



logotel

Report Sostenibilità 2025
**Making sustainability
together**

INDICE

Lettera al nostro ecosistema

Cristina Favini

1. Hello we are Logotel

- 1.1 Siamo Logotel. We design for change and impact
- 1.2 A quali sfide rispondiamo
- 1.3 Cosa facciamo
- 1.4 L'integrazione delle nostre expertise
- 1.5 La nostra storia: una mappa fatta di esperienze
- 1.6 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
- 2.6 Cybersecurity e protezione dei dati

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
- 4.4 LogotelxLogotel
- 4.5 Logotel spirit
Behave With Care

5. Terza finalità: Attori di rete

- 5.1 Realtà benefiche
- 5.2 Donazioni
- 5.3 Iniziative per la Comunità

6. Quarta finalità: Conoscenza

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

La sostenibilità non è un accessorio: scintillante, esposto con cura, ma che rischia di cadere al primo scossone. **Deve essere sostanza, struttura.**

Arriverà il giorno in cui non avremo più bisogno di parlare di sostenibilità. Non perché l'avremo abbandonata. Ma perché sarà diventata così integrata nel modo di fare impresa – nei metodi, nei processi, nelle scelte quotidiane – da non aver più bisogno di un nome proprio. Sarà semplicemente il modo in cui le cose si fanno.

In logotel lavoriamo perché quel giorno arrivi presto. E questo report di sostenibilità, che per il secondo anno integra la relazione di impatto in quanto Società benefit, vuole essere, tra le altre cose, la documentazione dei passi avanti verso quel traguardo, ben consapevoli della lunga strada ancora da percorrere.

Nel nostro percorso abbiamo finora raggiunto, con il passaggio a Società benefit, una prima significativa milestone. Nel 2025 ne abbiamo aggiunta un'altra: la **certificazione UNI/PdR 125:2022 sulla parità di genere**. Non è un traguardo isolato, ma parte di un disegno più ampio e strutturale: trasformare i valori in cui crediamo in pratiche verificabili, impegni misurabili, standard riconosciuti.

Questo disegno complessivo trova riscontro nella struttura del report che state leggendo, che è **la prima, vera, relazione di impatto di logotel**.

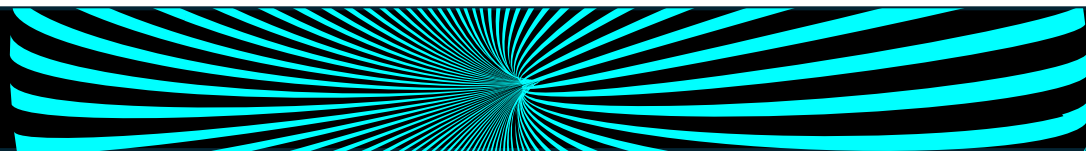
Quella in cui, per la prima volta, ci misuriamo sugli obiettivi specifici che ci siamo dati e ce ne poniamo di nuovi.

Quella in cui, per la prima volta, affianchiamo all'analisi dei temi più rilevanti per la nostra impresa anche una **lettura dei loro effetti economici e finanziari**, su logotel e sull'ecosistema con cui interagiamo. È **l'analisi di doppia materialità**, un approccio che ci avvicina ai nuovi standard europei di rendicontazione (ESRS), verso cui vogliamo muoverci con gradualità e rigore, senza che diventino un esercizio di conformità, ma uno strumento di comprensione e miglioramento reale.

È stato, come sempre, un esercizio utile prenderci del tempo e fare il punto, ripercorrendo quanto abbiamo fatto. Ci siamo impegnati a individuare degli indicatori chiari che restituiscano il grado di completamento di ogni iniziativa, per individuare, con la massima trasparenza e senza *vanity metrics*, anche quanto dobbiamo ancora fare, affinando la strategia e reindirizzando gli obiettivi.

Per darci il **ritmo** giusto, che è una delle chiavi per far sì che qualsiasi impatto, qualsiasi cambiamento si generi.

Il punto di partenza di ogni impatto e cambiamento è il nostro **metodo**. L'**Impact design** non nasce come risposta a un'agenda ESG: nasce dalla convinzione che progettare bene significhi generare impatti positivi, concreti, misurabili, per le persone, le comunità e le organizzazioni con cui lavoriamo.



Sostenibile è, by design, il nostro approccio alla progettazione. E vogliamo che lo diventi sempre di più anche per i nostri clienti, che entri in ogni progetto che ideiamo insieme, ne orienti le scelte e ne misuri i risultati.

Il report si articola nei quattro capitoli dedicati alle finalità di beneficio comune che ci siamo impegnati a perseguire: la qualità e l'impatto dei progetti con i clienti, la cura delle nostre persone e della community logotel, la costruzione di reti e partnership con il territorio e il Terzo settore, il contributo alla diffusione della conoscenza attraverso ricerca ed esplorazione. Quattro aree in cui, ogni giorno, facciamo impresa nell'unico modo possibile: sostenibile.

Questo è il senso più autentico del percorso iniziato con la nascita di logotel. Un cammino che nasce dalla visione condivisa di tutto il management e si radica nei nostri valori fondanti, non nelle mode. Perché **la sostenibilità coerente con la cultura non cade al primo scossone**: resiste alle turbolenze che temi come ESG o *diversity* – che noi abbiamo sempre declinato come rispetto – hanno affrontato e stanno affrontando negli ultimi anni. Non dipende dall'agenda esterna, ma da chi siamo. E da chi vogliamo continuare a essere, anche nelle scelte difficili, quelle che deve compiere chi è tenuto a produrre risultati economici. Perché senza un'impresa che funziona, non c'è impatto sostenibile che tenga.

Making sustainability together non è solo il titolo del nostro percorso. È il metodo. Perché quella trasformazione, la sostenibilità che smette di essere un accessorio e diventa struttura, non può che avvenire insieme: con le nostre persone, con i clienti, con i partner, con tutti gli stakeholder che anche quest'anno hanno contribuito a rinnovare la nostra analisi dei temi che contano davvero.

Il giorno in cui non avremo più bisogno di parlare di sostenibilità non è ancora arrivato. Ma in logotel stiamo lavorando affinché sia sempre di più nello sguardo delle persone, l'unico modo per amplificare il nostro impatto positivo.



Cristina Favini
Co-founder, General Manager, 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 2025 e il 31 dicembre 2025 e ha cadenza annuale.

Rispetto al report di sostenibilità precedente non sono da segnalare modifiche nello statuto. Logotel è 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 doppia materialità condotta dall'azienda coinvolgendo anche i suoi principali stakeholder. Per la prima volta, l'analisi integra oltre alla dimensione di impatto anche la dimensione finanziaria, valutando i rischi e le opportunità ESG che possono influenzare concretamente il valore e la performance aziendale nel breve, medio e lungo periodo.

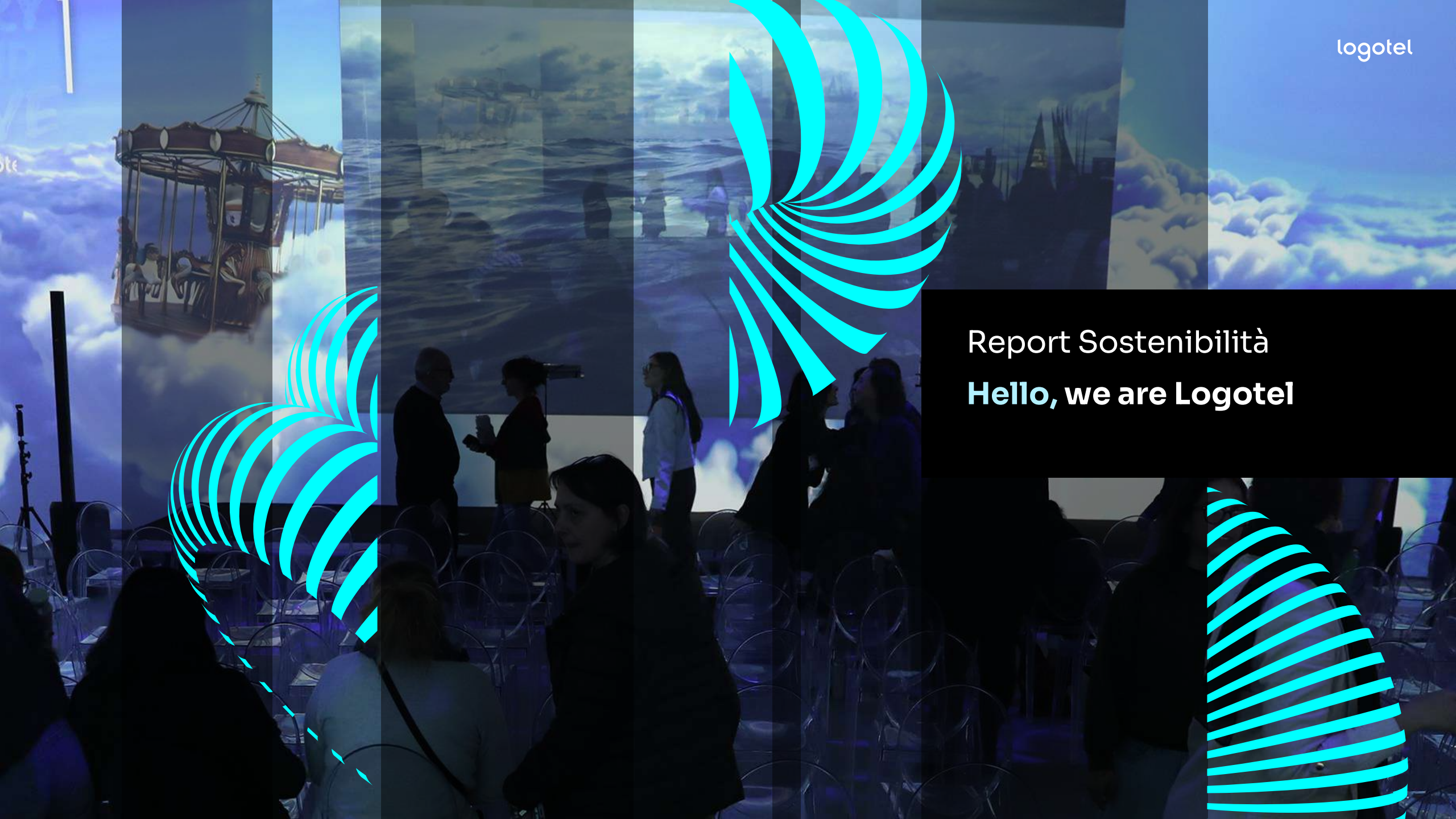
Il perimetro di rendicontazione è relativo all'azienda Logotel Spa e alla sua controllata Logotel France, il cui capitale è detenuto al 100% dalla famiglia Favini. Logotel è governata da un Consiglio di amministrazione così composto:

- 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 28/04//2026 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

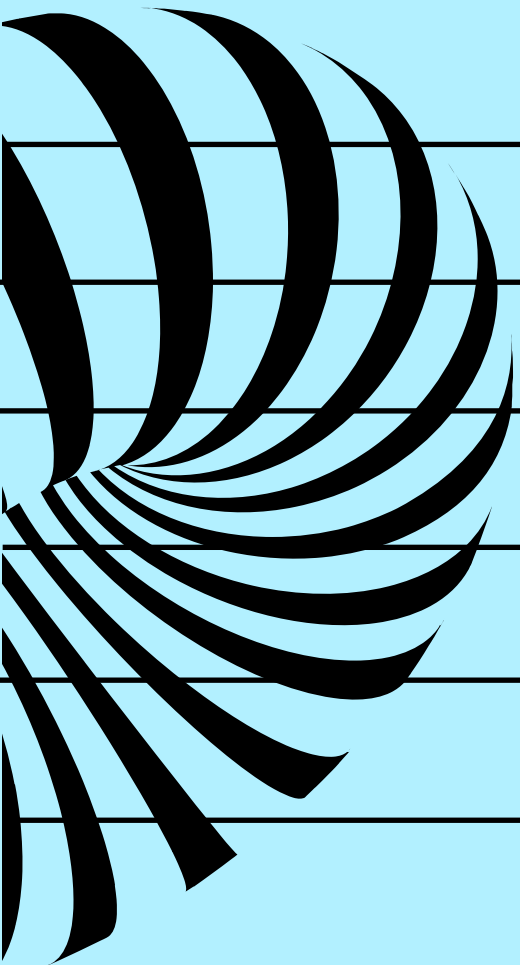
1.2 A quali sfide rispondiamo

1.3 Cosa facciamo

1.4 L'integrazione delle nostre expertise

1.5 La nostra storia: una mappa fatta di esperienze

1.6 Governance



1.1 – Siamo Logotel. We design for change and impact

Logotel è la **Independent design company** che dal 1993 accompagna imprese, organizzazioni e istituzioni nelle trasformazioni, mettendo al centro persone e comunità per generare un impatto misurabile e sostenibile.

Con un team di oltre 280 persone, 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 80 clienti**, coinvolgendo oltre 65 mila persone in progetti di design, change, comunicazione e formazione.

Supportiamo quotidianamente più di 300 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.

280+
people

80+
clients

1993
born in

11
nationalities

5000
offices mq2

50+
B2All communities

300k+
community
users

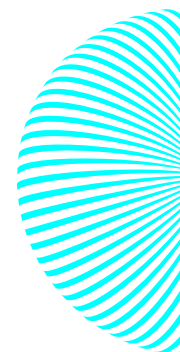
65k+
people trained
per year

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 *logos* e *telos*. Simboleggia l'unione del discorso e della ragione con una meta, uno scopo.

1.2 – A quali sfide rispondiamo



Come lo facciamo: il nostro metodo progettuale

Il nostro approccio è People & community driven.

Il nostro metodo si chiama Impact design.

Dalla strategia all'implementazione, seguiamo i progetti per tutto il loro ciclo di vita, iterando man mano che le esigenze si evolvono per garantire una trasformazione duratura.



1.3 – Cosa facciamo

Attivare comunità e reti

Progettiamo piattaforme fisico-digitali per reti e nuovi ecosistemi, dalla fase di avvio alla loro evoluzione.

Le nostre community operano su diverse scale, coinvolgendo reti di clienti, partner, collaboratori e imprese, sviluppando connessioni, accorciando le distanze e generando senso di appartenenza.

Con strumenti di gestione della community e di animazione, creiamo formati editoriali e palinsesti di contenuti che informano e motivano le persone e migliorano le performance dell'organizzazione.

Promuovere ingaggio e comunicazione continua

Acceleriamo la condivisione delle conoscenze e sviluppiamo sistemi di apprendimento che supportano persone e comunità nell'adottare nuovi comportamenti.

Attraverso programmi di change management e percorsi di re-upskilling, creiamo contesti collaborativi che interpretano i bisogni reali e supportano una trasformazione sostenibile.

Progettiamo narrazioni e sistemi di comunicazione che coinvolgono quotidianamente le persone, sviluppando progetti end-to-end.

Realizziamo asset visivi e video per garantire una comunicazione coerente e d'impatto lungo tutto il percorso.

50+

COMMUNITY

25 anni

COMMUNITY PIÙ LONGEVA

100+

PAESI COINVOLTI

300K+

PERSONE INGAGGIATE (giorno)

200+

VIDEO PRODOTTI

40k+

CONTENUTI PUBBLICATI (anno)

300+

CONTENUTI DI FORMAZIONE
DIGITALI

Accelerare l'adozione di IA e tecnologia

Sviluppiamo soluzioni basate sull'IA, tra cui agenti di vendita, chatbot e strumenti di analisi che accrescono il potenziale umano senza sostituirlo.

Progettiamo programmi di adozione collaborativa e sistemi di apprendimento che aiutano le persone ad abbracciare le nuove tecnologie attraverso l'esperienza pratica e il supporto della comunità, monitorando sempre le prestazioni.

Creiamo soluzioni digitali che accelerano la trasformazione del business utilizzando il nostro ecosistema ibrido proprietario/open source che combina la flessibilità di progettazione con la stabilità aziendale.

+98%

INGAGGIO IN COMMUNITY
AI ADOPTION

30k+

PERSONE FORMATE
SU IA

+80%

UTILIZZO AI TOOLS
(COPILOT)

Potenziare le prestazioni di vendita

Progettiamo ed eroghiamo programmi di formazione alla vendita dedicati al B2B e alle reti retail per potenziarne l'efficacia commerciale e creare relazioni originali e di valore con i clienti.

Accompagniamo la sperimentazione di nuovi comportamenti attraverso percorsi di formazione on the job e tutoring per misurare e migliorare l'impatto.

Creiamo strumenti di vendita digitali e dashboard personalizzate per supportare l'apprendimento, la misurazione delle prestazioni, la personalizzazione dei materiali, il lancio di incentivi e lo sviluppo di progetti con agenti di vendita basati su IA e analytics per ottimizzare i risultati.

65k

PERSONALE DI VENDITA
FORMATO (anno)

2k+

LEARNING UNITS

300+

CONTENUTI DI FORMAZIONE
DIGITALI

Sviluppare una leadership pronta per il futuro

Progettiamo e forniamo programmi di formazione alla leadership per manager di diverse generazioni ed esperienze, concentrandoci sulle competenze manageriali di base e sul potenziamento di una leadership dinamica.

Sosteniamo la trasformazione organizzativa attraverso programmi strutturati di coaching, tutoring individuale e di team che costruiscono le capacità di domani.

Creiamo sistemi di apprendimento che supportano l'adozione di nuovi comportamenti. Progettiamo strumenti di valutazione e analisi delle prestazioni per garantire uno sviluppo sostenibile della leadership.

Costruire una visione strategica e disegnare opportunità

Esploriamo i bisogni emergenti, studiamo idee alternative e modelliamo scenari per il business e la società attraverso la progettazione di visione strategica e cultura organizzativa.

Utilizziamo il nostro metodo di Impact Design per immaginare, esplorare e prototipare opportunità trasformandole in servizi, esperienze e piattaforme su diverse scale.

Guidiamo i progetti dalla creazione iniziale di senso allo sviluppo di interazioni significative e di nuove metriche. Attraverso la nostra rete internazionale di 200+ esperti, sistematizziamo i segnali e sviluppiamo intuizioni con un approccio multidisciplinare e sintesi visive.

5k+

MANAGER FORMATI
(anno)

30+

PROGRAMMI
DESIGN/PROGETTAZIONE

200+

TEAM BUILDING
REALIZZATI

300+

ESPERTI NEL NOSTRO
NETWORK

40+

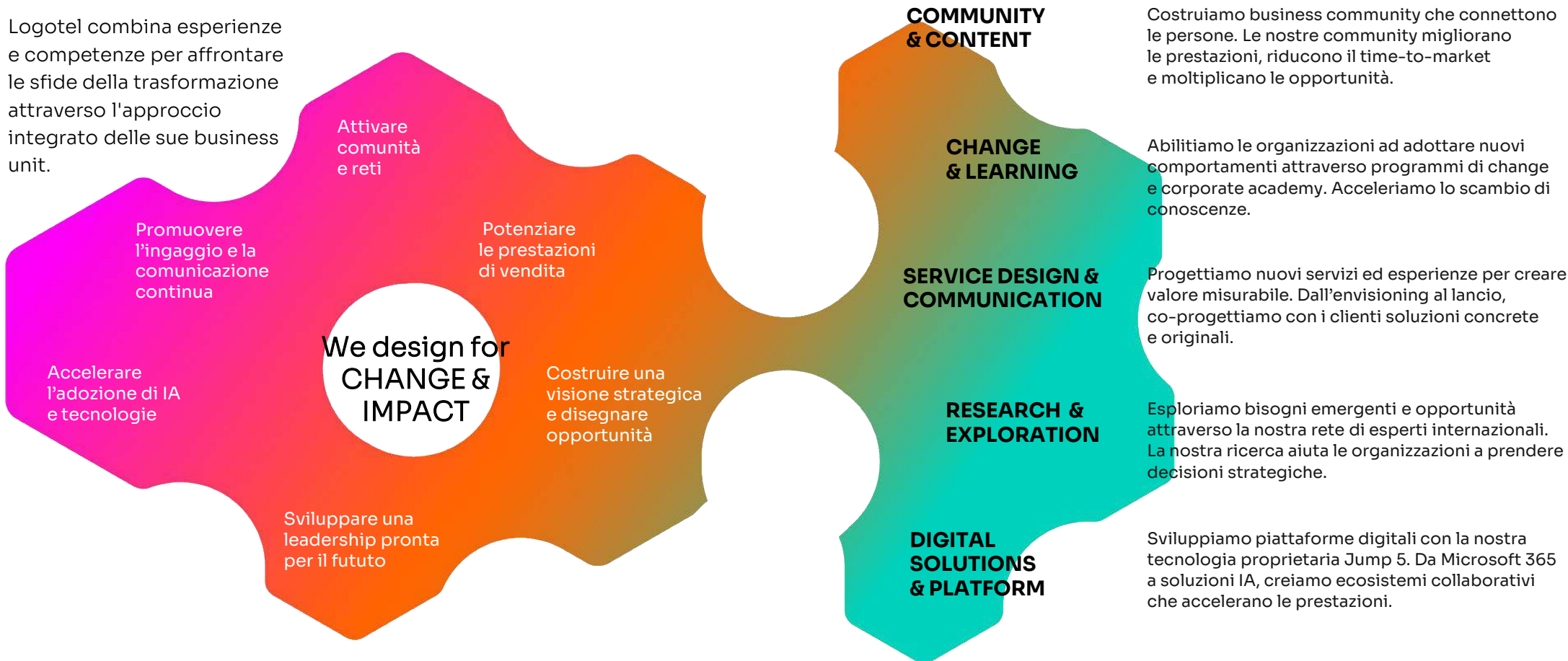
OPEN MIND (trends/ANNO)

200+

DESIGNERS IN *HORIZON*

1.4 – Integrazione delle nostre expertise

Logotel combina esperienze e competenze per affrontare le sfide della trasformazione attraverso l'approccio integrato delle sue business unit.



