

# Rinascere sostenibili

## Report Integrato 2020

“

*La nostra  
non è un'epoca di cambiamenti,  
ma un cambiamento di epoca.*

Papa Francesco

# Sommario

<b>1. RINASCERE SOSTENIBILI .....</b>	<b>3</b>
<b>2. LETTERA AGLI STAKEHOLDER .....</b>	<b>4</b>
<b>3. NOTA METODOLOGICA .....</b>	<b>5</b>
<b>4. L'AZIENDA</b>	
4.1 IL NOSTRO MONDO .....	6
4.2 SOCIETÀ' BENEFIT – IMPRESE SOSTENIBILI .....	8
4.3 PURPOSE, MISSION, VISION .....	9
4.4 BRAND IDENTITY .....	10
4.5 KEYWORD E VALORI .....	11
4.6 LA NOSTRA STORIA .....	12
4.7 GOVERNANCE .....	13
<b>5. LA MATERIALITÀ</b>	
5.1 STAKEHOLDER ENGAGEMENT .....	16
5.2 I SEI CAPITALI .....	21
5.3 LA MATRICE DI MATERIALITÀ .....	24
<b>6. MODELLO DI BUSINESS E CREAZIONE DEL VALORE .....</b>	<b>26</b>
<b>7. LA VALUTAZIONE D'IMPATTO .....</b>	<b>29</b>
<b>8. RISCHI E OPPORTUNITÀ .....</b>	<b>46</b>
<b>9. PROSPETTIVE .....</b>	<b>49</b>
<b>10. SINTESI DEI DATI DI BILANCIO .....</b>	<b>51</b>
<b>11. APPENDICE</b>	
11.1 GLOSSARIO .....	54
11.2 SITOGRAFIA.....	55

# 1. RINASCERE SOSTENIBILI

In Way2Global la crisi pandemica senza precedenti del 2020 trova risposta nella resilienza tipica della nostra anima di benefit corporation, che ci ha consentito di superare in sostanziale tenuta l'annus horribilis appena concluso.

Mettere a fattore comune la narrazione della nostra paradigmatica storia di rinascita sostenibile è il modo Way2Global di ribaltare in ottica positiva la chiave di lettura dello stadio terminale della vecchia normalità.

Quello che stiamo attraversando può – e deve - essere vissuto come un momento storico unico per uno scatto di coscienza che induca a usare il business come leva rigenerativa atta a costruire Sostenibilità e un futuro migliore per tutti.

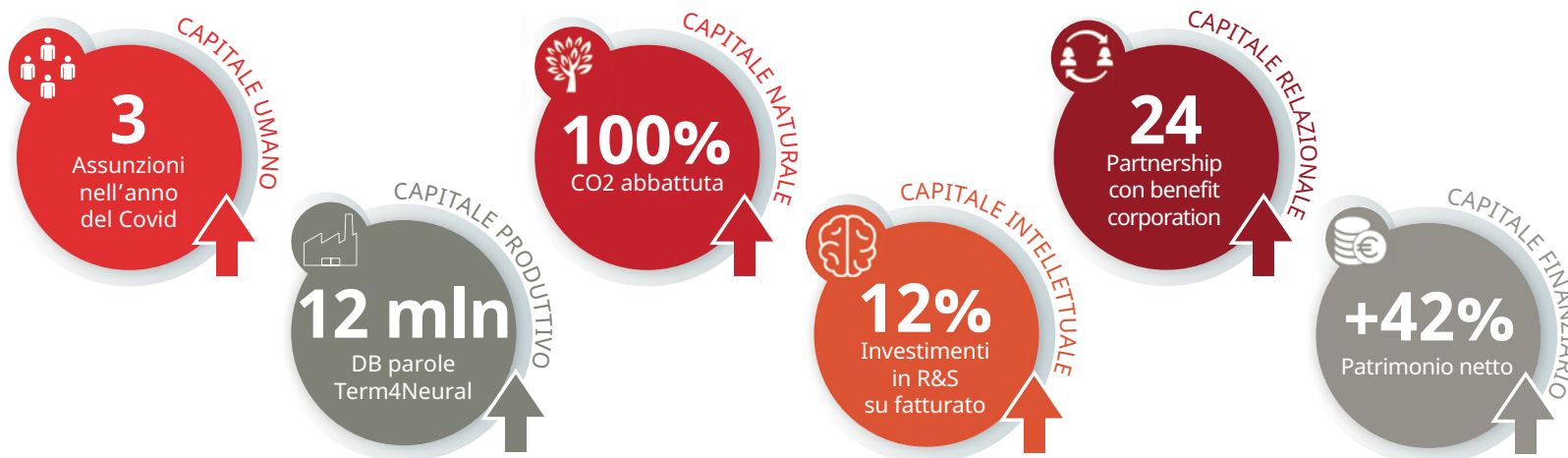
**#felicecomeunaBenefit, #TivoglioBenefit e Made in B Italy** sono i principali strumenti comunicativi che abbiamo creato proprio per raccontare, divulgare e mettere a sistema la nostra storia di rigenerazione Benefit, perchè funga da narrativa ispirazionale per altre aziende che vogliano intraprendere l'affascinante percorso della Sostenibilità.

La nostra parabola di rigenerazione, le nostre “traduzioni che uniscono” e, con esse, anche il presente documento, vogliono declinarsi in una call to action a tutti i colleghi imprenditori alla ricerca di un modello più efficace e lungimirante di fare impresa: siate il cambiamento che volete vedere nel mondo e trasformate le vostre aziende in generatori di valore condiviso.

Questa **prima edizione di Report Integrato**, che include per il primo anno la quarta valutazione d'impatto Way2Global, nasce proprio dalla nostra volontà di agire da avamposto d'innovazione sostenibile anche in ambito di rendicontazione finanziaria integrata con le istanze di sostenibilità.

Lo scopo è attestare quanto una vocazione alla sostenibilità realmente trasformativa, radicale e profonda, oltre che impegnata a tracciare nei bilanci l'impatto ambientale e sociale generato dalla propria attività imprenditoriale in ottica inclusiva, possa essere viatico di una crescita più sana, solida e integrata.

## HIGHLIGHT 2020



## 2. LETTERA AGLI STAKEHOLDER



Nel 2020 l'emergenza connessa alla pandemia Covid-19 ha rappresentato anche per Way2Global uno stress test senza precedenti.

Da fine febbraio 2020 abbiamo dovuto attuare cambiamenti drastici e continui, riconfigurando più volte modalità di lavoro, struttura, team, prodotti e servizi, e persino modello di business.

Pur accusando il colpo di queste innumerevoli difficoltà, Way2Global è orgogliosa di essere riuscita, da precursore di cambiamento e innovazione, ad adattarsi e reagire ancora una volta con efficacia e tempestività all'evoluzione continua anche in scenari di criticità.

Guidata dalla sua Vision di startup Benefit orientata alla rifondazione di un modello economico più equo, inclusivo e sostenibile, Way2Global ha reagito alle minacce esterne mettendo innanzi tutto in sicurezza le sue persone (da inizio marzo 2020 e fino al rientro dallo stato di emergenza per scelta collettiva in modalità 100% smart working).

Abbiamo così assicurato la continuità del servizio a clienti e fornitori, riorganizzando prontamente il nostro modello di business con un focus sull'unità di crisi Project Manager (PM) & Sales, da una parte, e il ricorso a una flessibile funzione di PM esterno, dall'altra.

Per attutire il colpo del calo congiunturale e improvviso del lavoro e del blocco dei pagamenti da parte di alcuni clienti in difficoltà, abbiamo attuato un'attenta policy di saving.

Convinti che "condizioni straordinarie richiedono progetti straordinari", abbiamo continuato ogni giorno a lavorare lungo le direttrici della nostra Mission (Sostenibilità, Governance e Digitale) sia in autonomia sia con iniziative d'interdipendenza assieme alle altre benefit corporation per generare valore condiviso e impatto positivo sulla vita di persone, community ed ecosistemi.

Oltre a dare continuità ai nostri progetti identitari e agli investimenti in innovazione ([Green Translations](#), [Language Industry 4.0](#), [Made in B Italy](#), e [Way2Academy](#)), nella nostra anima Benefit, ci siamo sentiti chiamati in causa con ancor più vigore dalle circostanze emergenziali per generare valore e portare il nostro contributo attivo alla società.

Non abbiamo lesinato impegno e lavoro aderendo a centinaia di iniziative d'impatto sociale, per lo più mettendo a sistema la nostra attività di traduzione come leva di sostenibilità per aiutare ovunque ve ne fosse bisogno: dall'importazione e donazione di mascherine di protezione tramite i nostri corrispondenti cinesi per gli ospedali sul territorio che a marzo operavano senza dpi sui pazienti Covid, all'invio di interpreti che abilitassero la comunicazione tra i team di medici cinesi, cubani, e albanesi accorsi in aiuto al nostro personale sanitario collassato durante il lockdown, alle numerose survey, raccolte di best practices, e mobilitazioni atte ad alimentare speranza e positività.

L'esito è un vero e proprio miracolo di resilienza trasformativa, che ci ha consentito di superare la tempesta perfetta della pandemia con l'archiviazione di un risultato di esercizio 2020 decisamente migliorativo sul 2019, seppur con una lieve decrescita del fatturato.

Il nostro modo di affrontare l'emergenza<sup>1</sup> ci ha consentito inoltre di ri-focalizzare le nostre attività, continuare a innovare, consolidare flusso reddituale, risultato, corporate branding, reputation e advocacy a favore del mondo Benefit, e – in ultima analisi - trasformare la crisi in occasione di crescita.

Quello della pandemia è stato (e continua a essere) un momento difficile per tutti, ma, come sempre, affrontarlo insieme alla community delle benefit corporation e condividere una visione forte ci rende più resilienti, fiduciosi e ottimisti.

Laura Anna Gori - CEO Way2Global



### 3. NOTA METODOLOGICA

Il periodo di rendicontazione preso in esame dal presente documento è l'esercizio 2020, che coincide con l'anno solare.

La decisione dell'azienda di redigere su base volontaria il suo primo Report Integrato in conformità ai criteri dell'<IR> Framework Edizione 2021 di IIRC (International Integrated Reporting Council)<sup>2</sup> esattamente al termine del suo primo triennio integrale di vita è diventata occasione preziosa per una revisione critica del percorso compiuto in termini di creazione del valore condiviso in quella che è la fase più delicata per la crescita di una startup.

Oltre al Framework IIRC, per la rendicontazione aziendale afferente la dimensione sociale e ambientale di gestione ci si è ispirati anche allo **Standard GBS 2013**<sup>3</sup> e alle **Linee Guida GRI G4**<sup>4</sup>.

Il lavoro sulla materialità ha preso le mosse dalla mappatura degli **stakeholder**, per poi passare attraverso l'identificazione dei temi materiali e pervenire alla definizione della matrice di materialità tramite un confronto e un dialogo continuo tra le funzioni aziendali (Project Management, Marketing & Comunicazione, Commerciale, Amministrazione, Executive, Board), da una parte, e le categorie di stakeholder, dall'altra.

A questo scopo sono stati usati gli strumenti e i canali di comunicazione più affini a ciascuna categoria target: mail e DEM, questionari e survey, (video)call, riunioni in presenza e/o online, media, social network, sito web, blog corporate, attività di advocacy, lobbying e gruppi di pressione, interventi, presentazioni e contributi ad attività convegnistica, progetti condivisi, partnership, iniziative multi-stakeholder, sviluppo di piattaforme collaborative, delega e integrazione stakeholder nella governance aziendale.

La **valutazione d'impatto** è stata effettuata, come di norma, sulla base dei KPI aziendali e del **B Impact Assessment (BIA)**<sup>5</sup> dell'ente non-profit B Lab, oltre che, a titolo integrativo e comparativo, di altre metriche di riferimento:

- la Baseline dell'**SDG Action Manager**<sup>6</sup> - tool di misurazione online riferito ai 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030 dell'ONU e messo a punto da UNGC e B Lab;
- la matrice di autovalutazione **EyeOnBuy** di **NeXT**<sup>7</sup>, Nuova Economia per Tutti - che riconduce i comportamenti aziendali agli SDG dell'ONU e ai 12 domini del BES, Indice del Benessere Equo e Sostenibile;
- il questionario di autovalutazione del **Welfare Index PMI**<sup>8</sup>;
- il **Framework La Buona Impresa** di Fondazione Buon Lavoro, PwC e Goodpoint, e lo strumento di autovalutazione **SABI**<sup>9</sup> basato sui GRI;
- la **matrice della SEC**<sup>10</sup> (Scuola di Economia Civile) per quanto riguarda l'ispirazione tratta dalle parole dell'Economia Civile, dai domini di valore e dai 50 indicatori.

Per la redazione della parte economico-finanziaria e del bilancio di esercizio si è fatto riferimento alla normativa civilistica (articoli 2423 e seguenti del codice civile così come modificati dal D.Lgs 139/2015), e ai principi contabili nazionali pubblicati dall'Organismo Italiano di Contabilità.

Il presente Report Integrato è approvato dal Consiglio di Amministrazione, ed è disponibile pubblicamente a chiunque ne faccia richiesta, anche tramite form online sul sito corporate<sup>11</sup>.

Per informazioni sul Report Integrato e il processo di reporting adottato: D.ssa Laura Gori (laura.gori@way2global.com)

## 4.1 IL NOSTRO MONDO

Way2Global è la **startup** femminile nata nel 2017 come società benefit da Trans-Edit Group, già tra le prime 100 società di traduzioni globali.

Con i nostri servizi di traduzione, interpretariato e localizzazione in tutte le lingue, aiutiamo le aziende a crescere all'estero valorizzandone comunicazione e contenuti sui mercati di riferimento.

Il nostro servizio è costituito per l'80% di IT, ed è oggi rivoluzionato come pochi altri dalla potenza della trasformazione digitale e dell'AI. È proprio per la nostra natura nativa digitale, oltre che per la nostra vocazione internazionale, che abbiamo definirci il *digital globalizer* delle aziende.

Il nostro **modello di business** è il risultato della nostra storia di rinascita sostenibile come **Società Benefit** e della legacy dei 30 anni d'impresa tradizionale pregressi che ci lasciato in eredità parte del capitale umano, degli asset materiali, e importanti risorse intellettuali e relazionali.

Il nostro può quindi dirsi un business model unico, che coniuga la grinta, la dinamicità e l'innovatività di una startup, da una parte, con la solidità e l'esperienza di tre decenni di leadership di settore, dall'altra, e che declina in un unicum senza precedenti la forte vocazione internazionale con la nostra Vision di benefit corporation e la nostra Mission di rifondazione sociale.

Con la nostra Unique Transformative Proposition "**Traduzioni che uniscono**", aiutiamo i brand globali a crescere all'estero sui mercati verticali più esigenti: Finanziario & Legale, Medico-Scientifico, Moda & Lusso, Tecnologico-Industriale, Marketing.

Come startup affamata di crescita, impegnata a scalare e innovare con tutta la grinta e l'energia ispirazionale, trasformativa e coesiva delle nostre "traduzioni che uniscono", operiamo nel settore della localizzazione multi-lingue, un mercato valorizzato 60 mld USD a livello globale e in crescita stabile nell'ultimo decennio grazie ai due trend della digitalizzazione e della globalizzazione.

Attingendo alla potenza del digitale e dell'AI, ma anche all'energia dirompente dell'innovatività sociale del nostro modello di benefit corporation, pur essendo ancora una piccola scale-up, in soli 3 anni siamo riusciti a pensare in grande, misurarci con benchmark fissati dalle Big Agency mondiali, e competere sull'arena internazionale con i colossi globali del settore.

Nel **Language Service Provider Index 2021**<sup>12</sup> di Slator appena pubblicato che classifica le maggiori agenzie di traduzione mondiali, Way2Global è censita in 137° posizione nella categoria "boutique LSP" con la definizione "*Benefit corporation, ossia business model sostenibile che persegue anche impatto sociale oltre il profitto*".

Il **Sole 24 Ore** e la società di ricerche di mercato tedesca Statista hanno incluso Way2Global nella selezione delle **150 aziende italiane più sostenibili**<sup>13</sup>.

La nostra **clientela** è costituita da multinazionali tra le TOP Fortune 500, servite in forza dell'aggiudicazione di tender di gara internazionali, ma anche da piccole e medie imprese italiane o estere che intendono esportare.

Il **focus sul cliente** e sulla capacità di instaurare un dialogo continuo e fertile è attestato dal tasso di fidelizzazione del nostro portfolio clienti storici, ma anche dalle ottime performance in termini di new business.

“

*Una startup non è solo un'azienda, ma un modo d'intendere la vita.*

Cit. Piero Babudro



Gli altri punti di forza di Way2Global sono il **profilo globale**, grazie a una rete di **correspondent offices** a copertura di tre continenti, un business model agile, snello e sostenibile costruito sulla nostra Vision di Benefit Corporation, la **tripla certificazione ISO**, cui dal 2019 si è aggiunta la **Certificazione B Corp** come unico Language Service Provider a livello internazionale, e la nostra vocazione di changemaker avamposto di futuro e **innovazione** tecnologica e sociale.

Nel nostro impegno a creare valore per il mondo, consideriamo prioritaria l'attenzione al nostro **capitale umano**, costituito dai dipendenti ma anche dai traduttori (liberi professionisti e contractor) che contribuiscono a definire la qualità del servizio al cliente.

Per questa loro importanza strategica, le persone e la loro felicità sono al centro del nostro impegno per il beneficio comune, così come codificato in Statuto.

La costruzione di **partnership, reti e alleanze strategiche** è connessa al nostro modello di business e come B Corp certificata firmataria della Dichiarazione di Interdipendenza siamo impegnati con le altre aziende del mondo B a trasformare con la forza del business l'attuale sistema economico ormai giunto al capolinea.

Operiamo dalla nostra sede centrale di Milano organizzati sotto forma di campus aziendale di sperimentazione in stato beta permanente, amiamo pensare out of the box, sovvertire gli schemi, e mettere la nostra attività al servizio del bene comune per costruire un sistema economico più equo, inclusivo e sostenibile.

Da sempre **esportatori delle eccellenze del Made in Italy** oltre confine, con la conversione in benefit corporation ci siamo spontaneamente fatti ambasciator del rivoluzionario modello d'innovazione sociale tutto italiano delle Società Benefit, che merita di fare scuola nel mondo.

## 4.2 SOCIETÀ BENEFIT – IMPRESE SOSTENIBILI

Come Società Benefit e B Corp certificata, oltre che fervente paladina di questo avveniristico paradigma d'innovazione sociale, Way2Global è impegnata per Statuto a creare senso, ricchezza e valore condiviso attraverso l'esercizio della propria attività.

Le “**benefit corporation**”, termine che ricomprende sia le Società Benefit quale innovativo modello giuridico di matrice italiana, sia le B Corp come certificazione di origine statunitense, rappresentano un **dirompente paradigma imprenditoriale** e il nuovo ruolo più sostenibile e responsabile che le imprese sono oggi chiamate a interpretare, coniugando la ricerca del profitto con il perseguimento di uno o più benefici per la collettività.

E' un fenomeno planetario protagonista di una “rivoluzione gentile”, con oltre 4.000 B Corp nel mondo, 600 in Europa e l'orgoglioso primato dell'Italia, primo stato sovrano al mondo a dotarsi nel 2016 di una legge sulle società benefit, oltre che Paese dalla comunità nazionale di imprese B più numerosa al mondo e dal tasso di crescita che non ha eguali.

In questo contesto la **leadership culturale del nostro Paese** trova spiegazione nell'unicità della nostra cultura del lavoro, impregnata di economia civile di stampo olivettiano, oltre che della ricca tradizione di responsabilità sociale delle PMI padronali, e della vocazione innata negli imprenditori delle cooperative e del terzo settore a prendersi cura di società e territori.

E' proprio il fascino di questa **governance duale** e di questa matrice etica che nel 2017, dopo tre decenni di business tradizionale, ci ha indotto a rinascere sostenibili come startup e società benefit per costruire la nostra cultura d'impresa sul concetto di sviluppo sostenibile.

Il **beneficio comune** specifico della nostra attività che per Statuto siamo impegnati a perseguire oltre al profitto consiste nel **favorire la comunicazione**, e quindi **comprensione e inclusione**, abbattendo le barriere geografiche, linguistiche e culturali.

Ma a questa **finalità d'impatto sociale** ne abbiamo volute affiancare altre afferenti al nostro modo B Corp di promuovere il business: felicità e benessere dei dipendenti, coinvolgimento partecipativo, democratico e solidale sul luogo di lavoro, gestione collettiva di risorse e patrimonio comune, rispetto di tutti gli stakeholder e della filiera produttiva, parità di genere ed empowerment femminile, inclusione e diversità, condivisione e trasparenza del governo societario, iniziative a favore della società civile, la comunità e il territorio di appartenenza, attività di R&S e innovazione in partnership con l'accademia e i centri di ricerca, professionalizzazione e inserimento dei giovani nel mercato del lavoro.

Abbiamo **integrato la sostenibilità nei KPI del nostro piano industriale** e abbiamo adottato come dashboard di sviluppo strategico l'Agenda 2030 dell'ONU, precorrendo inconsapevolmente e in vitro il funzionale tool online oggi reso disponibile da UNGC e B Lab col nome di SDG Action Manager.

