nel corso del 2025.

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 2024 Logotel ha organizzato **6 Landscape** affrontando insieme a ospiti ed esperti diverse tematiche: l’ultracyclist **Omar Di Felice** e l’antropologo **Marino Niola** hanno offerto due sguardi diversi sul tema della nostra poetry, *Embrace the essence*, indagando il significato dell’essenziale in relazione alle avventure estreme e nel contesto di una società che sembra premiare più l’apparenza dell’essenza.

Assieme a **Eric Ezechieli**, co-founder della prima società benefit italiana, **Nativa**, abbiamo approfondito il ruolo delle società benefit nella transizione da un paradigma economico estrattivo a uno rigenerativo.

In occasione della **Milano Green Week**, la giornalista ambientale **Letizia Palmisano** ci ha guidati a riflettere sulla sostenibilità dei nostri comportamenti quotidiani, nella vita privata e lavorativa, mentre due colleghi di Logotel, **Daniele Cerra** e **Vincenzo Scagliarini**, hanno dialogato sul rapporto tra AI e sostenibilità.

Il ciclo di Landscape del 2024 è stato chiuso dallo psicoterapeuta adleriano **Domenico Barillà**, che ha condiviso una riflessione sui rischi dell’individualismo per la società odierna mettendo a disposizione della community Logotel il suo libro Individualisti si cresce, edito da Feltrinelli.

Gli incontri si sono tenuti in modalità ibrida (in presenza e in digitale) e hanno coinvolto complessivamente oltre 280 persone. Per la prima volta, in occasione dei due landscape inseriti nella cornice della Milano Green Week, questi eventi sono stati aperti a tutta la cittadinanza.



6.2 – Collaborazioni con associazioni di categoria

Assolombarda – Flow

Assolombarda è l'associazione delle imprese che operano nella Città Metropolitana di Milano e nelle province di Lodi, Monza e Brianza, Pavia. Per dimensioni e rappresentatività, è l'associazione più importante di tutto il Sistema Confindustria.

Nel corso del 2024 Logotel ha collaborato con Assolombarda per progettare il percorso **Flow – Future lab on work**, un'iniziativa di Assolombarda che è un tassello di Circular HR, un progetto strategico che intende supportare le aziende associate sui temi legati alle sfide di People & Culture, con particolare riguardo alla *attraction* e alla *retention*.

Flow è un percorso innovativo incentrato su tre temi: come raggiungere e attrarre le persone, come trattenerle e ingaggiarle e come fare rete dentro e fuori le organizzazioni.

Il progetto ha previsto un'alternanza tra momenti ispirazionali da remoto e incontri in presenza negli spazi di Logotel.

I leader e i manager delle oltre **40 aziende partecipanti** – diverse per industry e dimensioni – hanno avuto l'opportunità di confrontarsi e condividere sfide, punti di vista arricchiti anche dalle riflessioni di esperti, esperienze e strumenti per attuare le giuste strategie di attrazione, valorizzazione e fidelizzazione delle proprie persone e dei giovani talenti.

L'iniziativa sarà replicata nel corso del 2025.

6.3 – Partecipazione a eventi

Nel corso del 2024 abbiamo alimentato il nostro ecosistema partecipando a una serie di eventi.

Insieme ad **AIDP Lombardia**, l'associazione italiana per la direzione del personale, abbiamo partecipato e ospitato un workshop incentrato su strategie, approcci e strumenti per sbloccare e aumentare l'energia e il benessere nelle organizzazioni.

Insieme a **Comunicazione Italiana**, società di knowledge networking attiva da oltre 20 anni, Logotel ha partecipato:

- al **Learning Forum 2024**, inserito nella cornice della WellWeek24, festival itinerante della sostenibilità e del benessere ideato dall'Associazione for human community;
- al **Forum comunicazione 2024**;
- ai **Green economy awards**, premio per valorizzare le aziende che si distinguono nell'integrare sostenibilità e benessere nella strategia e pratica quotidiana. Logotel ha ricevuto il Green economy award 2024 nella categoria sostenibilità economica.