JOB TRIBES

CONTENT
FACTORY

STRATEGIC
DESIGN

DIGITAL
SERVICE
DESIGN

RESEARCH

LEARNING
DESIGN

INSTRUCTIONAL
DESIGN

TRAINING
& COACHING

VIDEO
MAKING

ADMINISTRATION
LEGAL
PRIVACY

PEOPLE

MKTG &
COMM

VISUAL
UX UI
FRONT-END

AI
CENTER

DATA SCIENCE
ANALYSIS

DEV // IT /
SECURITY

365 CENTER

1.5 – 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 2025 sono oltre 50 quelle gestite quotidianamente per i nostri Clienti, con oltre 300 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* e 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.

Otteniamo la Certificazione Parità di Genere UNI/PdR 125:2022, un riconoscimento che certifica l'attenzione ai valori fondanti la nostra comunità di persone: l'uguaglianza e il rispetto dei diritti di tutte e tutti.

2026

Il nuovo report di sostenibilità (relativo all'anno 2025) integra per la prima volta un'analisi di doppia materialità, ponendo attenzione in maniera esplicita anche alla dimensione finanziaria, oltre a quella di impatto. Un passo volontario verso la compliance ai nuovi standard di sostenibilità europei ESRS.

1.6 – 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.

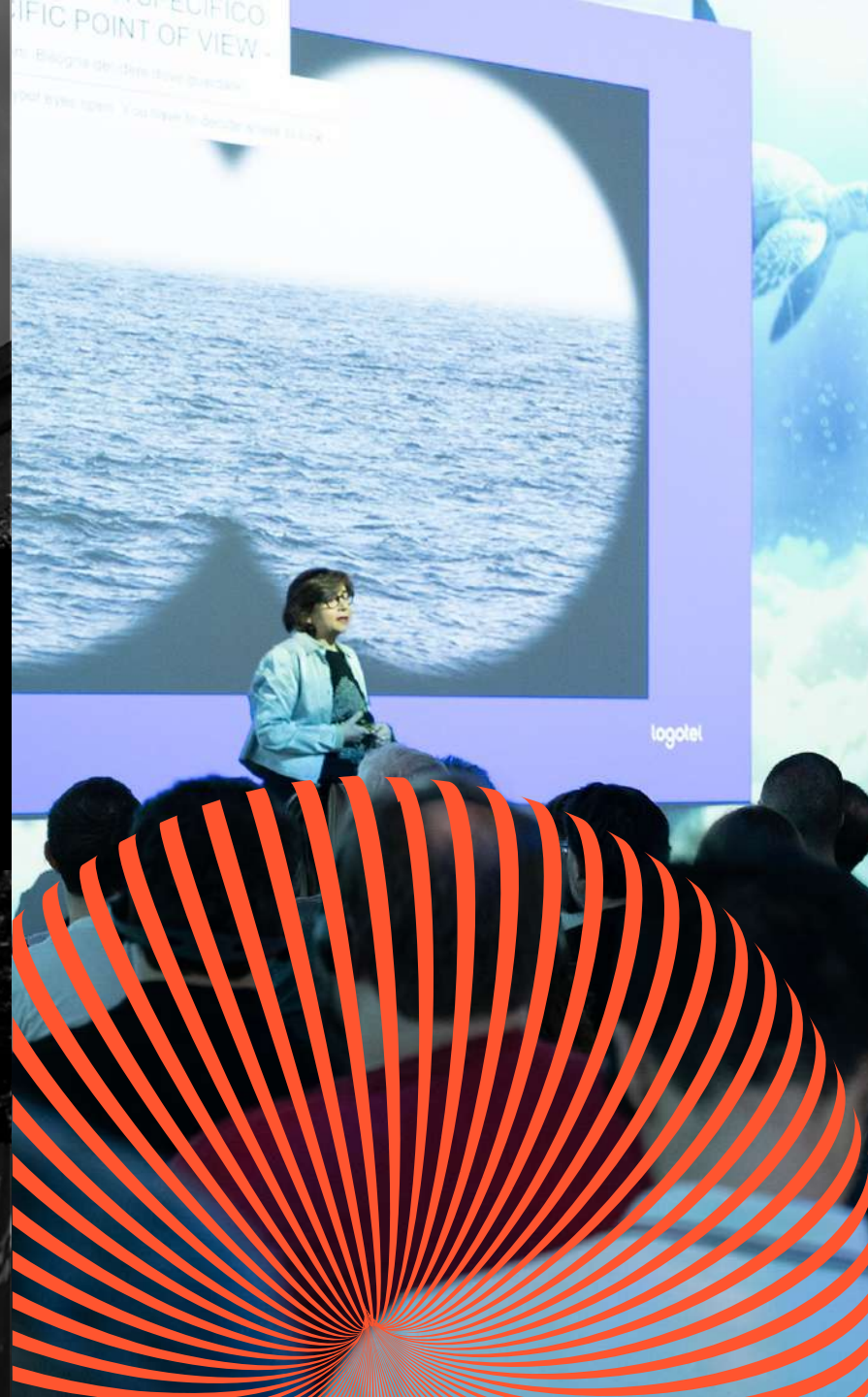
Nell'ottica del percorso che ha portato l'azienda a diventare una Società Benefit nel 2024, Logotel intende delineare policy specifiche che regolino l'integrazione e l'attuazione degli impegni in tema di sviluppo sostenibile. A tal proposito, il Cda ha nominato nel corso del 2024 una **responsabile di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

L'azienda è strutturata in funzioni trasversali a supporto del business (Digital solutions & platforms, Finance, legal & administration, Innovation, Marketing & communication, People, Sales, Sustainability, Research), tre Business Unit (Service Design & Communication, Change & Learning e Community & Content) e la divisione Logotel France/Spain. La **squadra manageriale** è composta da 20 persone tra partner executive, figure C-level, *head of e* senior manager. Le Business Unit lavorano con un approccio integrato, combinando esperienze e competenze per affrontare le sfide della trasformazione.

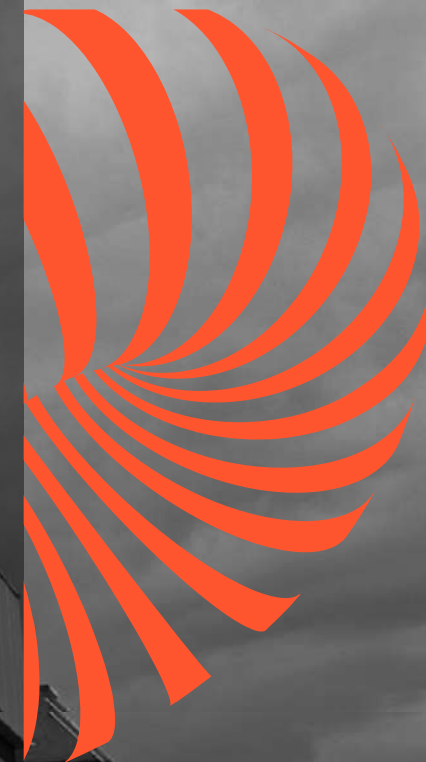
Logotel è un'azienda con sistema di gestione per la qualità certificato da DNV - UNI EN ISO 9001:2015. A settembre 2025 è stato fatto l'audit annuale del Sistema Qualità, da parte di DNV con la conferma del certificato, senza nessun rilievo segnalato ma solo tre opportunità di miglioramento. Nell'ottica 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. Nel 2025 abbiamo ottenuto la **Certificazione Parità di Genere UNI/PdR 125:2022**, riconoscimento che certifica l'attenzione ai valori fondanti la nostra comunità di persone.



Report Sostenibilità
**Il nostro approccio
alla sostenibilità**



logotel



2. Il nostro approccio alla sostenibilità

2.1 Le nostre finalità di beneficio comune

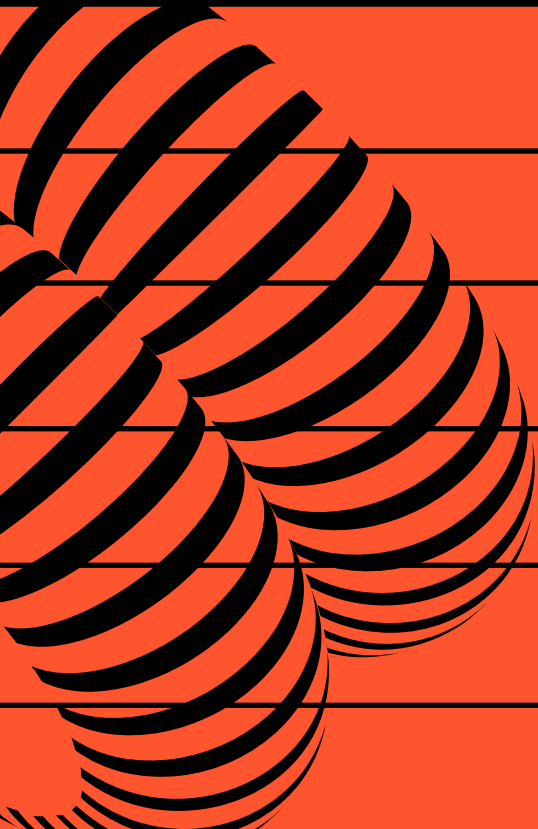
2.2 Persone, clienti, fornitori e comunità: i nostri stakeholder

2.3 Analisi di materialità

2.4 Il nostro modello di attivazione economica

2.5 Etica e trasparenza

2.6 Cybersecurity e protezione dei dati



Hello,
we are Logotel

Il nostro approccio
alla sostenibilità

Prima Finalità:
Clienti

Seconda Finalità:
Persone

Terza finalità:
Attori di rete

Quarta finalità:
Conoscenza

Impegno
per l'ambiente

Obiettivi
futuri

logotel

“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

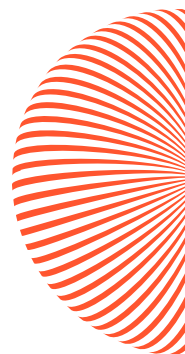
Per affrontare le sfide poste dalle grandi transizioni sulla nostra scala di influenza, vogliamo evolvere le nostre attività e abitudini, come impresa e come comunità di persone, verso una continua riduzione delle emissioni. Misuriamo l'impatto di ciò che produciamo e consumiamo per mitigarne gli effetti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

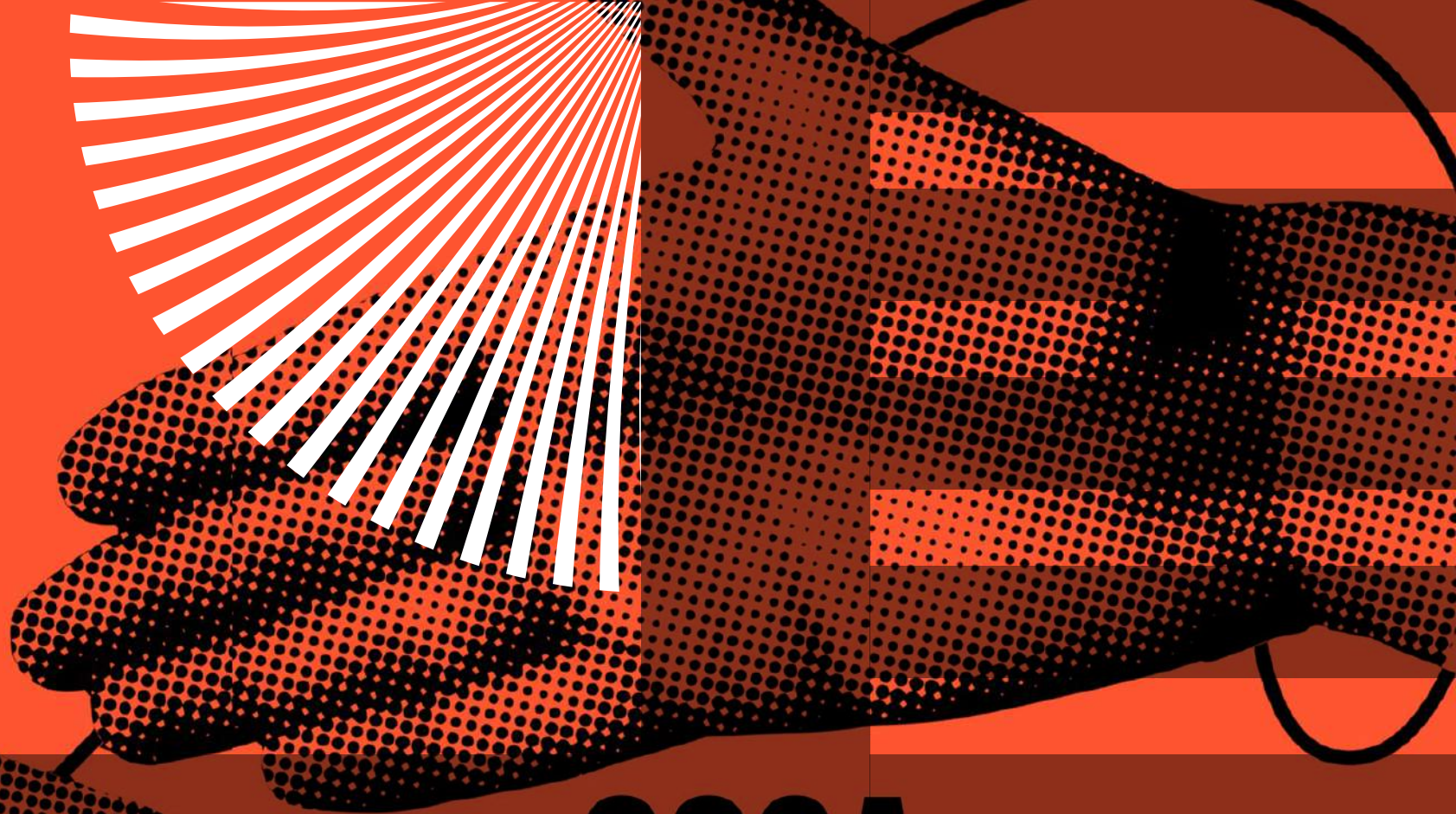
Con le attività e le iniziative che rientrano nelle quattro finalità di beneficio comune e con il nostro impegno per l'ambiente vogliamo contribuire, nella nostra scala di influenza, al raggiungimento di sette Obiettivi per lo sviluppo sostenibile (SDGs) dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite, individuati 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

**DOSSIAMO
SMETTERE
DI FARE?**



**COSA
DOBBIAMO
INIZIARE**

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 31/12/2025 il nostro network contava complessivamente oltre 280 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 2025 Logotel ha intrattenuto rapporti di business con oltre 80 Clienti. 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 2025 abbiamo portato avanti diverse 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.

In questa edizione del report, Logotel ha scelto di introdurre volontariamente il principio di **doppia materialità**, affiancando alla tradizionale dimensione di impatto una prospettiva di materialità finanziaria. Questo approccio è in linea con gli standard ESRS (European Sustainability Reporting Standards) previsti dalla Direttiva CSRD dell'Unione Europea: una scelta che, pur non rientrando tra gli obblighi normativi applicabili a Logotel, riflette la nostra volontà di allinearci progressivamente al nuovo quadro regolatorio europeo e di rendicontare con il massimo rigore e trasparenza.

Il processo di individuazione dei temi materiali è denominato **analisi di materialità**: tale analisi è stata effettuata una prima volta nel 2023, è stata rinnovata ad inizio 2025 e, dopo una valutazione interna, è stata ritenuta ancora valida e attuale per il presente report. I suoi risultati sono pertanto riportati di seguito.

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:

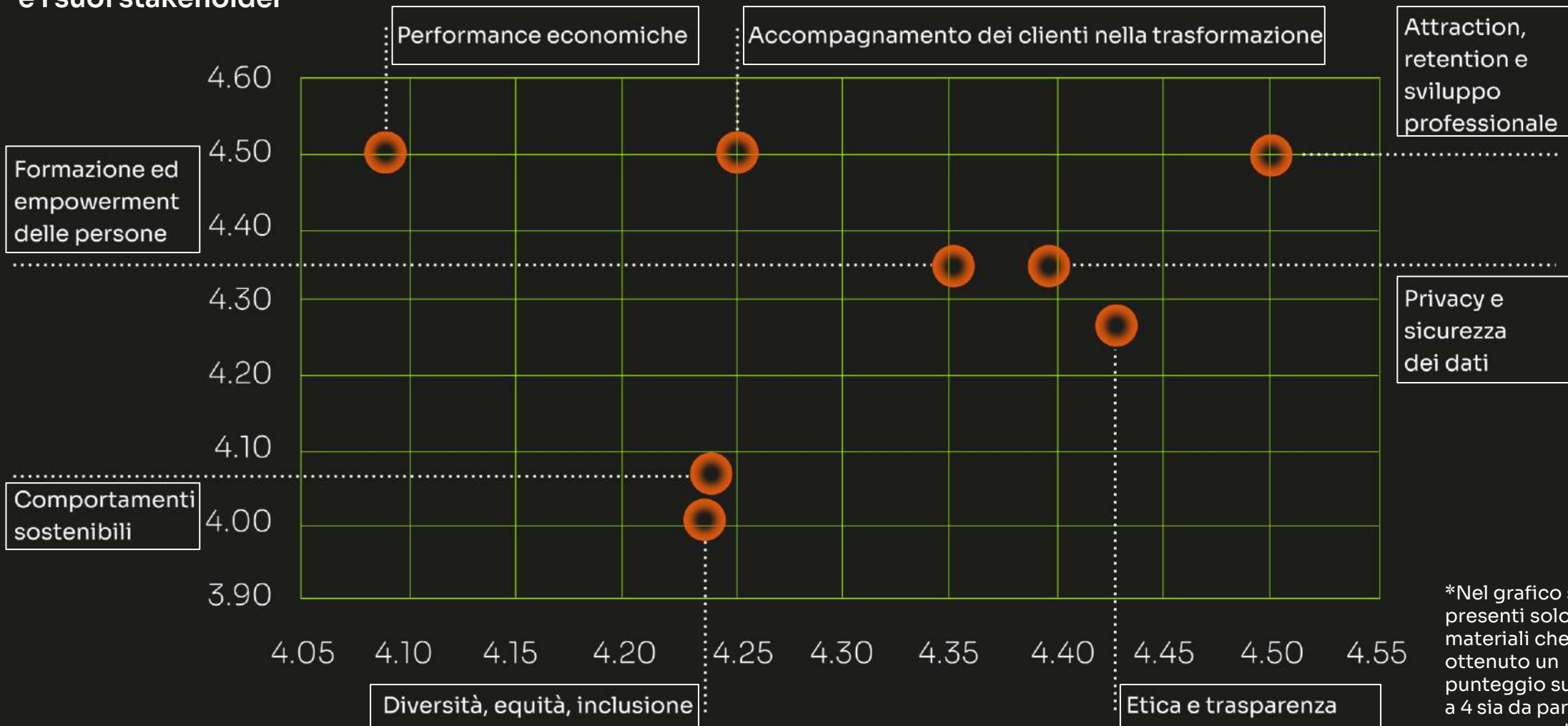
- persone del management Logotel;
- stakeholder interni Logotel (dipendenti e collaboratori);
- stakeholder esterni (clienti, fornitori e partner esterni).

Matrice di materialità

Le attività svolte hanno quindi permesso a Logotel di **aggiornare la propria matrice di materialità** (cfr. grafico a pag.34). 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.34), **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.

Analisi rischi-opportunità e processo di doppia materialità

Per lavorare sul principio di **doppia materialità**, Logotel ha operato in due fasi distinte ma complementari.

Nella prima fase, **l'analisi degli IRO** (Impacts, Risks and Opportunities), introdotta dagli standard ESRS come strumento per mappare in modo sistematico gli impatti, i rischi e le opportunità connessi ai temi di sostenibilità, è stata aggiornata e integrata rispetto alla precedente analisi rischi-opportunità condotta nel 2025.

Questo aggiornamento ha permesso di allineare il lavoro già svolto al framework concettuale richiesto dalla rendicontazione secondo ESRS, rafforzando la solidità metodologica dell'analisi.

Nella seconda fase, un team ristretto composto da figure manageriali e dalla funzione Finance ha valutato la rilevanza finanziaria degli otto temi materiali aventi la massima rilevanza, già identificati attraverso il coinvolgimento degli stakeholder, assegnando a ciascuno un punteggio su scala 1-5. La valutazione ha tenuto conto degli impatti finanziari sia positivi che negativi che ciascun tema può generare sull'organizzazione, adottando la cosiddetta prospettiva *outside-in*: ovvero considerando come le dinamiche esterne (ambientali, sociali, di mercato) si traducono in rischi o opportunità concrete per la solidità economica di Logotel.