Le prassi e le policy che abbiamo sviluppato su questi presupposti sono oggi riconosciute come modelli ispirazionali sia in Italia sia all'estero nel quadro dei nostri **progetti identitari** finalizzati a codificare business model innovativi, aperti, condivisi e perfettamente replicabili, che siamo impegnati a diffondere in tutto il mondo come motore di un nuovo modello di sviluppo economico rigenerativo e sostenibile.

Le **società benefit** sono le imprese del futuro  
che generano **valore condiviso**, per un nuovo modello  
di **sviluppo economico rigenerativo e sostenibile**.

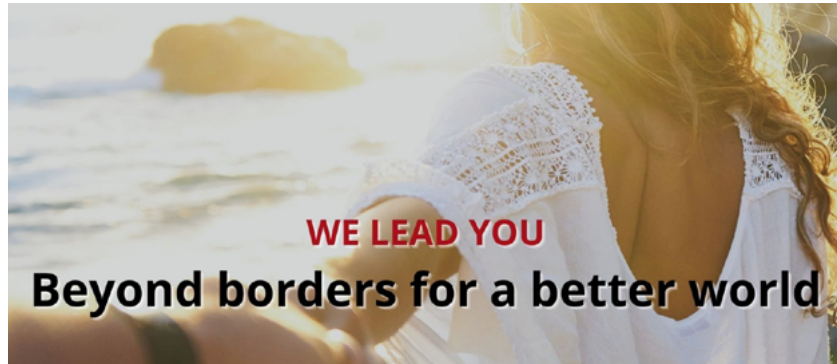




## 4.3 PURPOSE, MISSION E VISION

Costituita nell'agosto 2017 come primo LSP (Language Service Provider) al mondo nato in assetto di Società Benefit, Way2Global è orgogliosa del suo business model unico che, nello spirito della risoluzione A/71/L.68 dell'ONU, promuove la traduzione professionale come leva di Sostenibilità per unire le persone al di là di confini, lingue e culture, e usa il business per produrre beneficio comune e rendere il mondo un posto migliore.

Come sintetizza il nostro payoff "Beyond borders for a better world", il **nostro Purpose** è quello di **contribuire all'avvento di un mondo più equo, inclusivo e solidale**. Con le nostre "traduzioni che uniscono", in Way2Global lavoriamo ogni giorno per promuovere comprensione e coesione, mettendo in contatto persone e culture diverse oltre i confini e le barriere linguistiche.



Come "digital globalizer" delle aziende che puntano ai mercati internazionali, valorizziamo contenuti, comunicazione B2B, e visibilità internazionale dei brand e del Made in Italy all'estero.

Spinti dalla potenza trasformativa del nostro Purpose, della nostra mission e della nostra vision che polarizzano col loro fascino energie e talenti della nostra community di stakeholder, ci siamo fatti entusiastico alfiere globale del nuovo ruolo più responsabile che le aziende devono assumere rispetto all'emergenziale acuirsi delle disparità economiche e sociali, alla crisi del capitalismo tradizionale e al pianeta devastato che agonizza.

Come ambassador di benefit corporation, siamo impegnati a promuovere col nostro esempio di rinascita rigenerativa questo modello di business sostenibile anche presso la community globale della Language Industry (a giugno 2021 con la sessione "Localization Sustainability Manifesto & How to grow into a regenerative LSP" presso il convegno internazionale LocWorldWide 44 di Madrid).<sup>14</sup>

Convinti che, oltre al profitto, la misura del successo di un'azienda debba essere oggi giorno la sua capacità di rispondere alle grandi sfide dell'umanità, ossia il raggiungimento degli SDG dell'Agenda 2030 dell'ONU, lavoriamo per guidare la leadership tecnologica del settore in chiave di innovazione sociale investendo aggressivamente in ricerca e innovazione, risorse umane e sviluppo.

Con le nostre attività di ricerca concepite "alla B Corp maniera", ossia in chiave di Technology Transfer, Open Innovation, e Capacity Building, promuoviamo lo sviluppo di ecosistemi IT fatti di piattaforme, network e ambienti di lavoro aperti e inclusivi che abilitano e alimentano i rapporti con la community degli stakeholder.

Come incubatore e aggregatore di talenti, in Way2Global amiamo fare sistema col mondo accademico e i centri di ricerca e di eccellenza tecnologica per anticipare, diffondere e condividere cambiamento e innovazione.



## 4.4 BRAND IDENTITY

Parallelamente all'operazione straordinaria di scissione che le ha dato vita, l'azienda ha “vissuto” e sviluppato un progetto di comunicazione e rebranding che ha visto evolvere il vecchio logo Trans-Edit Group nell'attuale marchio Way2Global in coerenza con il nuovo purpose e la nuova identità di startup benefit.

L'evoluzione del brand può essere raccontata, secondo la teoria del Golden Circle di Simon Sinek, attraverso la promessa al mondo di Way2Global: creare connessioni e relazioni tra le persone per promuovere e facilitare comprensione come leva di sviluppo sostenibile attraverso le sue “traduzioni che uniscono”.

Il lavoro concettuale di rebranding affonda le radici nella grafica del precedente logo Trans-Edit Group ma al contempo se ne distacca e definisce la nuova visione e il nuovo stile distintivo della startup Way2Global.

**PEOPLE USING  
BUSINESS  
AS A  
FORCE FOR GOOD**

**why crediamo che**

un mondo connesso sia un mondo migliore  
che crea aziende migliori, migliori per chi lavora, migliori per la società  
e migliori per l'ambiente

**how apriamo**

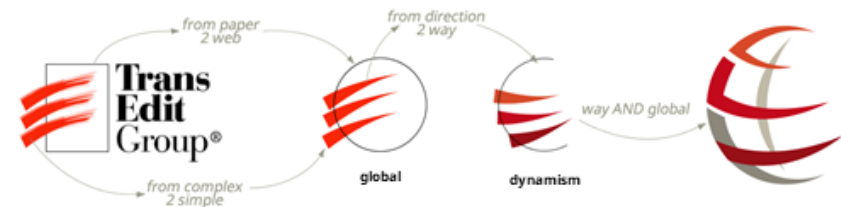
la strada alla globalizzazione rendendo la comunicazione ovunque  
comprensibile in forma (lingua) e contenuti (domain specific)

**what facciamo**

servizi linguistici, traduzioni, interpretariato e localizzazione



Da qui l'evoluzione dell'elemento grafico come naturale proiezione dell'azienda nel futuro, evoluzione di una consolidata knowledge base, e rampa di lancio per le sfide del nuovo mondo, in un rinnovato equilibrio dinamico fra i suoi elementi costitutivi.



Il naming a sua volta abbandona le grazie e si ispira a un concetto di dinamicità, evoluzione e cambiamento (“way to”), elemento fondante per un'azienda che vuole essere avamposto di futuro e innovazione, e accompagnare le aziende verso una dimensione internazionale (la suggestione del pianeta).

Il payoff “Beyond borders for a better world” infine racchiude il **Purpose** aziendale: contribuire all'avvento di un mondo migliore, più unito e senza barriere.



## 4.5 KEYWORD E VALORI

Le keyword che definiscono Way2Global sottendono a cluster semantici valoriali in cui l'azienda si riconosce come cifra identitaria ispirati anche al lessico della Scuola di Economia Civile.

È un sistema valoriale in cui Way2Global affonda le sue radici e percepisce come perfettamente risonante con la sua cultura aziendale.

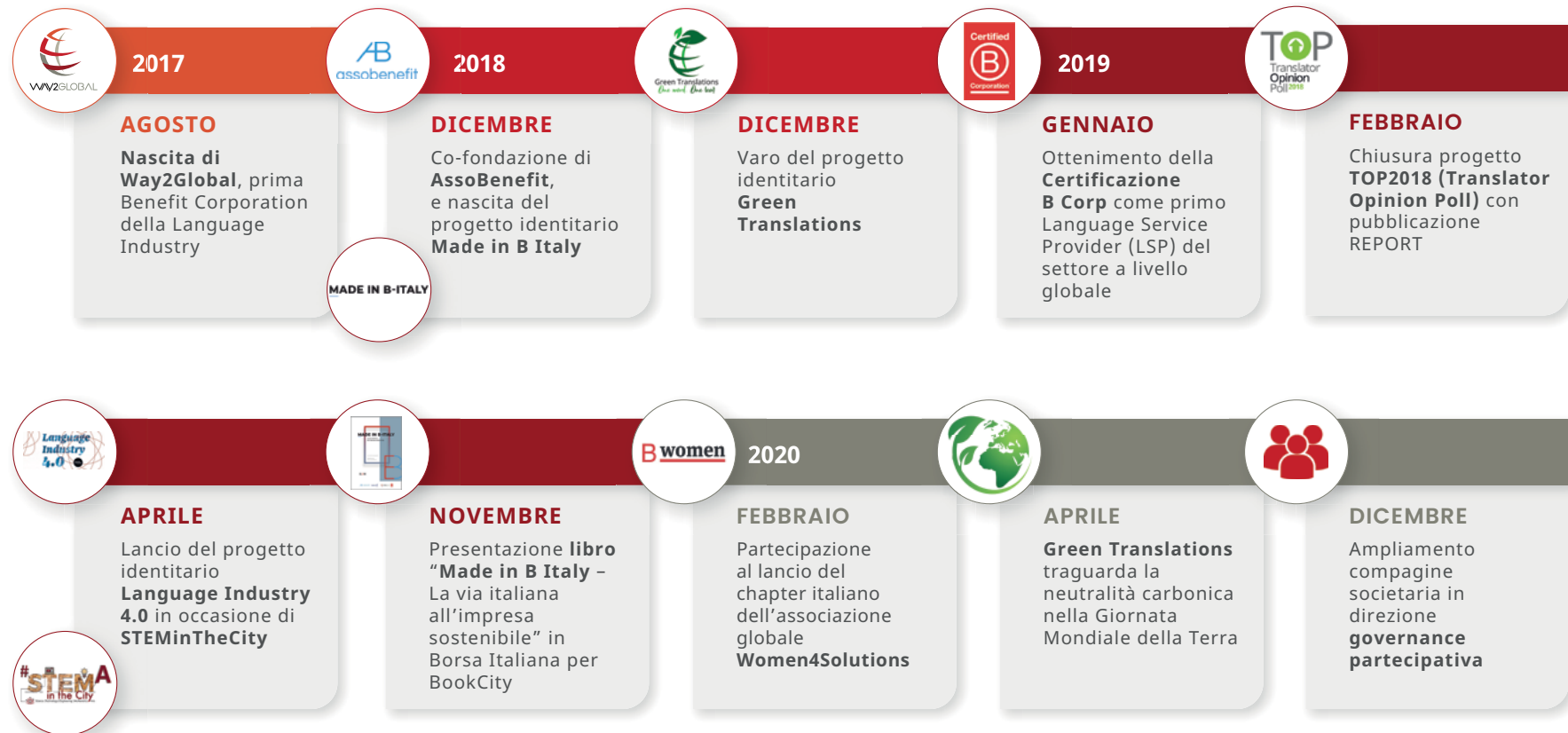
KEYWORD	VALORI
Startup	Dinamicità, passione, grinta, energia
Benefit Coporation	Cura, commitment, visione integrata
Sostenibilità	Responsabilità d'impresa, coscienza civica
Comunicazione	Diversità, multiculturalità
Innovazione	Coraggio, creatività, apertura al cambiamento
Alleanze	Interdipendenza, solidarietà, inclusione

“

*L'opera umana più bella è essere utile al prossimo.*

Sofocle

## 4.6 LA NOSTRA STORIA





## 4.7 GOVERNANCE

Way2Global Srl SB è stata costituita da Laura Gori il 2 agosto 2017 come società a responsabilità limitata e società benefit.

A febbraio 2020, nel quadro di una strategia di governance partecipativa e futuro avvicendamento generazionale, tramite un'operazione di aumento capitale e cessione quote con sovrapprezzo confluito in riserve a bilancio che ha contribuito a capitalizzare l'azienda, l'**assetto proprietario** ha visto due nuovi soci di minoranza affiancare la fondatrice Laura Gori, oggi socia di maggioranza col 68% delle quote.

Da novembre 2018 l'azienda ha scelto di dotarsi di un **Consiglio di Amministrazione**, oggi costituito da due amministratori in carica: Laura Gori, Presidente del Consiglio di Amministrazione e rappresentante legale dell'azienda, e Massimo Maffei, consigliere con ampie deleghe e poteri.

Poiché è donna il 70% dell'assetto proprietario, il 50% del CdA e il 75% dell'organico, Way2Global può definirsi a tutti gli effetti un'**impresa a prevalenza femminile**. Come tale è da sempre in prima linea nelle associazioni di rappresentanza dei diritti delle donne, che costituiscono lo stakeholder di riferimento tutelato anche per impegno statutario.

Internamente al perimetro aziendale, grazie a questa cultura d'impresa e di leadership al femminile, Way2Global è antesignana di un innovativo sistema di welfare aziendale e di policy e prassi di empowerment femminile, pari opportunità, servizi salva tempo e conciliazione vita-lavoro, che ha guadagnato all'azienda per due anni consecutivi l'Award Parità Virtuosa del Consiglio per le Pari Opportunità di Regione Lombardia, oltre che l'onore di partecipare da ambassador alla campagna mediatica di diffusione dell'iniziativa.<sup>15</sup>

La struttura operativa è rappresentata dall'organigramma nominativo di pagina 14 e contava a fine 2020 un totale di 12 persone.

In termini di governance il **modello di business** di Way2Global può considerarsi unico grazie alla sua duplice natura di startup femminile e società benefit. Da un lato la **cultura d'impresa sostenibile** delle benefit corporation la porta a essere garante di prosperità dell'impresa e sviluppo sociale, dall'altro, l'innovativo modello di **leadership al femminile** la spinge a coltivare skill trasversali di resilienza, flessibilità, innovatività, empatia, inclusione, ma anche coraggio, gentilezza, cura, e passione per l'innovazione tecnologica e sociale.

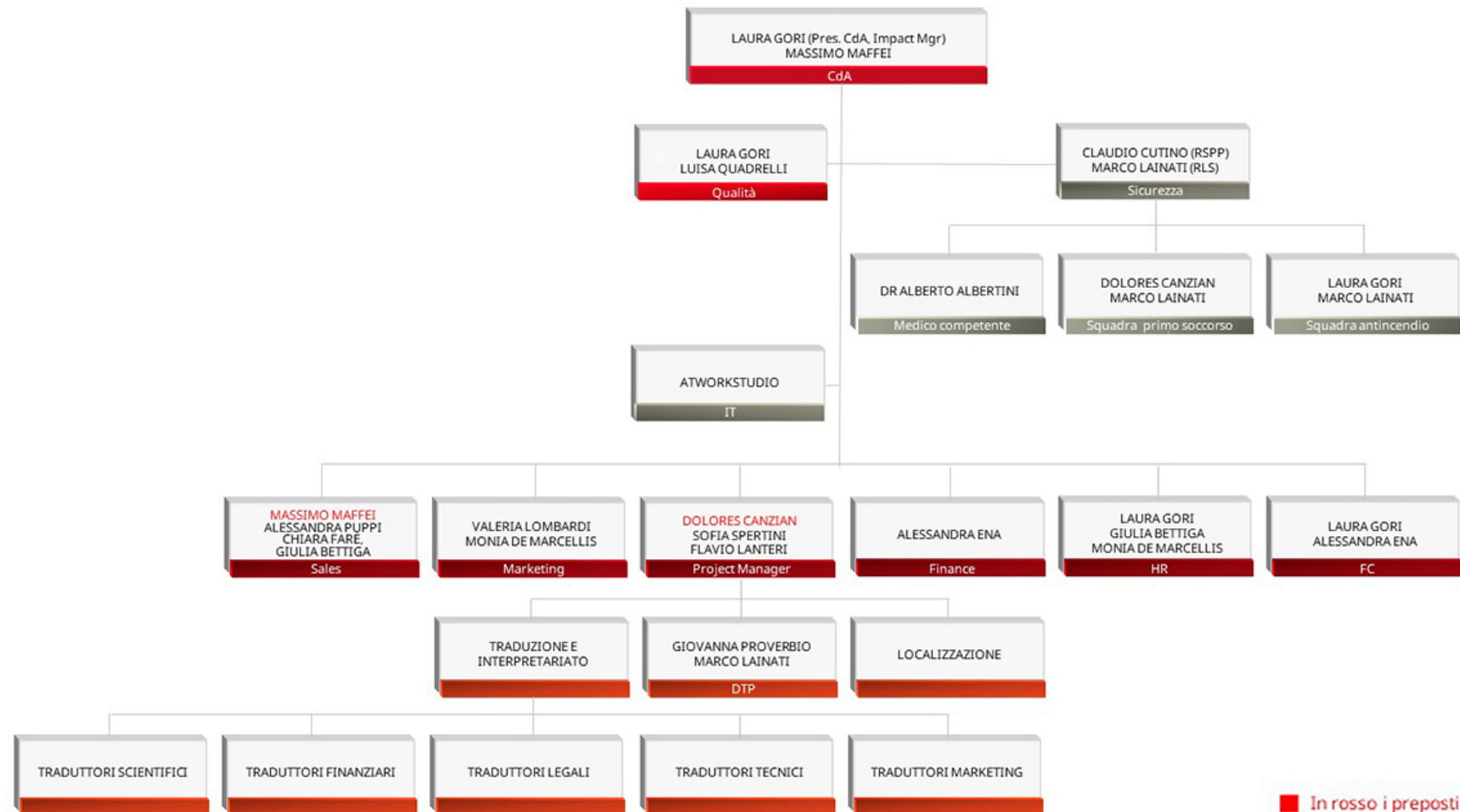
Oltre alla **Politica sulla Diversity & Inclusione (D&I)**, l'impianto documentale del sistema integrato Qualità & Sostenibilità di Way2Global ricomprende la **Politica Ambientale**, la **Politica per la Qualità** e il **Codice Etico**.

Da dicembre 2020 Way2Global ha conseguito il **Rating di legalità** ai sensi dell'art. 2, comma 1 del Regolamento adottato dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato con un punteggio di 2 stelle su un range da 1 a 3.<sup>16</sup>

In poco più di 3 anni di vita, a fine 2020 Way2Global ha creato **occupazione sul territorio** con l'assunzione a tempo indeterminato di 12 persone, in via prioritaria giovani e lavoratrici femminili reclutati all'insegna dell'inclusione e del mix generazionale dove le diverse generazioni si integrano e si valorizzano reciprocamente anche tramite azioni di reverse mentoring.



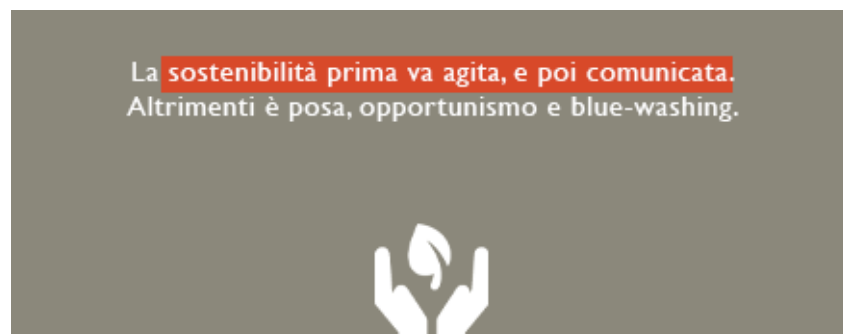
Da due anni l'azienda è titolare dell'onoreficenza **"Best for the World"** quale B Corp con punteggio sulla **Governance** tra le prime 300 nella community delle 3.000 B Corp mondiali.



Come Società Benefit, Way2Global ha voluto incastonare l'attenzione e l'impegno nei confronti del suo capitale umano nello **Statuto** (oggetto sociale è "la felicità dei collaboratori e di tutti gli stakeholder che interagiscono con l'azienda"), nelle policy che regolamentano il suo sistema operativo aziendale, e in un **accordo integrativo di secondo livello** che norma gli aspetti "benefit" di gestione delle risorse umane oltre gli obblighi di legge per garantirne continuità nel tempo e definire la nuova frontiera del welfare aziendale.

L'azienda è guidata da una **visione sistemica** che supera il puro scopo di lucro perseguendo sia il bene proprio sia quello della società e del contesto di riferimento. Fornendo sul mercato un servizio di qualità, risponde ai bisogni della società e ne promuove lo sviluppo sostenibile. Al contempo crea lavoro con modalità che assicurano realizzazione professionale alle persone, e produce ricchezza condividendo le ricadute positive con il contesto di riferimento.

Questa **visione responsabile e sostenibile del fare impresa** rispetto alla comunità e all'ambiente è **condivisa** dai vertici aziendali, dai collaboratori e dai clienti, è **integrata** e attuata nei processi decisionali, di pianificazione strategica e di controllo di gestione, e viene comunicata in modo trasparente sia all'interno sia all'esterno del perimetro aziendale.



Condividere con gli stakeholder informazioni, saperi e il senso del nostro fare impresa è funzionale a sviluppare partecipazione e senso di appartenenza all'interno, e riconoscimento e fiducia collettiva all'esterno del perimetro aziendale.

