

## AWorld Società Benefit Report di Sostenibilità

“Lo sviluppo sostenibile è uno sviluppo che soddisfa i bisogni del presente senza compromettere la possibilità delle generazioni future di soddisfare i propri. La sopravvivenza e il benessere di tutti dipendono da quanto saremo in grado di far sì che lo sviluppo sostenibile diventi parte fondamentale dell'etica globale”

*Rapporto “Our Common Future”, 1987  
WCED*

### **Profilo e Strategia**

Noi di AWorld ci impegniamo per creare un **impatto positivo materiale** sulla società e sull'ambiente, portando la sostenibilità nel quotidiano di tutti, dai singoli individui alle organizzazioni. Per questo abbiamo sviluppato una innovativa piattaforma, scelta anche dalle Nazioni Unite per supportare la propria azione, con lo scopo di creare engagement e guidare le comunità verso uno stile di vita che promuova davvero la **Cultura della Sostenibilità**.

Questa premessa è importante, perché spiega come il **nostro modo di fare impresa** si debba necessariamente basare su principi comuni e condivisi, su valori che tutelano la collettività e l'ambiente che ci circonda in primis. Questo significa che ci impegniamo ad agire, in ogni momento della nostra vita, al fine di soddisfare le responsabilità fondamentali nei settori dei diritti umani, del lavoro, dell'ambiente e della lotta alla corruzione.



Tutti i criteri che seguono, le decisioni e le azioni che ne deriveranno, devono essere lette con la lente degli **Obiettivi di Sviluppo Sostenibile** dell'Agenda 2030, perché nel mondo di oggi sono le uniche lenti che non vanno mai tolte.

Vediamo il nostro impegno nel rispettare questi valori come un gesto di **responsabilità prezioso e importante**, ma anche, soprattutto, come un'unica **opportunità** di presa di consapevolezza rispetto a quello che siamo e che non siamo.

## **Governance**

AWorld vede nella sua board di direzione tre fondatori che hanno dedicato gran parte della loro esperienza professionale nel creare un impatto positivo sulla società sviluppando una piattaforma in grado di educare, sensibilizzare e misurare l'impatto individuale sui temi della sostenibilità.

**Alessandro Armillotta è il CEO** e co-founder di AWorld, la piattaforma e App a supporto della campagna delle Nazioni Unite per le azioni individuali sul cambiamento climatico e la sostenibilità, ActNow.

Alessandro è un imprenditore Tech, dedito all'innovazione e alla sostenibilità. Vanta esperienza nella comunicazione e nel marketing in ambito web e startup.

Ha fondato e diretto diversi progetti e-commerce B2B e B2C a livello internazionale ottenendo vari riconoscimenti come il Netcomm Award e l'NC Digital Awards.

Dal 2019 si dedica a tempo pieno alla startup AWorld vincitrice, fra l'altro, della Zurich Innovation Championship e del Premio Impact Now.

**Marco Armellino è il Presidente** e co-founder di AWorld, piattaforma e mobile app dedicata al mondo della sostenibilità. AWorld è l'app ufficiale a supporto della campagna delle Nazioni Unite ACTNOW che promuove l'importanza delle azioni individuali nel contrasto alla crisi climatica.

Prima di avviare il progetto AWorld ha maturato una lunga esperienza nel campo della comunicazione web e dell'eCommerce co-fondando nel 2005 l'agenzia Tembo. Uscito dall'azienda nel 2017 si è dedicato alla consulenza eCommerce per brand Italiani e internazionali tra cui Harrys of London, T-Anthony, Dee Ocleppo, Active Ride Shop e Paco Pet Shop.

Dalla fine del 2018, seguendo la propria passione per la sostenibilità, ha abbandonato ogni altra attività per fondare e dedicarsi a tempo pieno a AWorld insieme ai soci Alessandro Armillotta e Alessandro Lancieri e a un team di sviluppatori, graphic designer ed esperti di sostenibilità.

**Alessandro Lancieri è CTO** e co-founder di AWorld.

Ha un dottorato di ricerca in Filosofia presso l'Università di Palermo (2008) ed è stato Visiting Scholar presso la Columbia University, New York (2006). Laureato in Filosofia presso l'Università degli Studi di Torino (2003), i suoi principali interessi di ricerca sono stati la modellazione concettuale, la rappresentazione della conoscenza e l'ontologia.