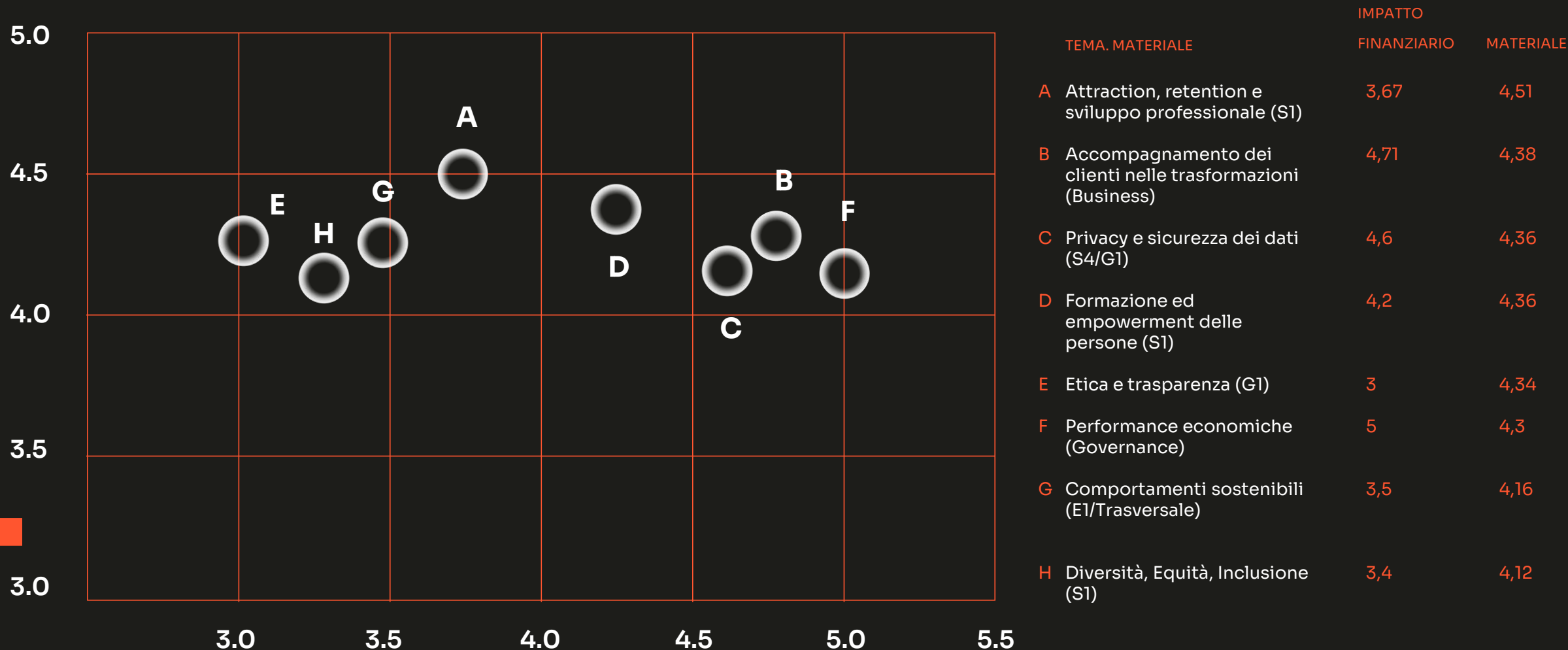
L'incrocio tra il punteggio di rilevanza finanziaria e quello di rilevanza di impatto ha dato origine alla **matrice di doppia materialità (cfr. pag. 37)**, che restituisce una visione integrata dei temi su cui Logotel intende concentrare attenzione, risorse e rendicontazione.

I risultati mostrano come i temi con la maggiore rilevanza finanziaria siano le Performance economiche (5,00), l'Accompagnamento dei clienti nelle trasformazioni (4,71) e la Privacy e sicurezza dei dati (4,60), a conferma di quanto la capacità di generare valore per i clienti e la gestione responsabile dei dati siano percepite come leve strategiche oltre che come responsabilità di impatto.

Matrice di doppia materialità

Asse verticale: dimensione della rilevanza dell'impatto (media della valutazione espressa dagli stakeholder interni e esterni logotel)

Asse orizzontale: dimensione della rilevanza finanziaria (media espressa dal team *finance* sulla base dell'analisi rischi-opportunità)





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. Ore di co-investimento per 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. Ore di volontariato di competenza

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 2025 corrisponde a:

235.383 € *

A cui si aggiungono:

- **400.474 € di investimento sulla formazione interna**
- **822.820€ 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 (formazione e 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 2025 il comitato non ha ricevuto segnalazioni.**

L'impegno costante a rafforzare e far vivere nel concreto i principi che ispirano il nostro codice etico, ci ha portati nel 2025 a ottenere la **Certificazione Parità di Genere UNI/PdR 125:2022**, un riconoscimento che certifica l'attenzione ai valori fondanti la nostra comunità di persone: l'uguaglianza e il rispetto dei diritti di tutte e tutti.

2.6 – Cybersecurity e protezione dei dati

In un contesto digitale in continua evoluzione, **la protezione dei dati e la sicurezza delle informazioni rappresentano per Logotel una priorità strategica** e un presupposto essenziale per operare in modo responsabile e affidabile. La sicurezza informatica è considerata una leva fondamentale per **tutelare il patrimonio informativo** dell'azienda, dei clienti e di tutti gli stakeholder.

Logotel gestisce dati personali di utenti B2B e, in alcuni progetti, anche B2C. Questa responsabilità richiede un **approccio alla cybersecurity rigoroso**, strutturato e in costante aggiornamento, coerente con i più elevati standard di settore. Il panorama delle minacce cyber ha spinto l'azienda ad adottare un **modello di sicurezza integrato**, che combina tecnologia, governance e diffusione di una cultura della sicurezza a tutti i livelli dell'organizzazione.

Alcuni numeri del 2025:

- **100%** del personale e dei consulenti coinvolti nel programma di formazione continua
- **100%** autenticazione multifattoriale attiva su tutte le utenze aziendali
- **> 90°** percentile di resilienza al phishing rispetto alle aziende del nostro settore

Governance e conformità normativa

Logotel ha definito un framework di governance della sicurezza basato su politiche formali, aggiornate con cadenza annuale e allineate ai **requisiti del Regolamento GDPR e della Direttiva NIS2** (Network and Information Security 2). Un comitato dedicato presidia l'applicazione delle policy e la gestione dei rischi cyber, garantendo un approccio coerente su tutte le funzioni aziendali.

Il sistema di governance include:

- Una **security policy formalizzata**
- Un **processo di Incident Response documentato** – con procedure chiare di rilevamento, contenimento e notifica
- In ottemperanza agli obblighi di legge, viene mantenuto un **registro dei trattamenti GDPR costantemente aggiornato e Data Processing Agreement (DPA)** sottoscritti con tutti i fornitori rilevanti
- Una **valutazione strutturata della sicurezza dei fornitori critici**, all'interno di un percorso di maturazione continua.

Molte delle procedure interne risultano **già allineate allo standard ISO/IEC 27001:2022**.

Infrastruttura di sicurezza

Logotel adotta un **insieme coerente di tecnologie e pratiche per proteggere l'intero perimetro digitale**, con particolare attenzione alle minacce più sofisticate e agli ambienti cloud e distribuiti.

L'infrastruttura include **soluzioni EDR** per il monitoraggio continuo dei dispositivi, **backup strutturati** con test di ripristino mensili, **VPN** per l'accesso sicuro da remoto, **attività di scansione continua** delle vulnerabilità e **sistemi di protezione delle applicazioni cloud**, come Web Application Firewall e difese anti-DDoS. Particolare attenzione è dedicata alla gestione moderna degli accessi, superando i modelli tradizionali basati sulla sola scadenza delle password, in linea con le indicazioni NIST (National Institute of Standards and Technology).

Questo approccio ha permesso di semplificare l'esperienza degli utenti e ridurre il carico operativo sull'helpdesk. Nel 2025 sono stati inoltre condotti **penetration test** sulle infrastrutture cloud a conferma dell'efficacia delle misure adottate.

Cultura della sicurezza

Logotel ha adottato un paradigma di **apprendimento continuo basato sul coinvolgimento e sulla consapevolezza**: la sicurezza informatica è diventata un tema presente lungo tutto l'anno, con contenuti progettati per mantenere alta l'attenzione e favorire comportamenti responsabili.

È stato implementato un **programma di formazione strutturato**, che include contenuti video, moduli interattivi e simulazioni di phishing a scopo educativo, con il coinvolgimento delle persone Logotel e dei collaboratori esterni.

I risultati sono misurabili: **Logotel registra una soglia di phishing-prone inferiore del 30% rispetto alla media di settore**, posizionandosi oltre il 90° percentile tra le organizzazioni comparabili. Un dato che riflette non solo l'efficacia dei programmi formativi, ma una **trasformazione culturale autentica** nel modo in cui le persone percepiscono e gestiscono i rischi digitali.

Pilastri strategici per il futuro

- **Security by Design**: sicurezza integrata fin dalla progettazione di ogni sistema e servizio
- **Detection & Response**: capacità di rilevamento e risposta estese a tutte le identità e risorse
- **Business Continuity**: resilienza operativa e continuità di servizio garantite anche sotto attacco
- **Certificazione ISO 27001**: percorso di certificazione avviato, con obiettivo di completamento 2026–2027

Per Logotel la cybersecurity non è un costo da sostenere, ma **un fattore abilitante**: il presupposto necessario per offrire servizi affidabili, proteggere il patrimonio informativo dei clienti e mantenere la fiducia di tutti gli stakeholder in un ecosistema digitale sempre più complesso.

Nel corso del biennio 2026–2027, Logotel si impegna a conseguire la certificazione ISO 27001 consolidando il proprio percorso verso l'eccellenza nella gestione della sicurezza delle informazioni.

Report Sostenibilità

1ª finalità Clienti

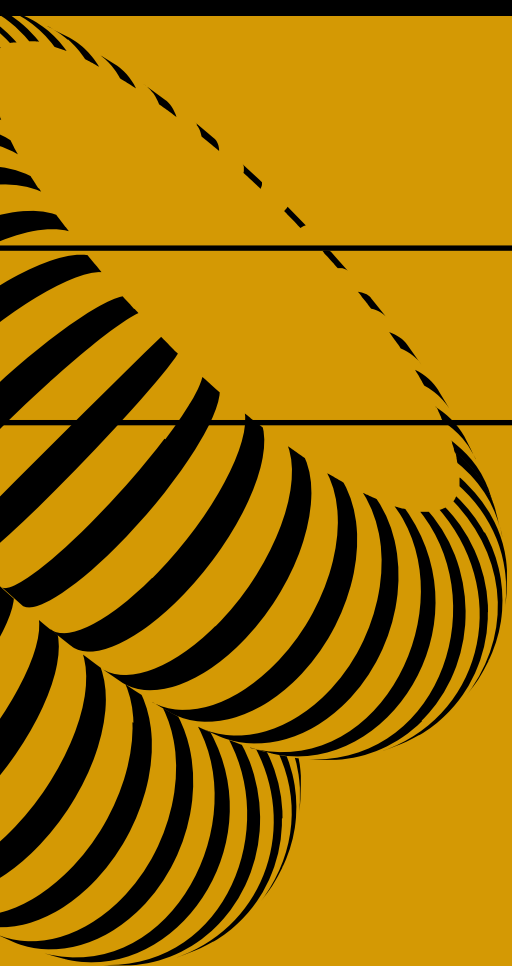
logotel



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



Hello,
we are Logotel

Il nostro approccio
alla sostenibilità

Prima Finalità:
Clienti

Seconda Finalità:
Persone

Terza finalità:
Attori di rete

Quarta finalità:
Conoscenza

Impegno
per l'ambiente

Obiettivi
futuri

logotel

“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

30+

PROGETTI
ESTERNI

sviluppati nel corso del 2025 con focus
specifico su tematiche ESG

300K

PERSONE

che possiamo raggiungere attraverso le 50
Community dei nostri clienti



3.1 – Team Logotel

Logotel è una *independent 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 Service Design & Communication, Comunicazione & Marketing, 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 People, Service Design & Communication, Content & Community e Change & Learning. 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. Nel 2025 il team si arricchisce con l'introduzione del Comitato per la Parità di Genere.

TEAM ACCESSIBILITÀ

Formato da persone del team Content & Community, Digital Solutions & Platforms e Change & 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 & Community che realizza contenuti di valore per i diversi progetti Logotel.

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 2025, **abbiamo sviluppato oltre 30 progetti che lavorano nello specifico su tematiche ESG**, un numero in crescita rispetto allo scorso anno.

- Abbiamo supportato lo svolgimento o la diffusione di **importanti progetti di ricerca e innovazione su temi attuali e con un forte impatto ambientale e sociale**, come abitare sostenibile, mitigazione e adattamento al cambiamento climatico, intelligenza artificiale, ricerca medica e genica...
- Abbiamo **supportato i nostri clienti per una comunicazione attenta su tematiche ESG**, contribuendo alla diffusione e all'educazione rispetto a questi temi, anche attraverso nuove modalità di ingaggio.
- Abbiamo collaborato ad importanti progetti di **Diversity, Equity e Inclusion** per generare un impatto positivo sulle organizzazioni con cui lavoriamo e sulla società.



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

Bocconi – Progetti di *education* e di divulgazione scientifica

Nel corso del 2025 abbiamo avuto l'opportunità di collaborare con l'**Università Bocconi** su numerosi progetti, legati dall'obiettivo comune di **portare i risultati della ricerca accademica su temi importanti e di attualità ad un pubblico ampio e non specialistico.**

Lo abbiamo fatto partendo dal presupposto che **educare in modo efficace significa «ingaggiare»:** coinvolgere le persone attraverso esperienze interattive e divertenti, disegnate apposta per loro.

- Con il progetto **VisionnAlres – The A.I. Generation**, all'interno della cornice dell'AI Festival, abbiamo raccontato il lavoro dei ricercatori e delle ricercatrici di Bocconi sui temi dell'Intelligenza Artificiale attraverso **video-podcast, una challenge rivolta a 60 studenti di tutte le università italiane e una piattaforma di racconto fisica e digitale**
- Abbiamo supportato Bocconi nel piano di comunicazione e ingaggio di **FEL – Financial Education Lab**, per ingaggiare studenti e insegnanti delle scuole superiori **sui temi dell'educazione finanziaria attraverso contenuti, comunicazione social ed eventi fisici**
- Con **AdaptAction e CareToAction** abbiamo partecipato a MeetMeTonight 2025, la notte milanese della ricerca, **raccontando il lavoro di ricerca di Bocconi sui temi della lotta al cancro e di mitigazione e adattamento al cambiamento climatico.**

60+

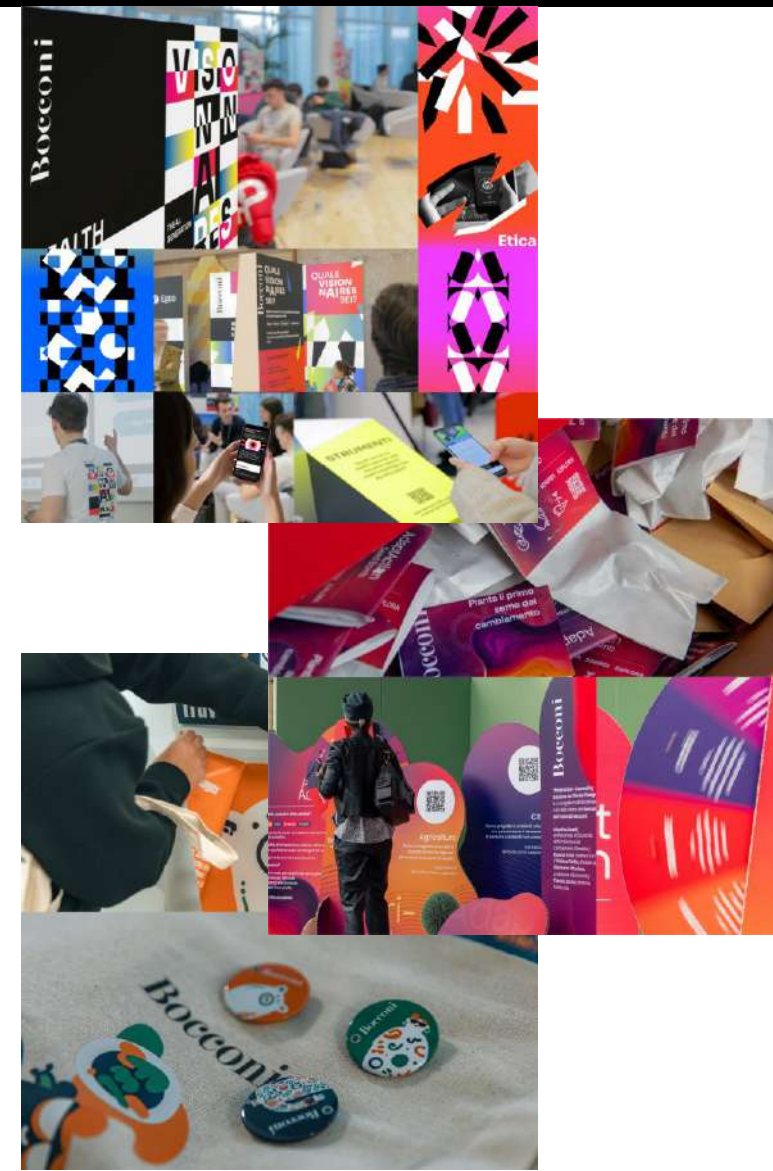
studenti coinvolti
nella challenge
VisionnAlres

250+

visitatori ingaggiati durante la
giornata di MeetMeTonight
2025 in presenza

50 +

classi iscritte alla FEL
Challenge



RNA & Gene Therapy Center – Wave

WAVE è la community progettata per il **Centro Nazionale per lo Sviluppo della Terapia Genica e dei Farmaci con Tecnologia a RNA**, Fondazione nata grazie ai fondi del PNRR. Un ecosistema pensato per supportare un **progetto di ricerca strategico a livello nazionale**, mettendo al centro trasparenza nell'utilizzo di risorse pubbliche e la condivisione strutturata delle informazioni.

Come Logotel, abbiamo accompagnato la Fondazione nella progettazione di una community specializzata, inizialmente rivolta alle persone coinvolte nei processi di **rendicontazione dei fondi per la ricerca scientifica sull'RNA**, all'interno di un modello organizzativo complesso basato su HUB e SPOKE, in linea con le linee guida del MUR.

L'obiettivo di WAVE è facilitare la comunicazione tra i 44 enti coinvolti e le oltre 700 persone attive nel progetto, contribuendo a un **sistema di ricerca più coordinato e responsabile** attraverso la circolazione di informazioni certificate e condivise e lo scambio di best practice tra istituzioni diverse, ma interconnesse.

All'interno della community, gli utenti possono accedere a:

- documenti ufficiali (linee guida, contratti, documentazione istituzionale, ...);
- documenti a supporto delle attività di rendicontazione;
- FAQ, checklist e linee guida operative;
- contenuti prodotti dalla community;
- un calendario eventi condiviso;
- un logowall dedicato a domande, confronto e condivisione di esperienze.

WAVE si configura come uno **spazio che mette in connessione persone, informazioni e pratiche**, sostenendo processi complessi e favorendo una collaborazione consapevole a supporto della ricerca scientifica.

44

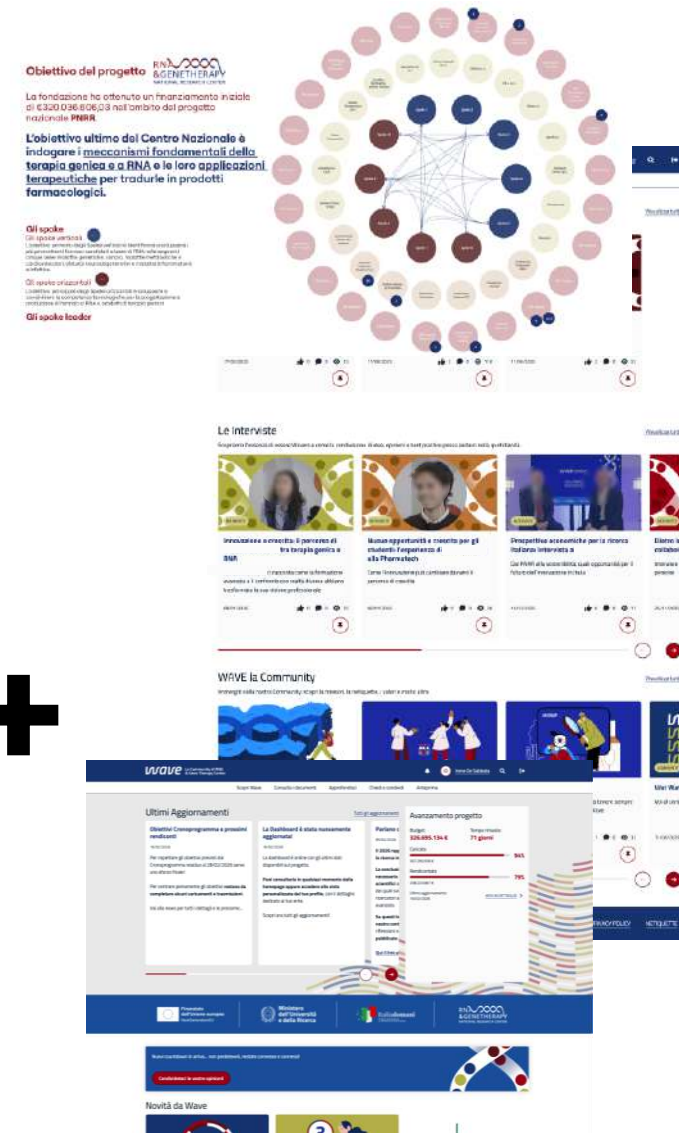
enti pubblici, privati e aziende

58

enti coinvolti con bandi a cascata

700+

persone coinvolte



Kerakoll – Ideas for Future

Ideas for Future è il progetto con cui Kerakoll ha avviato la sua **prima iniziativa strutturata di open innovation outside-in**, nell'ambito della costruzione di un modello sistemico di **Innovation Management** denominato *Innovation Park*. Un modello pensato per identificare nuove opportunità di business, coordinarle, allocarle e misurarne l'impatto nel tempo.