I **processi decisionali** di pianificazione strategica e sono presidiati da riunioni collegiali che **coinvolgono gli stakeholder**: riunioni informali del CdA con periodicità bisettimanale, formali con cadenza mensile, e riunioni operative inter/intra reparti on-demand in aggiunta a quelle mensili e alle plenarie trimestrali.

Le informazioni di natura societaria ed economico-finanziaria, così come la valutazione delle performance (piano industriale e KPI inclusivi di obiettivi di sostenibilità ambientale e sociale) sono condivise internamente e accessibili in rete ai dipendenti in totale **trasparenza**.

I sistemi incentivanti (bonus di produttività) customizzati a beneficio di tutti i reparti si basano anche su criteri integrati di sostenibilità socio-ambientale.

Nel quadro del suo progetto Made in B Italy, l'azienda è socia costitutiva e sostenitrice di **AssoBenefit**, l'associazione nazionale per le società benefit, ed è impegnata a promuovere questo dirompente modello di innovazione sostenibile in tutto il mondo tramite attività divulgativa, interviste e testimonianze sul mondo B, attività giornalistica, e contributi a tesi ed elaborati di laurea sulle benefit corporation a livello nazionale e internazionale.

Con la sua rete di **correspondent offices** di New York City, Los Angeles, Londra, Dubai e Shenzhen, e la sua fisionomia di piccola multinazionale della localizzazione, Way2Global è impegnata a fornire un servizio di qualità creando valore e innovazione a vantaggio della crescita propria e della comunità, e a diffondere al contempo il nuovo modello di business sostenibile delle benefit corporation sui mercati globali e sulle principali piazze finanziarie ed economiche mondiali.<sup>17</sup>

Da sempre presente alle maggiori trade exhibition e ai maggiori eventi internazionali, Way2Global punta ora alla grande vetrina di EXPO Dubai, dove da ottobre 2021 intende mettere a sistema l'innovatività dei propri servizi, portare la propria testimonianza di rinascita sostenibile e presentare il progetto editoriale "Made in B Italy - la società benefit come via italiana all'impresa sostenibile"<sup>18</sup>.

## 5.1 STAKEHOLDER ENGAGEMENT



Come startup Benefit (ri)nata sul concetto di Sostenibilità, Way2Global coniuga la logica del valore per i soci con un forte orientamento alla vocazione e al perseguimento dell'impatto sociale codificato in Statuto nelle sue plurime forme nei confronti delle varie categorie dei suoi interlocutori.

Questo approccio concepisce l'impresa come centro di una fitta rete di relazioni con soggetti che sono condizionati e che influiscono sui processi decisionali aziendali: gli stakeholder.

Gli stakeholder sono per Way2Global componenti fondamentali per la creazione del valore aziendale. Analizzarne quindi per ogni singola categoria le relazioni che intercorrono con l'azienda, quali siano le loro aspettative rispetto alle politiche aziendali, e valutarne gli interessi diventa fattore prodromico a un processo decisionale che produca soddisfazione reciproca duratura, innescando circoli virtuosi e sinergie di crescita win-win.

Il primo step di questo processo consiste nella individuazione e profilazione degli stakeholder mediante un'attenta mappatura che identifichi i portatori d'interesse più significativi (in rosso nello schema), per approfondirne le aspettative e coinvolgerli attivamente nelle attività aziendali e nello sviluppo del business model.

Se si considera l'orizzonte dell'ultimo triennio è facilmente comprensibile come per gli stakeholder interni non sia stato facile adattarsi, tenere il passo ed evolvere in modo altrettanto esponenziale.

Per questo motivo, al centro dell'attenzione aziendale abbiamo posto lo stakeholder interno declinato nella duplice veste di socio di minoranza, da una parte, e dipendente, dall'altra, ma anche collaboratore (linguista e traduttore libero professionale), che Way2Global ha sempre considerato parte integrante del capitale umano interno.

Il distanziamento fisico e il regime di smart working 100% in essere da marzo 2020 a tutt'oggi in forza di una delibera collettiva ha provocato in alcuni casi un disallineamento del dialogo. Per riattivarlo, si è deciso di consolidare e ampliare il processo di engagement e creare maggiore consapevolezza circa le scelte e gli obiettivi aziendali al fine di ricondurre le persone a condividere e partecipare le nuove forme di gestione manageriale imprescindibili per il futuro di Way2Global.



## I SOCI



I soci di minoranza sono entrati nell'assetto proprietario a febbraio nel quadro di una strategia di governance partecipativa tesa a fidelizzare e premiare l'impegno delle persone chiave che, in azienda e fuori dal perimetro della stessa, hanno contribuito a scrivere la storia di Way2Global e a consentirne il decollo.

Oltre ad acquisire il 30% delle quote, Massimo Maffei, già Sales Director dell'azienda, è entrato anche nel Consiglio di Amministrazione.

Tra le forme d'ingaggio dei soci: (video)chiamate giornaliere, mail, messaggistica istantanea, survey, riunioni, assemblee formali, incluso il riesame della Direzione annuale.

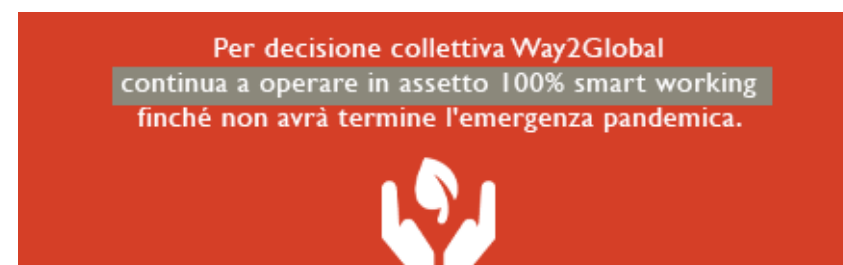
## I DIPENDENTI

L'organico Way2Global è programmaticamente inclusivo anche dal punto di vista generazionale (4 lavoratori sono di età inferiore a 30 anni, 6 rientrano nella fascia 31-45 anni, 2 sono over 45), ed è in prevalenza femminile (9 donne su un totale di 12 dipendenti).

Tutti i dipendenti erano inquadrati a fine dicembre con contratto full-time a tempo indeterminato, con l'unica eccezione di un'apprendista, stabilizzata a ottobre, e di una stagista, attivata da dicembre.

I dipendenti sono parte attiva delle politiche di governance societaria. Esprimono la propria opinione, le proprie richieste e i propri desiderata in sede di riunioni, colloqui, mail e survey periodiche. Questi input consentono all'azienda di riconfigurare e adattare nel tempo anche il vasto paniere di iniziative welfare offerto da Way2Global: attività fitness, servizi salva tempo, convenzioni con utilities e istituti bancari, compagnie assicurative e studi commercialisti per servizi e soluzioni di assistenza sanitaria, previdenza integrativa e assistenza fiscale.

Dall'avvento della pandemia a fine di febbraio 2020 la decisione collettiva di operare in modalità 100% smart working ha contribuito da una parte a valorizzare gli aspetti di conciliazione vita-lavoro, ma dall'altra ad affaticare le persone per le maggiori difficoltà di coordinamento e la mancanza di occasioni di socializzazione, al di fuori del mezzo virtuale (videoconferenze, videochiamate, webinar, mail).



Quanto sopra, in aggiunta alla riorganizzazione plurima del modello organizzativo per sopravvivere alla crisi e alle esigenze liquide di un mercato in continuo rivoluzionamento, da una parte, e ai cambiamenti importanti registrati dalla startup senza soluzione di continuità nell'ultimo triennio, dall'altra, spiega l'insolito esodo di personale registrato nel corso del 2020. Sono due infatti le figure apicali che hanno lasciato l'azienda, seguite da due figure junior alle rispettive dirette dipendenze.

È per questo motivo che anche per l'anno a venire si intende mantenere il focus dell'ingaggio degli stakeholder sul capitale umano intensificando il ricorso agli strumenti di dialogo: riunioni in presenza e online, comunicazione one-to-one, colloqui di autovalutazione, di clima e focus group, indagini e questionari, aggiornamenti tramite i social network, intranet aziendale, messaggistica istantanea e piattaforme IT condivise.

## I TRADUTTORI E I FORNITORI

I **traduttori**, meglio definiti “linguisti” nell’accezione più ampia del termine che ricomprende anche revisori, proofreader e interpreti, costituiscono il capitale umano di Way2Global esternamente al perimetro aziendale. Si tratta di figure libero-professionali (contractor) che operano per lo più in regime di partita IVA o in assetto di micro imprese a socio unico o a conduzione familiare.

Nel 2020 la comunità dei traduttori attivati da Way2Global con incarichi di traduzione conta 182 contractor, di cui 14 contrattualizzati come “Network”, ossia collaboratori storici considerati parte integrante della community dei Way2Glober, cui l’azienda assegna incarichi a titolo continuativo, oltre a garantire una serie di benefit quali l’inclusione nei piani di formazione continua, il co-finanziamento per l’acquisto di licenze e tool software strumentali all’esercizio dell’attività, il coinvolgimento nelle attività welfare (fitness et al.), e il pagamento fatture a vista.

Anche nei confronti di questa categoria di stakeholder la scissione, prima, e la pandemia, poi, non hanno mancato di produrre effetti trasformativi. Con la scissione si è persa l’abitudine dei Network a frequentare giornalmente la sede aziendale, così come con la pandemia e la repentina digitalizzazione del processo di lavoro, non tutti si sono dimostrati disponibili ad aderire ai programmi di formazione e riqualificazione messi a disposizione dall’azienda.

L’importanza strategica di questa categoria di stakeholder, che definisce in ultima analisi la qualità del servizio offerto da Way2Global al cliente, induce la Direzione ad assimilare i Traduttori ai Dipendenti come categoria di interlocutori primari, e componenti costitutivi della community che Way2Global ama costruire e coltivare attorno a sé.

Nutrire i rapporti con la community di traduttori è il principio guida dell’attività aziendale, e viene attuato sia assicurando loro un adeguato sostegno al reddito con un flusso di lavoro continuativo e una remunerazione adeguata, sia coinvolgendoli nei progetti e nella vita aziendale (programmi welfare, fitness, formazione continua, iniziative di comunicazione, etc.).

Quale indice di coesione della community, si consideri che la maggioranza dei nostri linguisti collabora con noi sin dalla costituzione dell’azienda madre di Way2Global (1988), con un’anzianità quindi superiore a 30 anni.

I progetti identitari [Language Industry 4.0](#) e [Way2Academy](#) sono prodotto di questa filosofia di ingaggio e supporto ai traduttori, con un occhio di riguardo alla necessità di riqualificazione e upskill digitale delle donne, che costituiscono la prevalenza dei professionisti del settore, e dei giovani.

Con riferimento agli altri fornitori diversi dai linguisti, come società benefit e B Corp certificata Way2Global è impegnata a incrementare sistematicamente nel tempo i rapporti con altre benefit corporation, per rispondere al principio di interdipendenza della community.

Il Codice Etico di Way2Global stabilisce i principi cui si ispira la condotta dell’azienda rispetto ai rapporti con i fornitori:

*"Il prezzo non è l'unico parametro che Way2Global considera ai fini della scelta e della selezione dei propri fornitori. Il comportamento etico, la correttezza commerciale, la trasparenza, l'impatto ambientale dei prodotti e dei processi produttivi sono le variabili cui Way2Global conferisce maggiore peso e che vengono prese in considerazione nella scelta dei fornitori."*

Tra i KPI integrati nel piano industriale che Way2Global monitora e traccia ai fini di un continuo miglioramento in ordine ai rapporti con i fornitori, vi sono la percentuale di fornitori a guida femminile per supportare l’empowerment femminile e la percentuale di fornitori “a km 0” per favorire l’economia locale sul territorio.

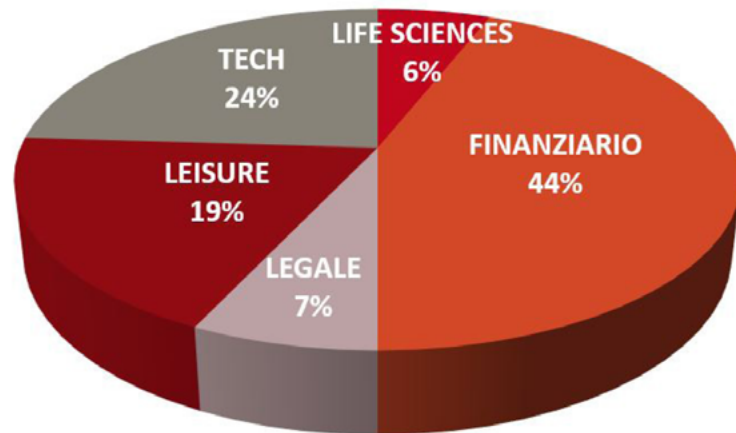
Tra gli strumenti di ingaggio attivati per alimentare il dialogo continuo con i traduttori e i linguisti vi sono i sistemi di messaggistica istantanea condivisi con i Project Manager, le mail, il telefono, le videocall, le indagini (survey), i social network e le riunioni in sede e la partecipazione agli eventi aziendali.

## I CLIENTI

I clienti di Way2Global costituiscono un gruppo di stakeholder quanto mai eterogeneo, che ricomprende, a livello trasversale di comparti di attività, le maggiori multinazionali tra le TOP Fortune 500, servite spesso grazie all'aggiudicazione di tender di gara internazionali, ma anche PMI italiane o estere che per esportare devono valorizzare comunicazione e contenuti nelle lingue dei mercati di riferimento.

La profilazione include inoltre i maggiori Language Service Provider (LSP) globali, ossia le grandi agenzie di traduzione che operano a livello internazionale, e i grandi studi legali italiani o internazionali.

Nel dettaglio, la segmentazione della clientela per comparti di attività è mostrata dal grafico a torta:



- **Finanziario:** uffici di investor relation di multinazionali italiane ed estere quotate, società di revisione, fondi di investimento (Sgr, SICAV, Asset Manager), broker, banche d'affari, istituti di credito, società immobiliari, compagnie di assicurazione, le Big Four della revisione
- **Tecnico:** maggiori player del settore meccanico, automotive e automazione industriale, energy & utilities, IT, telco, grande distribuzione, building & construction
- **Leisure:** brand iconici della moda e del lusso, del design, food & beverage, turismo

- **Legale:** studi legali internazionali, uffici legali interni alle multinazionali, istituzioni finanziarie, pubbliche amministrazioni
- **Life Sciences:** case farmaceutiche, università, centri di ricerca, ospedali ed enti della Sanità (Healthcare), agenzie regolatorie, enti di normazione e agenzie del farmaco, produttori di dispositivi medici, apparecchiature elettromedicali, biotecnologie, aziende del settore cosmesi, integratori alimentari, omeopatia, nutraceutica, fitofarmaci, dietologia, editoria medico scientifica

I mezzi d'ingaggio dei clienti sono molteplici: visite e incontri in presenza, organizzazione o sponsorizzazione eventi, partecipazione a fiere in Italia ed estero, (video)chiamate, DEM (Direct E-mail Marketing), comunicazione e campagne tramite i social network (LinkedIn in primis) e il sito corporate, indagini e survey.

Nel 2020, in ottica di fidelizzazione, oltre a beneficiare dell'innovativo servizio Green Translations e quindi dell'inclusione nella nostra filiera sostenibile, i clienti sono stati omaggiati con gli alberi della nostra foresta keniota targata Freedom.

## LA COMMUNITY DELLE BENEFIT CORPORATION

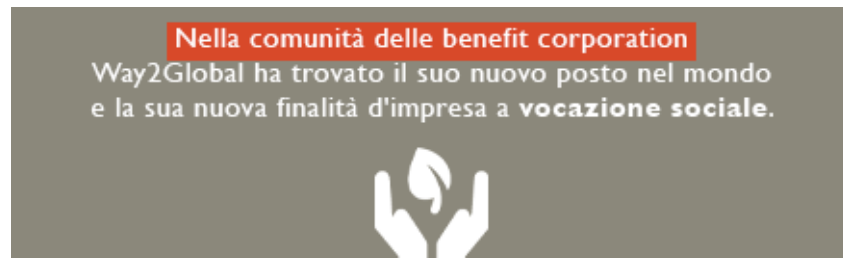
La community delle benefit corporation è costituita dalle aziende che fanno capo al mondo delle B Corp e dell'ente di certificazione B Lab, da una parte, e all'associazione AssoBenefit, dall'altra.

L'entourage delle B Corp ricomprende oltre 4.000 aziende in 74 paesi del mondo, mentre AssoBenefit riunisce sul territorio nazionale ca. un migliaio di aziende.

L'appartenenza a questi due mondi convergenti, sancita ufficialmente dalla certificazione B Corp conseguita nel gennaio del 2019, da una parte, e dall'adesione ad AssoBenefit nella duplice veste di socio costitutivo e socio sostenitore, dall'altro, si esprime attraverso la militanza attiva e l'impegno costante di Way2Global nelle attività congiunte finalizzate a "cambiare il mondo in un posto migliore".

Da sempre ambassador delle eccellenze del Made in Italy nel mondo, sin dalla sua costituzione, col progetto Made in B Italy, Way2Global si è candidata spontaneamente ad alfiere globale del modello di eccellenza sociale tutto italiano delle società benefit, che merita di fare scuola nel mondo.

Con il suo impegno di portavoce, testimone e ambassador di benefit corporation in sede di convegni nazionali e internazionali, eventi, interviste, webinar, conferenze e workshop, Way2Global dà voce all'energia e all'entusiasmo che le deriva dall'aver trovato nel mondo Benefit la sua nuova "casa", un ecosistema sostenibile, fertile e in linea con il suo sistema valoriale con cui promuovere networking, connessioni e alleanze, partnership e circoli virtuosi.



Per Way2Global il mondo Benefit costituisce un interlocutore d'importanza strategica in quanto mette a disposizione un importante ruolo guida e preziose risorse istituzionali per la crescita del modello B e il proprio consolidamento identitario.

Tra gli strumenti d'ingaggio con questa categoria di stakeholder vi sono la collaborazione e partecipazione a iniziative congiunte, le attività di advocacy in ambito convegnistico e di comunicazione, l'associazionismo, le iniziative di sponsorship e crowdfunding, l'utilizzo e la sperimentazione di strumenti e tool di autovalutazione (BIA, SDG Action Manager, SABI), la comunicazione tramite canali social, e il networking con le colleghe B Corp e società benefit.



Merita una menzione a parte la nostra campagna marketing **#TivoglioBenefit** che punta a creare alleanze e partnership trasversali con quante più colleghe Benefit possibile in ottica di interdipendenza.

## ALTRI PARTNER ISTITUZIONALI

Altra importante categoria di stakeholder è per Way2Global quella costituita dalle altre partnership istituzionali, ossia pubbliche amministrazioni, università, enti e organismi, onlus, associazioni di categoria e sistemi camerali, sia a livello locale e nazionale, sia a livello internazionale.

In particolare, Way2Global aderisce ai circuiti delle Camere di Commercio locali e internazionali (Unioncamere sul territorio italiano, ma anche Assocamerestero e il sistema camerale cui fanno capo i nostri correspondent offices di Los Angeles, NYC, Londra, Dubai e Shenzhen), ed è associata a organizzazioni umanitarie e onlus come UNGC (United Nations Global Compact), enti formativi quali Ebiter e Afol, enti per il commercio estero quali AICE (Associazione Italiana Commercio Estero), AssoLombarda e le confederazioni nazionali dell'industria e del commercio (Confindustria e Confcommercio) cui aderisce per il tramite delle associazioni di categoria Unilingue e Federlingue.

I rapporti e le convenzioni che legano Way2Global a una rete di università sul territorio e a livello internazionale sono viatico di alleanze virtuose, progetti, tirocini curricolari e post-formazione, workshop ed eventi.

Il partenariato con PA ed enti locali consente all'azienda di stabilire preziose alleanze sul territorio, sviluppare sinergie e rapporti di collaborazione, costruire comunità, condividere best practice e modelli virtuosi, creare valore condiviso a beneficio della comunità di appartenenza anche in chiave di sussidiarietà, partecipare ad iniziative, indagini, award e bandi e consolidare il proprio ritorno reputazionale.

Gli strumenti di comunicazione e d'ingaggio rispetto a questa categoria di stakeholder sono la partecipazione e la collaborazione alle iniziative sul territorio (es. campagne sul territorio come STEM in the City, Bookcity, etc.), a indagini e survey, la candidatura ad Award, bandi di finanza agevolata, la comunicazione diretta tramite telefonate, mail, riunioni e workshop, e la comunicazione tramite il sito web e i social network.



## 5.2 I SEI CAPITALI

In accordo con il modello proposto dal Framework IIRC, Way2Global è impegnata a generare valore nel breve, medio e lungo periodo con riferimento alla gestione dei 6 capitali che seguono.

Capitale Relazionale	Capitale Umano	Capitale Intellettuale	Capitale Naturale	Capitale Produttivo	Capitale Finanziario
Risorse intangibili, relazioni con soggetti esterni (clienti, fornitori, istituzioni), brand awareness, soddisfazione clienti.	Patrimonio di competenze, capacità e conoscenze di coloro che prestano la propria opera in Azienda, oltre che gli organismi di governance.	Processi e procedure interne di gestione aziendale, basati su saperi e conoscenze, e attività che presiedono a qualità e sicurezza del servizio.	Attività aziendali che impattano positivamente o negativamente sull'ambiente naturale, dove agiscono gli altri cinque capitali.	Immobili, sedi amministrative e piattaforme in cui l'Azienda svolge la propria attività, attrezzature e macchinari, e scorte prodotti.	Insieme dei flussi di liquidità generati e assorbiti dall'Azienda.

