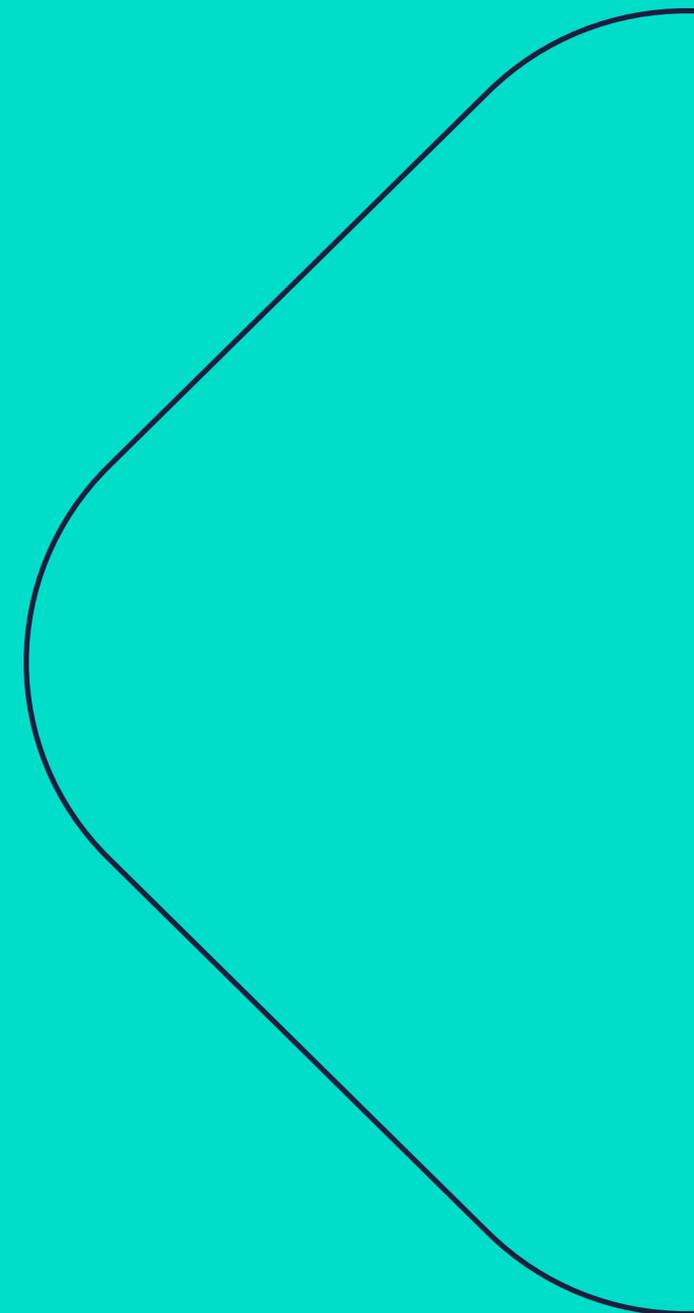


Tangible

**RELAZIONE
D'IMPATTO
2022**





Nicolò Volpato **Founder & CEO - Tangible**

Tangible è una piccola realtà, siamo una ventina di persone, siamo nel mercato dei servizi e della consulenza e ogni anno dobbiamo correre per trovare nuovi progetti e nuovi clienti, e raggiungere i nostri obiettivi di fatturato. L'impatto sociale e ambientale è senza dubbio un tema importante, ma cosa può fare una piccola azienda come noi per cambiare le cose? Se a volte non riescono le grandi aziende, con grandi investimenti, a fare la differenza, che ruolo possiamo pensare di avere noi? Questa è una delle narrazioni possibili, e perfettamente lecite, per una PMI italiana, quale siamo.

Tuttavia per Tangible abbiamo scelto una narrazione diversa. Abbiamo deciso che un ruolo desideriamo averlo e che il nostro contributo a fare la differenza vogliamo portarlo. Non perché pensiamo di avere qualità speciali, o una speciale capacità di produrre impatto, ma perché siamo convinti che sia indispensabile fare la nostra parte e che, nel mondo di

oggi, sia un imperativo morale del business sfruttare la propria capacità di generare ricchezza non solo per trarre profitto ma anche per creare beneficio collettivo.