Ha sempre avuto una forte passione per l'informatica, l'ingegneria del software e le scienze dell'informazione. Ha lavorato per molti anni come sviluppatore software presso diverse aziende, e nel 2011 è stato Senior Developer in Tembo Communication Agency (Torino, Italia), azienda focalizzata su soluzioni software web enterprise.

Ha acquisito forti conoscenze nell'ambito della Software Analysis, dei Cloud Services e del Project Management, e da tre anni fa parte di AWorld, progetto nel quale sviluppa servizi IT per sensibilizzare, coinvolgere le persone e promuovere il cambiamento per un mondo più sostenibile.

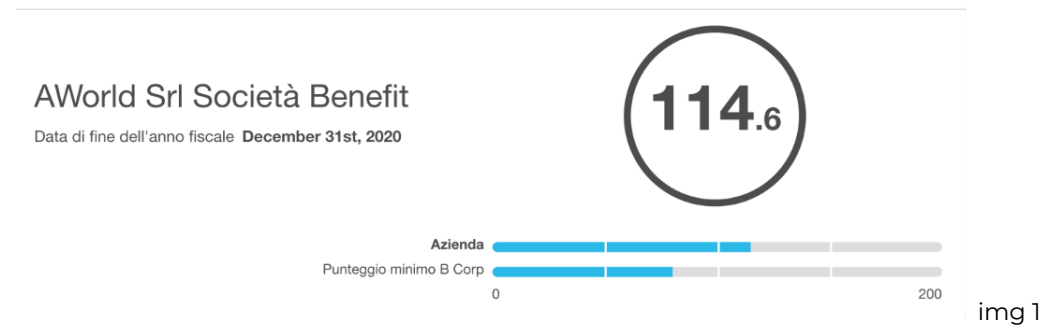
Le sue aree di interesse sono: Cloud Computing, Serverless Architecture, Backend Programming, Team Coaching e la risoluzione efficace dei problemi in scenari complessi.

Il Team di Sostenibilità e CSR è coordinato da Stefania Farina, Head of Sustainability & CSR. Una formazione in Comunicazione e un master in sostenibilità, ha lavorato come sustainability officer per imprese e organizzazioni (nazionali e internazionali) da oltre 15 anni, sviluppando e gestendo strategie, costruendo gruppi di lavoro attraverso accordi di partnership. E' independent board sustainability director di alcune organizzazioni.



## Sostenibilità

La natura di AWorld vede nella sua massima espressione la dedizione alla sostenibilità ambientale, sociale ed economica. Tra il 2021 e il 2022, AWorld ha ottenuto la certificazione BCorp (img 1).



AWorld nel 2022 ha promosso svariate attività che hanno avuto un impatto significativo e positivo su quattro ambiti in particolare:

### Diritti Umani

#### *Liter of light*

La community di TIM all'interno dell'app AWorld si impegna ad aiutare un'intera comunità in Senegal donando 13 streetlight nel villaggio di \_\_. I dipendenti di TIM infatti hanno lavorato insieme e ogni giorno con piccole azioni sostenibili hanno risparmiato più di 70.000 kWh di energia elettrica in soli due mesi! L'obiettivo di questa iniziativa è quello di diffondere la cultura della sostenibilità in azienda per dare consapevolezza a noi tutti che con le nostre piccole azioni quotidiane possiamo avere un impatto ambientale positivo per le nostre vite e per le comunità di tutto il mondo.

### Lavoro

#### *Frolla*

La community di Banca Mediolanum all'interno dell'app AWorld si impegna a raccogliere 50.000 azioni creando impatto sociale positivo anche al di fuori della Community. Infatti, al raggiungimento dell'obiettivo Banca Mediolanum ha supportato un micro biscottificio artigianale dando lavoro a sei persone con disabilità.