### IL CAPITALE RELAZIONALE

Il capitale relazionale (anche detto capitale sociale) definisce la capacità di Way2Global di collaborare con i soggetti chiave esterni al perimetro aziendale (clienti, fornitori, soggetti istituzionali) per uno scopo comune.

La forte convergenza della cultura aziendale con i principi cardine dell'Economia Civile - fiducia, comunità, fraternità, gratuità, felicità, reciprocità, sussidiarietà circolare, beni relazionali, e generatività - fa di questo capitale uno di quelli prioritari per Way2Global.

L'attività inerente al capitale relazionale si esprime nel caso di Way2Global in primis nei confronti del movimento Benefit con l'intento trasformativo comune di preludere a una nuova economia sostenibile, e in secondo luogo nel coinvolgimento della supply chain attraverso tutti i suoi progetti identitari (da Green Translations a Way2Academy), oltre che nell'impegno a instaurare un dialogo costruttivo e fecondo con i clienti e tutti i partner istituzionali, e, non ultimo, nell'impegno civico militante a tutela dei diritti delle donne e dei giovani, come previsto dal suo beneficio comune in Statuto.

“

*È legge dell'universo che non si può far la nostra felicità senza far quella degli altri.*

Antonio Genovesi, 1765

Tra gli highlight d'impatto sul capitale relazionale nell'esercizio 2020 citiamo l'adesione al progetto "[100 Donne per tutte](#)", le 24 partnership siglate con colleghe Benefit Corporation, le 120.000 comunicazioni diffuse dall'azienda a tema sostenibilità per sensibilizzare gli stakeholder interni ed esterni, e una quota di acquisti a livello locale del 71% per valorizzare l'economia di prossimità.

Per un'analisi dettagliata degli impatti sul capitale relazionale nell'esercizio 2020 e degli obiettivi 2021, si rimanda alla sezione sulla [Valutazione d'impatto](#).

## IL CAPITALE UMANO

Il capitale umano è l'altro capitale fondamentale per Way2Global, così come esplicitato dalla sua finalità statutaria (perseguire la felicità di dipendenti e collaboratori).

La sede aziendale è infatti concepita come un campus d'innovazione sociale, una sorta di "laboratorio di sperimentazione in stato beta permanente", incentrato sulla massima flessibilità oraria e organizzativa, per una gestione autonoma e fiduciaria dei tempi di lavoro.

Way2Global è un laboratorio di sperimentazione in stato beta permanente incentrato sulla flessibilità e sulla fiducia.



L'Headquarters ospita ampi spazi di socializzazione dedicati ai servizi (palestra con spogliatoi e docce, ove si tengono corsi di varie discipline di fitness a cura di istruttori in orari lavorativi), sala ristoro per consumo pasti, sala medica per visite periodiche medico del lavoro e trattamenti di fisioterapia, sala attrezzata con una trentina di postazioni per iniziative di formazione continua.

Per Way2Global è molto importante favorire la conciliazione dei tempi di vita-lavoro tramite misure innovative quali servizi salvatempo a disposizione di dipendenti e contractor (es. spesa online con consegna c/o sede aziendale, servizio lavanderia e lavaggio auto con ritiro e riconsegna in azienda etc.), la programmazione delle riunioni in orari funzionali alle esigenze di genitori che lavorano, prevedendo anche la possibilità di collegamento digitale remoto, l'allestimento di ampi spazi ricreativi per ospitare i figli dei dipendenti e dei traduttori/contractor.

Da sempre Way2Global sostiene la genitorialità con innovative misure di welfare, ad esempio azzerando le trasferte per le neo-mamme lavoratrici, adottando il regime di slow working per garantire un rientro dalla maternità graduale e sereno, la maturazione del TFR anche durante la maternità facoltativa, l'anticipo del TFR e il riconoscimento di uno speciale bonus bebé oltre gli obblighi di legge.

Come codificato nella sua Politica di Diversità & Inclusione, Way2Global intende la diversità quale fattore di arricchimento reciproco, per questo la valorizza sia in termini di genere, sia di età anagrafica e di fasce generazionali.

Dipendenti e collaboratori Way2Global sono sempre coinvolti negli eventi e nelle iniziative di impegno civico aziendali, che in totale apertura e inclusione sono estese anche a figli e familiari (Giornata dei figli in azienda, "Race4Change", manifestazione "Fridays for Future", ...).

In Way2Global la formazione continua è inderogabile ed è pianificata a inizio anno per tutti i lavoratori e tutti i reparti sulla base delle esigenze formative individuali evidenziate dal RAB (Registro delle Abilità).

Per assicurare chiarezza organizzativa a tutto l'organico, l'impianto documentale ISO ricomprende mansionari per ogni funzione, il Manuale Qualità, procedure e istruzioni specifiche per reparto, cui si aggiunge l'accordo integrativo di 2° livello che norma tutti gli aspetti che esulano dal CCNL.

La cultura aziendale affonda le sue radici in un innovativo modello di governance partecipativa e olocratia, nell'appiattimento degli organigrammi e nei concetti chiave di fiducia, responsabilizzazione, delega e coinvolgimento dei dipendenti nei processi decisionali e nei tavoli di co-progettazione (design-thinking), in totale trasparenza e condivisione di informazioni e risorse.

Come incubatore di talenti, Way2Global è solita ospitare progetti di stage e tirocini, con un tasso di stabilizzazione a fine percorso del 98%. Non è infrequente che la durata degli stage venga ridotta per anticipare l'assunzione.

L'azienda ha in essere politiche retributive che riconoscono a tutti i reparti e a tutti i livelli una remunerazione superiore alla media del settore. Anche nel caso di rapporti di tirocinio, ai tirocinanti viene riconosciuta un'indennità superiore ai minimi di legge. A parità di responsabilità, competenze e funzioni, Way2Global assicura ai lavoratori assoluta parità di salario, al di là delle differenze di genere.

Fornendo servizi "dematerializzati" di traduzione e interpretariato, l'azienda è soggetta a rischi relativamente bassi e la sicurezza sul lavoro è presidiata con relativa semplicità tramite le misure dettate dagli obblighi di legge (tenuta e aggiornamento Dichiarazione di Valutazione dei Rischi, nomina di RSPP, RLS, preposti e squadra antincendio e primo soccorso, prove di evacuazione, formazione dipendenti, piano sanitario e sorveglianza sanitaria).

Nell'anno del Covid l'azienda ha ritenuto di mettere in sicurezza i lavoratori sia con la pronta riconversione per 15 mesi in smart working, sia sottoscrivendo per tutto il personale una speciale polizza a copertura della pandemia, e due servizi remoti di coaching/supporto psicologico e telemedicina.

Tra gli highlight 2020 in relazione al capitale umano citiamo il raggiungimento di una quota del 75% di occupazione femminile, 3 assunzioni di giovani donne (2 dalle liste di disoccupazione) nonostante le difficoltà del Covid, l'approvvigionamento di servizi linguistici per il 75% da aziende femminili, e una quota del 5% del monte ore totale lavorato destinato alla formazione (1.746 ore, per un budget di 10.313 euro).

Per un'analisi dettagliata degli impatti sul capitale umano nell'esercizio 2020 e degli obiettivi 2021, si rimanda alla sezione sulla [Valutazione d'impatto](#).

## IL CAPITALE INTELLETTUALE

Il capitale intellettuale (o organizzativo) ricomprende la proprietà intellettuale di Way2Global, ossia il valore del brand, gli altri marchi e i domini registrati, e i diritti di copyright, oltre che tutte le conoscenze risultanti dalle sue attività di R&S, dalla capacità d'innovazione e dall'abilità del management nell'organizzare l'attività e da altri asset intangibili afferenti ai capitali umano e relazionale dell'impresa.

Si tratta di un insieme esclusivo di asset immateriali che concorrono a definire l'unicità del business model di Way2Global, a configurarne il vantaggio competitivo e, di conseguenza, a determinare il modo in cui l'impresa crea valore.

Tra gli highlight 2020 rispetto al capitale intellettuale vi sono la continuità che siamo riusciti a garantire al nostro business con la tempestiva riconversione in smart working del 100% delle operations e dell'organico, e ai nostri investimenti in R&S nonostante le difficoltà connesse alla pandemia; e inoltre l'ingegnerizzazione, sviluppo e vendita di nuovi servizi digitali di frontiera (multimedia, RSI) per un ammontare di 130.000 euro, e il riconoscimento del nostro livello di maturità digitale (3.2 su un range da 1 a 4) tramite il tool di autovalutazione Selfie4.0<sup>19</sup> della Camera di Commercio di Milano.



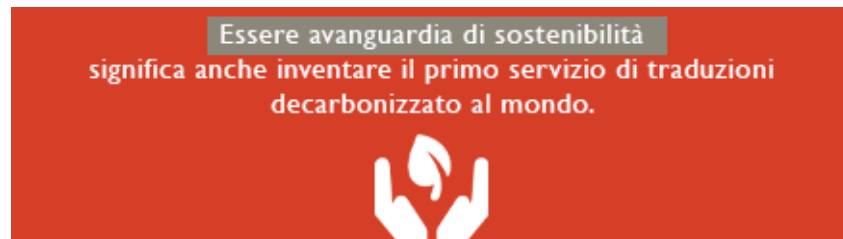
Per un'analisi dettagliata degli impatti sul capitale intellettuale nell'esercizio 2020 e degli obiettivi 2021, si rimanda alla sezione sulla [Valutazione d'impatto](#).

## IL CAPITALE NATURALE

La gestione del capitale naturale, ossia le risorse naturali e gli asset ambientali che l'azienda utilizza per gestire il proprio business e tutti gli altri capitali, rientra per Way2Global nel quadro del progetto identitario Green Translations.

Benché il tema ambientale possa sembrare anomalo e lontano dalle tematiche di un'azienda come la nostra che offre un servizio dematerializzato a basso impatto, riteniamo che il valore di Green Translations sia proprio questo: mostrare come qualsiasi attività e qualunque impresa, a prescindere dalle sue dimensioni, possa fare la differenza e portare il proprio contributo di valore alla grande sfida ambientale individuando la modalità più idonea con il ricorso a una dose di creatività e inventiva.

Sensibilizzare il settore agendo da precursori e promuovere consapevolezza circa la carbon footprint che anche le società di servizi inevitabilmente generano, rientra nella nostra visione trasformativa di avanguardia sostenibile.



Nel 2020 siamo riusciti nonostante la pandemia a coinvolgere tutta la nostra filiera nelle nostre buone prassi green, a dimezzare i nostri consumi energetici, a soddisfare il 78% del nostro fabbisogno energetico tramite energie rinnovabili, e, soprattutto, a conseguire la neutralità carbonica del nostro servizio nella Giornata Mondiale della Terra.

Per un'analisi dettagliata degli impatti sul capitale naturale nell'esercizio 2020 e degli obiettivi 2021, si rimanda alla sezione sulla [Valutazione d'impatto](#).

## IL CAPITALE PRODUTTIVO

Il capitale produttivo (o "materiale" o "infrastrutturale") ricomprende i beni strumentali ossia, per Way2Global, sostanzialmente le piattaforme IT in cloud che costituiscono il suo ecosistema operativo, e tutti i software, i tool e le infrastrutture ITC pertinenti, che condividiamo con la supply chain.

Gli aspetti salienti delle attività Way2Global 2020 in relazione a questo capitale riguardano la realizzazione del tool proprietario Term4Neural, un database terminologico realizzato a partire dal data processing di 12 mln di parole da integrare nei motori di traduzione neurale per ottimizzarne l'efficacia, la conseguente traduzione di 3 mln di parole in produzione sulla nostra piattaforma IT, lo sviluppo della nuova piattaforma di Open Education Way2Academy, e il potenziamento in ottica SEO del sito web corporate integrato in una innovativa piattaforma di accelerazione basata sugli algoritmi di Google che ci ha regalato un balzo del traffico organico per 3.260 visite/mese.

Per un'analisi dettagliata degli impatti sul capitale produttivo nell'esercizio 2020 e degli obiettivi 2021, si rimanda alla sezione sulla [Valutazione d'impatto](#).

## IL CAPITALE FINANZIARIO

Nel 2020 nella gestione del capitale finanziario Way2Global ha prodotto risultati di cui è particolarmente soddisfatta.

Tra gli indici più significativi: il MOL (Margine Operativo Lordo) di 191.000 euro, un EBIT di 98.000 euro, 202.000 euro di patrimonio netto e 262.000 euro di disponibilità liquide.

La patrimonializzazione dell'azienda è stata incrementata +42% nel 2020 anche grazie all'aumento di capitale attuato col sovrapprezzo sulle quote trasferite al nuovo socio di minoranza.

Way2Global finanzia le sue attività con gli introiti e gli incassi dai clienti, oltre che, nei casi di necessità congiunturale, linee di credito bancarie (portafoglio RIBA e anticipi fatture), e garantisce la solvibilità monitorando i flussi di cassa tramite apposita funzionalità di cash-flow integrata nella pianificazione degli impegni di spesa.

L'azienda finanzia inoltre i suoi progetti per lo più di R&S anche con la partecipazione a bandi pubblici per l'erogazione di contributi a fondo perduto e altre iniziative di finanza agevolata.

Il risultato 2020 è stato conseguito anche grazie alla prudente decurtazione retributiva volontaria dei C-Level per riuscire a superare l'incertezza congiunturale.



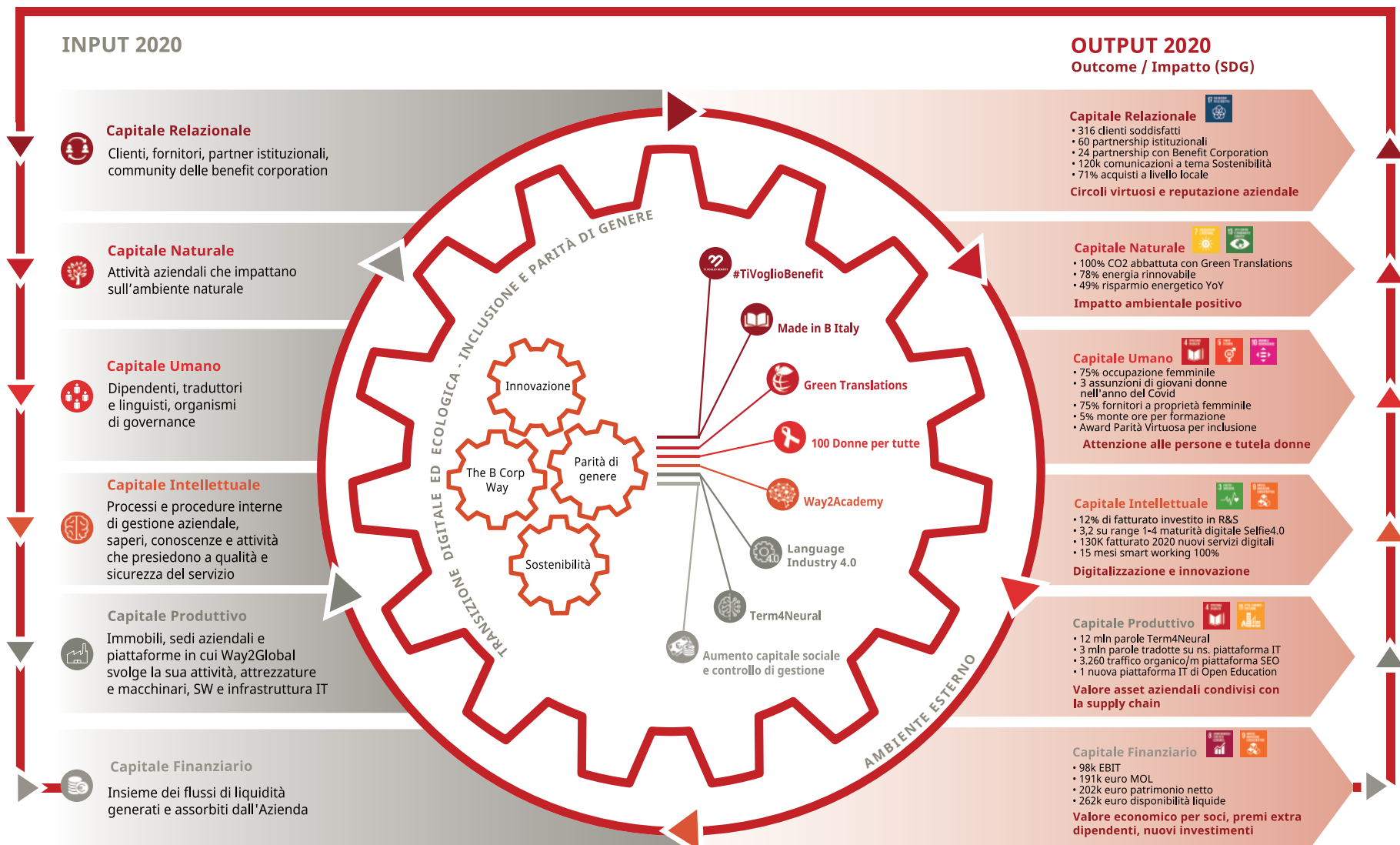
Per un'analisi dettagliata degli impatti sul capitale finanziario nell'esercizio 2020 e degli obiettivi 2021, si rimanda alla sezione sulla [Valutazione d'impatto](#).

## 5.3 LA MATRICE DI MATERIALITÀ





## 6. MODELLO DI BUSINESS E CREAZIONE DEL VALORE



Il modo in cui Way2Global conduce la sua attività creando al contempo valore per il mondo passa attraverso lo sviluppo dei suoi **progetti identitari**, che negli anni hanno generato veri e propri business model, perfettamente replicabili e modulari.

## GREEN TRANSLATIONS

È il progetto che esprime l'impegno dell'azienda sul fronte ambientale, con la creazione del primo servizio al mondo di traduzioni 100% carbon-neutral.



Consapevole della natura dematerializzata del proprio servizio, a basso impatto ambientale, Way2Global ha ampliato l'orizzonte della sfida, includendo nel proprio business model green, fatto di economia circolare e sostenibilità ambientale, l'intera catena di fornitura per creare una filiera sostenibile.

Con le buone prassi di rispetto ambientale, l'azzeramento della carbon footprint e la riforestazione del pianeta tramite la piattaforma digitale della collega B Corp Treedom, l'azienda ha raggiunto l'obiettivo della carbon-neutrality nella Giornata della Terra lo scorso aprile 2020, Covid-nostante, e con 30 anni di anticipo sui target degli Accordi di Parigi.

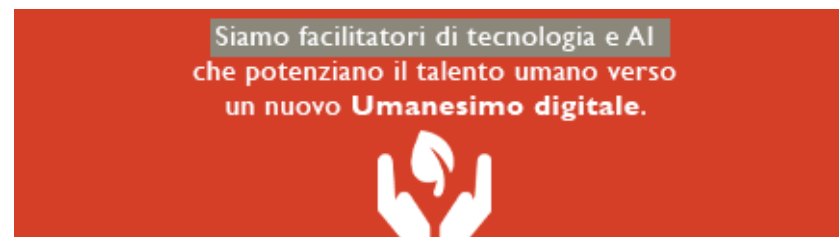
Tra le iniziative ideate e attuate per ridurre la generazione di emissioni nocive citiamo le azioni di riciclo ed economia circolare, la riduzione del consumo di carta ed energia, l'approvvigionamento con energie rinnovabili, e la riconversione degli impianti d'illuminazione e HVAC a basso consumo.

Come Benefit Corporation paladina d'innovazione sostenibile, Way2Global ha dimostrato con "Green Translations" come ogni impresa, per quanto piccola, possa comunque ambire a pensare in grande fuori dagli schemi, e con creatività e inventiva apportare un contributo decisivo a una sana innovazione progettando soluzioni inedite per le grandi sfide dell'umanità<sup>20</sup>.

## LANGUAGE INDUSTRY 4.0

Pionieri di innovazione tecnologica e digitalizzazione della Language Industry quando ancora il termine "trasformazione digitale" era di là da venire, Way2Global ha voluto farsi mentore e facilitatore di tecnologia e AI con impatto sociale.

Con iniziative formative di digital education e progetti di Open Innovation, Technology Transfer e Capacity Building rivolte alla community dei linguisti ma anche al mondo accademico, Way2Global ha voluto democratizzare e rendere accessibile l'AI che sta rivoluzionando il settore con deep learning, big data e reti neurali, al fine di trasformare queste tecnologie abilitanti in driver d'impatto sociale, empowerment femminile e sperimentazione di nuovi modelli di business responsabili.<sup>21</sup>



Abilitando l'accesso dei linguisti alla tecnologia di frontiera e del digitale per il settore della Language Industry, abbiamo voluto contribuire a sfatare lo spauracchio distopico dell'AI che rimpiazza l'umano, e diffondere piuttosto fiducia in un nuovo Umanesimo digitale, dove la tecnologia diventi estensione e potenziamento del talento umano.