Come Logotel, abbiamo supportato Kerakoll nella **progettazione, definizione e gestione di una Call for Ideas rivolta all'esterno**, dedicata ai temi dell'abitare sostenibile, con l'obiettivo di raccogliere e sviluppare soluzioni innovative. La Call è stata concepita come iniziativa pilota, da realizzare secondo modalità, obiettivi e tempi definiti.

Il progetto si è sviluppato lungo **un percorso articolato in tre fasi da noi supportato**.

- Nella fase iniziale, abbiamo lavorato alla **definizione della challenge** attraverso il coinvolgimento degli attori chiave di Kerakoll, progettandone l'impianto complessivo.
- Successivamente, abbiamo **accompagnato il lancio dell'iniziativa**, la raccolta delle proposte, lo screening e la selezione delle realtà finaliste.
- Il percorso si è concluso con **una giornata di Pitch Day**, dedicata all'approfondimento delle idee e alla selezione del progetto vincitore, una startup che progetta un materiale cementizio che consentire la crescita di coperture verdi, in linea con i temi della sostenibilità ambientale applicata all'edilizia.

Ideas for Future ha permesso a Kerakoll di **sperimentare un programma di innovazione strutturato**, capace di attivare il confronto con l'ecosistema esterno, selezionare soluzioni ad alto potenziale e costruire **un format di open innovation replicabile**, formato da start-up, accademici e istituti di ricerca, e coerente con la visione strategica dell'azienda.

La dimensione della sostenibilità è stata il *fil rouge* che ha attraversato il progetto, sia per quanto riguarda le expertise delle persone della giuria, sia come criterio che ha guidato la scelta della start up risultata vincitrice.

50+

idee raccolte

6+

collaborazioni attivate

14k+

visualizzazioni sul sito



Generali – Oasi Gregorina

Anche nel 2025, Generali Italia ci ha chiesto supporto nella **progettazione** e nel **riadattamento** di alcune delle attività di *edutainment* previste all'interno della visita per gli studenti e per i dipendenti e la facilitazione di **sette giornate di apertura dell'Oasi Gregorina**.

Quattro di queste giornate sono state dedicate alle visite di circa **300 studenti delle scuole elementari e medie** di Castrocaro Terme, Forlì e comuni limitrofi, mentre le altre tre erano rivolte a circa **150 dipendenti della Compagnia** provenienti da diverse sedi tra cui Milano, Roma, Torino e Verona.

L'Oasi Gregorina (Castrocaro Terme e Terra del Sole, FC) è un'Oasi **affiliata al Sistema Nazionale WWF** e parte del progetto strategico Generali Act4Green.

Così come nel 2024, Logotel ha ideato e sperimentato **due diverse tipologie di experience**: una di *edutainment*, sia per gli studenti che per i dipendenti, e una più sensoriale solo per quest'ultimi, invitando i visitatori a guardare e scoprire la natura dell'Oasi da 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 Sociale**. Logotel ha inoltre gestito tutto l'aspetto logistico e organizzativo (trasferimenti da scuole e sedi, ingaggio guide escursionistiche, coinvolgimento catering...).

In tutto il progetto è stata posta una forte attenzione **ai temi della sostenibilità**, dal suggerimento di **ridurre al minimo il numero di trasferimenti** per l'organizzazione degli spostamenti dei dipendenti, all'adozione di una **policy plastic free** per cibi e vettovaglie, fino alla scelta di un catering che ha utilizzato esclusivamente **prodotti biologici a km zero** o eccellenze del territorio.

300
studenti

150
dipendenti

6
guide escursionistiche



Intesa Sanpaolo – per Merito

Logotel è garante del **processo di certificazione del prodotto «per Merito»**, il finanziamento di Intesa Sanpaolo rivolto a studenti e studentesse che intendono intraprendere un percorso formativo in Italia o all'estero. Il ruolo di Logotel si inserisce all'interno di un **approccio collaborativo** che ha contribuito a **rafforzare l'impianto ESG della soluzione finanziaria**, integrando criteri di impatto sociale nella progettazione e nella valutazione del prodotto.

Grazie a «per Merito», nel 2025 sono stati **generati impatti diretti e tangibili** in relazione ad alcuni Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda ONU. Tra cui:

- **istruzione di qualità** (SDG 4), facilitando l'accesso a percorsi di istruzione superiore
- **parità di genere** (SDG 5), favorendo e sviluppando l'accesso all'istruzione femminile
- **lavoro dignitoso e crescita economica** (SDG 8),
- **riduzione delle disuguaglianze** (SDG 10), riducendo le barriere economiche all'investimento nel capitale umano

Il prodotto contribuisce infatti a valorizzare un ecosistema che consente a migliaia di persone, provenienti da contesti economici fortemente eterogenei, **di accedere a percorsi formativi di eccellenza**, rimuovendo una delle principali barriere all'accesso: la disponibilità di capitale iniziale.

A partire da aprile 2025, l'esperienza maturata con «per Merito» ha portato Logotel a estendere il proprio ruolo di garante del processo di certificazione anche ad **altre cinque soluzioni finanziarie del «Fund for Impact»** – *mamma@work*, per Crescere, per Esempio, per Avere Cura, Obiettivo Pensione – orientate al sostegno del reddito, della crescita familiare e della pianificazione pensionistica, con particolare attenzione alle donne lavoratrici e ai temi della cura.

12k+
richieste gestite

60+
paesi di nascita differenti

500+
enti formativi coinvolti



Intesa Sanpaolo – Ecosistema di Community

All'interno del Pillar "Ecosistema per l'apprendimento" del Piano di Impresa 2022–2025, il Gruppo Intesa Sanpaolo ha avviato **un ecosistema di Community** rivolte a persone che condividono competenze professionali o interessi comuni, con l'obiettivo di favorire scambio, apprendimento continuo e sviluppo. Le community sono uno strumento chiave per **promuovere una cultura della sostenibilità sociale**, fondata su inclusione, valorizzazione delle differenze e partecipazione attiva.

In questo contesto, **Logotel ha accompagnato Intesa Sanpaolo nella progettazione e nello sviluppo delle community**, curando il modello di governance, le piattaforme digitali custom con Brand Identity dedicata, i piani editoriali e i percorsi di formazione per gli Ambassador certificati POLI.design.

Il sistema di community comprende:

- **ISPROUD**, nata da un ERG interno, promuove il dialogo e la connessione tra le persone del Gruppo su tutto il territorio italiano. La community favorisce consapevolezza e partecipazione sui **temi LGBTQ+** attraverso contenuti ed eventi dedicati.
- **Arte e Cultura** è la voce dell'omonima struttura interna del Gruppo impegnata nella diffusione culturale sul territorio. La community è uno spazio di scambio in cui **arte e cultura diventano leva di crescita personale e professionale**, anche grazie a format come Book Club, Cinema Club e Musica Club.
- La community **Disabilità e cittadinanza – Articolo 19** sostiene un cambiamento di sguardo sulla **disabilità**, ispirandosi alla Convenzione ONU. Promuove inclusione, confronto e partecipazione attiva attraverso l'interazione tra i membri della community e eventi live accessibili.

23k+
persone

12
community

4k+
contenuti



Intesa Sanpaolo Assicurazioni – Campioni di Vita

Logotel ha supportato **Intesa Sanpaolo Assicurazioni** nella **diffusione della cultura assicurativa** attraverso la **progettazione e realizzazione di uno spettacolo di improvvisazione teatrale** all'interno di «**Campioni di Vita**», iniziativa dedicata a studenti e studentesse delle scuole secondarie di secondo grado, organizzata dalla società RG, sostenuta e patrocinata dal Comitato Italiano Paralimpico.

Grazie a **Campioni di Vita**, iniziativa della quale **Intesa Sanpaolo Assicurazioni** è **main partner**, più di **duemila ragazzi e ragazze** hanno ascoltato la storia dei campioni paralimpici italiani **Oxana Corso e Oney Tapia**, di come lo sport abbia avuto un ruolo centrale e determinante nella loro vita, attraverso un video emozionale e una lunga chiacchierata con un altro grande campione dello sport italiano, Andrea Lucchetta.

L'improvvisazione teatrale portata in scena dalla compagnia del **Teatro del Vigentino** è stata un esercizio utile per trasmettere alle nuove generazioni **l'importanza di farsi trovare pronti di fronte agli imprevisti della vita**. Solo grazie ad anni di **preparazione**, infatti, gli attori sono in grado di improvvisare in scena, proprio come gli anni di **allenamento** sono stati fondamentali per i traguardi raggiunti da Oxana Corso, Oney Tapia e Andrea Lucchetta.

Studenti e studentesse hanno interagito con campioni e attori attraverso giochi e domande, e hanno condiviso le proprie opinioni e percezioni riguardo a temi di protezione attraverso un questionario anonimo.

2k+
studenti

30+
scuole superiori

7
città italiane



Intesa Sanpaolo – Pact4Future

In occasione della seconda edizione di **Pact4Future**, forum internazionale dedicato ai temi di People, Planet e Purpose, **Intesa Sanpaolo ha promosso un percorso educativo rivolto alle scuole**, con l'obiettivo di coinvolgere anche le nuove generazioni nella riflessione sulle grandi sfide del futuro.

All'interno di questo contesto, Logotel ha affiancato Intesa Sanpaolo nella **progettazione e facilitazione delle attività educative**, traducendo i temi del forum in esperienze pensate per bambini e bambine e coerenti con il contesto scolastico.

Nei giorni che hanno preceduto l'evento in Università Bocconi, **il progetto ha coinvolto circa 50 studenti** della scuola primaria della Fondazione Sacro Cuore di Milano in un'esperienza laboratoriale ispirata **ai temi del mare, della biodiversità e della blue economy**. Nel corso della mattinata si è svolta una lettura teatrale ispirata alla *Storia di una balena bianca raccontata da lei stessa* di Luis Sepúlveda, a cura di due attori di Fantateatro, seguita **da un laboratorio creativo di collage** dedicato agli ecosistemi marini, favorendo **l'espressione, la collaborazione e la partecipazione attiva** delle classi.

Al termine delle attività, gli studenti e le studentesse hanno realizzato **dieci opere collettive**, successivamente esposte nel foyer dell'Università Bocconi, diventando parte integrante del racconto di Pact4Future e portando all'interno del forum lo sguardo e la sensibilità delle nuove generazioni.

Attraverso questo percorso, le classi coinvolte sono diventate protagoniste attive dell'iniziativa, **contribuendo al dialogo su sostenibilità e futuro con un linguaggio creativo** capace di affiancare il dibattito del forum.

50+

studenti

10

opere artistiche

2

attività educative



Vittoria Assicurazioni - Gamification SostenAbilità

SostenAbilità è un viaggio che accompagna la community Noi di Vittoria alla **scoperta della sostenibilità sociale** attraverso otto tappe, otto Paesi e otto prospettive diverse sul modo in cui le società possono crescere mettendo al centro le persone. Dalle politiche di inclusione del Sudafrica alle innovazioni legate al benessere in Nuova Zelanda, dalla responsabilità sociale d'impresa della Svezia all'approccio educativo finlandese, fino ai modelli di equità del Canada e alle azioni per un lavoro dignitoso in Spagna, il percorso invita a **guardare al mondo con occhi nuovi**, riconoscendo come ogni scelta possa contribuire a creare comunità più giuste, attente e solidali.

In ogni tappa, l'iniziativa intreccia storie, pratiche virtuose e figure ispirazionali, **costruendo un racconto che avvicina temi globali alla quotidianità delle persone**. L'impianto narrativo non si limita a descrivere esempi virtuosi, ma trasforma ogni contenuto in un invito all'azione, suggerendo come ciascuno possa mettere in pratica piccoli gesti capaci di generare impatto reale. La community diventa così parte del progetto, condividendo **pensieri, abitudini e iniziative che raccontano una sostenibilità vissuta** e non solo dichiarata.

Il nostro contributo come Logotel è stato quello di **dare forma e coerenza a questo viaggio**: progettare l'esperienza, costruire il racconto, creare un linguaggio comune che rendesse la sostenibilità sociale accessibile, coinvolgente e concreta. Attraverso la cura dei contenuti, l'attenzione all'esperienza delle persone e un approccio progettuale centrato sulla partecipazione, abbiamo trasformato un tema complesso in **un percorso culturale capace di ispirare, unire e generare consapevolezza** all'interno della community.

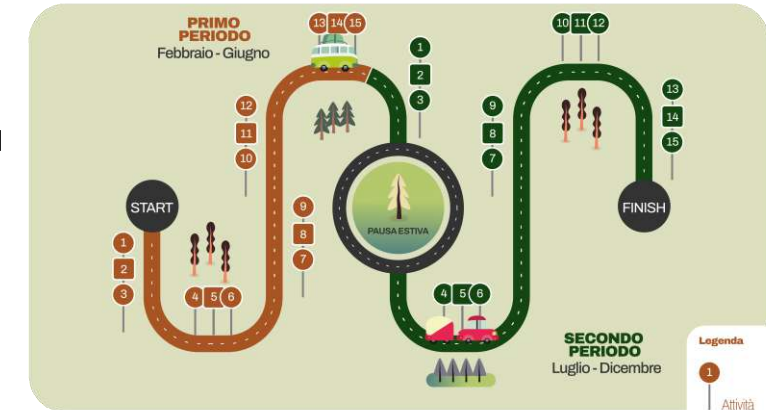
4k+
partecipanti

8

dimensioni esplorate

30

persone premiate



Palinsesti e attivazioni per le nostre Community

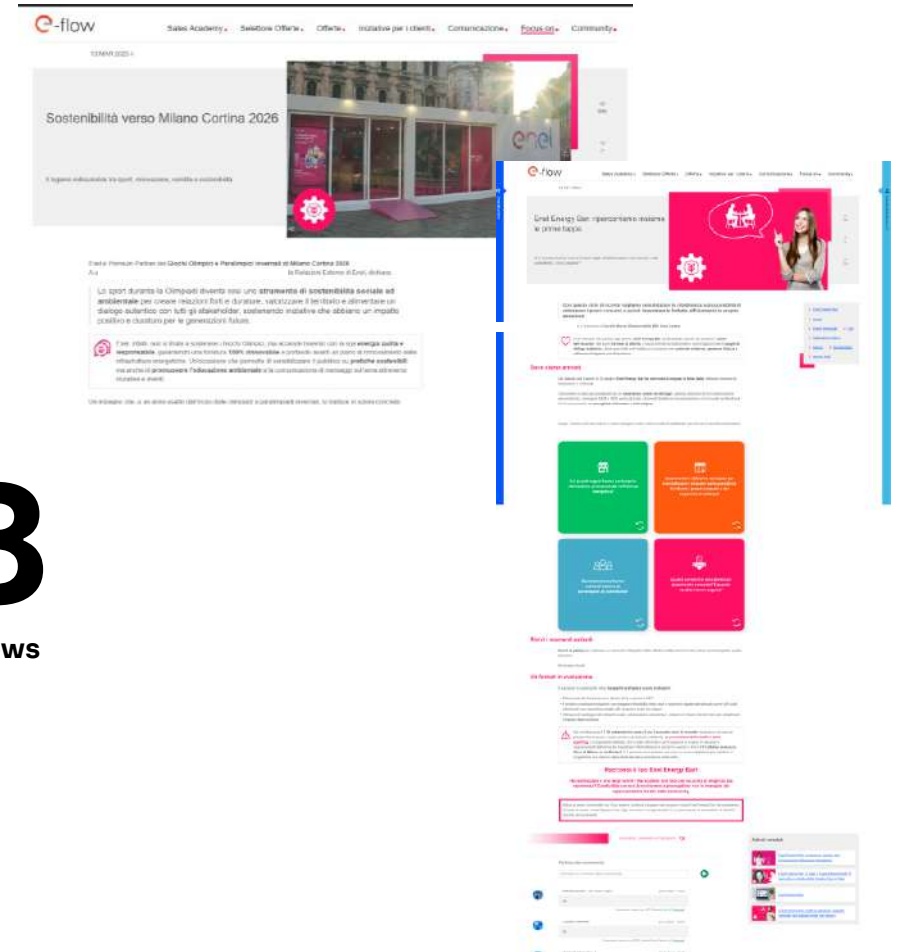
Enel – Palinsesto di sostenibilità

Abbiamo supportato Enel nella progettazione e realizzazione di **un piano editoriale dedicato alla sostenibilità per la community Enel flow**, con l'obiettivo di rendere il tema concreto, accessibile e vicino alle persone, valorizzando il ruolo degli Spazio Enel come presidi territoriali di relazione e dialogo con le comunità.

Il progetto nasce dalla volontà di Enel di raccontare la sostenibilità non solo come insieme di principi, ma **come pratica quotidiana**, fatta di iniziative reali, persone coinvolte e impatto sui territori. Un percorso editoriale che ha preso avvio da **contenuti informativi e di scenario** – legati anche al percorso verso Milano Cortina 2026 – per arrivare a dare voce alle esperienze sul campo.

8

news



Clienti: avanzamento obiettivi 2025

0% rimandato, 25% pianificato prossimo anno, 50% avviato, 75% in fase di completamento, 100% completato

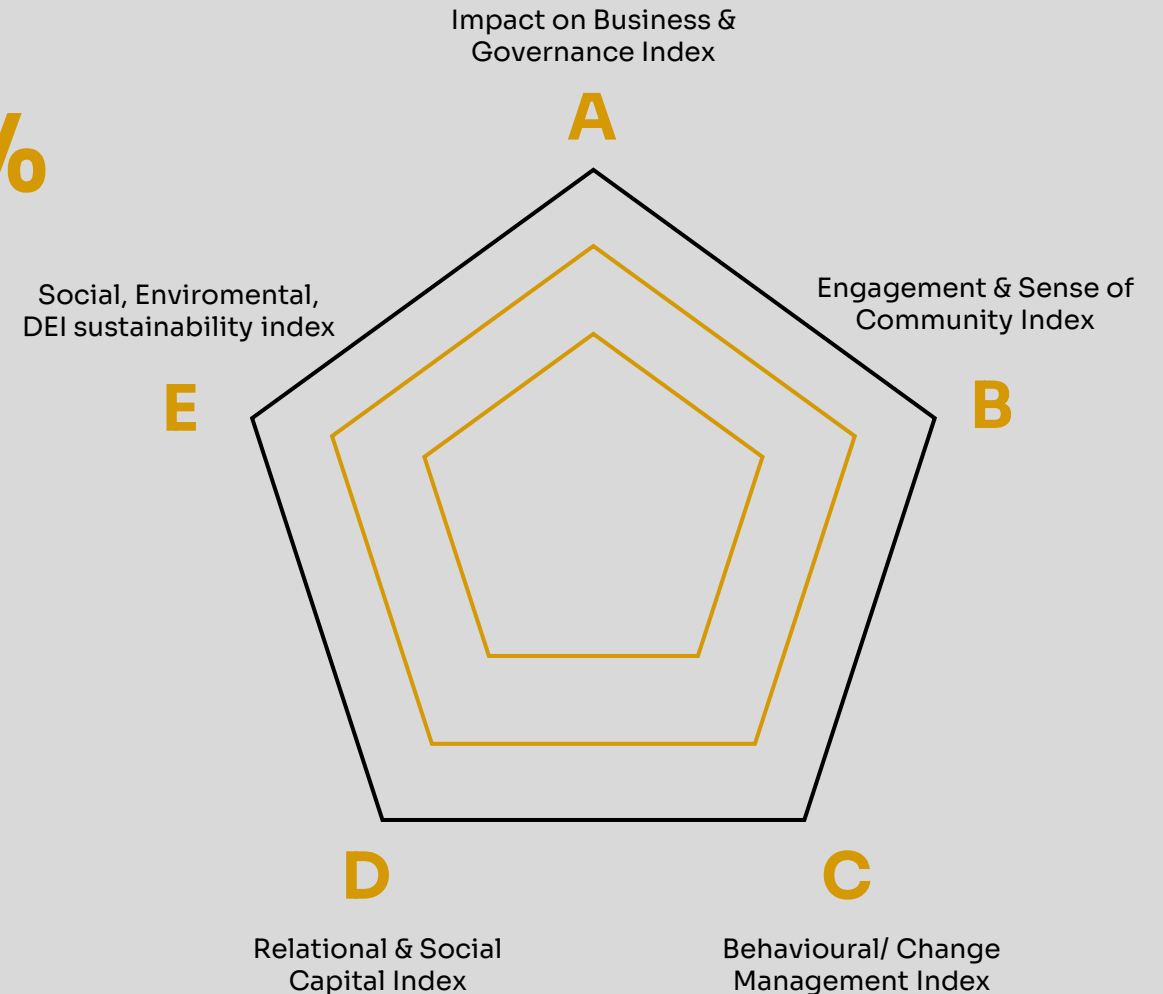
■ Codifica del metodo Impact Design Logotel, garantendo l'adozione progressiva da parte della popolazione aziendale

L'impact Design è il nostro metodo progettuale. Nel 2025 ci siamo posti l'obiettivo di metterlo a fattore comune per tutta la nostra organizzazione, completando il processo di adoption entro il 2026.