Profitto e beneficio stanno insieme, alla pari, e l'uno serve l'altro: senza il primo l'azienda collassa su stessa e perde la propria capacità di prosperare e di esistere, senza il secondo perde l'opportunità di dare un significato più alto alla propria esistenza e di essere interconnessa con l'ecosistema sociale e ambientale in cui opera, e che in fin dei conti la alimenta.

E quale beneficio collettivo può generare una realtà come Tangible? Il report che segue, compilato con grande cura, cerca precisamente di rispondere a questa domanda e di farlo con delle evidenze, raccontando tutti i fronti su cui si siamo impegnati nel corso dello scorso anno.

Ecco, questo è uno degli aspetti che trovo fondamentali del report di impatto: tenere traccia delle iniziative e misurare quanto si sono raggiunti gli obiettivi. Il tenere traccia aiuta a rendersi conto di quante cose si siano messe in campo, mentre la misurazione è una sfida con noi stessi per capire a che punto siamo. Quanti obiettivi abbiamo centrato? Siamo stati troppo ambiziosi o troppo poco? Quali invece sono ormai poco rilevanti e quali hanno bisogno di un rilancio? Abbiamo diluito le nostre energie su troppi fronti? Dov'è che possiamo fare di più o fare meglio? È un esercizio di auto-miglioramento. E come molte pratiche di auto-miglioramento si svolgono in gruppo e ci sono altre persone testimoni del nostro percorso, che ci rendono affidabili rispetto alle nostre intenzioni, allo stesso modo il report di impatto è pubblico, per renderci affidabili rispetto a quanto dichiariamo e quanto stiamo cercando di fare. Perché dichiarare la direzione che intendiamo percorrere significa anche prendere l'impegno di mettersi in cammino.

Questo report di impatto è anche un resoconto dei nostri investimenti e aggiunge una lente importante al bilancio, insieme al quale viene depositato, per metterne maggiormente a fuoco la lettura.

A volte si tratta di investimenti di budget, stanziato e dedicato ad abilitare iniziative di miglioramento dell'organizzazione, di formazione, di compensazione della nostra footprint. Altre volte investimento di tempo, di giornate sottratte all'operatività affinché il team sia libero di portare le proprie energie per realizzare le azioni descritte in questo report, per far sì che prendano corpo e accadano. In entrambi i casi è palese il riflesso di questi investimenti sul bilancio aziendale, a maggior constatazione di quanto questi due documenti viaggino insieme. È evidente anche che, senza gli opportuni investimenti, le intenzioni rimangono parole e le azioni non hanno reali chance di essere portate avanti, sfumando l'opportunità di generare davvero un impatto. D'altra parte, c'è un enorme valore generato da Tangible in termini di beneficio allargato, dentro e fuori l'azienda, che è invisibile dal solo bilancio e che, in assenza di un report come questo, ha poco spazio di emergere in superficie, di venire raccontato e di essere pienamente apprezzato.

Quanto ho appena scritto implica ripetute decisioni di grande delicatezza, che toccano gli equilibri dell'azienda su molteplici livelli, in una continua tensione al miglioramento, e un contributo costante e profondo da parte di ogni persona di Tangible, che trovo importante riconoscere e onorare in queste righe.

Ciò che segue è il resoconto di quanto questa tensione a diventare l'azienda che abbiamo detto di voler essere e il desiderio di contribuire di un intero team hanno reso possibile negli scorsi dodici mesi.

Buona lettura.

SCOPO, MISSION VALORI

Perché esistiamo

Siamo una delle prime e uniche Società Benefit in Italia in ambito di design digitale, e lo siamo diventati per sancire, a partire dallo statuto della società, il nostro impegno verso un beneficio collettivo.