## Ambiente

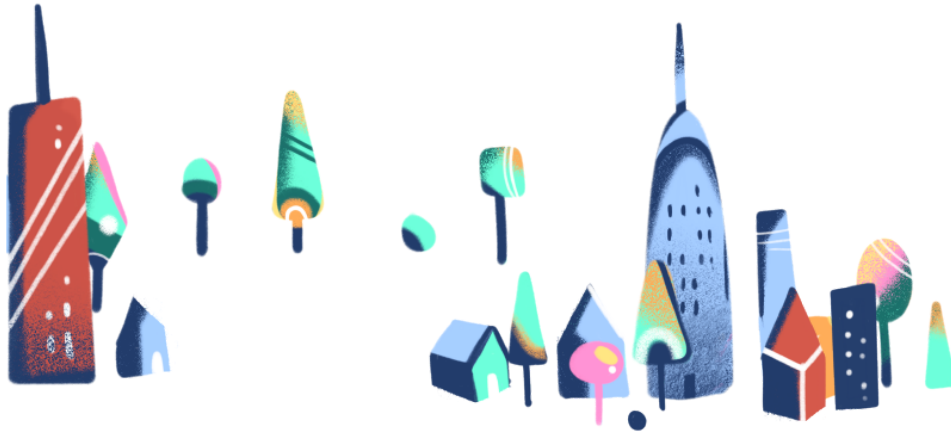
L'ambiente è un bene primario che ci impegniamo a salvaguardare, è la nostra casa comune.

Programmiamo ogni attività cercando un **equilibrio** tra le esigenze operative e le esigenze ambientali e sociali, presenti e future.

Riconosciamo come la **transizione ecologica** possa essere un **processo complesso**, per le persone, per le organizzazioni: il nostro compito è favorire la creazione di cultura della sostenibilità, per stimolare tutti a mettersi in gioco veramente al fine di completare la transizione verso una totale conversione ecologica come scopo, come obiettivo prioritario.

La conversione si ottiene solo a patto di spostare il focus sulla concreta adozione di pratiche sostenibili come norma, e quindi abbandonare la mentalità della transizione che ci àncora ad azioni che, seppur orientate al cambiamento, non si vedono come soluzione tangibile e definitiva.

Questo è il **nostro modo di fare impresa e di creare valore**, e siamo pronti a rinunciare al profitto se le condizioni etiche non sono pienamente rispettate.



L'obiettivo che AWorld si è posta vede non solo la diminuzione dell'impatto umano sull'ambiente, ma anche la prevenzione di rischi per le popolazioni e per l'ambiente. AWorld fonda i suoi cardini e le sue azioni su dati di ricerca scientifica, condivisi e approvati dalla comunità scientifica. In particolare:

- cambiamento climatico: UNFCCC

- scienze comportamentali:

[1] Norman DA, Draper SW, (1986) User Centered System Design; new Perspectives on human-computer interaction. Erlbaum Associates Inc., Hillsdale, USA.

[2] Norman DA, (1998) The invisible computer. MIT Press, Cambridge.

[3] Norman DA, (2002) The design of everyday things, Basic Books Inc., New York.

[4] Norman DA, (2005) Emotional Design: Why we love (or hate) everyday things. Basic Books Inc., New York.

[5] Linder, N., Giusti, M., Samuelsson, K. et al. (2022) Pro-environmental habits: An underexplored research agenda in sustainability science. Ambio 51, 546–556. <https://doi.org/10.1007/s13280-021-01619-6>

[6] Johnsen, Svein Åge Kjøs. "Inertia processes and status quo bias in promoting green change" Human Affairs, vol. 26, no. 4, 2016, pp. 400-409. <https://doi.org/10.1515/humaff-2016-0034>

[7] Shin, H.D.; Bull, R. (2019) Three Dimensions of Design for Sustainable Behaviour. Sustainability, 11, 4610. <https://doi.org/10.3390/su11174610>

[8] Thaler R., Sunstein C., (2008), Nudge. Improving decisions about health, wealth and happiness. Yale University Press

[9] Kwasnicka, D., Dombrowski, S. U., White, M., & Sniehotka, F. (2016). Theoretical explanations for maintenance of behaviour change: a systematic review of behaviour theories. Health psychology review, 10(3), 277–296. <https://doi.org/10.1080/17437199.2016.1151372>

- Footprint: BEIS/UK DEFRA, ADEME, UNFCCC, IEA

- In AWorld, ci impegniamo a migliorare l'impatto ambientale e paesaggistico delle nostre attività e prevenire i rischi per le popolazioni e per l'ambiente. Ci impegniamo a farlo non solo nel rispetto della normativa vigente, ma guardando oltre, all'**innovazione e alla ricerca scientifica**, promuovendola e sperimentandola: come Start Up Innovativa, questo è naturalmente parte della nostra essenza e rientra nella nostra etica.

Il lavoro svolto finora si basa sui dati citati sopra; analizzandoli AWorld ha trovato un modo per stimolare le persone a impegnarsi concretamente a cambiare il proprio comportamento giornaliero e renderlo più consapevole e attento al suo impatto che ha sul pianeta. Ci affidiamo al **metodo e alle evidenze scientifiche** che provano quali siano le reali condizioni del nostro pianeta, e che non possiamo ignorare.