Insieme a **ELIS Innovation Hub**, parte del **consorzio ELIS**, ecosistema aperto che coinvolge grandi aziende, startup e centri di ricerca per sviluppare progetti di innovazione e open innovation, Logotel ha partecipato a **Solution Pitch Day**, evento dedicato alle startup, scaleup e PMI innovative.

Insieme a **Elite**, ecosistema parte del Gruppo Euronext che aiuta le piccole e medie imprese a crescere e ad accedere ai mercati dei capitali privati e

pubblici, Logotel ha partecipato a due **webinar** sul tema delle community e approccio people & community centred e ha progettato e partecipato al workshop **Design di prodotto, di servizio e di ecosistema: capire il presente per immaginare il futuro**.

A ottobre abbiamo partecipato al **webinar Community aziendale: collante tra presenza e remoto nell'era del lavoro ibrido** organizzato da **HRC Community**, la più grande community HR di aziende nazionali e internazionali.

Grazie all'Italian Agile movement, abbiamo supportato e partecipato agli **Italian Agile Days**, conferenza italiana dedicata all'agilità che si è tenuta all'Università di Firenze, condividendo la nostra esperienza e il nostro metodo Impact Design.

Nella cornice della **Milano Green Week**, manifestazione diffusa patrocinata dal Comune di Milano e dedicata ai temi ambientali e al benessere delle persone, Logotel ha organizzato tre eventi aperti al pubblico: due landscape (cfr. pag.89) e una visita guidata nel quartiere di Lambrate.

A ottobre abbiamo ospitato l'evento *Reimagining work. Designing for talent* organizzato nell'ambito dei **Service design drinks**, serie di incontri aperti e informali per riunire la comunità del Service Design di Milano.

Con **Valore D**, nostro partner, abbiamo partecipato alla presentazione della ricerca **Oltre le generazioni**, cui abbiamo contribuito, presso la Camera dei Deputati e all'evento **DEI by DEI** ospitato in Logotel e incentrato su come embeddare la diversità all'interno della cultura aziendale.

Nel 2024 abbiamo attivato o mantenuto attive le seguenti partnership di ecosistema:

- **Eumetra**, istituto di ricerca sociale e di marketing con cui abbiamo avviato una collaborazione, finanziando una nuova edizione della ricerca ***Benessere e Sostenibilità***, studio per comprendere la società e i suoi individui, i comportamenti di consumo e le attese verso i brand.
- **Politecnico di Milano**, la più antica università pubblica scientifico-tecnologica milanese e una delle più prestigiose al mondo.
- **POLI.design**, scuola post-graduate in Design del Politecnico di Milano.
- **Pranaventures**, operational venture capital specializzato in investimenti nella fase seed e post-seed delle startup ad alto contenuto tecnologico.
- **SheTech**, ente no profit che contribuisce a portare la parità di genere nei settori digital e tech in Italia.
- **Symbola**, Fondazione per le qualità italiane, 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.
- **Valore D** la prima associazione di imprese in Italia che promuove una cultura inclusiva per la crescita delle organizzazioni del nostro Paese.

Certificazione Microsoft Solutions Partner

Nell'ambito delle nostre partnership tecnologiche sottolineiamo il rapporto che si è creato con **Microsoft**. Grazie all'expertise maturata nell'accompagnamento dei nostri clienti nelle diverse trasformazioni e nei modelli di lavoro ibrido utilizzando la suite Microsoft 365, nel 2024 abbiamo ottenuto la **certificazione Microsoft Solutions Partner for Modern Work**, con specializzazione in ***adoption*** e ***change management***.



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 2024 Logotel ha creato opportunità di trasmissione delle proprie conoscenze con diverse realtà del contesto accademico italiano e internazionale: **Politecnico di Milano, POLI.design, LanTao Design Academy e Massachusetts Institute of Technology.**

Corso Impact design al Politecnico di Milano

Anche nel 2024 è stato confermato il **corso Impact design tenuto da Logotel per le studentesse e gli studenti del Politecnico di Milano.** 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 ha affrontato temi dal *service-strategic thinking* al *co-design*, dal *behavioural design* all'*impact design*. Una parte importante è stata dedicata alle dinamiche relazionali tra individuo e comunità, promuovendo il senso di appartenenza e le trasformazioni attraverso gruppi eterogenei.