## WAY2ACADEMY

Way2Academy è il progetto di Open Education ideato da Way2Global per promuovere la formazione all'uso delle nuove tecnologie digitali a beneficio della community dei traduttori, a prevalenza femminile.

È la risposta che Way2Global ha voluto dare al desolante digital gender divide acuito dalla pandemia, che vede le donne pesantemente discriminate dalla drastica spinta alla digitalizzazione del mercato e dal rischio di venirne squalificate.



Continuazione logica in ambito Education di Language Industry 4.0, anche Way2Academy promuove innovazione tecnologica e trasformazione digitale come leva di empowerment femminile e costruzione di community, ma, oltre a riqualificare i professionisti e le professioniste della localizzazione con percorsi di upskill e reskill digitali, si rivolge anche alla community di giovani, studenti e aspiranti traduttori.

Scopo ultimo è colmare il mismatch tra domanda e offerta sul mercato che vige a livello istituzionale e abbattere le pesanti barriere di accesso al mondo lavorativo al fine di agevolare la transizione dei giovani dal mondo della scuola al mondo del lavoro.

Way2Academy è concepita come una piattaforma online dalla configurazione aperta, basata su principi di condivisione di saperi, co-produzione e co-progettazione di conoscenze, governance partecipativa e networking, finalizzati alla costruzione di community, che consentano a professionisti del settore e giovani aspiranti traduttori di acquisire le competenze digitali necessarie per progettare da protagonisti il proprio futuro.

I suoi strumenti sono unità di apprendimento granulari e modulari, organizzate e focalizzate per competenze, e percorsi di apprendimento informali che disegnano percorsi di carriera “atipici” ma personalizzati, in cui è l’utente a costruirsi la strategia di crescita in totale autonomia<sup>22</sup>.

## MADE IN B ITALY

Il progetto Made in B Italy ha raggiunto il suo primo milestone nel dicembre 2018 con la costituzione di AssoBenefit, associazione nazionale per le società benefit presieduta dall’On. Mauro Del Barba di cui la CEO Way2Global Laura Gori ha l’onore di essere socia fondatrice e sostenitrice.

La seconda tappa, in data 15 novembre 2019, ha visto il lancio del libro “Made in B Italy, la via italiana all’impresa sostenibile” in Borsa Italiana con un evento nel quadro della rassegna milanese di BookCity.

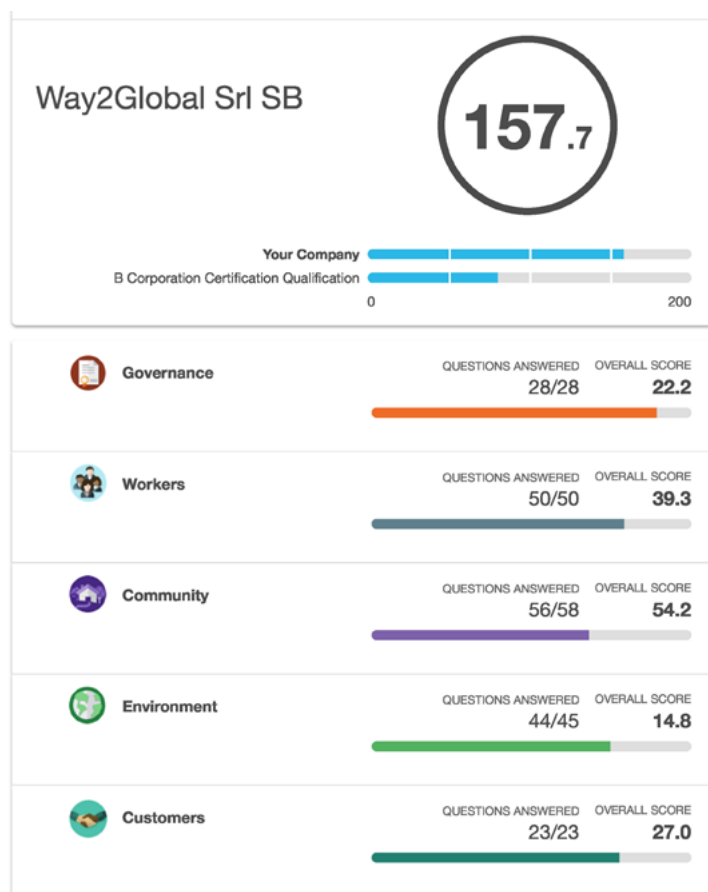
Il libro, scritto a più mani con la testimonianza di 3 benefit corporation italiane (Nativa, Treedom e Way2Global) e il contributo dei padri nobili dell’economia civile (Prof. Stefano Zamagni) e del mondo Benefit (On. Mauro Del Barba), è nato dall’intelligenza collettiva del team Way2Global per esportare il modello virtuoso tutto italiano delle società benefit.

Way2Global è impegnata ora a portare il progetto editoriale in roadshow a EXPO Dubai a partire da ottobre 2021 al fine di raccontare le storie di eccellenza italiana alla grande esposizione che si terrà in territorio emiratino a tema Sostenibilità<sup>23</sup>.



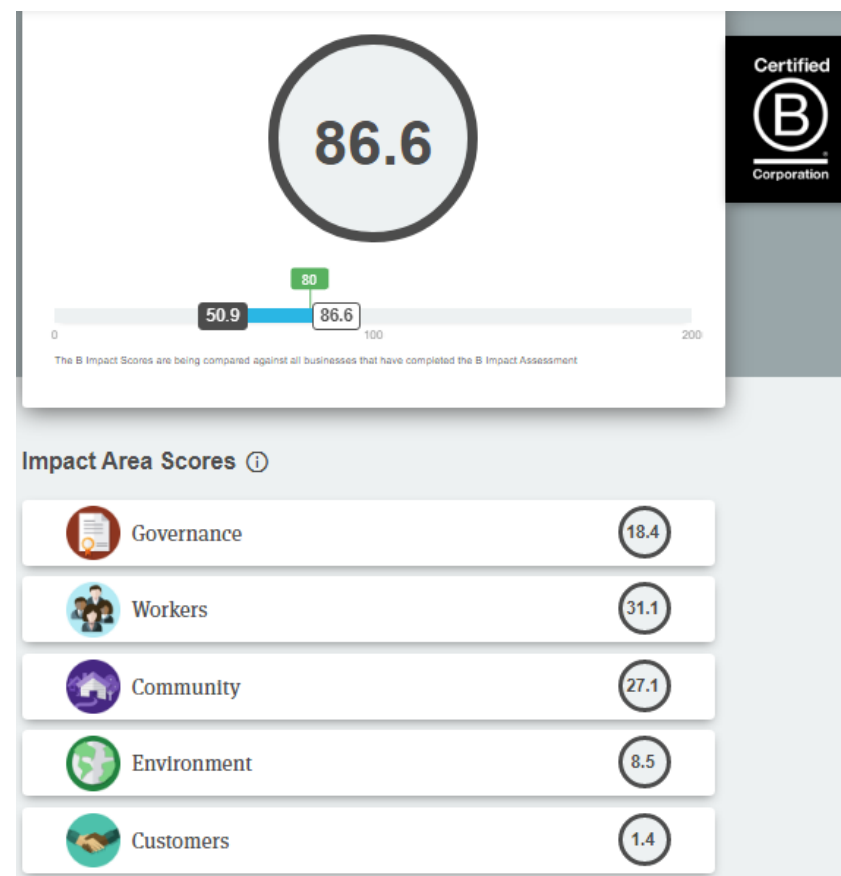
## 7. LA VALUTAZIONE D'IMPATTO

Come società benefit nativa e B Corp certificata, Way2Global misura e monitora il suo impatto socio-ambientale tramite il BIA (B Impact Assessment) messo a punto da B Lab, e tramite il piano dei KPI alla base del proprio piano industriale.



Rating BIA di autovalutazione al 31/12/2020

Dopo la prima certificazione ufficiale di gennaio 2019, nel 2020 l'azienda ha ricompilato in autovalutazione le cinque sezioni del BIA nella sua nuova versione 6.0 integrata nell'SDG Action Manager, archiviando un importante balzo in avanti del suo rating ufficioso (157,7) rispetto al punteggio originario certificato (86,6)<sup>24</sup>.



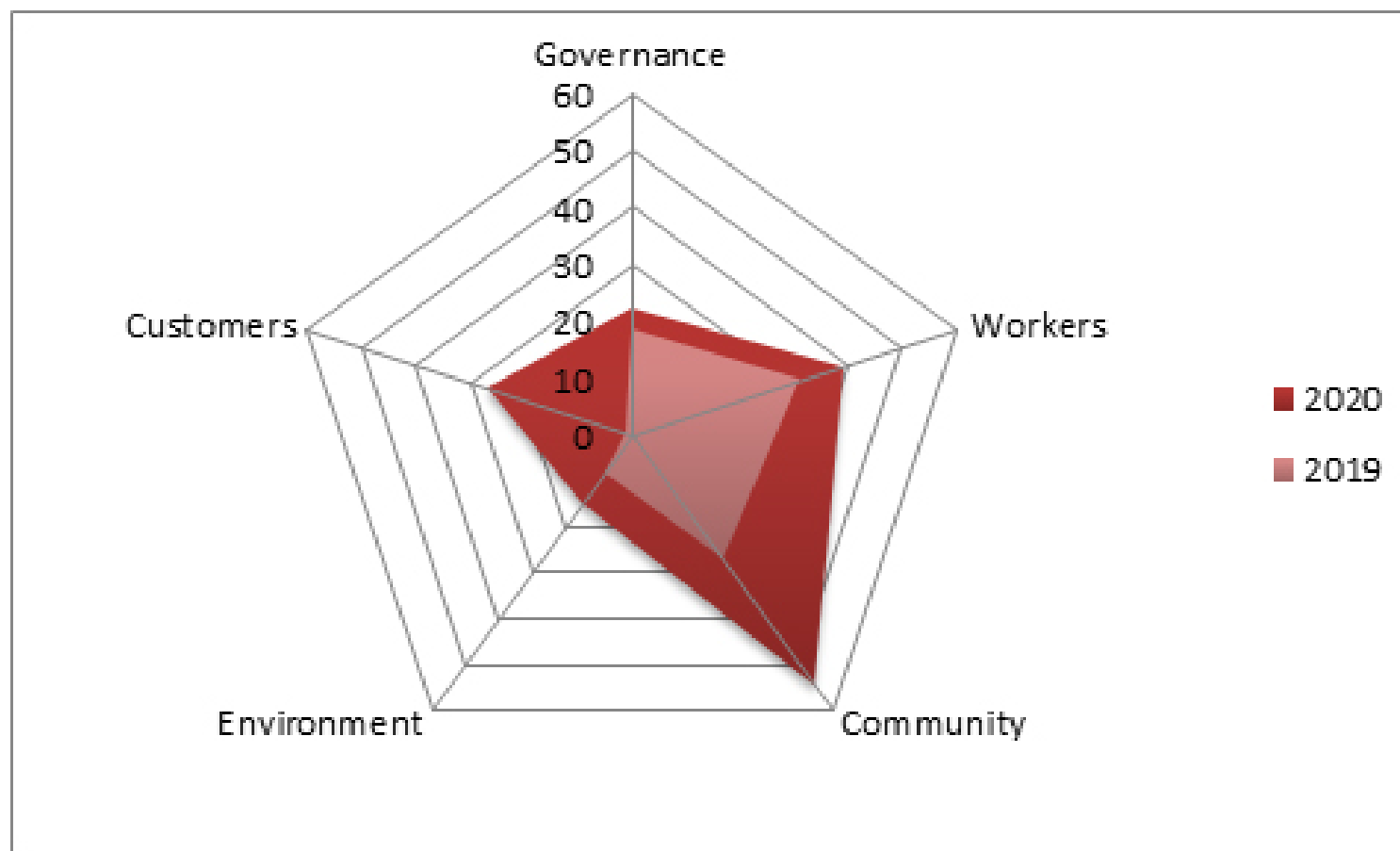
Rating BIA ufficiale e certificato a gennaio 2019

L'audit di ricertificazione che auspichiamo riconfermi e convalidi il nuovo punteggio di autovalutazione è programmato per il mese di gennaio 2022.

Il percorso di miglioramento del nostro rating BIA dal 2019 al 2020 è mostrato dal radar di Sostenibilità che segue, con riferimento alle 5 dimensioni del B Impact Assessment.

Come mostrano le due punte allungate del quadrilatero, le aree in cui il 2020 ci ha visti registrare i maggiori progressi sono Comunità e Clienti, mentre in termini di impatto misurato, è ancora una volta la triade Comunità+Lavoratori+Clienti corrispondente al binomio dei capitali Umano e Relazionale a rivelarsi prioritaria.

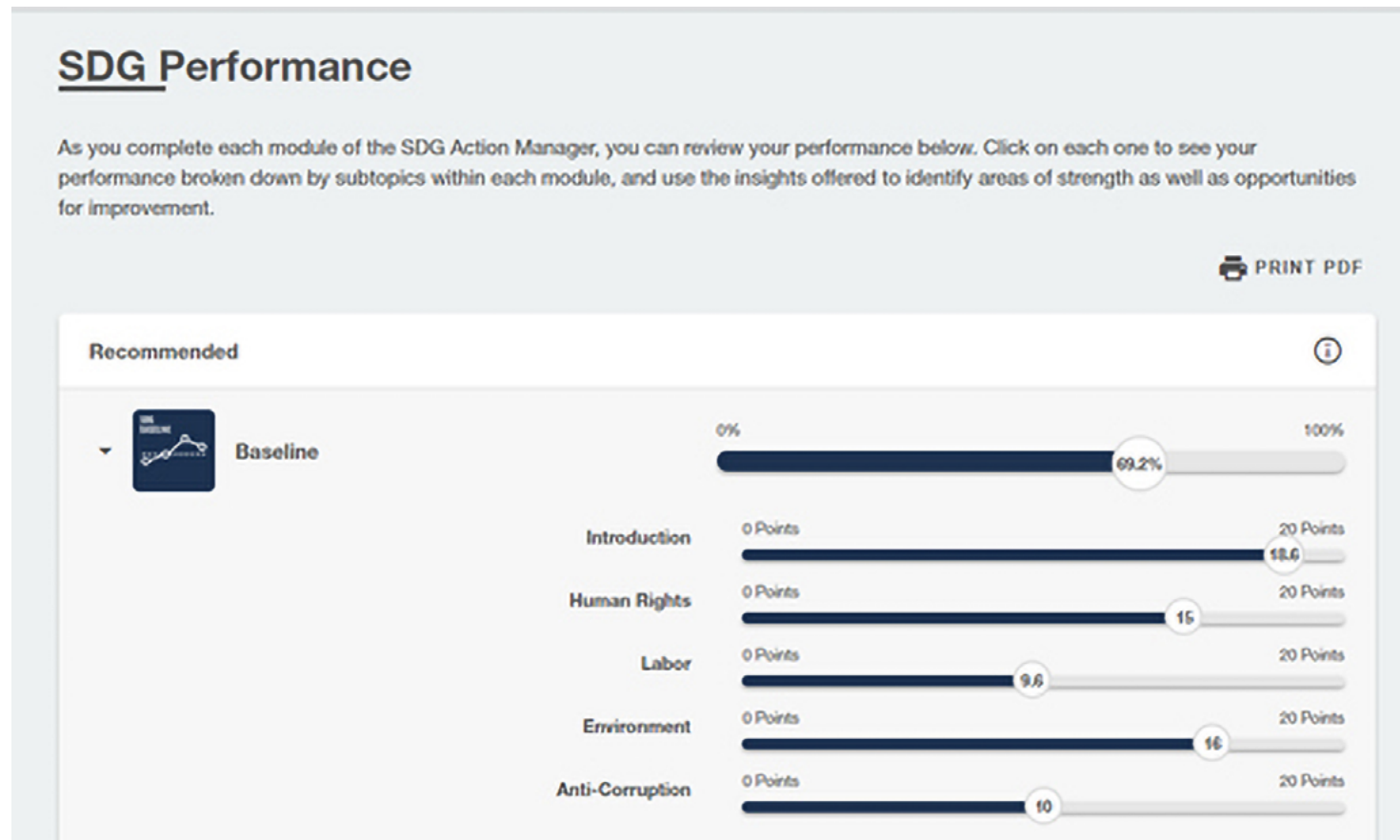
## IL NOSTRO RADAR DELLA SOSTENIBILITÀ





Dal 2020 Way2Global ha cominciato a misurarsi anche con l'**SDG Action Manager**, tool di misurazione online ideato per consentire alle aziende di valutare la sostenibilità del proprio business rispetto ai 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030 dell'ONU e messo a punto grazie a un progetto congiunto di Global Compact ONU e B Lab.

Lo scopo per Way2Global è trarne una visione d'insieme più ampia per il nostro percorso corporate verso la Sostenibilità, e una ulteriore dashboard a più ampio spettro per l'orientamento strategico futuro. Benché per ora la compilazione sia circoscritta alla Baseline, l'esito della prima autovalutazione è pari a **69,2%**.



In ottica di apertura alla sperimentazione e valutazione comparata della sostenibilità del suo business model, dal 2019 Way2Global si misura anche con altre metriche di terzi quali la matrice della piattaforma **EyeOnBuy**, spinoff di **NeXt (Nuova Economia per tutti)**.

Il tool evidenzia i comportamenti aziendali con impatto positivo sotto il profilo sociale e ambientale riconducendoli sia agli SDG dell'ONU sia ai 12 domini del **BES** (l'indice del **Benessere Equo e Sostenibile**), e ci ha restituito un punteggio **97/100**.



**WAY2GLOBAL B.C.**

Via Padre Reginaldo Giuliani, 10a  
Milano (Milano)  
P.IVA 10013290969  
SITO

**AREA DI DISTRIBUZIONE** ▼

**BRANDS ASSOCIATI**

Way2Global

**WAY2GLOBAL B.C.**

SETTORE: Consulenza e servizi

TOTALE PUNTEGGIO: 94/100

PUNTEGGIO DI AUTOVALUTAZIONE: 94 / 100

**AREA 1 - L'azienda e il governo dell'organizzazione**



**AREA 2 - Le persone e l'ambiente di lavoro**



**AREA 3 - I rapporti con i cittadini/clienti**



**AREA 4 - La catena di fornitura**



**AREA 5 - I comportamenti verso l'ambiente naturale**



**AREA 6 - I comportamenti verso la comunità locale**



VEDI AUTOVALUTAZIONE

Altra metrica sperimentata per misurare il nostro operato è la survey **Welfare Index PMI** promossa da Generali con la partecipazione di Confindustria, Confagricoltura, Confartigianato e Confprofessioni, che ci ha assegnato un rating “4W”.

Si tratta della maggiore indagine italiana sul welfare aziendale partecipata da oltre 4.500 PMI italiane, che fotografa lo stato dell’arte del welfare nelle piccole e medie imprese italiane basandosi sull’ampiezza e sul contenuto delle iniziative, sull’originalità e sulle politiche attuate.

Attraverso un questionario di autovalutazione, le imprese che aderiscono all’iniziativa vengono classificate con un rating crescente da **1W** (welfare in fase iniziale a copertura di meno di 3 delle 12 aree complessivamente considerate) fino a **5W** (welfare molto sviluppato su oltre 8 delle 12 aree considerate) su un totale di dodici aree di welfare aziendale. Le categorie di benefit e servizi per i lavoratori che vengono valutate vanno dalla previdenza e sanità integrativa alla conciliazione vita-lavoro, e dal sostegno economico al reddito dei dipendenti alla formazione continua.