Ci impegniamo ad evitare che il **negazionismo, l'indifferenza, la mancanza di informazione o il suo uso distorto** riguardo questi temi rallentino o addirittura frenino il nostro agire comune e consapevole.

### Impatto Ambientale

Dal punto di vista ambientale AWorld, si è fatta promotrice e strumento presso le aziende partner e clienti di attività che hanno avuto un importante impatto positivo dal punto di vista ambientale e sociale.

Ha contribuito a generare diversi output positivi per il pianeta, mettendo a dimora **1 milione e 800mila api e piantumando 21.985 alberi**.

## Eventi di Community

AWorld ha creato, supportato e gestito pro bono i seguenti eventi a titolo gratuito insieme a partner della sua community. Questi eventi hanno lo scopo di informare, sensibilizzare e comunicare ai cittadini l'importanza delle tematiche ambientali, ed aprire la community al confronto/azione per il cambiamento.

### **SERR 2021**

In occasione della Settimana Europea per la Riduzione dei Rifiuti 2021 (21/11-27/11) AWorld ha organizzato sull'applicazione l'evento virtuale "**Recycle with AWorld**".

L'iniziativa è stata condivisa anche sul sito EWWR.EU ed è stata promossa in una puntata del podcast "Storie Circolari" realizzato da Envi.info.

L'evento è stato accompagnato dal topic settimanale in cui sono stati erogati consigli utili per il corretto smaltimento dei rifiuti.

### **Salone del Libro di Torino**

Il focus principale di questa attivazione sarà comunicare alle proprie community la partnership tra AWorld e il Salone del Libro di Torino. Per l'occasione sarà pubblicata sull'app AWorld anche una nuova abitudine sostenibile che invita l'utente a scambiare un libro.

### **TESTO DELL'ABITUDINE:**

#### **Scambia un libro**

*La **lettura** è una delle abitudini migliori per affinare la propria scala di valori, apprendere e generare cultura. Anche la produzione di un libro stampato però, può avere un impatto. Quando scegli di acquistarne uno, se puoi, presta attenzione alla provenienza della carta e verifica che derivi da fibre riciclate o fibre vergini certificate FSC - Forest Stewardship Council, provenienti da foreste gestite in modo sostenibile. Se vuoi ridurre ulteriormente la tua impronta, **scambia libri** con gli amici, tra colleghi o in famiglia. La condivisione di cultura e consigli di lettura è un importante fattore sociale che favorisce le relazioni tra le persone, apre al dialogo e libera la mente.*

L'obiettivo principale è stimolare gli utenti e le varie community social a partecipare al Salone del Libro, Scaricare AWorld App e compiere azioni positive per il Pianeta.

### **Fai Goal per il Pianeta**

Durante la 35esima giornata calcistica della Serie A, AWorld ha lanciato una parte fondamentale della Campagna ActNow SpeakUp!, supportato da TIM e LEGA SERIE



A.

*SPORT FOR THE PLANET* è l'iniziativa per mobilitare numero sempre maggiore di persone ad agire contro il cambiamento climatico.

Con l'attivazione FAI GOL PER IL PIANETA:

Sono stati piantati 3100 alberi in Paesi in via di sviluppo per favorire lo sviluppo delle popolazioni locali e che assorbiranno 7750 Kg di CO<sub>2</sub>.

20 Team calcistici ingaggiati nell'attivazione e 10 stadi coinvolti;

737 utenti partecipanti alla challenge: FAI GOL PER IL PIANETA;

16.265 azioni registrate in 6 giorni

### **Progetto Sea-Ty con Compagnia di San Paolo - Proteggiamo la Secca di Santo Stefano**

Sea-Ty nasce per rileggere il legame tra mare e città: non solo un gioco di parole, ma un percorso di conoscenza, sensibilizzazione e valorizzazione di un'area marina speciale e unica, completamente sommersa, e più in generale del mare la cui presenza è centrale per l'attività e il benessere umano.

La Challenge aveva l'obiettivo di risparmiare **50 tonnellate di CO<sub>2</sub>**.

Il target è stato raggiunto e rilanciato a 100.000 kg. Una volta raggiunto anche questo obiettivo, la challenge è stata ulteriormente rilanciata con un **nuovo obiettivo di 250.000 kg di CO<sub>2</sub> con la stessa scadenza**. Il target è stato raggiunto e superato.