Nel corso del 2025 abbiamo completato la codifica degli strumenti dell'Impact Design e applicato le sue metodologie nei nuovi progetti in partenza e in alcuni dei progetti in corso.

In particolare, il nostro «pentagono» – uno strumento sviluppato per analizzare le cinque dimensioni dell'impatto generato dalle nostre Business Community – è uno strumento diffuso e integrato nella progettazione delle nuove Community (Community Building). **Per il 2026 ci poniamo l'obiettivo di concludere il processo di adoption dell'Impact Design in tutte le Business Unit di Logotel.**

50%



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

Abbiamo inserito un nuovo tag all'interno del nostro CRM per mappare i progetti per i nostri clienti e partner caratterizzati un forte focus su tematiche ESG. **Abbiamo individuato oltre 30 progettualità** di questo tipo, diverse per tipologia e grandezza, afferenti alle diverse Business Unit. In questo numero, sono esclusi i progetti interni. Nelle prossime pagine di questo report sono raccontati alcuni degli esempi più rilevanti. **Per il 2026, contiamo di aumentare ulteriormente le opportunità in questo ambito.**

50%

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

Abbiamo sviluppato un primo tool per monitorare la sostenibilità degli eventi che organizziamo e abbiamo iniziato a sperimentarlo per gli eventi interni organizzati per la Community Logotel (plenarie, plenariette). **Per il 2026 ci poniamo l'obiettivo di metterlo in pratica sugli eventi per i nostri clienti e aumentare gli strumenti a nostra disposizione.**

25%

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

I temi ESG sono sempre più integrati all'interno dei palinsesti di contenuti che progettiamo per i nostri clienti. **Nel 2026 vogliamo strutturare questo impegno in modo sistemico.**

50%

Report Sostenibilità
2^a finalità Persone



4. 2^a finalità Persone

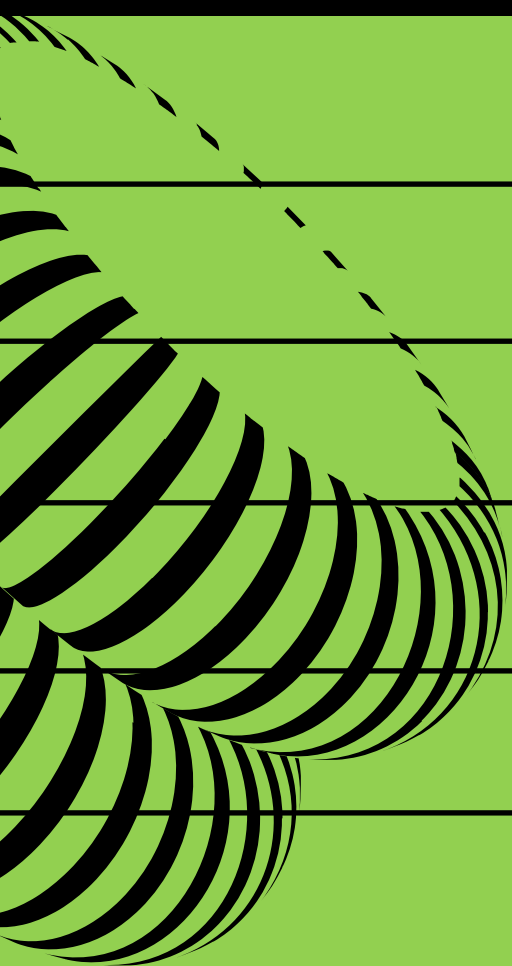
4.1 DEI

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

7.216

ORE

di formazione erogate alle nostre
persone

822 K

EURO

totale di bonus e fringe benefit
distribuiti ai collaboratori

45%

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 **280 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 Italia sono 196 (184 dipendenti a tempo pieno e part-time) + 12 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 per quanto riguarda i dipendenti (il 55,6% è donna). A livello manageriale, il 45% delle figure è rappresentato da donne.**

Da sempre in Logotel convivono **generazioni diverse che collaborano tra loro** arricchendosi a vicenda e allargando i rispettivi punti di vista: la percentuale di persone con meno di 24 anni o più di 50 è aumentata rispetto allo scorso anno, attestandosi al 17%.

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 2025 e volte ad aumentare tra le nostre persone la consapevolezza sulle tematiche Diversity, Equity & Inclusion**

vogliamo soffermarci in particolare sulle seguenti:

- **Ottenimento della Certificazione Parità di Genere UNI/PdR 125:2022**, un riconoscimento che certifica l'attenzione ai valori fondanti la nostra comunità di persone: l'uguaglianza e il rispetto dei diritti di tutte e tutti.
- **Conferma dell'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.
- **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.
- **Migliorare l'inclusività dei touchpoint Logotel**: abbiamo lanciato una survey rivolta a tutte le persone che frequentano i nostri uffici di Milano, lavorando per rendere i nostri spazi (sia fisici che digitali) più accessibili. Tra le altre iniziative: abbiamo istituito un bagno genderless, per assicurarci di accogliere chiunque ci venga a trovare nel modo migliore; abbiamo realizzato una pagina dedicata sul sito Logotel per raccontare i nostri spazi con attenzione particolare agli aspetti di inclusività e sostenibilità.



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 2025. A tutti i nostri collaboratori sono stati erogati **ticket restaurant – in un primo momento Sodexo, poi Satispay dopo un cambio di fornitore** - dal valore di 8 euro per ogni giorno di lavoro trascorso in sede a Milano.

In aggiunta ai ticket restaurant, a dicembre 2025 sono stati erogati a tutte le persone di Logotel **buoni acquisto Satispay** dal valore di 150 euro a testa. Inoltre, **nel 2025 sono stati distribuiti ai dipendenti della sede italiana di Logotel bonus performance e produzione per un costo aziendale di 822.820 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;
- altre bevande (tè, cioccolata, ecc..), **liberamente disponibili per tutti i collaboratori.**

Le iniziative di welfare hanno riguardato anche le famiglie dei nostri collaboratori. Anche nel 2025 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, i neo papà e i *caregiver* sono state previste anche **particolari agevolazioni per facilitare il work-life balance durante i primi periodi di vita dei loro figli e per la cura dei propri cari.**



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.

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 2025 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.

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 2025 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). A luglio 2025 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.

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 2025 Logotel ha promosso la partecipazione:

- alla **Vittoria for Women Run, corsa non competitiva su tre distanze, il cui ricavato è stato devoluto LILT (Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori)** 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 famigliari.
- alla **RunForLife a Monza. I fondi raccolti sono stati devoluti alla ripiantumazione di alberi nel parco di Monza**, sradicati dai nubifragi di luglio 2023.

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 2025 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.**

Segnaliamo infine che, **nel corso del 2025, non si sono verificati infortuni sul lavoro al personale dipendente**, mentre sono stati registrati 2 infortuni in itinere.

4.3 – logotelxlogotel e formazione continua

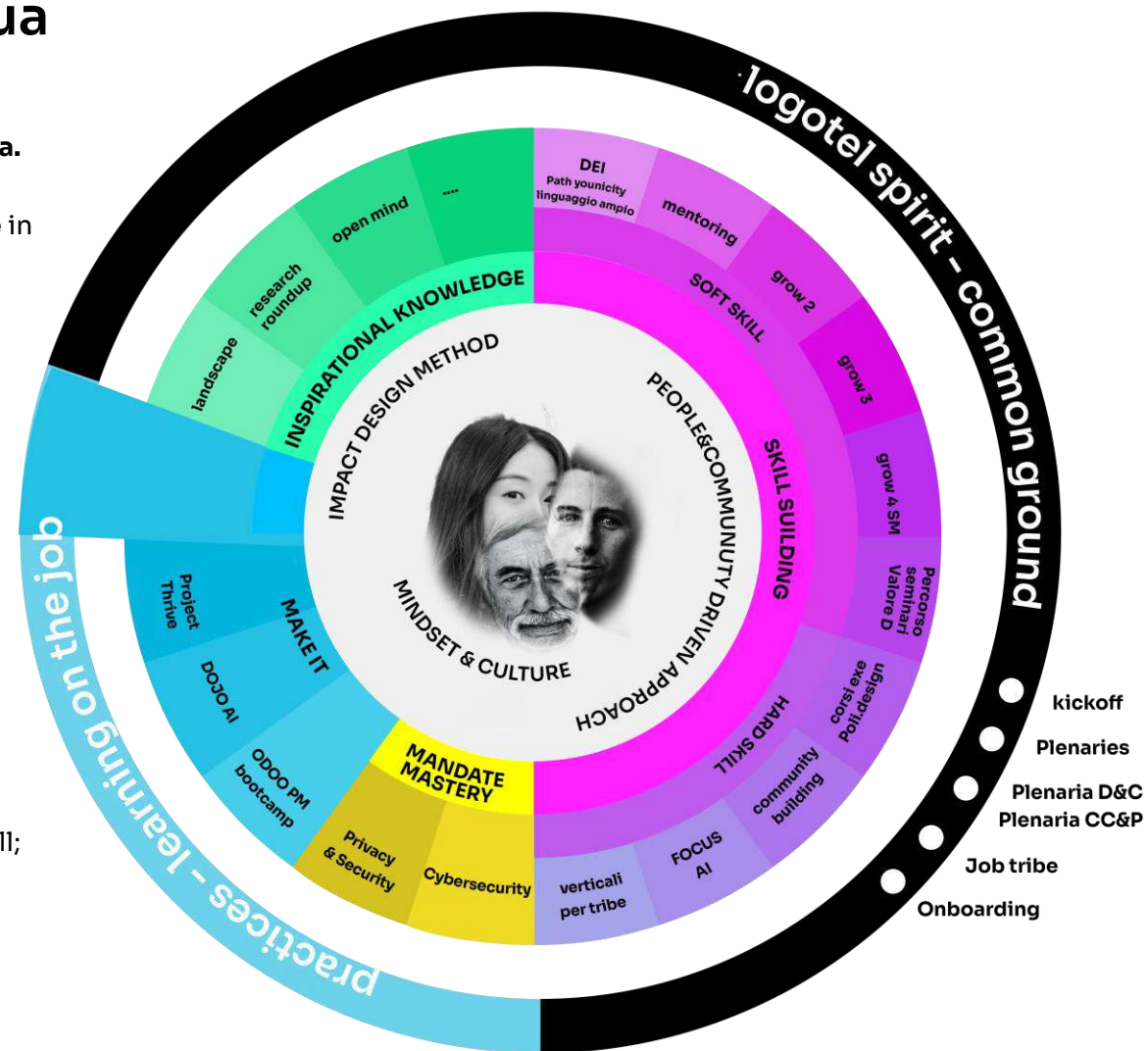
La valorizzazione delle nostre persone è per noi un impegno continuo, che si concretizza in attività di **formazione continua e nell'attenzione ai percorsi di crescita**. In Logotel ci prendiamo cura sia di aspetti relativi alle **skill individuali** e al loro potenziamento, sia di trasmettere **il mindset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





LOGOTELXLOGOTEL

Nel 2025 l'Academy ha erogato **7.216,05 ore di formazione, coinvolgendo tutta la popolazione aziendale attraverso 31 percorsi formativi per 70 edizioni, con una partecipazione media di 1,9 giornate a persona** tra Inspirational Knowledge, Kickoff, Soft skill, Mindset, Mentorship e formazione tecnica.

Il **15,8%** delle persone Logotel ha seguito **percorsi di formazione per lo sviluppo personale**; il **29,4%** ha beneficiato di **opportunità di sviluppo di competenze continue**; il **92,76%** ha **seguito percorsi per lo sviluppo di conoscenze trasversali** e il **34,40%** ha beneficiato di **opportunità di sviluppo professionali esterne** o aggiornamento continuo.

Nel 2025 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, 3 persone di Logotel hanno avuto l'opportunità di partecipare a corsi executive di POLI.design su temi rilevanti per la loro professione.**

Nel 2025 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 59 dipendenti e in 2 percorsi annuali per le nuove risorse, per un totale di 142,5 ore di formazione erogate.

DOJO e PROMPT E VIA

Nel 2025 è proseguita l'attività di **formazione e sperimentazione continua nell'ambito dell'intelligenza artificiale, con due attività specifiche: il DOJO e il percorso Prompt e via.**

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. Nell'ambito del progetto Dojo sono stati realizzati particolari momenti formativi chiamati **Dojo sprint**: un'esplorazione specifica per mestiere, con l'obiettivo di comprendere come interagire e lavorare in maniera diversa con l'AI.

Prompt e Via è un percorso, proposto dalla Content Factory (cfr. pag. 49), che ha l'obiettivo di trasformare il processo di creazione dei contenuti in un workflow creativo human-engineered and AI-supported. Si tratta di un momento pratico e laboratoriale in cui guardare a formati tradizionali in modi nuovi, partendo da una base teorica molto solida fondata su tre pilastri (autenticità, community centricity e AI integration).

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 2025 abbiamo organizzato **3 incontri** in modalità mista (ibrida e da remoto), ai quali hanno partecipato complessivamente oltre 116 partecipanti.

Hello,
we are Logotel

Il nostro approccio
alla sostenibilità

Prima Finalità:
Clienti

Seconda Finalità:
Persone

Terza finalità:
Attori di rete

Quarta finalità:
Conoscenza

Impegno
per l'ambiente

Obiettivi
futuri

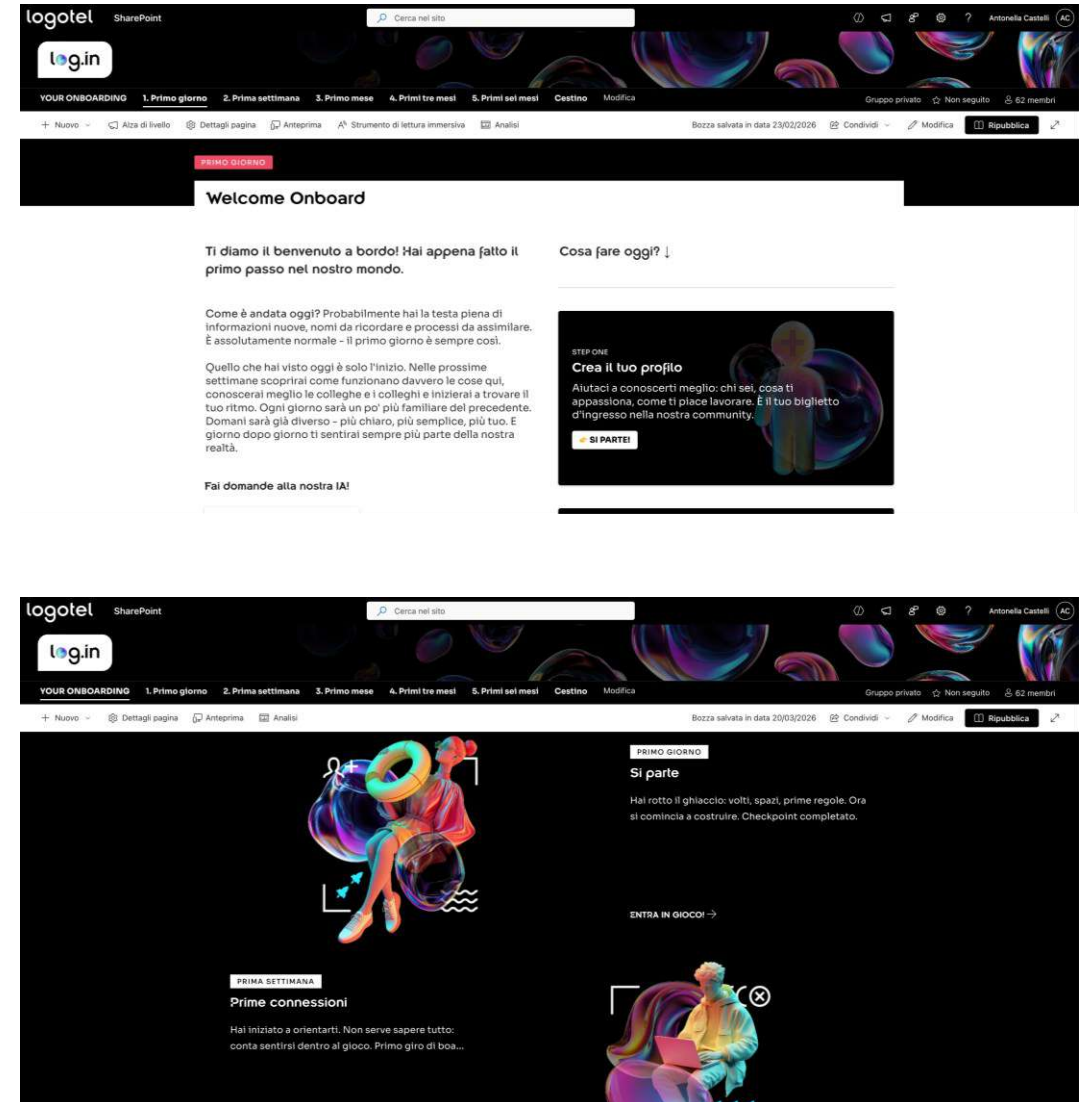
logotel

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.

Nel 2025 abbiamo messo a punto un **nuovo portale** per guidare l'**onboarding** di tutte le nuove persone che si chiama **log.in**, con percorsi chiari che permettano di orientarsi all'interno del nostro ecosistema.



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 2025, **tutta la community Logotel, inclusi i colleghi provenienti da Francia e Spagna**, si è incontrata per una giornata vissuta insieme in un nuovo spazio nello stesso edificio che ci ospita, allestito per l'occasione per un evento realizzato sempre in sinergia con il quartiere che ci ospita per quanto riguarda fornitori e collaborazioni esterne.

La poetry svelata nel corso del kickoff è stata “Tryler”. Una crasi tra Try e Trailer, un neologismo coniato per invitare tutte le persone a immaginare il futuro mettendosi in azione nel presente e sperimentando. Un'azione necessaria per distinguersi in un'era caratterizzata da rapidi e continui cambiamenti.

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 2025 abbiamo organizzato due incontri, in estate e in inverno, che si sono svolti in modalità ibrida.

Oltre alle plenarie, nel 2025 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**.



V-DAY

I V-Day rappresentano una tradizione ben consolidata, durante la **quale la squadra manageriale Logotel si riunisce in una città italiana per condividere la direzione dell'anno a venire**, driver, obiettivi strategici e creare una cultura condivisa. I V-DAY 2025 si sono svolti a Vicenza per una durata di 3 giorni.

I NOSTRI PARTY

Essere una comunità significa anche **prendersi del tempo per staccare dal lavoro e festeggiare insieme**. Nel 2025 abbiamo brindato in diverse occasioni: al termine della plenaria estiva, durante il nostro back to Logotel party di settembre, in occasione del 32esimo 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**.





Handwritten notes and a diagram on a white background, partially obscured by green and white geometric patterns.

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 2025 su Wello è stato creato un nuovo canale dedicato al nostro nuovo sistema gestionale, per accompagnare tutte le persone a un suo corretto utilizzo. 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 ATTEZIONI

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 2025 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.*

Tra le iniziative del 2025, segnaliamo:

- **Veganuary challenge:** abbiamo organizzato un pranzo in cui ciascuno ha potuto condividere un piatto plant-based. Nel corso del mese, abbiamo creato un repertorio di libri, podcast e documentari a tema veganesimo. Da questa esperienza sono nati anche i pranzi vegani condivisi, che si sono trasformati in un appuntamento ricorrente.
- **Partecipazione a M'illumino di meno:** abbiamo partecipato alla Giornata nazionale del risparmio energetico e degli stili di vita sostenibili. Quest'anno abbiamo invitato colleghi e colleghe a partecipare a un book crossing, per favorire la cultura dello scambio e del riuso.
- **Ortotel:** abbiamo rilanciato il nostro orto aziendale, un modo per dedicare tempo e attenzione alla cura degli spazi esterni di Logotel. I prodotti coltivati sono poi stati ridistribuiti, chiudendo il cerchio in un'ottica di circolarità e condivisione.
- **Giornata mondiale dei donatori di sangue:** interviste a persone Logotel che donano con frequenza, mettendo in comune buone pratiche, esperienze e motivazioni.
- **Logo Swap:** uno spazio di scambio permanente, pensato per favorire il riuso e dare nuova vita a oggetti di cui non abbiamo più bisogno



- **Passeggiata a San Pietro al Monte:** un'escursione di 6km per le persone di Logotel e le loro famiglie organizzata con una collega guida ambiente escursionistica AIGAE certificata.
- **COP30:** abbiamo raccontato l'evento partendo dall'Amazzonia, come simbolo potente delle sfide climatiche del nostro tempo. Un'occasione per collegare il dibattito globale alle nostre scelte quotidiane, invitando le persone Logotel a trasformare la consapevolezza in piccoli gesti concreti.
- **Swap party:** durante una delle nostre feste, abbiamo organizzato un piccolo scambio di vestiti aziendali per incentivare la cultura del riuso dei vestiti e contrastare lo spreco.
- **Raccolta di vestiti per Rete Milano:** associazione nata per dare un primo aiuto ai profughi in transito da Milano.



Persone: avanzamento obiettivi 2025

0% rimandato, 25% pianificato prossimo anno, 50% avviato,
75% in fase di completamento, 100% completato

■ Riconfermare l'associazione a Valore D

Anche nel 2025 Logotel ha confermato l'associazione a Valore D, la prima associazione di imprese in Italia attive sulle tematiche della DEI. Nel tempo Valore D è diventato un partner strategico ed un cliente logotel: nel tempo abbiamo costruito una relazione solida che va oltre il perimetro dell'associazione.