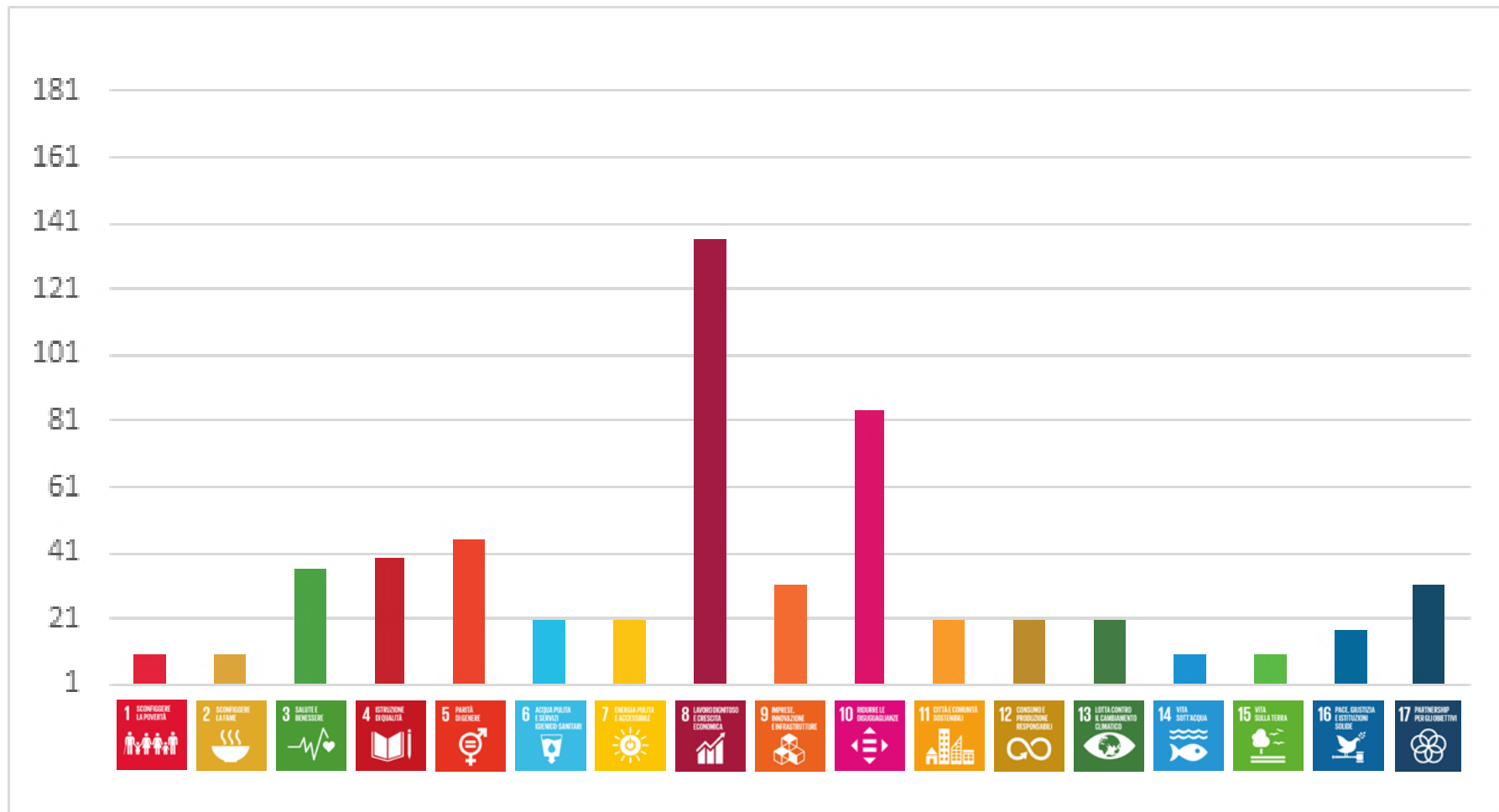
Non ultimo, dal 2020 Way2Global ha preso parte a titolo volontario al beta testing della nuova piattaforma online SABI, messa a punto nel framework **La Buona Impresa** da **Fondazione Buon Lavoro**, **PwC** e **GoodPoint** per l'autovalutazione delle imprese, soprattutto società benefit, pmi e startup, che vogliono misurare e migliorare la propria capacità di creazione di valore sistemico e sostenibile.

Il tool si basa sulla misura della triangolazione virtuosa: 1) **prodotto o servizio**, che risponda ai bisogni della società; 2) creazione e organizzazione del **lavoro**, che assicuri occasione di realizzazione professionale alle persone; 3) produzione di **Valore economico** e quindi ricchezza che ricada, direttamente o indirettamente, sul contesto. La valutazione complessiva dei risultati Way2Global in termini di sinergia tra i pilastri Prodotto, Lavoro e Valore Economico di SABI è espressa dal grafico seguente.



Il diagramma che segue mostra la **valutazione SABI dell'impatto complessivo di Way2Global sui singoli SDGs** come valore creato in termini assoluti (rilevanza x valutazione in ciascuna delle dimensioni impattanti), attraverso Prodotto, Lavoro e creazione di Valore Economico.

La valutazione SABI non ha rilevato alcun rischio d'impatto negativo sui 3 pilastri dell'attività dell'impresa né sugli elementi materiali di sostenibilità sociale e ambientale.





Più nel dettaglio, secondo la misurazione effettuata con il tool SABI, Way2Global risulta contribuire attraverso il suo **SERVIZIO** al perseguimento dei seguenti SDG dell'Agenda ONU 2030:



Mentre attraverso la creazione del **LAVORO**, Way2Global contribuisce ai seguenti SDG:

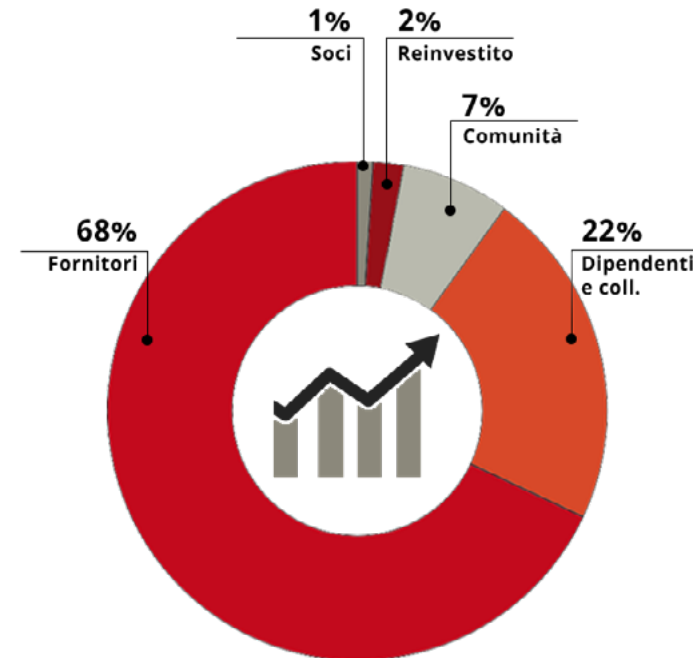


E infine attraverso il **VALORE ECONOMICO** che genera, Way2Global contribuisce ai seguenti SDG:



Altra interessante considerazione emersa dall'autovalutazione con SABI riguarda l'**equa ripartizione del valore generato** da Way2Global, ossia la sua capacità di contribuire a creare valore economico per tutti coloro che concorrono alla sua realizzazione lungo la filiera.

## DISTRIBUZIONE DEL VALORE ECONOMICO



Valore economico **distribuito** dall'impresa € 2.420.886

Valore trattenuto e **reinvestito** in azienda € 45.336

Ma andiamo ora ad analizzare nel dettaglio l'impatto misurato attraverso i KPI del nostro piano industriale in ottica BIA, oltre che in connessione con i 6 capitali.

## GOVERNANCE &amp; RISORSE UMANE

Capitale	Parametro	KPI	Dato di partenza 2019	Obiettivo 2020	Scostamento Rilevato (%)	Risultato 2020	Obiettivo 2021	Target SDG
Umano	Fidelizzazione dipendenti	Media anni anzianità di servizio dipendenti (anni) inclusa legacy Trans-Edit	6	6	133	8	9	8.8
Umano	Parità di genere	% dip/coll donne su TOT	80	81	114	92	93	5.4
Umano	Meritorietà	% Retribuz var vs. fissa	9	10	120	12	13	8.5
Umano	Benessere dipendenti	% h fitness su tot lavorate	2,44	3	37	1,11	3	3.8
Umano	Crescita personale e professionale	% h formazione su tot lavorate	3	4	125	5	6	4.4
Relazionale	Pari opportunità, Diversity	% spesa fornitori femm. su tot spesa fornitori/anno	77	78	96	75	76	5.5
Relazionale	Volontariato aziendale	% h volontariato su tot lavorate	14	15	107	16	18	12.6
Relazionale	Donazioni	% donazioni su TOT fatturato	0,20	0,22	95	0,21	0,22	12.6
Relazionale	Spesa virtuosa (Benefit, onlus, etc.)	% spesa virtuosa su spesa TOT	12	12	108	13	14	17.16
Relazionale	Spesa virtuosa (Benefit, onlus, etc.)	% spesa virtuosa su fatturato TOT	13	13	85	11	13	17.16
Intellettuale	Rating globale di certificazione B Corp	Punteggio BIA	86,60	91,00	173	157,7	157,7	12.6

## Risultati 2020

Lato Governance e Risorse Umane, ossia in termini di capitale umano e relazionale, gli unici indicatori non raggiunti (scostamento rilevato <100) riguardano il benessere dei dipendenti a causa del drastico calo delle ore di fitness connesso a un anno di smart working 100% causa pandemia; l'obiettivo di pari opportunità della percentuale di spending presso fornitori a guida femminile sul totale spending fornitori/anno (mancato di 3 soli punti percentuali); l'obiettivo della percentuale di erogazioni liberali e donazioni sul totale fatturato (mancato per uno 0,01%) a causa del regime di rigido saving imposto dalla crisi pandemica; e infine la percentuale di spesa "virtuosa", ossia presso fornitori Benefit, onlus, fondazioni o altre realtà di comprovata etica, mancato di 2 punti percentuali.

In ambito Risorse Umane la scelta collettiva di operare prudenzialmente in regime 100% smart working fino al termine dell'emergenza pandemica ha riconfermato l'attenzione alle persone, il business model basato sulla flessibilità del lavoro, sui rapporti fiduciari e la volontà dell'azienda di coinvolgere il personale nella co-progettazione delle strategie corporate. Oltre allo **smart working**, regolamentato in Way2Global da un accordo di secondo livello sin dalla costituzione aziendale, nell'esercizio 2020 abbiamo voluto sperimentare sul campo da pionieri d'innovazione anche le nuove modalità organizzative dello **slow working**, che riduce aspettative e richieste alle neomamme di ritorno dai congedi di maternità, e del **South working**, con l'assunzione di personale a distanza e la possibilità di lavorare da località geograficamente remote.



Complessivamente, la valutazione dei risultati 2020 nelle aree Governance e Risorse Umane si considera quindi soddisfacente.

Tra gli aspetti salienti, si citano la menzione speciale nell'**Award Parità Virtuosa 2020** che il Consiglio per le Pari Opportunità di Regione Lombardia ci ha riconosciuto per il secondo anno per avere messo al primo posto il beneficio comune e la felicità delle persone, continuando a creare valore sociale in azienda nonostante le difficoltà della pandemia; e il Premio **Donna in Affari 2020**, a cura della omonima testata giornalistica a riconoscimento del talento delle imprenditrici italiane di società a maggioranza femminile che sono state misurate in base all'impatto positivo generato sull'ambiente e sulla società tramite l'affermazione di valori d'impresa come il tasso di femminilizzazione, la creatività, l'innovazione tecnologica, e la sostenibilità.

In ottica di impegno militante in seno ad associazioni di tutela dei diritti delle donne, nel 2020 si evidenziano le seguenti attività:

- **B Women Italy / Women4Solutions** – adesione al comitato organizzativo di questa rete globale di imprenditrici che lavorano per un'economia inclusiva, rigenerativa e a triplo impatto, che coniughi profitto, ambiente e parità di genere in un mercato orientato alla "Caring Economy", aderenti al Women20 (W20), engagement group ufficiale del G20 sulla parità di genere;<sup>25</sup>
- **Inspiring Fifty Italy 2018** – adesione al comitato organizzativo dell'Edizione 2021 di questo premio a riconoscimento delle 50 donne più influenti in ambito di scienza e tecnologia<sup>26</sup> e, tramite l'associazione, ambassador di Inclusione Donna, polo di aggregazione di tutte le associazioni portatrici degli interessi delle donne a livello nazionale;
- Ambassador e firmatari dei **Women Empowerment Principles** (WEP) di UN Women e Global Compact come 34a impresa italiana (su oltre 3.000 in tutto il mondo) – iniziativa globale che offre alle aziende una roadmap per promuovere la parità di genere nel luogo di lavoro, nel mercato e nelle comunità, coprendo aree quali leadership, non discriminazione, salute, sicurezza e non violenza, formazione, imprenditorialità, trasparenza e misurazione;<sup>27</sup>
- **Unstoppable Women** – rete di donne, imprenditrici e founder di startup per tracciare la strada femminile alla leadership;<sup>28</sup>
- **STEAMiamocy** – rete sinergica di aziende, università, enti e associazioni, nazionali e internazionali, impegnate nella valorizzazione dei talenti femminili in ambito scientifico-tecnologico;<sup>29</sup>

- Firmatari della **Carta per le Pari Opportunità** di Fondazione Sodalitas, che aderisce con altri 25 Paesi Europei alla Piattaforma Europea delle Diversity Charters per combattere la discriminazione sul luogo di lavoro.<sup>30</sup>
- **100 Donne per tutte** – libro contro la violenza di genere scritto da Arianna Pigini, presidente dell'associazione “L'Abbraccio del Mediterraneo” e vincitrice del premio “Iconic Women Creating a Better World for All”, come raccolta di 100 autobiografie di donne che con le loro storie di coraggio quotidiano vogliono ispirare un cambiamento culturale dal basso. Oltre a essere parte del progetto con l'inclusione della biografia della sua CEO Laura Gori, Way2Global ha deciso di tradurre il libro in inglese per estendere la portata del suo impatto a livello internazionale.<sup>31</sup>
- **Donne 4.0** – adesione alla community fondata da Darja Majidi che promuove l'empowerment e la leadership femminile tramite la leva strategica del digitale e delle tecnologie per accelerare il raggiungimento di parità ed equità delle donne a livello mondiale.<sup>32</sup>
- **Women 2027 100 Donne si fa Storia #2** – partecipazione all'evento online, incontro di confronto tra 100 imprenditrici italiane e le europarlamentari italiane nel primo anno di programmazione EU 2021-2027 per promuovere le aziende al femminile rispetto agli indirizzi strategici europei e il ruolo delle donne nel mondo imprenditoriale.

Una menzione a parte merita il progetto pilota **Term4Neural**<sup>33</sup> che promuove l'innovazione tecnologica come leva di empowerment femminile. Dall'incontro con tre giovani neolaureate spinte da una passione NERD per le lingue e l'AI applicata alla tassonomia terminologica è nata un'innovativa tecnologia di frontiera per la Language Industry. Si tratta di un esclusivo tool proprietario data-driven che integra i Big Data nei motori di traduzione a base di reti neurali.

Term4Neural è un **progetto R&S data-centric e women-driven** in cui il binomio Donne&Tech ha processato 12 mln di estrazione terminologica in un **tool pionieristico per l'upskill digitale** di 20 linguiste e la trasformazione di 3 giovani talenti in data scientist.



## Impegni/Obiettivi 2021

Per compensare il distanziamento fisico, le concrete difficoltà nel mantenere vivo il dialogo, e il prolungato regime di smart working 100% causato dalla pandemia, per il 2021 l'azienda intende consolidare il processo di comunicazione, collaborazione ed engagement del personale anche tramite nuove modalità di interazione (es. caffè virtuali, iniziative e riunioni cross-reparto, percorsi di coaching, focus group e colloqui di clima).

Come suggerito dalle survey sui dipendenti, verranno calendarizzate riunioni plenarie più frequenti per sviluppare coesione, soprattutto rispetto ai neo-assunti, creare maggiore consapevolezza collettiva circa le scelte e gli obiettivi aziendali, e rendere più partecipate le nuove forme di gestione manageriale imprescindibili per il futuro di Way2Global.

In ambito gender equality, pari opportunità e inclusione, si intende continuare a diversificare le misure a favore delle della conciliazione vita-lavoro guardando a modelli di eccellenza sostenibile come le colleghe B Corp Danone e Davines, e rimodulando il sistema welfare aziendale in funzione delle esigenze reali che i dipendenti esprimono nelle survey periodiche.

Intendiamo infine proseguire nelle attività di role modeling con la leva della testimonianza e dello storytelling per promuovere women empowerment anche e soprattutto in ambito tecnico-scientifico, dell'AI e delle tecnologie abilitanti afferenti la 4° rivoluzione industriale.

In ambito di crescita e formazione continua del personale, nel 2021 si intende sviluppare il progetto Way2Academy per promuovere le nostre iniziative di Open Education e alfabetizzazione digitale in chiave d'impatto sociale, alimentare i rapporti con la community dei linguisti abilitandoli all'uso della tecnologia di frontiera per il settore (reti neurali), ma anche proseguire nella digitalizzazione a favore dei dipendenti, che hanno manifestato interesse a formarsi in materia di nuove tecnologie per il settore. Sempre nel quadro di Way2Academy troverà spazio la formazione uso dipendenti, collaboratori, fornitori e clienti a tema Sostenibilità e Benefit Corporation.

Proseguire nell'autovalutazione di sostenibilità compilando ulteriori sezioni dell'SDG Action Mgr è un'altra misura di governance che si intende perseguire nel 2021 per orientare lo sviluppo sostenibile aziendale.

## COMUNITÀ

Capitale	Parametro	KPI	Dato di partenza 2019	Obiettivo 2020	Scostamento Rilevato (%)	Risultato 2020	Obiettivo 2021	Target SDG
Relazionale	Creazione di occupazione locale	% dipendenti <200 km da HQ su TOT	100	100	100	100	100	8.5
Relazionale	Acquisti locali	% spesa vs. fornitori <200 km da HQ	77	80	89	71	80	8.3
Relazionale	Proprietà locale	% soci <200 km da HQ	100	100	100	100	100	9.2
Relazionale	Educazione filiera	N. comunicazioni omnichannel a tema Sostenibilità	244.331	250.000	48	120.667	140.000	4.7
Relazionale	Clienti "purpose-driven"	% fatturato vs. altre B Corp o aziende responsabili	0,22	0,84	440	3,70	4	12.6

### Risultati 2020

L'impegno di Way2Global nei confronti della società civile, della comunità locale e del territorio di appartenenza, e quindi il suo impatto sul capitale relazionale, si esprimono per lo più attraverso le attività d'impatto sociale e ambientale che fanno capo ai grandi **progetti identitari** "Made in B Italy" e "Language Industry 4.0" in materia d'innovazione tecnologica, cui si affianca l'ultimo nato, Way2Academy, in ottica di Open Innovation, trasformazione digitale ed empowerment femminile e giovanile.

Nell'anno terribile della pandemia, Way2Global è orgogliosa di essere riuscita a creare occupazione a favore di 3 giovani donne, 2 delle quali assunte dalle liste di disoccupazione.

Creare occupazione e assumere 3 giovani donne in parte dalle liste di disoccupazione nell'anno della pandemia è stata per noi una grande soddisfazione.



Rispetto all'impatto sulla Comunità, nel 2020 gli unici due obiettivi del piano industriale non centrati riguardano la percentuale di spesa verso fornitori entro un raggio di 200 km dalla sede aziendale (mancato di 9 punti percentuali) e il numero di comunicazioni multicanale a tema educazione alla sostenibilità nei confronti dei fornitori (comunque importante e apprezzabile, benché inferiore alla quantità esagerata dell'esercizio precedente).

Tra le principali attività di advocacy e promozione della Sostenibilità d'impresa nei confronti della Comunità, Way2Global ha aderito nel 2020 alle seguenti iniziative:

- **CEO Call to Action**<sup>34</sup> – appello alle imprese europee più impegnate sul fronte della Sostenibilità, promosso da Fondazione Sodalitas;
- Pledge di **Regeneration 2030**<sup>35</sup> - per un'economia rigenerativa che trovi una soluzione al climate change e si impegni per la felicità e il benessere di tutti gli esseri umani;
- **Call for Future** di Fondazione Sodalitas<sup>36</sup> - selezione di case study di sostenibilità aziendale;
- **Patto economico** per l'Italia, promosso da Parlamento e Governo Italiano per un nuovo modello economico e sociale<sup>37</sup>
- **Sustainable Corporate Governance in the UE**<sup>38</sup> - class action promossa da B Lab Europe per conto della Commissione Europea



- **1000 azioni per una nuova Italia**<sup>39</sup> – iniziativa di raccolta buone prassi di sostenibilità de Il Manifesto di Assisi
- **I 10 Principi dell'UNGC**<sup>40</sup>, United Nations Global Compact
- **Unlock The Change**<sup>41</sup> – campagna mediatica delle B Corp italiane per la promozione del cambiamento sostenibile e la diffusione del modello delle benefit corporation
- **Raccolta delle buone pratiche SDG**<sup>42</sup> di Impronta Etica,
- Manifesto **Constructive Network**<sup>43</sup> a favore del giornalismo costruttivo,
- **Smart City Alliance**<sup>44</sup> – iniziativa di Assolombarda per la costruzione di reti virtuose e di un'alleanza tra città sostenibili

Nel quadro delle associazioni di cui fa parte, Way2Global ha partecipato nel 2020 a iniziative congiunte di B Corporation Italia, AssoBenefit (socio costitutiva e sostenitrice), UNGC (United Nations Global Compact), NEXT (Nuova Economia per Tutti), Ebiter, AICE, ICC (International Chamber of Commerce).

Poiché la condivisione del valore con la comunità di riferimento è fondamentale per Way2Global, tra le prassi dell'azienda vi sono anche erogazioni liberali, contributi monetari e iniziative di beneficenza e crowdfunding, contributi operativi e volontariato anche sotto forma di sponsorship pro-bono ad attività e iniziative ritenute in linea con la nostra cultura di sostenibilità, contributi in kind e donazione di beni e servizi, contributi alla vita culturale della comunità.

## Impegni/Obiettivi 2021

Tra gli impegni e gli obiettivi per il 2021 intendiamo in primo luogo migliorare l'esito del KPI sulla filiera corta e la promozione dell'indotto a livello locale, incrementando la quota di spending su fornitori entro un raggio di 200 km dalla sede aziendale rispetto al totale acquisti da fornitori.