Numeri chiave:

- **23 studenti provenienti da 3 diversi corsi di studio;**
- **17 visiting professor e 2 aziende coinvolte;**
- **3 mesi di lezione conclusi con la realizzazione e la presentazione di 7 project work.**

LanTao Design Academy

La Chief design officer Logotel **Cristina Favini** e **Antonella Castelli**, Senior manager design, hanno trascorso una settimana al **Design innovation institute** di Shanghai in qualità di relatrici dell'Executive Master in **Design Strategy and System Innovation** della **LanTao Design Academy** 北京朗道设计学院, in collaborazione con **POLI.design**.

È stata un'occasione unica per confrontarci e scambiare idee con un gruppo di 20 imprenditori e progettisti provenienti dalle diverse zone della Cina, con cui abbiamo condiviso il nostro metodo, l'Impact design.

Attraverso sessioni ispirazionali, attività collaborative e pratiche abbiamo lavorato su tre dimensioni, cercando di trasferire l'approccio che in Logotel utilizziamo per progettare servizi ed esperienze di nuova generazione.

PoliMIT Hack

Il 19 ottobre abbiamo partecipato e ospitato nei nostri spazi il primo **hackathon** organizzato in maniera congiunta dal **Politecnico di Milano** e dal **Massachusetts Institute of Technology**, incentrato sulla progettazione di soluzioni d'impatto per contrastare i cambiamenti climatici.

Oltre 50 giovani designer sono stati chiamati a sviluppare collaborazione e creatività per affrontare la complessità del contesto attuale e progettare soluzioni efficaci per guidare un cambiamento significativo.

Intervento al corso Innovation for Sustainability – Politecnico di Milano e Università Bocconi

Grazie al laboratorio di ricerca **Design + Strategies del Politecnico di Milano**, ad aprile abbiamo avuto l'opportunità di incontrare le studentesse e gli studenti del corso **Innovation for Sustainability**, che fa parte della laurea magistrale Transformative Sustainability, un programma di studio interfacoltà tra il **POLIMI** e l'**Università Bocconi**.

Abbiamo condiviso con i *Sustainability manager* del futuro la nostra visione della sostenibilità e i passi concreti che, come Logotel, abbiamo intrapreso nella direzione di uno sviluppo sempre più sostenibile della nostra impresa, dove la crescita economica e la generazione di impatti positivi per persone, clienti ed ecosistemi siano sempre più coerentemente interconnesse.

Intervento al corso Business Ethics – Università Cattolica del Sacro Cuore

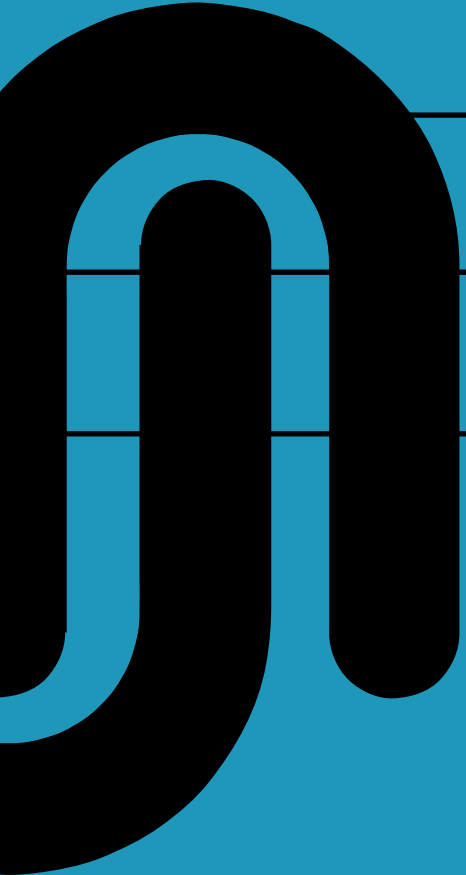
Grazie al Global Engagement dell'**Università Cattolica del Sacro Cuore** e al professor Matteo Amori, **Benedetta Bacialli**, Lead Learning di Logotel, ha tenuto una lezione al corso di Business Ethics dell'Università Cattolica di Milano.