Ci impegniamo a riconfermare l'associazione anche nel 2026.

100%

■ Ottenere la Certificazione per la Parità di Genere

Nel 2025 Logotel ha ottenuto la **Certificazione Parità di Genere UNI/PdR 125:2022**, riconoscimento che certifica l'attenzione ai valori fondanti la nostra comunità di persone.

Nel 2026 ci impegniamo a lavorare sulle aree di miglioramento emerse nel corso della certificazione e a consolidare una cultura dell'inclusione sempre più forte.

100%

■ Istituzione della Logotel Library con titoli su temi ESG

Nel 2025 abbiamo dato vita a una «biblioteca» Logotel dove tutte le persone della community possono prendere in prestito titoli su tematiche ambientali e sociali per rafforzare le proprie competenze.

Vogliamo continuare ad arricchire nel tempo il catalogo di questo spazio.

100%



Persone: avanzamento obiettivi 2025

0% rimandato, 25% pianificato prossimo anno, 50% avviato, 75% in fase di completamento, 100% completato

■ Migliorare l'inclusività dei touchpoint Logotel

Anche grazie ad una survey rivolta a tutte le persone che frequentano i nostri uffici di Milano, nel 2025 abbiamo lavorato per rendere i nostri spazi (sia fisici che digitali) più accessibili. Tra le altre iniziative, abbiamo istituito un bagno genderless, per assicurarci di accogliere chiunque ci venga a trovare nel modo migliore. I nostri spazi sono raccontati sul sito Logotel, con attenzione particolare agli aspetti di inclusività e sostenibilità (<https://www.logotel.it/welcome-page>).

Nel 2026 abbiamo in programma di ridisegnare il nostro sito web, uno dei touchpoint più importanti per entrare in contatto con persone e clienti, garantendo piena accessibilità.

■ Rafforzare la formazione per le persone Logotel su tematiche ESG

Nel 2025 abbiamo proposto il percorso di base sulle tematiche DEI, «DEI Fundamentals», ai nuovi ingressi. È stato inoltre inserito un corso dedicato all'adozione del «linguaggio ampio» all'interno della nostra Academy Logotel X Logotel.

Nel 2026 creeremo un programma strutturato di formazione su queste tematiche, anche in base alle indicazioni recepite nel contesto della Certificazione per la Parità di Genere.

100%

50%



Persone: avanzamento obiettivi 2025

0% rimandato, 25% pianificato prossimo anno, 50% avviato, 75% in fase di completamento, 100% completato

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

Nel corso del 2025 abbiamo portato avanti le attività del programma di ingaggio Behave With Care. Attraverso azioni concrete e partecipative, abbiamo lavorato per trasformare grandi temi in esperienze quotidiane, capaci di generare consapevolezza e responsabilità condivisa. Behave With Care si è confermato uno spazio di attivazione continua della nostra community, valorizzando il contributo delle persone e rafforzando una cultura della sostenibilità vissuta, non solo dichiarata.

Anche nel 2026 proseguiamo le attività di questo progetto interno ormai parte integrante della nostra cultura.

- **Potenziare il piano di recruiting per categorie fragili**

Manteniamo un dialogo attivo con la Fondazione Adecco per le Pari Opportunità, condividendo i profili di persone in condizioni di fragilità per verificare eventuali corrispondenze con le posizioni aperte in Logotel e, quando possibile, avviare il processo di selezione.

100%

100%



Persone: avanzamento obiettivi 2025

0% rimandato, 25% pianificato prossimo anno, 50% avviato, 75% in fase di completamento, 100% completato

■ Definizione di linee guida Logotel per un linguaggio ampio e inclusivo

Nel corso del 2025 abbiamo realizzato un Vademecum per il linguaggio ampio Logotel. Non si tratta di un documento prescrittivo, ma di una serie di domande ed elementi per accendere una riflessione intorno ad un tema importante, garantendo il rispetto e l'accoglienza delle diversità per tutte le persone interne ed esterne alla nostra organizzazione.

Nel 2026 diffonderemo conoscenza e adoption di questo strumento.

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

Nel 2025 Logotel ha sponsorizzato la partecipazione di un team aziendale alla Run4Life e alla Vittoria for Women Run.

Anche nel 2026 selezioneremo iniziative benefiche e di promozione del benessere fisico e mentale insieme alle nostre persone.

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

Anche nel 2025 sono stati confermati i team Sostenibilità, Accessibilità, DEI a cui si aggiunge il Comitato per la Parità di Genere.

75%

100%

100%



Report Sostenibilità

3^a finalità Attori di rete



5. 3^a finalità Attori di rete

5.1 Realtà benefiche

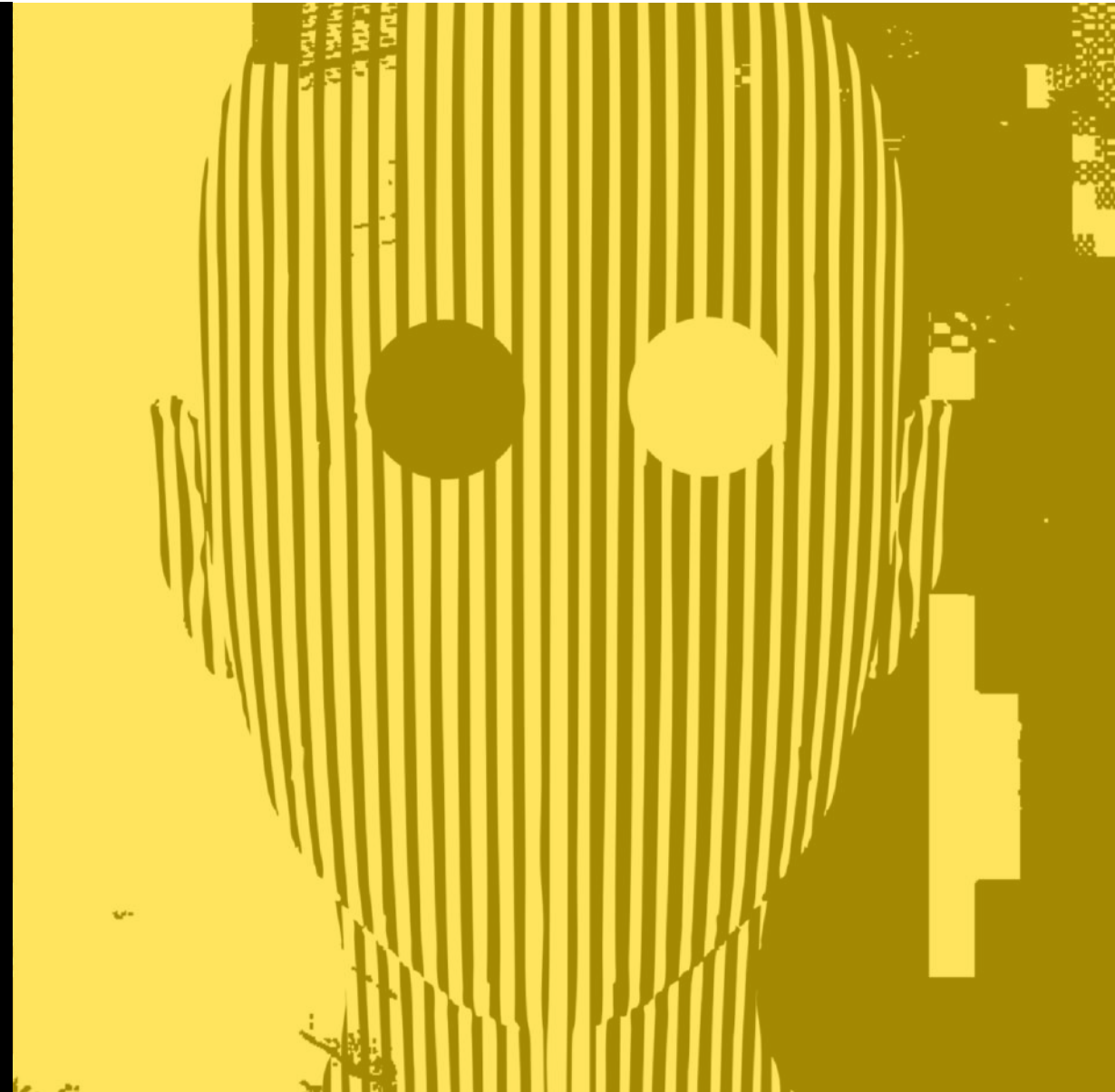
5.2 Donazioni

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

24k+

totale delle donazioni da parte di Logotel
a favore di realtà non-profit nel 2025

EURO

26k+

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

EURO

8

REALTÀ BENEFICHE

con cui abbiamo collaborato tramite progetti e
donazioni nel corso del 2025



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.

5.2 – Donazioni

Anche nel 2025 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.

A maggio **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: **logotel ha quindi donato 5.575 a Fondazione CESVI, organizzazione che opera in tutto il mondo per supportare le popolazioni più vulnerabili**.

Le realtà a favore di cui abbiamo effettuato una donazione nel corso del 2025 sono:

- **Fondazione CESVI**
- **Università degli studi di Milano**
- **Fondazione Don Gino Rigoldi**
- **Associazione Italiana Sclerosi Multipla**

Per un **totale di 24.075 euro**.

A marzo 2025 abbiamo supportato **la partecipazione di un team di colleghi alla RunForLife a Monza. I fondi raccolti sono stati devoluti alla ripiantumazione di alberi nel parco di Monza**, sradicati dai nubifragi di luglio 2023.

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 2025 abbiamo supportato la Fondazione su due fronti:

- 1. Supporto alla comunicazione della Fondazione**, lavorando in particolare a:
Impaginazione del **bilancio sociale 2024/25**
Supporto al **nuovo sito web**
- 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 2025 **hanno partecipato al progetto 6 volontari Logotel per un totale di 52 ore su due edizioni.**



AIRC – Insieme, la community dei volontari

Fondazione AIRC rappresenta il primo polo privato di finanziamento della ricerca oncologica indipendente in Italia e ha avviato la creazione di una community diffusa per rafforzare e rendere più strutturata l'esperienza del volontariato.

In questo contesto, Logotel ha accompagnato AIRC **nella progettazione, nel lancio e nella cura editoriale della nuova community dedicata ai volontari**, un ecosistema pensato per valorizzare le persone che sostengono ogni giorno la missione della Fondazione.

La community nasce come strumento per:

- **semplificare i processi di recruitment e onboarding**, rendendo più lineare e organizzata l'adesione al volontariato;
- **offrire strumenti, materiali e attività di formazione**, capaci di rendere la partecipazione più accessibile e strutturata;
- **favorire l'ingaggio continuo dei volontari**, anche al di fuori delle campagne di raccolta fondi nelle piazze.

Il percorso di lavoro ha coinvolto il team AIRC, i Comitati e Uffici regionali e i volontari attraverso momenti di ascolto e co-design, con l'obiettivo di **costruire uno spazio digitale basato sui bisogni reali degli utenti**. Logotel ha contribuito a definire identità, contenuti ed esperienza della community, supportando la creazione di un ecosistema pensato per reclutare, formare e ingaggiare i volontari nel tempo.

La community si configura oggi come un **hub digitale che accompagna tutte le fasi dell'esperienza del volontario**, dalla candidatura alla formazione, fino alla partecipazione alle iniziative sul territorio e alla condivisione di testimonianze, **rafforzando il senso di appartenenza e l'impatto della rete AIRC**.

20k

volontari

15+

video

4

campagne di piazza



5.3 – Iniziative per la Comunità

Oltre a portare il nostro contributo economico e progettuale ad alcune importanti realtà benefiche, anche nel 2025 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 2025 abbiamo collaborato con Made in Lambrate per animare il nostro quartiere**, in particolare durante le iniziative dedicate alla Milano Green Week e M'illumino di Meno, ma anche offrendo i nostri spazi per permettere a realtà culturali come Aedicola Lambrate, Climate Designers Milano e Service Design Drinks di portare cultura nel nostro quartiere.

Alla fine del 2025 si è concretizzata inoltre la **partnership con Exhibition Hub Italy, azienda leader nel settore dell'edutainment e promotrice della mostra immersiva Monet – The immersive experience**, allestita negli spazi di Ventura 15 (V15). Questa partnership sarà l'occasione per dare vita ad attività di coinvolgimento delle realtà di quartiere e cittadine.

Questa e le altre attività culturali che Logotel si impegna a fare vivere nel nostro quartiere generano un impatto reale e concreto sulla comunità territoriale di cui siamo parte. La mostra *Monet – The immersive experience* porterà **oltre 2000 visitatori a weekend** a scoprire il nostro quartiere: un flusso di persone importante di cui potranno beneficiare le attività locali.

È questo un impatto positivo che si somma a quanto avviene ogni giorno da parte delle nostre persone, che con la loro presenza animano l'economia di Lambrate. Quando organizziamo eventi e catering per la nostra comunità o i nostri clienti, cerchiamo sempre di prediligere imprese locali come il nostro vicino di casa *Il Bar Triste*.

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 dicembre, in occasione della nostra festa invernale, 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**.



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.

Network: avanzamento obiettivi 2025

0% rimandato, 25% pianificato prossimo anno, 50% avviato, 75% in fase di completamento, 100% completato

■ Confermare e potenziare il piano di volontariato d'impresa

Anche nel 2025 abbiamo confermato il programma di volontariato aziendale con Fondazione Don Gino Rigoldi.

In vista del 2026 valuteremo nuove opportunità di volontariato da proporre alle persone della comunità Logotel.

75%

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

Nel 2025 abbiamo aumentato il totale delle donazioni a favore di entità benefiche (24.000 euro rispetto a 14.000 euro donati nel 2024).

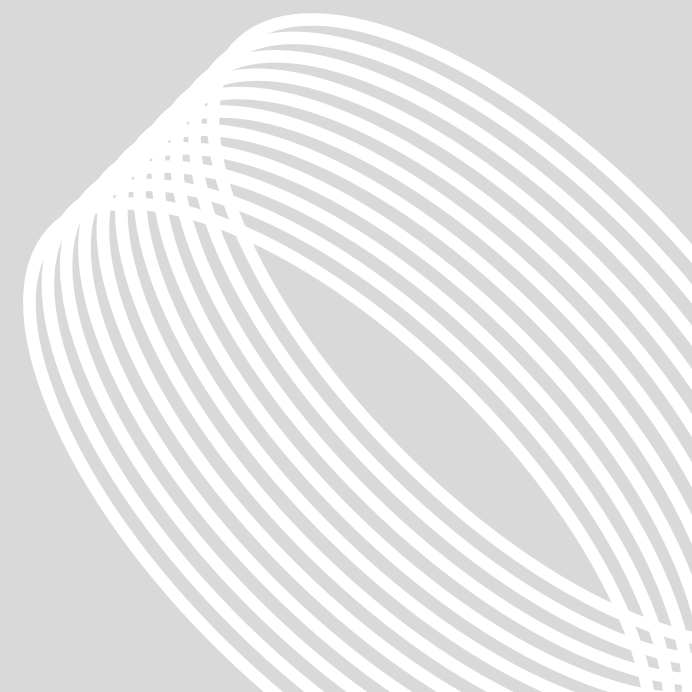
Nel 2026 vogliamo confermare l'impegno per aiutare, anche economicamente, le realtà non-profit del nostro ecosistema.

100%

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

Nel 2024 avevamo previsto di lanciare un'edizione del corso Community Building a cui invitare, gratuitamente, operatori del terzo settore. L'edizione non è partita nel 2025 e non è attualmente prevista per il 2026.

0%



Network: avanzamento obiettivi 2025

0% rimandato, 25% pianificato prossimo anno, 50% avviato, 75% in fase di completamento, 100% completato

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

Anche nel 2025 abbiamo continuato ad investire in termini di tempo e conoscenze dei nostri professionisti sui progetti con impatto sociale in cui crediamo. Nel corso dell'anno abbiamo co-investito su progetti realizzati insieme ad AIRC, Valore D e Fondazione Don Gino Rigoldi.

Questo impegno proseguirà anche nel corso del 2026.

100%

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

Nel 2025 abbiamo aperto i nostri spazi a realtà che operano per la comunità nel quartiere di Lambrate o nella città di Milano. Tra le realtà con cui abbiamo collaborato, portando occasioni di incontro e spunti culturali nel nostro quartiere, ricordiamo l'Aedicola di Lambrate, il collettivo Climate Designers Milano e la community dei Service Design Drinks.

Nel 2026 aumenteremo ulteriormente questo impegno, con l'obiettivo di animare e fare vivere il quartiere che ci ospita.

50%



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 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

10

UNIVERSITÀ

realità del contesto accademico italiano
e internazionale con cui abbiamo
collaborato

8

PARTNERSHIP DI
ECOSISTEMA

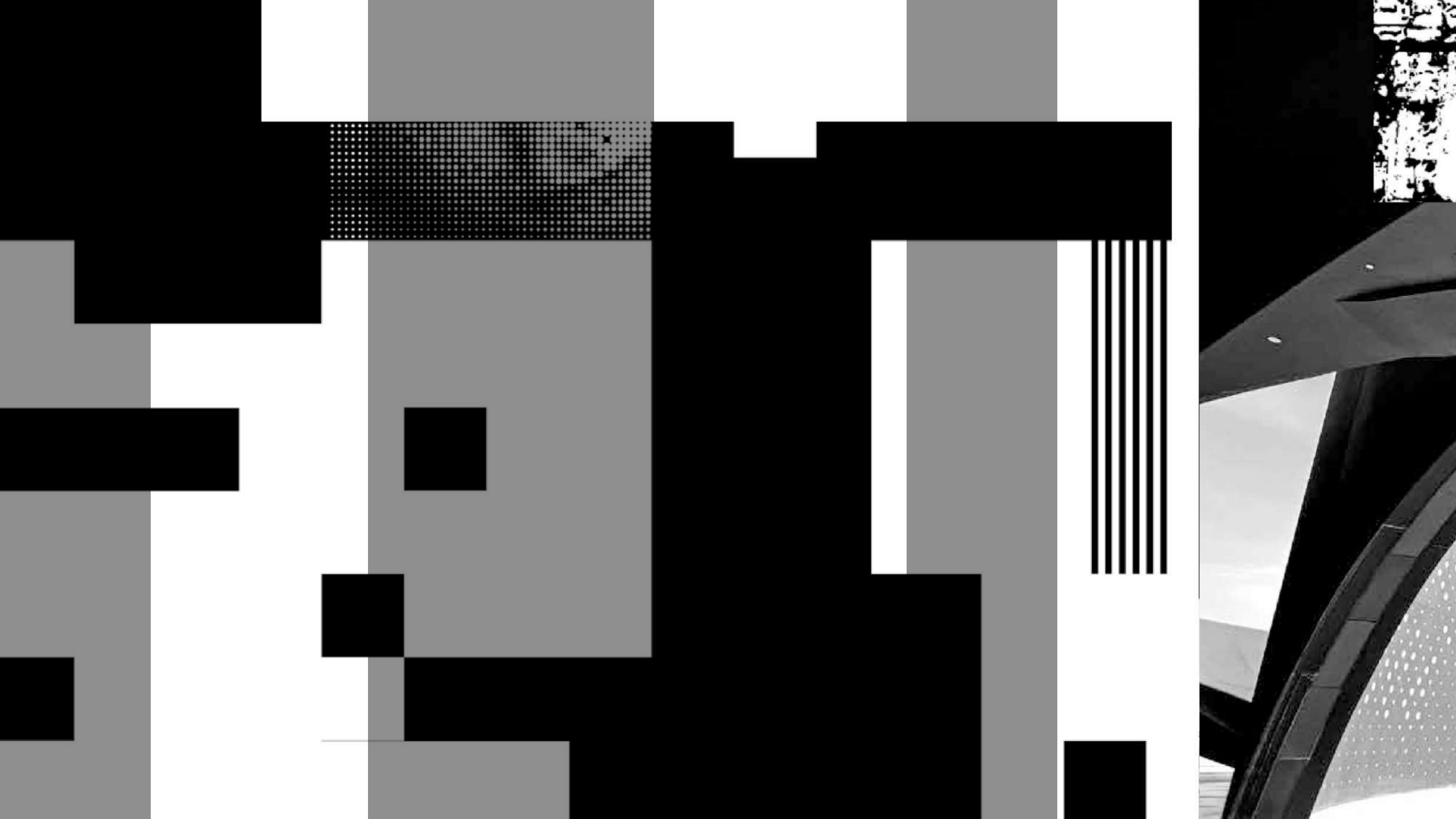
attive nell'anno 2025 (istituti di ricerca,
università ed enti accademici, fondazioni e
associazioni)

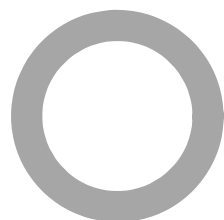
3

LANDSCAPE
ORGANIZZATI

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







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

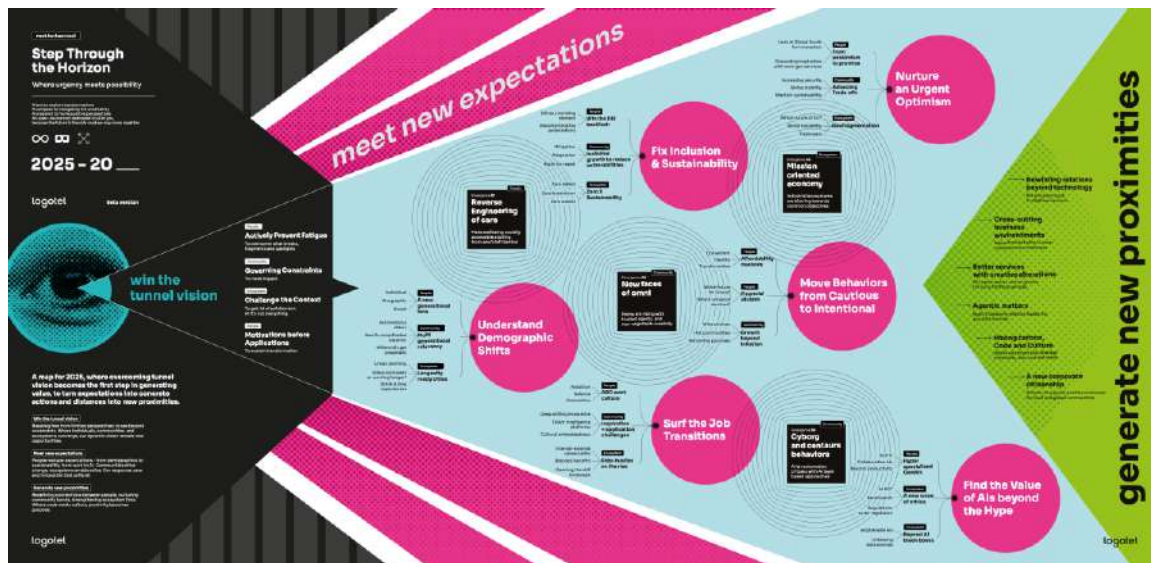
Next Horizon è un ecosistema costruito in oltre 10 anni di esperienza. È un **laboratorio di ricerca permanente**, frutto di una collaborazione multidisciplinare con personalità autorevoli con diversi ruoli e competenze: manager, imprenditori, ricercatori, antropologi, sociologi, futurologi, semiologi, 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 2025 abbiamo creato quattro nuovi open mind focalizzati sul tema delle generazioni, sugli approcci collaborativi dell'intelligenza artificiale, sul senso delle community e sul senso di appartenenza delle organizzazioni.