### **Murales**

In occasione della campagna SpeakUp di AWorld, Green Media Lab ha proposto alla start up di supportare un progetto di rigenerazione urbana a Milano. Il progetto ha visto la collaborazione con We Are Urban - WAU!, un'associazione milanese impegnata dal 2006 nel promuovere il senso civico attraverso attività di riqualificazione urbana. Il murale rappresenta il termine di un percorso formativo sviluppato con scuole dell'area di Baggio. Di seguito la spiegazione del percorso che ha portato alla realizzazione del disegno attuale:

Il layout del disegno è stato sviluppato dall'artista Alessandro Badinu.

Il progetto, che ha come oggetto la Parità di Genere, è il risultato di un percorso formativo che ha coinvolto studenti e studentesse e alcune delle attiviste presentate nel libro "Storie della buonanotte per bambine ribelli. 100 donne italiane straordinarie", a cura di Elena Favilli edito Mondadori. A seguito di un incontro, alcune



classi della scuola primaria Iqbal Masih di via Valdagno 8 e della Scuola Primaria Madre Bucchi di via Palmi 25, hanno avuto la possibilità di proporre 10 parole, 5 ciascun istituto, che secondo loro descrivevano le biografie del libro sulle quali hanno lavorato. Al termine del lavoro le 10 parole sono state consegnate ad un artista dell'associazione WAU – We Are Urban Milano per la realizzazione di un murales nel quartiere di Baggio coinvolgendo e sensibilizzando anche la cittadinanza e portando il lavoro al di fuori delle mura scolastiche. “

### **Campagne digitali e fisiche**

AWorld Srl ha gestito, promosso e concluso due campagne digitali e fisiche, offrendosi come piattaforma di engagement e di condivisione di eventi fisici e virtuali organizzati dai singoli partner e concernenti le tematiche ambientali e l'attivazione locale per la sostenibilità.

#### **- European Beach Cleanup**

Dal 18 Settembre al 30 Novembre 2021, **AWorld**, in collaborazione con **Commissione Europea** e le **Nazioni Unite**, ha lanciato l'evento *#EUBeachCleanup* a livello mondiale per sensibilizzare le persone a dare un contributo attivo al cambiamento. L'Obiettivo dell'attivazione è stato la Raccolta di rifiuti dalle spiagge, dalle rive dei fiumi e dalle aree extra urbane. Si sono svolti 277 eventi di clean up che hanno mobilitato oltre 15.000 partecipanti. Gli eventi creati hanno portato a raccogliere quasi 70.000 kg di rifiuti.

#### **- oneMillion Actions Campaign**

Per celebrare la Global Week to *#Act4SDGs* AWorld con le Nazioni Unite, hanno lanciato una sfida dal 2 settembre al 30 Novembre 2021 per generare 1 milione di azioni per le Persone e per il Pianeta. oneMillion Action Campaign ha un Team dedicato all'interno di AWorld App che conta di: 8.273 iscritti; 2,01 M di Kg CO2 risparmiata; 232 M L di acqua risparmiata; 863 K di kWh di elettricità risparmiati.

#### **- Music for the Planet-Elisa**

*Music For The Planet* è la Campagna realizzata da AWorld con Elisa e Music Innovation Hub a favore di Legambiente, per la messa a dimora di alberi in diverse aree italiane. L'iniziativa ha l'obiettivo di mobilitare sempre più persone ad agire contro il cambiamento climatico e attraverso le singole azioni.

**OBIETTIVO:** Con Elisa e durante tutto il suo BACK TO THE FUTURE TOUR si contribuirà al raggiungimento degli obiettivi del progetto europeo Life Terra, di cui Legambiente è la referente italiana, che mira a piantare 500 MLN di alberi in Europa (di cui 9 MLN in Italia) e curare i nuovi alberi per i tre anni successivi. (edited)

11:52

Fondo MUSICFORTHEPLANET: Attraverso questa Campagna, Pulsee prenderà parte concretamente al progetto Music For The Planet di AWorld, Elisa e Music Innovation Hub attraverso una donazione al Fondo Music For The Planet (on top).

Il progetto #MusicforthePlanet realizzato da AWorld e Music Innovation Hub per Legambiente, con il sostegno di ASVIS, accompagna Elisa in tutte le sue tappe. Il progetto vuole creare una piantumazione massiva di alberi con Legambiente in linea con il progetto europeo #LifeTerra.