Sono state condivise le metodologie, le sfide e le soluzioni creative alla base di un progetto trasformativo progettato da Logotel per supportare un'azienda energetica e le sue persone nella gestione della transizione energetica, generando impatti positivi.

Report Sostenibilità

Impegno per l'ambiente

7. Impegno per l'ambiente



7.1 Consumi ed emissioni

7.2 I nostri fornitori

TEMI MATERIALI

***Consumi ed
emissioni***

***Gestione dei rifiuti
e circolarità***

***Comportamenti
sostenibili***

SDG



12. Consumo e
produzioni
responsabili



13. Lotta contro
il cambiamento
climatico

NUMERI CHIAVE

100%

Energia proveniente da fonti
rinnovabili

1,65E⁻⁰⁵

tCO₂ equivalente

il nostro indicatore di controllo per ridurre la
produzione di GHG





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.**

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 (capitolo 4.5). 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 – Consumi ed emissioni

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 mantenuto la Certificazione ISO 14064, ottenuta per la prima volta nel 2023. **I risultati della certificazione 2024 che si riferiscono ai dati dell'anno precedente sono i seguenti:**

2023 Verified GHG Emissions in t CO2-eq (*)		
Category 1	Direct Emissions	65
Category 2	Energy Indirect Emissions (Location based)	54
Category 3	Indirect Emissions from Transportation	209
Category 4	Indirect GHG emissions from products used by organization	27
(*) 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 (2023): 355 tCO₂eq

Ricavi servizi caratteristici (2023): 21.562.738 euro

Indicatore: 1,65E-05 tCO₂eq

Rispetto all'anno precedente, notiamo quindi un aumento delle emissioni pari a 0,3 punti. La voce che più contribuisce all'aumento è la categoria 3 ed è dovuto alle emissioni indirette prodotte dai trasporti nel tragitto casa-lavoro. L'incremento è quindi dovuto in buona parte alla maggiore presenza in ufficio dovuta all'allentamento delle precauzioni legate al Covid-19. Nella categoria 1 notiamo invece un aumento dovuto ad operazioni di manutenzione programmata su tutti gli impianti di condizionamento, mentre calano le emissioni legati alla mobilità con veicoli aziendali.

Nel momento della scrittura di questo Report non sono ancora disponibili i dati sulle emissioni del 2024. I dati saranno condivisi pubblicamente nel report del prossimo anno.

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;
- laddove possibile, prediligiamo l'acquisto di **materiali in bio-plastica compostabile e carta riciclata**;
- **macchinette da caffè con chicchi macinati** per evitare lo smaltimento delle capsule;
- 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 e, dove possibile, del **riciclo e del riuso**;

7.2 – I nostri fornitori

- 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**.
- Per rendere i nostri spazi condivisi ancora più verdi e piacevoli, oltre a contribuire alla qualità dell'aria e allo stoccaggio di CO2, nel 2023 **abbiamo scelto la cooperativa sociale Cascina Bollate – Il vivaio nel carcere di Bollate, per allestire la Terrazza Garden**, uno dei nostri nuovi spazi all'aperto, con un'aiuola di fiori e piante officinali.

Siamo una società di servizi, con una catena di fornitura snella che riguarda soprattutto apparecchiature elettroniche e piattaforme e servizi IT, materiale per uffici (cancellaria), 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.

Come riportato nel nostro **Codice Etico, 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.

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 gli stampatori a cui ci affidiamo per la produzione dei materiali cartacei per eventi e formazioni e delle copie fisiche del nostro progetto di ricerca Weconomy, o le attività di ristorazione locale che coinvolgiamo, dove possibile, per organizzare catering in occasione di eventi per le nostre persone o per quelle dei nostri clienti.