Inoltre abbiamo realizzato tre prodotti di mappatura trend: sulla comunicazione e reputazione, sulle grandi forze che stanno cambiando lo scenario e sull'evoluzione dei modelli organizzativi.

Nel 2025, ai progetti che rientrano nella cornice di Horizon, sono state dedicate risorse per oltre 57.733 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 più di 500 articoli pubblicati e un network di collaboratori che conta oltre 300 autori.

Nel 2025 abbiamo realizzato il diciassettesimo volume di Weconomy, il progetto editoriale di ricerca dedicato all'economia collaborativa. Titolato **XXL expectations**, è un viaggio in cinque territori che – insieme a un team di esperti internazionali e insight dall'ecosistema Logotel – ha affrontato come attivare progettualità positive in un mondo frammentato, a partire dalla demografia, dall'estetica, le organizzazioni, l'evoluzione delle forme di intelligenza e i nuovi modi di misurare il valore. Il lancio del nuovo numero è stata l'occasione per realizzare il nuovo sito web del progetto.

Nel 2025, per il progetto Weconomy sono state dedicate risorse per 64.586 euro.



Landscape

Con il format **Landscape**, creiamo **percorsi narrativi** per divulgare il nostro punto di vista sui cambiamenti nei settori nei quali operiamo (dal retail al learning, dalla sostenibilità all'intelligenza artificiale, dalla mobilità ai cambiamenti nel mondo del lavoro) e per **allargare il nostro sguardo** e contaminarci con nuove suggestioni e stimoli provenienti da ambiti differenti.

Sono incontri per lo più rivolti all'intera popolazione aziendale, che abbiamo però deciso di aprire progressivamente a una platea più vasta, per aumentare gli spazi di condivisione e confronto.

Nel 2025 Logotel ha organizzato **3 Landscape** affrontando diverse tematiche. **Vincenzo Scagliarini**, Head of Research Logotel, ha condiviso una mappa che, analizzando dati, report e trend, ha individuato tre lenti per leggere l'anno appena trascorso: uno strumento utile per orientarci e generare impatto concreto. Insieme all'esperto di geopolitica digitale **Antonio Deruda** abbiamo approfondito il peso crescente della sfera digitale nelle dinamiche geopolitiche globali. Con **Federico Cabitza**, docente di interazione uomo-macchina all'Università degli Studi di Milano-Bicocca, abbiamo esplorato cosa significa "affidarsi" alle intelligenze artificiali mantenendo consapevolezza e dando forma a interazioni positive e motivanti.

Hello,
we are Logotel

Il nostro approccio
alla sostenibilità

Prima Finalità:
Clienti

Seconda Finalità:
Persone

Terza finalità:
Attori di rete

Quarta finalità:
Conoscenza

Impegno
per l'ambiente

Obiettivi
futuri

logotel

In aggiunta ai landscape tradizionali, in occasione della **Milano Green Week**, abbiamo ospitato in Logotel un evento aperto alla cittadinanza e suddiviso in due momenti:

- *Urban futures: Envisioning by design*; un talk per riflettere sul ruolo del design per generare impatti concreti sulle città del futuro;
- *Envisioning lab: Cronache da Milano 2040*; un workshop collaborativo per immaginare la vita quotidiana nella Milano del 2040 in diversi ambiti: dalla mobilità all'abitare, dall'educazione all'innovazione.

L'evento, moderato da **Silvia Magnanini**, Senior PM & Service designer logotel, ha visto la partecipazione di:

- **Silvia Tracchi**, Corporate Marketing, Communication and Events Director dell'Università Bocconi;
- **Matteo Brambilla**, co-founder di FROM;
- **Daniele Tamborini**, founder della startup RD-29;
- **Antonella Belletti**, Designer RD-29;
- **Ana Luiza Magalhães**, co-leader di Climate designers Milan;
- **Tiziana Cardile**, Head of creativity Logotel.

logotel

MILANO GREEN WEEK

LAMBRATE

URBAN FUTURES: ENVISIONING BY DESIGN

18/09 | 18:30 - 19:30

LOGOTEL, VIA PRIVATA G. VENTURA, 15

Dare forma al cambiamento attraverso il design. In dialogo con:

Antonella Belletti
Designer, RD-29

Matteo Brambilla
Co-Founder FROM

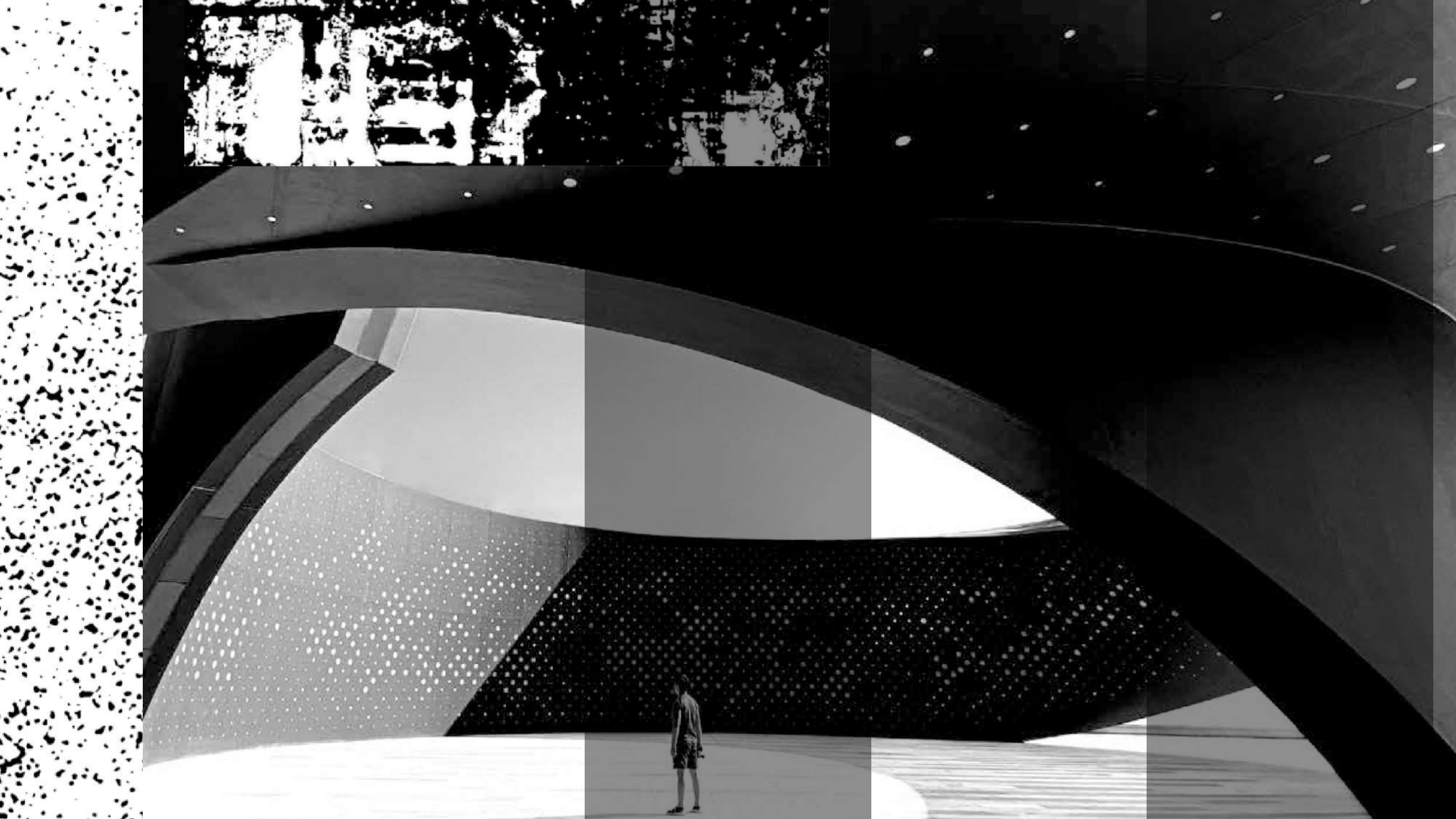
Tiziana Cardile
Head of Creative, logotel

Demetrio Scopelliti
Director of Urban Planning and Public Space, AMAT

Daniele Tamborini
Founder, RD-29

Silvia Tracchi
Corporate Marketing, Communication and Events Director, Università Bocconi

Moderata da
Silvia Magnanini
Senior PM & Service Designer presso logotel



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 2025 è proseguita la collaborazione tra Logotel e Assolombarda sul progetto **FLOW – Future Lab on Work**, seconda edizione del percorso avviato nel 2024 all'interno di **Circular HR**, il progetto strategico di Assolombarda pensato per supportare le imprese associate sulle sfide di **People & Culture**, con particolare attenzione ai temi di attraction e retention.

FLOW si conferma come un **percorso di confronto e co-progettazione** dedicato a leader, imprenditori e responsabili HR, **finalizzato a condividere pratiche, sperimentazioni e strumenti utili ad attrarre, valorizzare e trattenerne le persone**, generando soluzioni concrete e trasferibili nelle diverse realtà organizzative.

Il progetto si è sviluppato attraverso una **articolazione di momenti differenziati**, pensati per valorizzare sia la continuità con il lavoro svolto nell'edizione precedente sia l'ingaggio di nuove imprese. In particolare, FLOW 2025 ha previsto **un appuntamento dedicato alle circa 40 imprese che avevano partecipato al percorso nel 2024**, concepito come momento di follow-up e condivisione delle sperimentazioni avviate.

Inoltre, l'edizione 2025 ha visto il coinvolgimento diretto di **30 imprese**, prevalentemente **PMI**, appartenenti a settori diversi per dimensione e industry, che hanno partecipato attivamente come co-autrici del percorso. Per loro sono stati previsti **due appuntamenti ispirazionali da remoto** e **due Circle Lab in presenza**, ospitati negli spazi Logotel, in cui i partecipanti hanno potuto confrontarsi su casi reali, condividere sfide e co-generare soluzioni "ready to use".

Nel corso degli incontri, le aziende hanno **lavorato su temi chiave legati all'esperienza delle persone, all'attrattività organizzativa, alla costruzione del purpose e alla capacità di fare rete dentro e fuori le organizzazioni**, rafforzando una comunità di pratica orientata allo scambio continuo e alla sperimentazione.

La prosecuzione di FLOW nel 2025 ha consolidato il ruolo di Logotel come partner di Assolombarda nella progettazione e facilitazione di percorsi ad alto impatto, capaci di generare valore condiviso e di accompagnare le imprese associate nell'evoluzione dei modelli organizzativi e culturali.

Nel 2025 abbiamo attivato o mantenuto attive le seguenti partnership di ecosistema:

- **Behave Lab**, centro di ricerca e formazione di sociologia comportamentale del Dipartimento di Scienze Sociali e Politiche dell'Università di Milano, che si propone di integrare la ricerca sperimentale e computazionale per studiare l'emergenza di pattern sociali complessi e su larga scala dall'interazione tra agenti.
- **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, dal 2024 abbiamo ottenuto la **certificazione Microsoft Solutions Partner for Modern Work**, con specializzazione in **adoption e change management**.

Nel 2025 abbiamo ottenuto la qualifica di **Microsoft Copilot Jumpstart Partner Ready Tier**, riservata ai partner che dimostrano competenze avanzate e comprovata esperienza nell'implementazione e nell'adozione di Microsoft 365 Copilot.



6.3 – Partecipazione a eventi

Nel corso del 2025 abbiamo alimentato il nostro ecosistema partecipando e realizzando complessivamente 28 eventi. Di seguito una selezione.

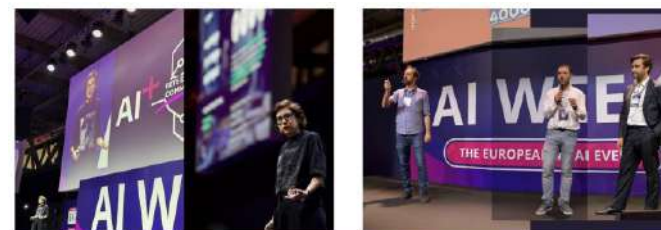
Abbiamo preso parte all'**AI WEEK**, il più importante evento europeo dedicato all'intelligenza artificiale, condividendo con gli oltre 17.500 partecipanti il nostro approccio AI+ People & Community per una adoption e governance efficace e sostenibile dell'AI, nonché le nostre expertise nella progettazione di AI agent. La partecipazione si è concretizzata in:

- uno speech tenuto dal nostro amministratore delegato Nicola Favini sul Main Stage;
- uno speech tenuto dalla co-founder, general manager e Chief design officer Cristina Favini sul Tech Stage;
- un workshop tenuto da Daniele Cerra (Chief Innovation Manager e Partner) e Matteo Ordanini (Senior PM Change & Learning), insieme a Claudio Magni di Italgas;
- uno stand nell'area espositiva.

Abbiamo partecipato a una serie di eventi organizzati da **Comunicazione Italiana**, società di knowledge networking attiva da oltre 20 anni:

- **Financial Forum 2025**, in cui Cristina Favini ha raccontato il percorso intrapreso da Logotel sulla strada della rendicontazione di sostenibilità;
- **Forum comunicazione 2025**, in cui Gabriele Buzzi, Head of Content & Community Presales, ha condotto il tavolo tematico dal titolo: Costruire community digitali: dialogo ed engagement;

- **Blue&Green economy awards**, premio istituito dall'Associazione for human community per valorizzare le aziende che si distinguono nell'integrare sostenibilità e benessere nella strategia e pratica quotidiana. Logotel è stata selezionata tra le imprese finaliste.



Ciao Antonella Caselli. Ti diamo il benvenuto nella "House of Engagement". Fai un tour con noi! (per scoprire scopri)



Presenta il tuo nuovo sito web, con il tuo sito web e il tuo sito web. 2 dicembre alle 10:00

53 utenti hanno votato per Vegetari.



Abbiamo ospitato un evento di **Climate designers Milan**, collettivo di professionisti creativi che si occupano di cambiamento climatico, e abbiamo partecipato all'**evento conclusivo del Premio Bilancio di Sostenibilità 2025** del Corriere della Sera – Next economia, risultando tra i finalisti.

Abbiamo partecipato alla realizzazione dell'**evento «Educare al Futuro: competenze, intelligenza artificiale e nuove sfide per la scuola»**, organizzato da Deascuola, Intesa Sanpaolo e Università Luiss Guido Carli in partnership con Accenture. L'evento è stato moderato da Simone Colombo, Partner Community & Content Logotel.

Cristina Favini ha partecipato a una tavola rotonda in occasione della presentazione del libro **DESIGN (MULTIFORM) STRATEGIC** di Gianluca Carella e Francesco Zurlo, organizzato all'ADI MUSEUM, e ha tenuto uno speech in occasione dell'**evento INDUSTRIA 5.0** organizzato presso il Circolo del Design di Torino.

Jessica Aroni, Partner Change & Learning, ha tenuto uno speech durante l'evento **PEOPLE & CULTURE MEETUP** organizzato dal gruppo OneDay.

Nel corso del 2025 Logotel ha inoltre realizzato una serie di eventi racchiusi nella cornice di **«Sharing (h)ours»**, format di incontri ibridi con esperti e clienti dedicati ad alcune delle sfide più urgenti di imprese e organizzazioni. Le tematiche affrontate negli incontri (due in presenza e uno da remoto) sono state: la people experience, l'AI adoption e l'engagement.

6.4 – 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 2025 Logotel ha creato opportunità di trasmissione delle proprie conoscenze con diverse realtà del contesto accademico italiano e internazionale: **Politecnico di Milano, Università Bocconi, Università Statale di Milano, Poli.design, Sole 24 Ore Business School, POLIMI Graduate School of Management (Italy), Institute of Design (ID), Luiss Guido Carli University, Università di Navarra – Spagna.**

Corso Impact design al Politecnico di Milano

Anche nel 2025 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 pratiche 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:

- **17 studenti provenienti da 3 diversi corsi di studio;**
- **17 visiting professor e 1 azienda coinvolta nel project work;**
- **3 mesi di lezione conclusi con la realizzazione e la presentazione di 5 project work.**

Tesi di laurea

Nel corso del 2025, abbiamo **affiancato due studenti del Politecnico di Milano nella realizzazione del loro progetto di laurea magistrale**. Entrambi i progetti hanno visto l'applicazione dell'*Impact Design*, per dare forma a elaborati di ricerca in grado di generare un impatto reale.

- Il progetto **«LINE – Prevenzione Insieme»** realizzato da **Elena Buttitta, laureata in Design della Comunicazione**, è partito dalla domanda di ricerca *«Come possono le aziende costruire una cultura orientata al benessere e alla prevenzione per le loro persone, attraverso strumenti di comunicazione, education e ingaggio»* e ha preso forma nello sviluppo di un caso reale costruito sulla Community di persone Logotel.
- **«Well-ie: A Phygital Experience to feel House Wellbeing»** realizzato da **Ilario Pedrone, laureato in Dital & Interaction Design**, esplora invece come le esperienze phygital rendano tangibile il benessere abitativo nei processi di ristrutturazione. È un prodotto-servizio con dispositivo in Augmented Reality e applicazione digitale a supporto. La tesi sviluppa uno use case per Kerakoll, leader nell'edilizia sostenibile, traducendo dati invisibili in esperienze sensoriali per supportare le decisioni dei clienti.

Conoscenza: avanzamento obiettivi 2025

0% rimandato, 25% pianificato prossimo anno, 50% avviato, 75% in fase di completamento, 100% completato

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

Anche nel corso del 2025 abbiamo rinnovato la nostra partecipazione alla Green Week, organizzando un evento aperto al pubblico nella nostra sede suddiviso in due momenti. **Vogliamo riconfermare la partecipazione alla Green Week anche per il 2026**, prevedendo nuove occasioni per aprire al pubblico e al territorio i nostri eventi in ambiti ESG e coinvolgendo un maggior numero di interlocutori.

100%

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

Sono aumentate, nel corso del 2025, sia le realtà del contesto accademico italiano e internazionale con cui abbiamo collaborato, sia le partnership di ecosistema attive con istituti di ricerca, università ed enti accademici, fondazioni e associazioni. Numeri che certificano il nostro aumentato impegno verso il mondo educativo, che vogliamo rinnovare anche per il prossimo anno.

100%

■ Continuare mettere a disposizione gratuitamente una parte dei progetti di ricerca

Anche nel corso del 2025 è proseguito il nostro impegno a condividere la nostra cultura ed i risultati del nostro team di ricerca in modalità «open source» per quanto riguarda una parte dei progetti, anche in sinergia con le azioni che rientrano negli altri obiettivi. **Un impegno che rinnoveremo nel 2026, con un focus specifico sulla diffusione del nuovo numero di Weconomy.**

100%

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

1,94E⁻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 2025 che si riferiscono ai dati dell’anno precedente sono i seguenti:**

2024 Verified GHG Emissions in t CO2-eq (*)		
Category 1	Direct Emissions	97
Category 2	Energy Indirect Emissions (Location based)	55
Category 3	Indirect Emissions from Transportation	222
Category 4	Indirect GHG emissions from products used by organization	36

(*) 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 (2024): 410 tCO₂eq

Ricavi servizi caratteristici (2024): 21.091.225 euro

Indicatore: 1,94E-05 tCO₂eq

Rispetto all'anno precedente, notiamo quindi un aumento delle emissioni pari a 0,29 punti. Rispetto all'anno base 2022, quando abbiamo condotto la nostra prima analisi, registriamo un aumento del 51% circa delle emissioni GHG. Questo aumento è legato in particolare alla categoria 3. Rispetto al 2022, gli spostamenti casa-lavoro sono aumentati del 51%, mentre i viaggi di lavoro dell'80%. Questo aumento è legato in particolare al ritorno in ufficio e alla ripresa delle trasferte dopo gli anni caratterizzati dal Covid-19. La Categoria 1 registra un'incidenza del 24% sul totale rendicontato nel 2024, con un aumento dovuto in particolare all'aumento nell'utilizzo del metano per il riscaldamento degli uffici. Allo stesso tempo, nella Categoria 1 registriamo anche una diminuzione delle emissioni generate dai veicoli aziendali.