Altro obiettivo riguarda il consolidamento della quota di fatturato sviluppato da clienti "purpose-driven" (B Corp, società benefit, altre aziende responsabili) instaurando rapporti di partnership virtuose.

Il progetto Way2Academy prevede, nella sua articolazione su 4 assi di sviluppo, il varo dell'iniziativa #adottaunastagista per promuovere la crescita professionale di linguiste in formazione tramite nuove convenzioni con le Università del territorio, il consolidamento dei rapporti con il corpo docente dell'Università Altiero Spinelli per la finalizzazione delle unità di Education, e lo sviluppo di partnership e alleanze con altri stakeholder sul territorio per scalare l'iniziativa Term4Neural e la survey TOP (Translator Opinion Poll).

Tra le altre attività e iniziative che si intende promuovere sul territorio a favore della comunità nel 2021 citiamo i nuovi milestone del progetto "Made in B Italy" con l'attuazione del roadshow a Expo Dubai in collaborazione con AssoBenefit, Nativa, Treedom e la community delle altre benefit corporation italiane, la prosecuzione della campagna #TiVoglioBenefit con lo sviluppo di nuove partnership con nuovi fornitori sostenibili (banche, IT, housekeeping), la continuità delle alleanze con i partner istituzionali Global Compact, il circuito B Corp e SB/AssoBenefit, Koinetica, Sodalitas, e l'adesione a nuove associazioni (CSRNative, AsVis, Ashoka, Repubblica degli Stagisti, ...).

Non ultimo, promuovere la diffusione in Italia e all'estero del progetto editoriale "100 Donne per tutte" sarà nel 2021 il nostro intento programmatico per affermare le due battaglie per i diritti umani e civili che ci stanno più a cuore: l'empowerment femminile, da una parte, e al contempo il nuovo paradigma d'impresa sostenibile delle società benefit, habitus giuridico perfetto per il nuovo modello di leadership femminile che auspichiamo.

## AMBIENTE

Capitale	Parametro	KPI	Dato di partenza 2019	Obiettivo 2020	Scostamento Rilevato (%)	Risultato 2020	Obiettivo 2021	Target SDG
Naturale	Carbon Footprint	Saldo ton CO2 generata meno compensata	34	0	n/a	-147	-150	7.3
Naturale	Intensità carbonica	Ton CO2 Scope 1 & 2 / fatturato (mln EUR) esclusi compensazione e carbon credit	9,2	8	95	7,6	5	7.3
Naturale	Efficientamento energetico	% risparmio energetico anno su anno	-20	30	163	49	50	7.2
Naturale	Uso energie rinnovabili	% energie rinnovabili su tot fabbisogno energia	37	40	195	78	100	SDG 13
Naturale	Green procurement	% fornitori green/sostenibili su TOT fornitori	7	8	113	9	10	12.6
Naturale	Green procurement	% Spending green/sostenibile su TOT spending	3	4	50	2	3	12.6

### Risultati 2020

Way2Global svolge un'attività a basso impatto ambientale, essendo le traduzioni un servizio dematerializzato. Consapevole tuttavia dell'ampio spazio di miglioramento che si sarebbe schiuso al nostro impatto ambientale se avessimo fatto ricorso a soluzioni creative e a una buona dose di innovatività e inventiva, e determinati a migliorare il punteggio poco lusinghiero conseguito in origine nel BIA proprio nell'area AMBIENTE, lavoriamo da 3 anni alla riduzione della nostra impronta ambientale nel quadro del progetto identitario Green Translations, che ci ha traghettato la neutralità carbonica proprio nella Giornata Mondiale della Terra lo scorso aprile 2020.<sup>45</sup>

Way2Global ha aderito e sottoscritto numerose iniziative di attivismo ambientale tra cui:

- **NetZero2030<sup>46</sup>** – azione varata in occasione della COP25 di Madrid assieme ad altre 500 B Corp italiane per azzerare l'impronta carbonica delle aziende entro il 2030 (ora confluita nel "B Corp Climate Collective" che aderisce alla "UN Race to Zero"),
- **Manifesto 110 Green New Deal per l'Italia<sup>47</sup>** promosso da Fondazione per lo Sviluppo Sostenibile;
- **Tax CO2** – petizione promossa da StopGlobalWarming;
- **Manifesto per il Decennio del Mare** - sottoscritto come B Women Italy;

- **Progetto d'impatto 2019** delle B Corp italiane per rimuovere la plastica dal Mar Mediterraneo;
- **Protocollo Lombardo per lo Sviluppo Sostenibile** – patto tra Regione Lombardia e gli attori lombardi interessati a un'economia più sostenibile<sup>48</sup>.

Tra gli altri highlight del 2020 in ambito di impatto ambientale, non possiamo non segnalare l'intero anno di smart working al 100% che ci ha consentito di abbattere il consumo di energia elettrica, l'azzeramento delle trasferte, che rappresentavano la nostra maggiore voce di impatto negativo, ma anche - da febbraio 2020 - la contrattualizzazione della B Corp Wekiwi per l'approvvigionamento di energia rinnovabile.

**Abbiamo raggiunto la neutralità carbonica**  
nella Giornata Mondiale della Terra tagliando le emissioni  
con riduzione consumi, transizione energetica  
ed economia circolare - e solo a valle compensando  
la CO2 residuale.



Siamo orgogliosi di avere raggiunto la neutralità carbonica nella Giornata Mondiale della Terra, dopo avere tagliato le emissioni nocive con riduzione consumi, transizione energetica ed economia circolare - e solo a valle compensato la CO<sub>2</sub> residua.

L'unico obiettivo impattante sul capitale naturale non centrato nell'esercizio appena concluso riguarda la percentuale di spending su fornitori green o sostenibili rispetto alla spending totale, mancato per 2 punti percentuali.



## Impegni/Obiettivi 2021

Tra gli obiettivi 2021, citiamo in primis il conseguimento di una certificazione ISO EN 14064 o di un'analogia green label per attestare ufficialmente la neutralità carbonica del nostro servizio.

Intendiamo inoltre ampliare alla community di dipendenti e collaboratori la convenzione con Wekiwi per includere le rispettive utenze domestiche nell'approvvigionamento virtuoso a base di energia rinnovabile.

Altro obiettivo riguarda il consolidamento della campagna #tivoglioBenefit per finalizzare partnership con altri fornitori green.

In termini di logistica, mezzi di trasporto e trasferte aeree, puntiamo per il 2021 a consolidare e istituzionalizzare le buone prassi di smart working e digitalizzazione di tutti i processi e le funzioni aziendali nel quadro del progetto identitario d'innovazione tecnologica Language Industry 4.0, oltre che a evitare nei limiti del possibile le trasferte aeree in quanto principale fonte di produzione CO<sub>2</sub> di Way2Global ("flight shame").

Tra gli altri obiettivi d'impatto ambientale: proseguire nello svecchiamento della flotta aziendale a favore di vetture elettriche o meno impattanti, incentivare l'uso dei mezzi pubblici attivando convenzioni per abbonamenti con ATM/Trenord, etc. a beneficio dei dipendenti, e introdurre iniziative di car pooling aziendale e mobilità sostenibile.

Proseguiremo infine nell'impegno di coinvolgimento e sensibilizzazione del nostro condominio e sul territorio alla causa dell'ecosostenibilità, promuovendo anche l'adozione di sistemi di monitoraggio e misura della quantità di acqua utilizzata al fine di ridurre gli sprechi e di produzione rifiuti.

Altra iniziativa allo studio consiste nell'ulteriore dematerializzazione del nostro processo con la digitalizzazione dell'archivio cartaceo da attuarsi preferibilmente con la terziarizzazione del servizio a una collega B Corp.

## CLIENTI

Capitale	Parametro	KPI	Dato di partenza 2019	Obiettivo 2020	Scostamento Rilevato (%)	Risultato 2020	Obiettivo 2021	Target SDG
Relazionale	Fatturato	Trend fatturato YoY	2.580.357	2.692.148	92	2.478.644	2.602.577	8.2
Relazionale	Internazionalizzazione	% fatturato estero su TOT	33	38	63	24	28	8.2
Relazionale	New business	% nuovi clienti su TOT	46	46	76	35	46	8.2
Relazionale	Soddisfazione cliente	% Reclami su totale commesse/anno	0,40	0,30	223	0,67	0,30	8.2
Relazionale	Soddisfazione cliente	% Acknowledgment clienti su tot. commesse/anno	0,78	0,80	111	0,89	0,90	8.2
Intellettuale	Branding	N. visualizzazioni post social network	758.423	500.000	36	178.666	250.000	8.2
Intellettuale	Branding	N. accessi sito corporate	11.647	22.152	59	12.966	17.559	8.2

## Risultati 2020

Nonostante le difficoltà legate alla pandemia, nell'esercizio 2020 Way2Global è riuscita a mettere a segno un risultato che si ritiene eccellente.

La **lieve decrescita del fatturato** non ha consentito di centrare l'obiettivo 2020, riportando di fatto i volumi ai livelli del 2017, tuttavia il risultato può considerarsi più che apprezzabile rispetto alla contrazione >9% del PIL Italiano.

Nell'esercizio 2020 anche il **numero di clienti attivi** registra una lieve decrescita e manca l'obiettivo prefissato, a vantaggio tuttavia del **fatturato medio/cliente**, che registra una crescita +5,7%.

Altro obiettivo mancato nel 2020 riguarda la quota di **internazionalizzazione** per via di un'ulteriore contrazione importante del volume del nostro cliente US-based n.l a seguito delle plurime operazioni di M&A e riassetto con altri competitor che lo hanno portato a riorganizzare la gestione degli acquisti di traduzioni centralizzandole sulla filiale italiana.

Pur scontando una contrazione della quota estero, la dinamica di cui sopra ci ha consentito di ridurre nel 2020 il livello di esposizione sul principale cliente a <18% sul totale dei ricavi, così come di conseguenza la concentrazione in termini di quota fatturato sui **principali 5 clienti** al 23% del fatturato totale.

La percentuale di fatturato da **new business** sconta anch'essa nel 2020 lo scotto della pandemia, ma in misura lieve e in ogni caso soltanto per via di motivi accidentali poco rilevanti.

**L'attenzione al cliente** e la capacità di instaurare un dialogo costruttivo si riflette nel tasso di fidelizzazione del portfolio clienti storici, nelle performance del new business che si possono considerare miracolose sullo sfondo della pandemia che ha di fatto congelato trasferte e visite clienti, negli importanti accordi quadro aggiudicati in forza di tender di gara internazionali, e nei KPI che misurano la soddisfazione del cliente in termini di riduzione reclami e aumento acknowledgment.

Nel 2020 il focus sul cliente è stato ulteriormente incrementato con l'istituzione di una reattiva ed efficace **unità di crisi integrata** che ha visto i team commerciale e project management lavorare in sinergia spesso per coinvolgere il cliente nella co-progettazione di servizi personalizzati e innovativi in conformità alle mutate esigenze dello scenario pandemico. L'impatto positivo sul cliente è attestato, tra l'altro, dalla crescita netta della percentuale di preventivi confermati (84%).

Altra leva strategica che ha consentito di accrescere la tempestività e completezza del servizio erogato riguarda l'attivazione di un'importante collaborazione con un'organizzazione di **project management esterna** a forte impronta tecnologica, che ci ha consentito rapidamente di ampliare la nostra capacità di gestione, sviluppare innovativi business model e penetrare nuove nicchie di mercato.

Infine, l'ulteriore strumento strategico che nell'esercizio appena chiuso ci ha consentito di coltivare le relazioni con i clienti - mai come durante la crisi pandemica e il riversarsi in massa dell'economia sul digitale - è un importante investimento in un percorso di consulenza strategica incentrata su avanzate metodiche SEO a base di AI, sulla formazione intensiva del team Marketing all'uso dei tool digitali di frontiera basati sugli algoritmi di Google, e sul potenziamento di contenuti ed efficacia del sito web corporate.

La nostra scommessa per combattere  
la crisi pandemica e produrre progresso è stata investire  
con coraggio in innovazione digitale e organizzativa.



I risultati di tali investimenti, che ricomprendono anche la migrazione del sito web su una piattaforma più performante e flessibile, cominciano già a delinearsi, e si prevede consentiranno sul breve periodo di migliorare i target mancati nel 2020 in termini di **copertura campagne social e visite al sito corporate**.

Sullo sfondo della peggiore crisi economica mondiale dal dopoguerra, i risultati conseguiti nel 2020 nell'area Clienti si considerano quindi più che soddisfacenti.

### Impegni/Obiettivi 2021

Per il 2021 gli obiettivi di miglioramento delle relazioni con i clienti prevedono in primo luogo di riportare in area positiva gli indicatori mancati nel 2020.

In particolare, si punta a incrementare la quota di fatturato estero >30% sfruttando anche la grande vetrina internazionale di EXPO Dubai, oltre che sviluppando le partnership strategiche avviate nel 2020 con le Big Agency globali della localizzazione.

Altro focus strategico 2021 riguarda l'ampliamento del settore Life Sciences, in quanto motore trainante della crescita del nostro settore a partire da marzo 2020.

Last but not least, in ottica reputazionale si intende consolidare l'attività di marketing digitale con lo sviluppo del piano editoriale integrato e la continuità nelle strategie di content creation su sito web e blog.

Alla luce degli esiti positivi e dell'apprezzamento da parte dei clienti, si intende rendere strutturale la sinergia PM-Sales sviluppata con l'istituzione dell'unità di crisi durante l'emergenza.



## 8. RISCHI & OPPORTUNITÀ

Way2Global ha integrato il proprio sistema di gestione dei rischi e delle opportunità nell'impianto documentale del Sistema ISO di Qualità & Sostenibilità.

Tramite questo processo di identificazione, misurazione, gestione e monitoraggio dei principali rischi e delle maggiori opportunità, l'azienda intende promuovere una conduzione dell'impresa sana, corretta e coerente con gli obiettivi prefissati, nel rispetto del proprio Codice Etico, delle proprie Policy aziendali e dei principi di governance approvati dal Consiglio di Amministrazione.

L'Analisi del Contesto (o **Matrice di Analisi Rischi & Opportunità**) è finalizzata a identificare e valutare tematiche ed eventi potenziali che potrebbero influire sul raggiungimento dei principali obiettivi aziendali definiti nel piano strategico.

La Matrice, nel formato riportato nelle pagine che seguono, codifica gli esiti di un processo di valutazione a opera del CdA che con cadenza annuale (di norma in sede di Riesame della Direzione a fine anno) provvede a identificare i rischi e le opportunità potenzialmente impattanti sulla società in termini di raggiungimento degli obiettivi e/o sviluppo delle attività di business.

A ogni fattore di Rischio e/o Opportunità viene attribuito un "Livello" su una scala da 1 a 9, in base al prodotto del punteggio "Gravità x Probabilità" (nel caso dei rischi) o "Fattibilità x Attrattività" (nel caso delle opportunità), come da seguente **legenda**.

PARAMETRI DI VALUTAZIONE PER IL RISCHIO						
Gravità	1	Bassa				Probabilità
	2	Media				1 2 3
	3	Alta				1 2 3
Probabilità	1	Poco probabile	Gravità	1	1	2 3
	2	Probabile		2	2	4 6
	3	Frequente		3	3	6 9

Legenda	
Da 1 a 2 = azione non richiesta	
Da 3 a 4 = azione da pianificare	
Da 5 a 9 = azione da pianificare con immediatezza	

PARAMETRI DI VALUTAZIONE PER LE OPPORTUNITÀ						
Fattibilità	1	Bassa				Attrattività
	2	Media				1 2 3
	3	Alta				1 2 3
Attrattività	1	Bassa	Fattibilità	1	1	2 3
	2	Media		2	2	4 6
	3	Alta		3	3	6 9

Legenda	
Da 1 a 2 = azione non richiesta	
Da 3 a 4 = azione da pianificare	
Da 5 a 9 = azione da pianificare con immediatezza	

## ANALISI DI CONTESTO / MATRICE RISCHI & OPPORTUNITA' WAY2GLOBAL 2021

Capitale	Tematica	Importanza	Probabilità	Livello Rischio [R] / Opportunità [O]	Gestione Rischio / Opportunità
<b>CAPITALE FINANZIARIO</b>	Patrimonializzazione e scale-up	3	I	R-3	Bilanciare le due anime aziendali di profitto & beneficio comune in epoca Covid richiede rinnovati sforzi, impegno e rigore in termini di saving e controllo di gestione.
	Evoluzione modello di organizzazione del lavoro	2	2	R-4	E' in corso un processo di ripensamento e riconfigurazione del modello di organizzazione del lavoro e della logistica aziendale in funzione delle mutate aspettative delle persone (desiderio di mantenere lo smart working per 2-3 gg/settimana come elemento strutturale) e dei nuovi scenari operativi.
<b>CAPITALE PRODUTTIVO</b>	Evoluzione ecosistema IT	2	3	O-6	Sono stati programmati investimenti nella migrazione della piattaforma sito web per integrazione con i tool di Education di Way2Academy.
	Fidelizzazione anchor client	3	3	O-9	Dopo la pandemia che ha circoscritto la comunicazione al mezzo digitale o telefonico, occorre riconsolidare dialogo e relazione coi clienti assicurando anche maggiore reattività, qualità e flessibilità del servizio per presidiare la fidelizzazione degli anchor client.
<b>CAPITALE RELAZIONALE</b>	Partnership con cliente storico #1	2	I	R-2	L'ennesima acquisizione che ha interessato il cliente #1 a fine 2020 richiede rinnovati sforzi di fidelizzazione e costruzione di un rapporto privilegiato con la nuova gestione.
	Sicurezza dati, stabilità e continuità IT	3	2	R-6	I maggiori rischi di sicurezza conseguenti alla digitalizzazione repentina e integrale del mondo sono presidiati con la contrattualizzazione di un fornitore di assistenza e servizi hosting cloud su datacenter certificato, e di una consulenza GDPR integrata alla prima per la protezione dei dati, oltre che con la sottoscrizione di una speciale polizza cyber security.

## ANALISI DI CONTESTO / MATRICE RISCHI &amp; OPPORTUNITÀ WAY2GLOBAL 2021

Capitale	Tematica	Importanza	Probabilità	Livello Rischio [R] / Opportunità [O]	Gestione Rischio / Opportunità
CAPITALE UMANO	Benessere dei dipendenti	3	3	R-9	A seguito dei non pochi cambiamenti importanti che hanno interessato l'azienda a decorrere dalla scissione, si presidiano le manifeste difficoltà di parte dell'organico, soprattutto senior, a reggere il cambio di passo intensificando le attività di allineamento, informazione, coinvolgimento e motivazione (colloqui di autovalutazione, colloqui di clima, focus group, survey, riunioni).
	Smart working 100% da 1 anno e 3 mesi	2	2	R-4	Benché deliberato a maggioranza e funzionale alla conciliazione vita-lavoro, soprattutto se attuato su scala massiva e prolungata, lo smart working comporta rischi di uso improprio con effetti negativi di disallineamento, dispersione e connessione h24. Si presidia il rischio con formazione ad hoc, supporto e ausili anche in termini di potenziamento connessioni e dotazioni HW domestiche, indennità monetarie per spese utility, e continuo monitoraggio/dialogo col personale.
	Fidelizzazione traduttori Network	3	2	R-6	Il tramonto del modello Network in seguito alla scissione e ai numerosi cambiamenti esponenziali lato azienda ha esitato una certa dispersione della compagine Network. L'azienda ha programmato misure per riprendere il dialogo, ingaggiare le persone e abolire il discrimine Network-Freelance per ampliare la community dei linguisti.
	Coesione soci	3	2	O-6	Consolidamento comunicazione e assemblee soci per alimentare dialogo, confronto e favorire allineamento.
CAPITALE NATURALE	Green Translations, primo servizio di traduzione carbon-free al mondo	2	3	O-6	Per valorizzare Green Translations e conferire maggiore autorevolezza al servizio, si pianifica entro fine 2021 il conseguimento di una Certificazione ISO 14064 per l'analisi di inventario delle emissioni con metodologia LCA.

## 9. PROSPETTIVE

Gli **obiettivi indicizzati (quantificabili)** di sviluppo strategico Way2Global sono compilati nel Quadro Generale degli obiettivi (Piano di Miglioramento) incluso nell'impianto documentale del Sistema integrato Qualità & Sostenibilità, oltre che nelle tabelle della [Valutazione d'impatto](#).

Gli **obiettivi non indicizzati** sono invece riepilogati di seguito con riferimento a un'ottica di breve termine (1 anno). Stante la dinamicità dell'azienda e l'attuale scenario liquido di incertezza e continuo cambiamento esponenziale causa pandemia, si ritiene infatti poco affidabile ipotizzare sviluppi che si spingano oltre il qui e ora.

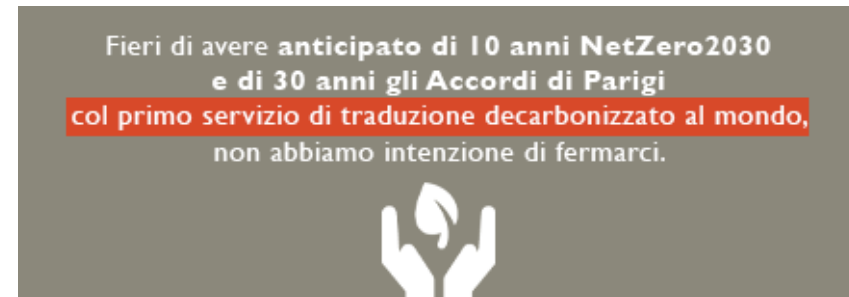
**Riconfermare con l'audit** di parte terza (B Lab) il **rating** di certificazione B Corp conseguito con l'autovalutazione a giugno 2020 (157,7), che ci farebbe entrare di diritto in area di eccellenza, nella selezione Best for the World Honoree global e probabilmente anche delle Best European B Corp 2021.