Per il nostro Kickoff 2024 abbiamo organizzato un evento «diffuso» all'interno del quartiere di Lambrate: un'opportunità per scoprire il quartiere che ci ospita da oltre 20 anni e per rafforzare le connessioni con le altre realtà radicate sul territorio. Il Teatro Martinitt è stato il palco, è il caso di dirlo, per la nostra plenaria e per alcune attività pomeridiane. I pranzi per gli oltre 250 partecipanti si sono svolti in 6 punti di ristorazione locali.



una scelta attenta dei nostri fornitori è un altro dei modi che abbiamo per «fare rete» e generare impatti positivi su una scala maggiore.

Report Sostenibilità

Obiettivi futuri

8. Obiettivi futuri

8. Obiettivi futuri

8. – I nostri obiettivi

In quanto Società Benefit, **Logotel si impegna a perseguire le finalità di beneficio comune definite all'interno dello statuto e a rendicontare annualmente come intende perseguirle attraverso azioni concrete.**

Nelle pagine che seguono sono riportate le **azioni che intendiamo mettere in campo nel corso del 2025**: il nostro primo anno come Società Benefit. Le azioni sono state definite in sinergia tra il team di governance di Logotel, il team sostenibilità e le diverse aree di Logotel direttamente interessate, con l'obiettivo di costruire una strategia comune e condivisa.

Ci impegniamo a rendere conto dello stato di avanzamento delle diverse azioni e dei risultati all'interno del nostro Report di Sostenibilità 2025.

Per la valutazione degli impatti, abbiamo scelto come standard di riferimento gli Standard GRI (Global Reporting Initiative), che utilizziamo già dal 2022 e garantiscono un alto livello di accuratezza ed interoperabilità con altri standard, compresi gli standard europei ESRS. I riferimenti GRI sono inclusi in appendice a questo report.



Nelle pagine che seguono sono riportate le azioni che intendiamo mettere in campo nel corso del 2025

Codifica del metodo Impact Design Logotel, garantendo l'adoption progressiva da parte della popolazione aziendale

L'Impact Design è il nostro metodo progettuale, nel 2025 ci poniamo l'obiettivo di metterlo a fattore comune per le persone della nostra organizzazione perché diventi patrimonio condiviso entro il 2026

Rafforzare il portafoglio di progetti per i clienti con focus su tematiche ESG

Aumentare le opportunità in termini di progetti e clienti che ci consentano di generare impatto sui temi della sostenibilità.

Sviluppo di strumenti e prodotti per mitigare gli impatti negativi e amplificare quelli positivi dei progetti su cui lavoriamo, anche grazie a partnership di valore

Tool che ci consentano di misurare e gestire gli impatti positivi e negativi dei progetti che realizziamo, dalla fase di strategy e design fino alla fase di *life*.

Rafforzare la produzione di contenuti per i nostri clienti su temi ESG

Attraverso palinsesti e iniziative dedicate, sperimentando nuovi format di ingaggio sulle Community che animiamo ogni giorno e non solo.

Riconfermare l'associazione a Valore D

Per continuare a consolidare una partnership strategica e di valore.

Ottenere la Certificazione per la Parità di Genere

Per certificare un impegno in cui Logotel crede da sempre.

Migliorare l'inclusività dei touchpoint Logotel

Partendo dall'ascolto delle persone e dall'adeguamento degli spazi (fisici e digitali) che abitano ogni giorno, per rendere l'esperienza in Logotel sempre più accogliente per tutti, fin dal primo incontro.

Istituzione della Logotel Library con titoli su temi ESG

Creazione di uno spazio dove le persone di Logotel possano leggere e scambiare titoli su temi importanti e collegati sia al nostro lavoro quotidiano che a temi più ampi, come il linguaggio inclusivo e la sostenibilità ambientale e sociale.

Rafforzare la formazione per le persone Logotel su tematiche ESG

Integrando queste tematiche in modo strutturato all'interno del piano formativo per i collaboratori.