Desideriamo mettere a frutto il nostro talento e le nostre competenze come designer per contribuire a prodotti e servizi che generino impatto positivo, per costruire strumenti e pratiche che facciano avanzare tutti verso modalità più responsabili di fare innovazione e per ispirare la nostra comunità di pratica e la prossima generazione di designer a percorrere questo cammino insieme a noi.

La visione e la missione di Tangible sono consultabili anche nella pagina dedicata del nostro [Playbook](#).

I nostri 4 obiettivi di beneficio comune

In qualità di Società Benefit, Tangible intende operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, territorio, ambiente e altri stakeholder; e intende perseguire le seguenti finalità di beneficio comune:

- ◆ **Progettazione etica**
- ◆ **Modelli di business responsabili**
- ◆ **Coinvolgimento dei nostri stakeholder**
- ◆ **Sviluppo professionale e umano**

Valori guida

Ciò che ci rende uniti

identità
benessere
appartenenza
curiosità
competenza
dedizione
trasparenza
diversità



GOVERNO D'IMPRESA

COME SIAMO STRUTTURATI

La struttura organizzativa rispecchia il nostro modello decisionale, basato sulla trasparenza, la condivisione, la responsabilità e l'autonomia.

Il modello organizzativo e operativo è basato su un approccio decentralizzato, agile e adattivo, i Dipendenti hanno ampia autonomia di decisioni su questi aspetti. Escluse le informazioni riservate per motivi di privacy individuale, tutta la popolazione di Tangible ha accesso ai dati finanziari e ai bilanci finanziari, che vengono presentati dai Soci due volte all'anno, insieme agli obiettivi dell'anno e degli anni futuri.



[Il nostro organigramma al 31 dicembre 2022](#)

I NOSTRI STAKEHOLDER

Stakeholder map

In Tangible, progettiamo interfacce e interazioni per i prodotti e servizi digitali dei nostri Clienti. Il nostro è un modello B2B2P, dove P equivale a Persone. Nella nostra [stakeholder map](#), li abbiamo chiamati intenzionalmente Utenti, perché Persone è un termine generico, mentre Utenti definisce quel particolare insieme di Persone che interagisce con i risultati della nostra co-progettazione. Abbiamo definito come primi portatori di interesse i nostri Clienti e, a seguire, i nostri Dipendenti e i Collaboratori, poiché senza di loro non esisterebbe alcuna creazione di valore.

- Impatto indiretto
- Impatto diretto



[La nostra mappa dei portatori di interesse \(stakeholder map\)](#)

Stiamo imparando a creare valore condiviso

La certificazione B Corp ci sta guidando verso la trasformazione del nostro modello strategico: da estrattivo, cioè che sfrutta e consuma risorse finite, a rigenerativo, cioè capace di minimizzare il consumo delle risorse finite e, anzi, di generarne di nuove. Le aree di analisi del B Impact Assessment ci hanno permesso:

- di visualizzare e comprendere a fondo i nostri processi organizzativi;
- di discutere e trovare un accordo condiviso su che cosa intendiamo per impatto positivo della progettazione;
- di individuare i nostri temi materiali, ovvero gli ambiti di intervento che abbiamo scelto come rilevanti per noi perché ci permettono di produrre il nostro impatto positivo;
- di trasformare i nostri obiettivi di beneficio comune in iniziative e azioni, guidate da indicatori ed evidenze noti e condivisi con tutta la popolazione di Tangible.

Certificazione



I NOSTRI TEMI MATERIALI

I temi materiali sono ambiti di intervento che influiscono o influiranno in modo sostanziale sulle valutazioni, le decisioni, le azioni e le prestazioni della nostra organizzazione e dei nostri stakeholder nel breve, medio e lungo termine.