#LifeTerra ha l'ambizioso obiettivo di mettere a dimora 500 milioni di alberi nei prossimi 5 anni con il coinvolgimento della società civile.

A supporto del Progetto è stato creato un fondo che ad oggi ha già raccolto più di 50,000 euro, grazie a cittadini, partners e istituzioni.

### **Progetti School & Universities**

AWorld supporta le **scuole e le università** nel creare dei cittadini consapevoli e nello sviluppare la ricerca più all'avanguardia per il raggiungimento dei 17 SDGs delle Nazioni Unite. Nel 2021 sono stati creati 20 team privati (con features premium) gratuitamente per le scuole (di qualsiasi grado) e le università che ne facevano richiesta.

Sono stati stipulati degli accordi di collaborazione con le università del territorio (Università di Torino e Politecnico di Torino) che si sono sviluppati recentemente in progetti di ricerca congiunta che ricadono nell'ambito della Terza Missione.

Sono stati portati avanti alcuni **progetti specifici**:

#### **- CAT (Concorso Ambientale Torino)**

17 scuole secondarie di Torino hanno aderito ad una sfida da Marzo a Maggio 2021. Ogni scuola aveva il proprio team e ha sfidato le altre nel risparmiare acqua, anidride carbonica e energia. Hanno partecipato 1050 studenti, che hanno contribuito a risparmiare 455.527,87 kg di CO2, 26.168,55 kwh e 61.491.075,56 litri di acqua.

Alla fine, le tre scuole più virtuose sono state premiate con una piantumazione di 60 alberi.

#### **- Università della Florida in collaborazione con Ilaria Capua**

Le attività di collaborazione si sono concretizzate in interventi, tavoli di confronto sul tema dell'economia circolare e del pensiero circolare. Sono stati inoltre coinvolti gli studenti dell'ateneo nella redazione di contenuti legati ai temi degli SDGs.

### **Anticorruzione**

Per la Comunità AWorld, **l'integrità morale e l'onestà** sono sia diritti che doveri. In nessun caso il perseguimento di un interesse particolare può giustificare una condotta non onesta. L'onestà non si esaurisce nelle parole, ma trova il suo



compimento nelle azioni, e viene concepita nella sua accezione più ampia, che comprende anche la sfera intellettuale.

Ogni decisione presa deve essere **adeguatamente verificata e comunque verificabile**. Diamo sempre **informazioni complete, trasparenti, comprensibili e accurate**, in modo tale che tutti siano in grado di prendere decisioni autonome e consapevoli delle alternative e delle conseguenze, in piena libertà.

Ci impegniamo a svolgere i nostri **incarichi e mansioni** secondo quanto stabilito, sempre in un clima di onesto dialogo e di trasparenza. Non contempliamo lo sfruttamento di condizioni di ignoranza o di incapacità delle altre parti.

Non diffondiamo **notizie false** nè all'interno nè all'esterno della Comunità, concernenti alcuno dei suoi membri, con la consapevolezza della loro falsità. Manteniamo la **riservatezza** delle informazioni e non ricerchiamo dati riservati, salvo il caso di espressa e consapevole autorizzazione e conformità.

A ogni organizzazione, azienda, ente che collabora con AWorld viene sottoposto il codice etico e l'accettazione dello stesso. Infatti, tutte le realtà con cui AWorld collabora devono compilare e firmare quanto segue.

## ***Piani futuri***

AWorld sta lavorando per diventare uno strumento accurato di misurazione di impatto. L'obiettivo è di porsi a disposizione di persone, enti, aziende, istituzioni o qualunque altra forma giuridica necessari di misurare in modo semplice e veloce l'impatto ambientale da essa prodotto. Durante tutto l'anno 2022, ogni dipartimento di AWorld ha lavorato per collezionare dati, formulare una strategia e sviluppare uno strumento che non solo sensibilizzi e ingaggi la comunità e le organizzazioni al tema del cambiamento climatico, ma che possa concretamente aiutarli a misurare il loro impatto negativo sul pianeta e conseguentemente formarli ad annullarlo e vivere sostenibilmente.

L'obiettivo è infatti abilitare e aiutare i vari soggetti ad adottare azioni provocando un cambiamento del comportamento e dell'atteggiamento mentale in un'ottica di raggiungimento del net zero, parte dello Scope 3.