Potenziare il piano di recruiting per categorie fragili

Accogliendo una popolazione aziendale sempre più ampia e diversificata.

Definizione di linee guida Logotel per un linguaggio ampio e inclusivo

Per aumentare la sensibilità nel rispetto di tutte le persone e nel valorizzare le diverse unicità

Portare avanti le attività del programma di ingaggio delle persone Logotel sui temi ESG Behave With Care grazie a ore e budget dedicati

Rendendo questo progetto un'opportunità sempre più efficace per portare le persone della nostra Community a riflettere sui propri comportamenti in ottica di sostenibilità.

Coinvolgere le persone di Logotel in attività benefiche e di promozione del benessere fisico e mentale

Per promuovere sempre più stili di vita sani nei confronti delle persone di Logotel e delle loro famiglie.

Potenziare i team trasversali che lavorano su progetti e temi ESG, definendo mandati, risorse e competenze

Per avere un punto di riferimento univoco dentro e fuori dalla nostra organizzazione rispetto a temi complessi e strategici come quelli della sostenibilità ambientale e sociale.

Attori di rete

Confermare e potenziare il piano di volontariato d'impresa

Partendo dalle collaborazioni già in essere e sviluppando nuove partnership con enti del terzo settore che sposano i nostri valori.

Confermare e rafforzare il co-investimento Logotel nei progetti benefici in cui crediamo

Per abilitare le realtà benefiche nel modo migliore che possiamo offrire: attraverso le nostre conoscenze ed expertise.

Continuare a sostenere attraverso donazioni le realtà del terzo settore che operano a vantaggio di soggetti in situazioni di fragilità o emergenza

Portando il nostro aiuto economico a chi ne ha più bisogno.

Supportare realtà del terzo settore attraverso la partecipazione gratuita a programmi di formazione Logotel

Ad esempio attraverso un accesso agevolato ai contenuti formativi che Logotel sviluppa per sé e per i nostri clienti

Sviluppare iniziative di supporto alle realtà territoriali, in particolare del quartiere di Lambrate

Potenziando le relazioni in essere e creandone di nuove.

Sistematizzare e aumentare gli appuntamenti aperti al pubblico e al territorio con expert in ambiti ESG

Partendo dall'esperienza maturata durante la partecipazione alla Green Week 2024

Continuare mettere a disposizione gratuitamente una parte dei progetti di ricerca

Per condividere la nostra cultura ed i risultati del nostro team di ricerca di modalità «open source»

Confermare e aumentare l'impegno delle persone Logotel verso il mondo educativo

Verso le università, ma anche le scuole e altre realtà che pongono al centro l'educazione.

GRI index

Dichiarazione d'uso: Logotel ha redatto un report con riferimento agli Standard GRI per il periodo 01 gennaio – 31 dicembre 2024.

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	- Nota metodologica 1.5 – Governance	
GRI 2-2	Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	Nota metodologica	
GRI 2-3	Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	- Nota metodologica - GRI Index	Il report di sostenibilità 2024 Logotel è relativo al periodo 01 gennaio – 31 dicembre 2024, corrispondente al periodo del rendiconto finanziario, e viene redatto annualmente. Il presente documento è stato approvato in data: 12/05/2025 Punto di contatto: e.carione@logotel.it
GRI 2-4	Revisione delle informazioni	Nota metodologica	Rispetto al report precedente si segnala il cambio di statuto di Logotel, diventata Società benefit in data 29/02/2024.
GRI 2-5	Assurance esterna	GRI Index	Il report di Sostenibilità 2024 di Logotel è di natura volontaria e, per questo motivo, non è stata prevista alcuna assurance esterna.

2. Attività e lavoratori

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 2-6	Attività, catena del valore e altri rapporti di business	- 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	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	2.2 – Persone, clienti, fornitori, comunità: i nostri stakeholder - GRI Index	Nel corso del 2024 il totale delle giornate di lavoro di professionisti esterni a vario titolo per conto di Logotel è stato di 3.268. Al 31/12/2024 il numero di stage attivi era: 10.