1

ACCESSIBILITÀ ED ERGONOMIA FISICA

Attenzione a: barriere digitali e fisiche, ergonomia fisica dei servizi, ripercussioni sul sonno e sulla salute, pericoli fisici

2

SICUREZZA

Attenzione a: privacy, richieste onerose di dati, mancanza di chiarezza sulle policy di gestione dei dati, profilazione non necessaria o eccessiva, mancata richiesta del consenso

3

INCLUSIONE

Attenzione a: non rispetto dell'identità, rappresentazione e linguaggio parziali o esclusivi, rafforzamento di bias e stereotipi, ripercussioni su dinamiche sociali, isolamento

4

FIDUCIA E TRASPARENZA

Attenzione a: mancanza di trasparenza delle informazioni, scarsa sensazione di controllo e affidabilità, dark pattern, persuasione e manipolazione, mancanza di feedback

5

AUTONOMIA E AUTODETERMINAZIONE

Attenzione a: decisioni prese al posto dell'utente da Intelligenza Artificiale e algoritmi, ridotta capacità di agire sul sistema

6

IMPATTO SOCIALE DEL SERVIZIO / PRODOTTO

Criterio: il Cliente ha attivato iniziative sociali grazie al servizio/prodotto, il Cliente ha speso in iniziative sociali, profitti prodotti grazie al prodotto/servizio

7

DIGITALIZZAZIONE

Criterio: Digitalizzazione di servizi fisici, rimozione di barriere di accesso

8

IMPATTO INTERNO

Criterio: miglioramento/efficientamento lavoro dei/delle Dipendenti, miglioramento di processi interni, trasparenza delle informazioni, rimozione di barriere di accesso, coinvolgimento dei/delle Dipendenti

9

CARBON NEUTRALITY E GREENER WEB

Criterio: miglioramento/efficientamento lavoro dei/delle Dipendenti, miglioramento di processi interni, trasparenza delle informazioni, rimozione di barriere di accesso, coinvolgimento dei/delle Dipendenti

I temi materiali rilevanti anche per i nostri clienti:

2 sicurezza, 3 inclusione, 4 fiducia e trasparenza, 5 autonomia e autodeterminazione, 9 carbon neutrality e greener web

Come il nostro modello di business può contribuire agli obiettivi di sviluppo sostenibile

Obiettivo d'impatto: è un obiettivo interno alla nostra organizzazione, che possiamo gestire direttamente senza intermediazioni

Tema materiale: è un ambito di intervento rilevante e condiviso con i nostri stakeholder.

Di seguito indichiamo gli obiettivi d'impatto e i temi materiali che associamo agli obiettivi di sviluppo sostenibile cui cerchiamo di contribuire.

1 NO POVERTY



Obiettivo di impatto: "Give back", sostegno a distanza con Actionaid e WeWorld
Tema materiale 6: Impatto sociale del servizio / prodotto

8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH



Obiettivo di impatto: Integrare etica, accessibilità, equità e multiculturalità nel nostro processo di design
Obiettivo di impatto: Forbice retributiva a distanza
Obiettivo di impatto: Pieno potenziale umano
Obiettivo di impatto: Pieno potenziale professionale

5 GENDER EQUALITY



Obiettivo di impatto: Diversity & Inclusion
Obiettivo di impatto: Equità nei compensi (gender pay gap)
Tema materiale 3: inclusione

4 QUALITY EDUCATION

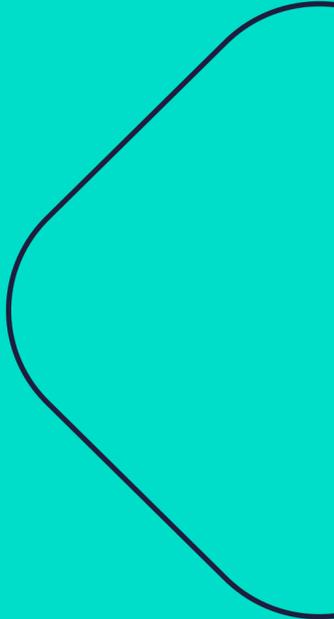
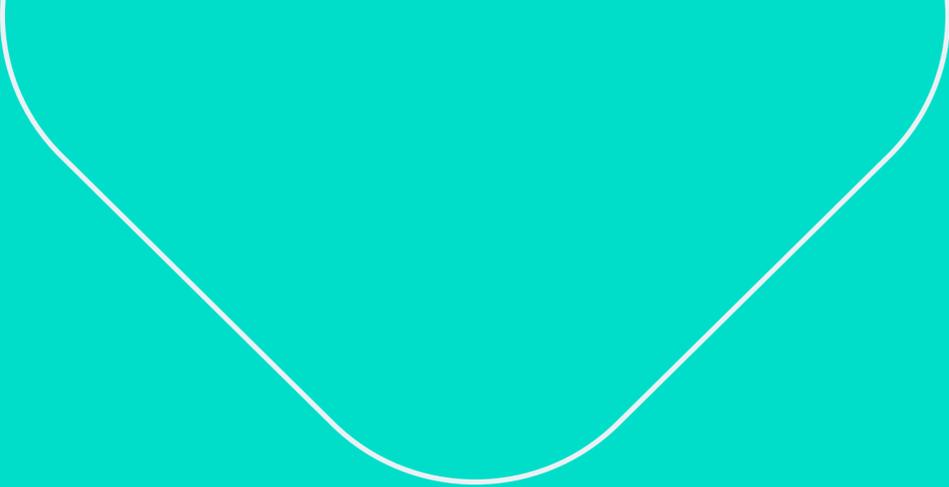