Consolidare la **militanza attiva nel movimento B Corp**, con l'adesione alle iniziative collettive e la promozione di azioni nate dalla nostra intelligenza collettiva interna (Made in B Italy in primis), usando come dashboard di sviluppo e misura l'SDG Action Manager integrato con la nuova Versione 6 del BIA.

Sviluppare e **accrescere l'impatto sociale e ambientale** di Way2Global anche e soprattutto tramite la leva dei progetti identitari Green Translations, Made in B Italy, Language Industry 4.0 e Way2Academy.

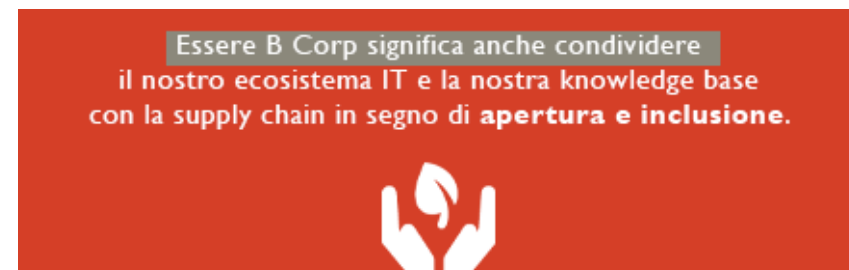
Con riferimento a **Green Translations**, identificare la modalità e il percorso più agevole e accessibile per suggellare con una certificazione (ISO EN 14064) o una Green Label ufficiale il nostro servizio a impatto ambientale zero. Ampliare la copertura della campagna **#tivoglioBenefit** con la finalizzazione di nuove partnership con altri fornitori green e purpose-driven, evitare il più possibile **trasferite aeree** ("flight shame"), **svecchiare la flotta aziendale** con vetture elettriche o ibride, incentivare l'uso dei mezzi pubblici attivando convenzioni e

abbonamenti con i trasporti pubblici locali a beneficio dei dipendenti, introdurre iniziative di **car pooling aziendale e mobilità sostenibile**, individuare sistemi per il monitoraggio e la **misura del consumo di acqua** e la produzione di rifiuti.



Con riferimento a **Made in B Italy**, coinvolgere le altre benefit corporation nella partecipazione a Expo Dubai facendo leva su AssoBenefit e Nativa, e lavorare al contempo sulla ricerca di forme di finanza agevolata per finanziare il progetto.

Continuare a sviluppare **Language Industry 4.0** come leva di empowerment femminile e giovanile, in sinergia con la nuova spinoff del progetto a tema Education, **Way2Academy**, che ricomprende anche il lancio di una nuova edizione di TOP (Translator Opinion Poll) 2021, ricerca di mercato sulla figura del traduttore moderno e del suo rapporto con le tecnologie digitali, la community dei colleghi traduttori e le tipologie di cliente con le quali si relaziona.



Ripensare il **modello di organizzazione del lavoro** che a seguito della pandemia e dei 15 mesi (a oggi) di regime integrale smart working richiede un rinnovamento della logistica dell'Headquarters e dei concetti stessi di flessibilità e "luogo di lavoro".

Intensificare comunicazione, **coesione ed engagement del personale** e della community dei linguisti sia tramite nuove modalità d'interazione (es. caffè virtuali, collaborazioni cross-reparti, colloqui di clima e focus group, corsi di mindfulness, meditazione o filosofia), sia tramite la calendarizzazione di riunioni più frequenti. Supportare le persone con formazione ad hoc per attuare in modo adeguato lo smart working, destinato a diventare strutturale, e valutare modalità di supporto e adeguamento di attrezzature, infrastrutture e arredi ergonomici presso il domicilio dei lavoratori.

Finalizzare la **migrazione del sito web** su nuova piattaforma più stabile, flessibile e funzionale, in cui integrare anche le attività formative di Way2Academy, e continuare a lavorare sulla strategia SEO, sulla content creation e sulla guerrilla marketing tramite social per alimentare branding e reputazione corporate.

Penetrare ed espandere aggressivamente il **mercato Life Sciences**, a tutt'oggi motore trainante della domanda di traduzioni in era Covid-19.

Riportare la quota di **fatturato estero** al 33% a fine 2021, e al 40% a fine 2022, sfruttando anche la leva di Expo Dubai 2021.

Proseguire ed estendere a nuove organizzazioni attività di **associazionismo** (AsVis, UNGC, Ashoka Fellow, Fondazione Sodalitas), **partnership, networking e comunicazione** (premi, eventi, TOP2021, EXPO Dubai, ...) per rafforzare le alleanze sul territorio e nella community di riferimento, e promuovere il nostro modello di partnership e sviluppo sistemico costruito su interrelazioni, reti, ecosistemi inclusivi e circoli virtuosi.

Proseguire e consolidare le attività di role modeling mettendo a sistema la testimonianza e lo storytelling della nostra rinascita sostenibile in chiave di **advocacy per** la diffusione di **una cultura di Sostenibilità** e del **modello delle benefit corporation**, ma anche a favore della parità di genere e della women empowerment da attuarsi per il tramite delle trasformazione digitale e dell'acquisizione di competenze in materia di tecnologie abilitanti e AI.



Costruire visione e orientare lo sviluppo sostenibile aziendale attingendo a tutti gli strumenti di autovalutazione disponibili online (nuove sezioni dell'SDG Action Manager, ricompilazione questionario NeXt, toolkit WEP, etc.).

Riconfermare il presidio dell'**unità di crisi PM&Sales** fino al termine dell'emergenza Covid, per continuare a garantire al cliente un'interazione ottimizzata e integrata all'insegna di criteri di reattività e zelo.

Spingere aggressivamente lo sviluppo commerciale sui canali digitali (vs. visite clienti e fiere o eventi in presenza) per massimizzare le policy di **saving**, in preparazione a un altro anno non meno complesso di quello appena concluso.

Continuare a costruire la nostra **Visione di Exponential Organization (ExO)** con forte impatto sociale sul territorio e trasformativo del sistema, a partire dal consolidamento e dalla fidelizzazione del nucleo di personale interno, per cementarvi la community dei linguisti e l'intera filiera di fornitori e clienti in ottica di sviluppo inclusivo e sistemico.



# 10. SINTESI DEI DATI DI BILANCIO

Stato Patrimoniale abbreviato riclassificato CEE	31/12/2020	31/12/2019	31/12/2018
<b>Attivo</b>			
<b>B) Immobilizzazioni</b>			
I - Immobilizzazioni immateriali	224.497	170.028	103.216
II - Immobilizzazioni materiali	42.930	82.560	118.697
III - Immobilizzazioni finanziarie	396	396	-
<i>Totale immobilizzazioni (B)</i>	<i>267.823</i>	<i>252.984</i>	<i>221.913</i>
<b>C) Attivo circolante</b>			
II - Crediti	695.998	723.911	1.049.828
esigibili entro l'esercizio successivo	695.376	723.289	1.047.103
esigibili oltre l'esercizio successivo	622	622	2.725
IV - Disponibilità liquide	262.687	134.243	128.469
<i>Totale attivo circolante (C)</i>	<i>958.685</i>	<i>858.154</i>	<i>1.178.297</i>
<b>D) Ratei e risconti</b>	<b>15.687</b>	<b>25.042</b>	<b>10.617</b>
<i>Totale attivo</i>	<i>1.242.195</i>	<i>1.136.180</i>	<i>1.410.827</i>
<b>Passivo</b>			
<b>A) Patrimonio netto</b>			
I - Capitale	13.000	13.000	10.000
II - Riserva da sovrapprezzo delle azioni	96.000	96.000	-
IV - Riserva legale	2.000	2.000	2.000
VI - Altre riserve	-	(1)	-
VIII - Utili (perdite) portati a nuovo	31.440	87.006	46.698
IX - Utile (perdita) dell'esercizio	59.576	(55.566)	40.308
<i>Totale patrimonio netto</i>	<i>202.016</i>	<i>142.439</i>	<i>99.006</i>
<b>C) Trattamento di fine rapporto di lavoro subordinato</b>	<b>152.983</b>	<b>155.459</b>	<b>136.180</b>
<b>D) Debiti</b>	<b>887.196</b>	<b>838.282</b>	<b>1.175.641</b>
esigibili entro l'esercizio successivo	822.736	838.282	1.175.641
esigibili oltre l'esercizio successivo	64.460	-	-
<i>Totale passivo</i>	<i>1.242.195</i>	<i>1.136.180</i>	<i>1.410.827</i>

Conto Economico abbreviato riclassificato CEE	31/12/2020	31/12/2019	31/12/2018
<b>A) Valore della produzione</b>			
1) ricavi delle vendite e delle prestazioni	2.411.598	2.597.338	2.575.141
5) altri ricavi e proventi	-	-	-
contributi in conto esercizio	42.923	145.198	36.609
altri	11.701	43.010	66.830
<i>Totale altri ricavi e proventi</i>	54.624	188.208	103.439
<i>Totale valore della produzione</i>	2.466.222	2.785.546	2.678.580
<b>B) Costi della produzione</b>			
6) per materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci	7.176	10.075	10.123
7) per servizi	1.464.479	1.661.900	1.692.534
8) per godimento di beni di terzi	220.150	246.105	172.975
9) per il personale	-	-	-
a) salari e stipendi	379.270	548.935	494.238
b) oneri sociali	103.708	160.453	131.391
c) trattamento di fine rapporto	34.815	39.694	38.221
e) altri costi	10.900	44.221	-
<i>Totale costi per il personale</i>	528.693	793.303	663.850
10) ammortamenti e svalutazioni	-	-	-
a) ammortamento delle immobilizzazioni immateriali	70.883	36.379	25.617
b) ammortamento delle immobilizzazioni materiali	37.407	43.561	5.922
<i>Totale ammortamenti e svalutazioni</i>	108.290	79.940	31.539
14) oneri diversi di gestione	36.633	41.451	45.484
<i>Totale costi della produzione</i>	2.365.421	2.832.774	2.616.505
<b>Differenza tra valore e costi della produzione (A - B)</b>	<b>100.801</b>	<b>(47.228)</b>	<b>62.075</b>
<b>C) Proventi e oneri finanziari</b>			-
16) altri proventi finanziari	-	-	-
d) proventi diversi dai precedenti	-	-	-
altri	32	44	10
<i>Totale proventi diversi dai precedenti</i>	32	44	10
<i>Totale altri proventi finanziari</i>	32	44	10
17) interessi ed altri oneri finanziari	-	-	-

Conto Economico abbreviato riclassificato CEE	31/12/2020	31/12/2019	31/12/2018
altri	6.760	4.544	5.432
<i>Totale interessi e altri oneri finanziari</i>	6.760	4.544	5.432
17-bis) utili e perdite su cambi	(1.856)	20	(195)
<i>Totale proventi e oneri finanziari (15+16-17+-17-bis)</i>	(8.584)	(4.480)	(5.617)
<b>Risultato prima delle imposte (A-B+-C+-D)</b>	<b>92.217</b>	<b>(51.708)</b>	<b>56.458</b>
<b>20) imposte sul reddito dell'esercizio, correnti, differite e anticipate</b>			
imposte correnti	32.641	3.858	16.150
<i>Totale delle imposte sul reddito dell'esercizio, correnti, differite e anticipate</i>	32.641	3.858	16.150
<b>21) Utile (perdita) dell'esercizio</b>	<b>59.576</b>	<b>(55.566)</b>	<b>40.308</b>

## 11.1 GLOSSARIO

**Segue un elenco di acronimi, sigle e terminologia tecnico-specialistica ricorrente nel presente documento.**

AI = Artificial Intelligence, intelligenza artificiale  
AssoBenefit = Associazione nazionale italiana per le società benefit  
B Corp = certificazione rilasciata dall'ente internazionale B Lab  
B Lab = ente di certificazione che rilascia la certificazione B Corp  
BES = Benessere Equo e Sostenibile – indicatore di benessere  
BookCity = iniziativa culturale del Comune di Milano per promuovere il mondo del libro e della lettura  
CCNL = Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro  
CSR = Corporate Social Responsibility, responsabilità sociale d'impresa  
DEM = Direct E-Mail Marketing  
dpi = dispositivi di protezione individuale  
ExO = Exponential Organization, organizzazioni esponenziali  
Green Translations = servizio pionieristico Way2Global costituito da traduzioni decarbonizzate  
HVAC = Heating, Ventilation, Air Conditioning – riscaldamento, ventilazione e condizionamento  
IR = Integrated Report  
IT = Information Technology, tecnologia informatica  
KPI = Key Performance Indicator, indicatori di prestazione  
Language Industry = settore dei servizi linguistici  
Language Industry 4.0 = progetto identitario Way2Global per la digitalizzazione professionale  
LSP = Language Service Provider, agenzia di traduzioni  
Made in B Italy = progetto identitario Way2Global per promuovere la società benefit come impresa sostenibile  
NeXT = Nuova Economia per Tutti, associazione nazionale di promozione di una nuova economia etica  
PA = Pubbliche Amministrazioni

PM = Project Manager  
PMI = Piccole e Medie Imprese  
PNRR = Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza  
Proofreader = linguista addetto al controllo bozze e al controllo qualità delle traduzioni  
R&S = Ricerca e Sviluppo  
RAB = Registro delle Abilità – componente dell'impianto documentale del Sistema per la Qualità  
RLS = Rappresentante dei Lavoratori per la Sicurezza  
RSI = Remote Simultaneous Interpreting – interpretariato di simultanea in remoto  
RSPP = Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione  
SDG = Sustainable Development Goals  
Sgr = società di gestione del risparmio  
SICAV = società d'investimento a capitale variabile  
Società benefit = forma giuridica d'impresa sostenibile  
STEM = Science, Technology, Engineering & Maths – discipline tecnico-scientifiche  
STEMinTheCity = rassegna milanese per avvicinare le donne alle materie STEM  
Telco = abbreviazione per “telecomunicazioni”  
TOP (Translators Opinion Poll) = indagine internazionale sulla figura del moderno traduttore  
UNGC = United Nations Global Compact  
UTP = Unique Transformative Proposition, proposito trasformativo unico  
Way2Glober = dipendenti e collaboratori di Way2Global  
WEP = Women Empowerment Principles, principi di uguaglianza di genere di UN Women  
YoY = Year on Year, anno su anno

## 11.2 SITOGRAFIA

- 1 <https://www.adnkronos.com/lavoro/professionisti/2020/04/10/way-global-personale-sicurezza-smart-work>
- 2 <https://www.theiirc.org>
- 3 <http://www.gruppobilanciosociale.org/pubblicazioni/standard-gbs-2013-principi-di-redazione-del-bilancio-sociale/>
- 4 <https://www.globalreporting.org/>
- 5 <https://bimpactassessment.net/>
- 6 <https://bcorporation.net/welcome-sdg-action-manager>
- 7 <https://info.eyeonbuy.org/>
- 8 <https://www.welfareindexpmi.it/>
- 9 <https://goodpoint.it/strumento-di-autovalutazione-della-buona-impresa-sabi/>
- 10 <https://www.scuoladieconomiacivile.it/>
- 11 <https://www.way2global.com>
- 12 <https://slator.com/language-service-provider-index/the-slator-2021-language-service-provider-index/>
- 13 <https://lab24.ilsole24ore.com/leader-della-sostenibilita-2021/>
- 14 <https://locworld.com/sessions/110n-sustainability-manifesto-and-how-to-grow-into-a-regenerative-lsp/>
- 15 <https://www.facebook.com/watch/?v=790319764844759>
- 16 <https://www.agcm.it/competenze/rating-di-legalita/>
- 17 <https://locworld.com/speakers/laura-gori/>
- 18 [https://www.way2global.com/NI\\_Assobenefit.asp](https://www.way2global.com/NI_Assobenefit.asp)
- 19 <https://www.puntoimpresadigitale.camcom.it/paginainterna/digital-assessment-scopri-quanto-sei-digitale>
- 20 <https://www.way2global.com/way2global-societa-benefit-nativa-certificata-b-corp/green-translations-una-parola-una-foglia>
- 21 <https://www.way2global.com/way2global-societa-benefit-nativa-certificata-b-corp/language-industry-4-0-traduzioni-e-intelligenza-artificiale>
- 22 <https://www.way2global.com/way2global-societa-benefit-nativa-certificata-b-corp/way2academy-un-progetto-di-open-education-per-donne-e-giovani>
- 23 <https://www.way2global.com/way2global-societa-benefit-nativa-certificata-b-corp/made-in-b-italy>
- 24 <https://bcorporation.net/directory/way2-global-srl-sb>
- 25 <https://women4solutions.com/wp-content/uploads/2021/02/Natural-Style.pdf>
- 26 <https://italy.inspiringfifty.org/laura-gori>
- 27 <https://www.weps.org/company/way2global>
- 28 <https://startupitalia.eu/135558-20200812-unstoppable-women-le-donne-stanno-cambiando-litalia>
- 29 <https://www.assolombarda.it/steamiamoci>
- 30 <https://www.sodalitas.it/fare/lavoro-e-inclusione/carta-per-le-pari-opportunita-e-luguaglianza-sul-lavoro>
- 31 <https://www.corrierenazionale.it/2021/03/17/arianna-pigini-pubblica-100-donne-per-tutte/>
- 32 <https://www.communitydonne4.it/>
- 33 [https://steamiamoci.it/wp-content/uploads/2020/11/Term4Neural\\_DEF\\_low-res.pdf](https://steamiamoci.it/wp-content/uploads/2020/11/Term4Neural_DEF_low-res.pdf)
- 34 <https://www.sodalitas.it/fare/ceos-call-to-action>
- 35 <https://www.regeneration2030.eco/new/newpledge>
- 36 <https://www.sodalitascallforfuture.it/language-industry-4-0-campus-dinnovazione-sociale/>
- 37 <http://pattoeconomico.net/i-10-punti-del-patto/>
- 38 <https://bcorporation.eu/news/b-lab-europe-press-release-eu-sustainable-corporate-governance>
- 39 <https://www.symbola.net/approfondimento/mille-azioni-per-una-nuova-italia-il-manifesto-di-assisi-per-ripartire/>
- 40 <https://www.globalcompactnetwork.org/it/il-global-compact-ita/i-dieci-principi/introduzione.html>
- 41 <https://unlockthechange.it/>
- 42 [https://www.improntaetica.org/wp-content/uploads/2020/12/2020\\_VADEMECUM\\_Agenda-2030-strumenti-e-buone-pratiche-per-un-approccio-strategico.pdf](https://www.improntaetica.org/wp-content/uploads/2020/12/2020_VADEMECUM_Agenda-2030-strumenti-e-buone-pratiche-per-un-approccio-strategico.pdf)
- 43 <https://constructivenetwork.it/>
- 44 <https://milanosmartcity.it/>
- 45 <https://www.way2global.com/way2global-societa-benefit-nativa-certificata-b-corp/green-translations-una-parola-una-foglia>
- 46 <https://www.bcorpclimatecollective.org/net-zero-2030>
- 47 <https://greendealitalia.it/>
- 48 <https://www.openinnovation.regione.lombardia.it/it/lombardia-ricerca/strategia-sviluppo-sostenibile/protocollo-lombardo-per-lo-sviluppo-sostenibile>





## CONTATTI

[www.way2global.com](http://www.way2global.com)

### Global Headquarters:

#### Milano - Italy

Via Padre Reginaldo Giuliani 10/A - 20125

☎ +39 02 26 19 393

✉ [info@way2global.com](mailto:info@way2global.com)

### Laura Gori

*Founder & CEO*

Mob. +39 348 0726950

Email [laura.gori@way2global.com](mailto:laura.gori@way2global.com)

📱 [laura.gori](https://www.instagram.com/laura.gori)

### Correspondent Offices:

#### USA - Los Angeles

c/o IACCW - 925 N La Brea Ave  
Los Angeles, CA 90038

☎ +1 323 375 1181

✉ [california@way2global.com](mailto:california@way2global.com)

#### USA - New York City

745 Fifth Avenue, Suite 500  
New York, NY 10151

☎ +1 646 7410113

✉ [nyc@way2global.com](mailto:nyc@way2global.com)

#### UK - London

2 Tallis Street  
London, Greater London,  
EC4Y 0AB

✉ [london@way2global.com](mailto:london@way2global.com)

#### UAE - Dubai

c/o BALANCE DUBAI FZ-LLC, PO Box  
500238

Building 13, Office 209 - DIC

☎ +971-(4)-3616826

✉ [dubai@way2global.com](mailto:dubai@way2global.com)

#### CHINA - Shenzhen

Room 7B2, Block 201 East Wing,  
Tairan Industrial Park,  
Shenzhen 518040, China

✉ [shenzhen@way2global.com](mailto:shenzhen@way2global.com)