3. Governance

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 2-9	Struttura e composizione della governance	- Nota metodologica 1.5 – Governance	
GRI 2-10	Nomina e selezione del massimo organo di governo	- Nota metodologica 1.5 – Governance	
GRI 2-11	Presidente del massimo organo di governo	- Nota metodologica 1.5 – Governance	
GRI 2-12	Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	- Lettera dei soci - Nota metodologica 1.5 – Governance 2.3 – Analisi di materialità 8 – Obiettivi futuri	
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	- Lettera dei soci - Nota metodologica 1.5 – Governance 2.3 – Analisi di materialità	
GRI 2-15	Conflitti d'interesse	2.5 – Etica e trasparenza	

GRI 2-16	Comunicazione delle criticità	2.5 – Etica e trasparenza	
GRI 2-17	Conoscenze collettive del massimo organo di governo	1.5 - Governance	
GRI 2-18	Valutazione della performance del massimo organo di governo	GRI Index	Le performance del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti sull'economia, sull'ambiente e sulle persone non sono al momento valutate su specifici Kpi.
GRI 2-19	Norme riguardanti le remunerazioni	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	4.3 – LogotelXLo gotel e formazione continua	
GRI 2-21	Rapporto di retribuzione totale annuale	GRI Index	Il rapporto di retribuzione totale annuale, calcolato al 31/12/2024, è pari a 4,28.

4. Strategia, politiche e procedure

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 2-22	Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	- Nota metodologica 1.5 – Governance	
GRI 2-23	Impegni assunti tramite policy	- Nota metodologica 1.5 – Governance	
GRI 2-24	Integrazione degli impegni in termini di policy	- Nota metodologica 1.5 – Governance	
GRI 2-28	Appartenenza ad associazioni	- GRI Index 6.4 Partnership	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 esenza 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.

5. Coinvolgimento degli stakeholder

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 2-29	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	2.2 - Persone, clienti, fornitori, comunità: i nostri stakeholder 2.3 - Analisi di materialità	
GRI 2-30	Contratti collettivi	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 - Salute e sicurezza sul lavoro

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	2.3 - Analisi di materialità 4.2 - 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 – Formazione ed empowerment delle persone

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	2.2 – Persone, clienti, fornitori, comunità: i nostri stakeholder	
GRI 3-2	Elenco di temi materiali	2.3 – Analisi di materialità	
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	4.3 – LogotelXLo gotel e formazione continua	
GRI 404-1	Numero medio di ore di formazione all'anno per dipendente	GRI Index	
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 - Diversità, Equità, Inclusione

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	2.3 - Analisi di materialità 2.5 - Etica e trasparenza	
GRI 3-2	Elenco di temi materiali	4.1 - DEI	
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	4.3 - LogotelXLogotel e formazione continua	
GRI 405-1	Diversità negli organi di governance e tra i dipendenti	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 tenendo in considerazione l'area di attività, l'anzianità e le competenze, non emergono significative disparità salariali tra uomini e donne. Le disparità salariali eventualmente esistenti sono giustificate dalla forte presenza di figure STEM che hanno retribuzioni più elevate rispetto alla media e che statisticamente hanno una forte componente maschile. Anche per le figure quadro esiste una leggera differenza tra salari medi femminili e maschili giustificata comunque dai diversi ruoli aziendali ricoperti. Possiamo quindi affermare che l'equilibrio nelle retribuzioni maschili e femminili viene 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 – Attraction, retention e sviluppo professionale

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	2.3 – Analisi di materialità 2.5 – Etica e trasparenza	
GRI 3-2	Elenco di temi materiali	4.1 – DEI	
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	4.3 LogotelXLogotel e formazione continua - GRI Index	
GRI 401-1	Assunzioni di nuovi dipendenti e avvicendamento dei dipendenti		Il numero di posti di lavoro a tempo pieno e part-time che sono stati aggiunti al libro paga dell'azienda nel corso del 2024 è 10, pari al 5,41% Il numero di impiegati a tempo pieno e part-time che hanno smesso di lavorare presso l'azienda nel corso del 2024 è 19, pari al 10,27%.
GRI 401-2	Benefici per i dipendenti a tempo pieno che non sono disponibili per i dipendenti a tempo determinato o part-time		Logotel assicura gli stessi benefici ai dipendenti impiegati a tempo pieno, tempo determinato e part-time.