Al momento della scrittura di questo report, non sono ancora disponibili i dati 2025, che saranno pubblicati 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**;
- 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...);

7.2 – I nostri fornitori

- **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 (cancelleria), energia elettrica e altre utilities, consulenza nell'ambito dei servizi legali, amministrativi, di comunicazione, marketing, videomaking, traduzioni.

I nostri fornitori rientrano tuttavia 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:**

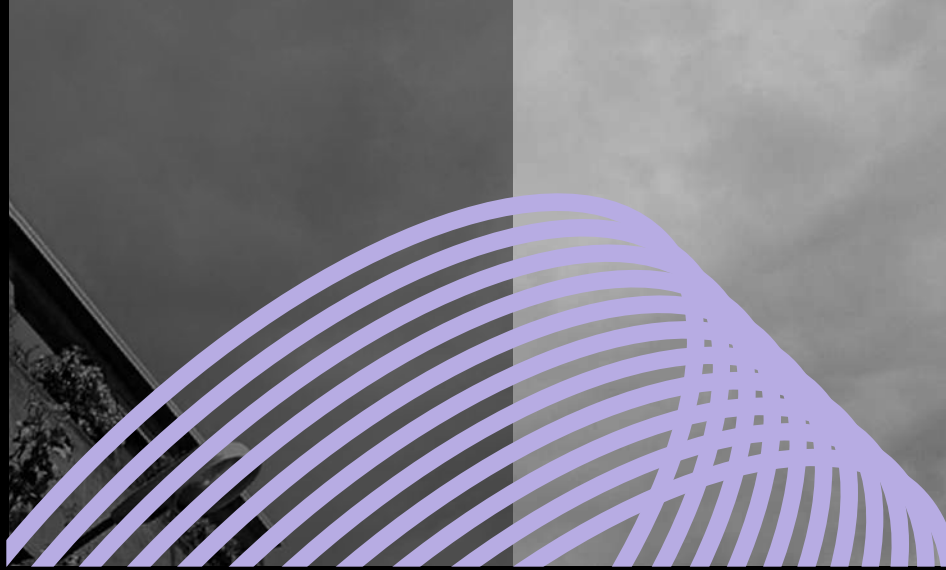
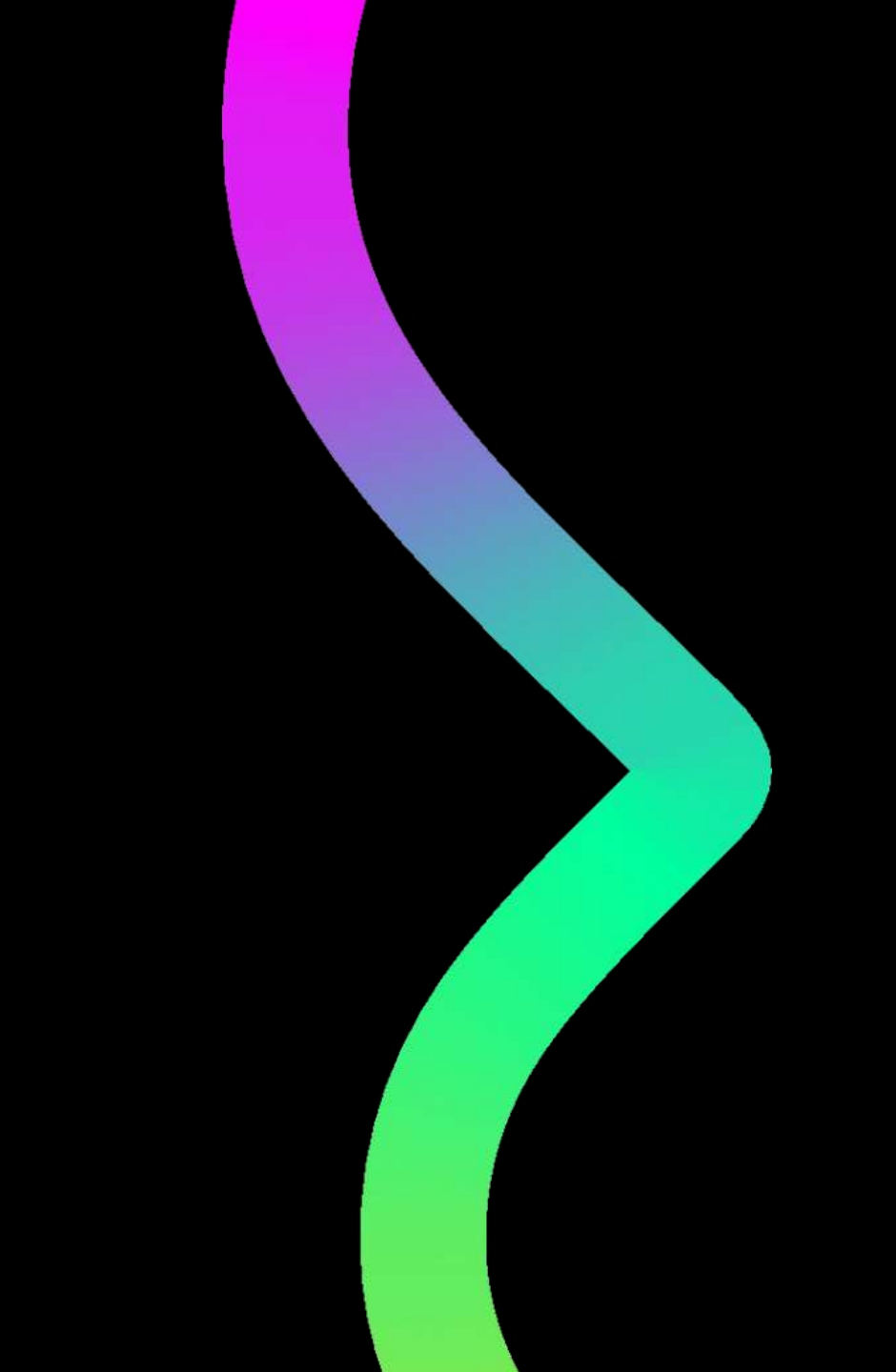
Ai nostri fornitori e partner chiediamo di rispettare i nostri valori e di mantenere un comportamento coerente con essi. Periodicamente procederemo a una valutazione del rapporto con essi e delle criticità che potrebbero emergere. Più in particolare auspichiamo che fornitori e partner condividano attenzione 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 2025 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. Abbiamo ridato vita allo spazio Ventura 15, all'interno dell'edificio che ci ospita, che è stato la sede della nostra plenaria e di un party serale aperto a fornitori locali e clienti. I pranzi per gli oltre 250 partecipanti si sono svolti in bar e ristoranti del quartiere.



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. – 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.**

Nei capitoli dedicati alle nostre finalità di beneficio comune di questo report, abbiamo riportato gli obiettivi specifici che ci siamo posti per l'anno 2025 e rendicontato gli avanzamenti ed i risultati ottenuti.

Nel 2026, oltre a continuare ad impegnarci sugli obiettivi già definiti lo scorso anno, vogliamo impegnarci rispetto ad alcune nuove sfide. **Gli obiettivi 2026 sono stati definiti nel corso di conversazioni tra il team Sostenibilità di Logotel e i referenti delle diverse aree della nostra organizzazione, in particolare i responsabili delle Business Unit, il team People e la proprietà.**

Ci impegniamo a rendere conto dello stato di avanzamento delle diverse azioni e dei risultati all'interno del nostro Report di Sostenibilità 2026, che corrisponde alla nostra Relazione di Impatto.

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 riportati gli obiettivi che intendiamo perseguire nel corso del 2026

Obiettivi 2026

Clienti

- 1. Misurare l'impatto generato in ambito ESG dai progetti realizzati per i nostri clienti,** inserendo un set di domande dedicate all'interno dei questionari di feedback che inviamo nel corso e al termine delle collaborazioni.
- 2. Realizzare progetti per i nostri clienti su temi attuali e importanti, con una componente rilevante di impatto sulla società.** Alcuni dei possibili temi identificati sono: AI literacy, longevity, multi-generazionalità, brain capital...

Persone

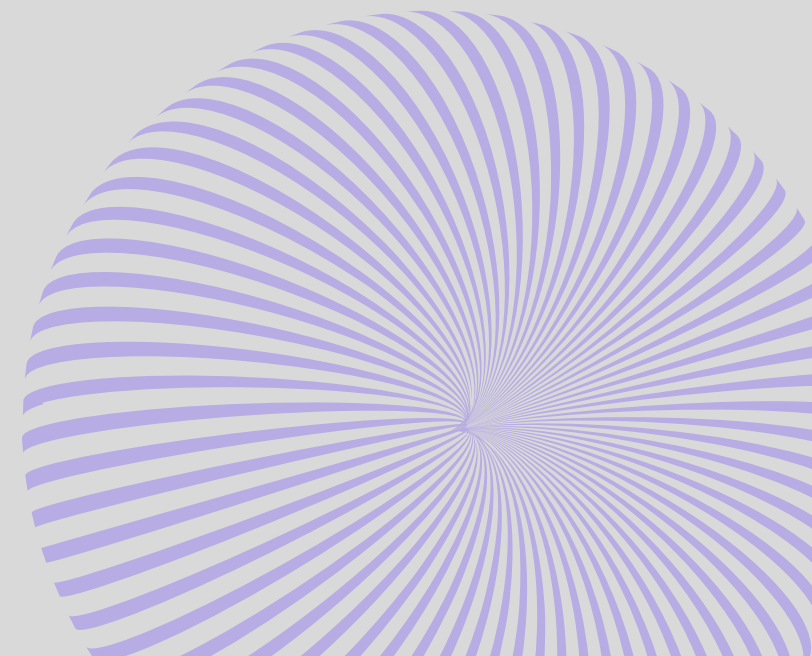
- 1. Fare vivere la Certificazione per la Parità di Genere implementando le raccomandazioni emerse dal certificatore,** costruendo opportunità formative e mettendo a disposizione del nostro ecosistema strumenti concreti per un cambio culturale.
- 2. Accompagnare le nostre persone nell'adozione delle nuove tecnologie,** in particolare l'AI, un tema fondamentale in ottica di up-skilling, sviluppo di competenze fondamentali nel futuro e employability.
- 3. Ascoltare le nostre persone attraverso una survey dedicata ai temi della DEI e con focus specifico sulla longevity,** per rendere questo tema una bussola nelle azioni di *caring* verso le nostre persone.

Attori di rete

- 1. Lavorare ancora di più con le realtà del nostro territorio,** in particolare il quartiere di Lambrate, intessendo relazioni significative con l'obiettivo di generare opportunità economiche, sociali e culturali la nostra comunità locale.

Conoscenza

- 1. Diffondere i contenuti del nostro progetto editoriale open-source Weconomy,** attraverso momenti dedicati e aperti a tutto il nostro ecosistema di stakeholder.



GRI index

Dichiarazione d'uso: Logotel ha redatto un report con riferimento agli Standard GRI per il periodo 01 gennaio – 31 dicembre 2025.

GRI 1 – Principi fondamentali 2021

GRI 2 – Informativa generale 2021

1. L'organizzazione e le sue prassi di rendicontazione

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 2-1	Dettagli organizzativi	<ul style="list-style-type: none"> Nota metodologica 1.6 – Governance 	
GRI 2-2	Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	<ul style="list-style-type: none"> Nota metodologica 	
GRI 2-3	Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	<ul style="list-style-type: none"> Nota metodologica GRI Index 	<p>Il report di sostenibilità 2025 Logotel è relativo al periodo 01 gennaio – 31 dicembre 2025, corrispondente al periodo del rendiconto finanziario, e viene redatto annualmente. Il presente documento è stato approvato in data: 28/04/2026</p> <p>Punto di contatto: e.carione@logotel.it</p>
GRI 2-4	Revisione delle informazioni	<ul style="list-style-type: none"> Nota metodologica 	Rispetto al report precedente non si segnalano variazioni.
GRI 2-5	Assurance esterna	<ul style="list-style-type: none"> GRI Index 	Il report di Sostenibilità 2025 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	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nota metodologica ▪ 1.6 – Governance ▪ 2.2 – Persone, clienti, fornitori, comunità: i nostri stakeholder ▪ 7.2 – I nostri fornitori 	In quanto società di servizi, i nostri fornitori principali includono: consulenti, fornitori di apparecchiature elettroniche, materiale per uffici, energia elettrica, mobility.
GRI 2-7	Dipendenti	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 2.2 – Persone, clienti, fornitori, comunità: i nostri stakeholder ▪ 4.1 – Diversity, Equity & Inclusion 	
GRI 2-8	Lavoratori non dipendenti	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 2.2 – Persone, clienti, fornitori, comunità: i nostri stakeholder ▪ GRI Index 	Nel corso del 2025 il totale delle giornate di lavoro di professionisti esterni a vario titolo per conto di Logotel è stato di 3.275. Al 31/12/2025 il numero di stage attivi era: 8.

3. Governance

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 2-9	Struttura e composizione della governance	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nota metodologica ▪ 1.6 – Governance 	
GRI 2-10	Nomina e selezione del massimo organo di governo	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nota metodologica ▪ 1.6 – Governance 	
GRI 2-11	Presidente del massimo organo di governo	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nota metodologica ▪ 1.6 – Governance 	
GRI 2-12	Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lettera al nostro ecosistema ▪ Nota metodologica ▪ 1.6 – Governance ▪ 2.3 – Analisi di materialità ▪ 8 – Obiettivi futuri 	
GRI 2-13	Delega di responsabilità per la gestione di impatti	<ul style="list-style-type: none"> • 1.6 – Governance 	
GRI 2-14	Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lettera al nostro ecosistema ▪ Nota metodologica ▪ 1.6 – Governance ▪ 2.3 – Analisi di materialità 	
GRI 2-15	Conflitti d'interesse	<ul style="list-style-type: none"> • 2.5 – Etica e trasparenza 	

GRI 2-16	Comunicazione delle criticità	<ul style="list-style-type: none"> 2.5 – Etica e trasparenza 	
GRI 2-17	Conoscenze collettive del massimo organo di governo	<ul style="list-style-type: none"> 1.6 - Governance 	
GRI 2-18	Valutazione della performance del massimo organo di governo	<ul style="list-style-type: none"> GRI Index 	Le performance del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti sull'economia, sull'ambiente e sulle persone non sono al momento valutate su specifici Kpi.
GRI 2-19	Norme riguardanti le remunerazioni	<ul style="list-style-type: none"> GRI Index 	Logotel adempie alle prescrizioni in materia di accordi di contrattazione collettiva applicando il CCNL di riferimento ("Terziario, Distribuzione, Servizi").
GRI 2-20	Procedura di determinazione della retribuzione	<ul style="list-style-type: none"> 4.3 – LogotelXLo gotel e formazione continua 	
GRI 2-21	Rapporto di retribuzione totale annuale	<ul style="list-style-type: none"> GRI Index 	Il rapporto di retribuzione totale annuale, calcolato al 31/12/2025, è pari a 4,41.

4. Strategia, politiche e procedure

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 2-22	Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	<ul style="list-style-type: none"> Nota metodologica 1.6 – Governance 	
GRI 2-23	Impegni assunti tramite policy	<ul style="list-style-type: none"> Nota metodologica 1.6 – Governance 	
GRI 2-24	Integrazione degli impegni in termini di policy	<ul style="list-style-type: none"> Nota metodologica 1.6 – Governance 	
GRI 2-28	Appartenenza ad associazioni	<ul style="list-style-type: none"> GRI Index 6.2 Collaborazioni con associazioni di categoria 	<p>Logotel fa parte delle seguenti associazioni di categoria:</p> <ul style="list-style-type: none"> 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. <p>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.</p>

5. Coinvolgimento degli stakeholder

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

Tema materiale - Salute e sicurezza sul lavoro

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 2.3 - Analisi di materialità ▪ 4.2 - 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	<ul style="list-style-type: none"> 2.2 - Persone, clienti, fornitori, comunità: i nostri stakeholder 	
GRI 3-2	Elenco di temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> 2.3 - Analisi di materialità 	
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> 4.3 - LogotelXLo gotel e formazione continua 	
GRI 404-1	Numero medio di ore di formazione all'anno per dipendente	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 2.3 - Analisi di materialità 2.5 - Etica e trasparenza 	
GRI 3-2	Elenco di temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> 4.1 - Diversity, Equity e Inclusion 	
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> 4.3 - LogotelXLogotel e formazione continua 	
GRI 405-1	Diversità negli organi di governance e tra i dipendenti	<ul style="list-style-type: none"> GRI Index 	
GRI 405-2	Rapporto tra salario di base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini		Dall'analisi delle retribuzioni medie per livello, è emerso che 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 nei livelli 1 e 2 sono giustificate dalla forte presenza di figure STEM che hanno retribuzioni più elevate rispetto alla media e che statisticamente hanno una forte componente maschile. 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	<ul style="list-style-type: none"> 2.3 - Analisi di materialità 2.5 - Etica e trasparenza 	
GRI 3-2	Elenco di temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> 4.1 - Diversity, Equity e Inclusion 	
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> 4.3 LogotelXLogotel e formazione continua GRI Index 	
GRI 401-1	Assunzioni di nuovi dipendenti e avvicendamento dei dipendenti		<p>Il numero di posti di lavoro a tempo pieno e part-time che sono stati aggiunti al libro paga dell'azienda nel corso del 2025 è 11, pari al 5,79%</p> <p>Il numero di impiegati a tempo pieno e part-time che hanno smesso di lavorare presso l'azienda nel corso del 2025 è 17, pari al 8,95%.</p>
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	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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	<ul style="list-style-type: none">▪ 1.5 - La nostra storia: una mappa fatta di esperienze▪ 2.3 - Analisi di materialità▪ 2.4 Il nostro modello di attivazione economica	
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	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 2.3 - Analisi di materialità ▪ 2.5 - Etica e trasparenza 	
GRI 3-2	Elenco di temi materiali		
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali		
GRI 205-3	Incidenti confermati di corruzione e misure adottate		Nel periodo di rendicontazione in Logotel non è stato rilevato alcun episodio di corruzione, né sono stati avviati procedimenti legali per motivi di corruzione.
GRI 206-1	Azioni legali relative a comportamento anticompetitivo, attività di trust e prassi monopolistiche		Nel periodo di rendicontazione non sono stati avviati procedimenti legali contro Logotel per comportamenti anticompetitivi, attività di trust o pratiche monopolistiche.

Tema materiale – Privacy e sicurezza dei dati

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> 2.3 - Analisi di materialità 2.5 - Etica e trasparenza 	Nel periodo di rendicontazione non si sono registrate denunce comprovate ricevute riguardanti violazioni della privacy dei Clienti e/o perdite di loro dati.
GRI 3-2	Elenco di temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> GRI Index 	
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali		
GRI 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	<ul style="list-style-type: none"> 2.3 - Analisi di materialità 	
GRI 3-2	Elenco di temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> 3.1 - Team Logotel con expertise verticali su temi di sostenibilità ambientale e sociale 	
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> 3.2 - Progetti con i nostri clienti 	

Tema materiale - Brand identity Logotel

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> 2.3 - Analisi di materialità 	
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	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 2.3 – Analisi di materialità ▪ 2.5 – Etica e trasparenza 	
GRI 3-2	Elenco di temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 3.1 – 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	<ul style="list-style-type: none"> 2.3 - Analisi di materialità 5.1 - Realtà benefiche 	
GRI 3-2	Elenco di temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 2.3 - Analisi di materialità 5.3 - Iniziative per la comunità 	
GRI 3-2	Elenco di temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> 7.2 - I nostri 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	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 2.3 - Analisi di materialità ▪ 3.2 - Progetti con i nostri clienti 	
GRI 3-2	Elenco di temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 2.3 – Analisi di materialità ▪ 6.1 – Ricerca e sperimentazione 	
GRI 3-2	Elenco di temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 6.2 – Collaborazioni con associazioni di categoria 	
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 6.3 – Partecipazione a eventi • 6.4 - 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	<ul style="list-style-type: none"> 2.3 – Analisi di materialità 6.1 – Ricerca e sperimentazione 	
GRI 3-2	Elenco di temi materiali		
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali		

Tema materiale – Relazione con il mondo accademico

GRI STANDARD	INDICATORI	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	NOTE, OMISSIONI
GRI 3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	<ul style="list-style-type: none"> 2.3 – Analisi di materialità 6.4 – 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	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 2.3 – Analisi di materialità ▪ 7.1 – 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	<ul style="list-style-type: none"> 2.3 – Analisi di materialità 7.1 – 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	<ul style="list-style-type: none"> 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