Tema materiale - Logotel Community

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	▪ 2.3 - Analisi di materialità ▪ 4.4 - Logotel spirit	
GRI 3-2	Elenco di temi materiali		
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali		

Tema materiale – Performance economiche

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	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 – Etica e trasparenza

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	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 – Privacy e sicurezza dei dati

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	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	GRI Index	
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali		
GRI 418-1	Fondati reclami riguardanti violazioni della privacy dei Clienti e perdita di loro dati		

Tema materiale – Accompagnamento dei clienti nelle trasformazioni

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	2.3 - Analisi di materialità 3.1 – Team Logotel con expertise verticali su temi di sostenibilità ambientale e sociale 3.2 – Progetti con i nostri clienti	
GRI 3-2	Elenco di temi materiali		
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali		

Tema materiale – Brand identity Logotel

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	2.3 - Analisi di materialità	
GRI 3-2	Elenco di temi materiali		
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali		

Tema materiale – Comunicazione responsabile

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	▪ 2.3 – Analisi di materialità ▪ 2.5 – Etica e trasparenza	
GRI 3-2	Elenco di temi materiali	▪ 3.1 – Team Logotel con expertise verticali su temi di sostenibilità ambientale e sociale	
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali		

Tema materiale – Collaborazioni con il terzo settore

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	2.3 – Analisi di materialità 5.1 – Realtà benefiche	
GRI 3-2	Elenco di temi materiali	5.2 – Donazioni	
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali		

Tema materiale – Comunità locali

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	2.3 – Analisi di materialità 5.3 – Iniziative per la comunità	
GRI 3-2	Elenco di temi materiali	5.4 – Attenzione verso i fornitori	
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali		

Tema materiale – Partnership per progetti con focus ESG

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	▪ 2.3 - Analisi di materialità ▪ 3.2 – Progetti con i nostri clienti	
GRI 3-2	Elenco di temi materiali	▪ 5.1 – Realtà benefiche	
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali		

Tema materiale – Condivisione delle conoscenze

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	2.3 – Analisi di materialità 6.1 – Ricerca e sperimentazione	
GRI 3-2	Elenco di temi materiali	6.2 – Collaborazioni con associazioni di categoria	
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	6.3 – Partecipazione a eventi 6.4 – Partnership 6.5 – Collaborazioni con il mondo accademico	

Tema materiale – Ricerca ed esplorazione

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	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 – Relazione con il mondo accademico

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	2.3 – Analisi di materialità 6.5 – Collaborazioni con il mondo accademico	
GRI 3-2	Elenco di temi materiali		
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali		

Tema materiale - Consumi ed emissioni

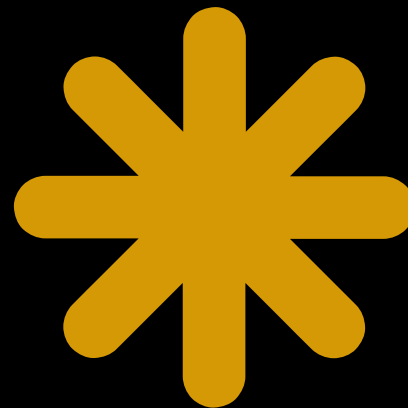
GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	2.3 – Analisi di materialità 7.2 – Consumi ed emissioni	
GRI 3-2	Elenco di temi materiali		
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali		
GRI 302-1	Consumo di energia interno all'organizzazione		
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 – Gestione dei rifiuti e circolarità

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	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 – Comportamenti sostenibili

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	2.3 – Analisi di materialità 4.5 – Behave with care	
GRI 3-2	Elenco di temi materiali		
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali		



logotel