Obiettivo di impatto: I designer del futuro
Obiettivo di impatto: Accesso all'istruzione a distanza
Obiettivo di impatto: integrazione

13 CLIMATE ACTION



Obiettivo di impatto: Net Zero Emissions by 2025
Obiettivo di impatto: Formazione sui temi sociali e ambientali
Tema materiale 9: Carbon neutrality e greener web



5 INIZIATIVE PRINCIPALI DEL 2022

INVESTIMENTI

Gli investimenti che Tangible mette in atto ogni anno sono di tre tipi:

- ◆ verso l'esterno;
- ◆ sull'organizzazione interna;
- ◆ sulla popolazione aziendale.

La loro combinazione ha portato l'azienda a crescere, innovarsi e raggiungere un tasso di talent retention del 100%. Il calcolo degli investimenti è basato su due principali parametri: costi diretti e allocazione di ore del personale. Tali ore consentono al personale di lavorare sugli obiettivi dichiarati.

VERS
SO L'ESTERNO

Lavoro distribuito

€ 500

A TESTA
per migliorare il
comfort dello spazio
di lavoro a casa

COWO

A BOLOGNA
per aumentare le
occasioni di incontro
in presenza

Riorganizzazione e sviluppo

€ 13K

con facilitatori
specializzati

200 h

di Co-Design

Da struttura a
progetto a

Team

Multisciplinare

Persone

Recruiting

343 h

in colloqui

€ 13K

In servizi esterni
per reclutare
personale
specializzato

Onboarding

Ottimizzazione
dei processi
Persone neoassunte
operative e integrate entro

40 h

VERSO L'ORGANIZZAZIONE INTERNA

9 persone
hanno ottenuto
la certificazione
inglese

B2

4

ATTESTATI
Scrum master,
Scrum product
owner

4

DOCENZE
università e master:
210 ore: preparazione
erogazione
2 relatori esterni
2 contributor

Ethical Compass
Framework
opensource di
progettazione etica

232 h

€ 5.000

DONAZIONI
ad associazioni e onlus

4

**CONTRIBUTI
AD EVENTI**
conferenze podcast
su turni legati all'etica
della progettazione

VERSO LA POPOLAZIONE AZIENDALE

Formazione
su temi sociali e
ambientali

85%

dei dipendenti ha
dedicato l'11% di ore di
formazione su questi
temi

Accordo

welfare

per tutta la popolazione
di Tangible

Formazione Interna

350 h

di formazione di
gruppo e individuale

Premi

Erogazione di premi di fine
anno ai dipendenti

3%

Del fatturato

CAPITALE ORGANIZZATIVO

Strutturati secondo un modello rigenerativo, la certificazione B Corp:

Il 4 luglio 2022 abbiamo raggiunto un importante traguardo: la [certificazione B Corp](#) con il punteggio di **84,1**

Certificazione



Overall B Impact Score

Based on the B Impact assessment, Tangible Srl SB earned an overall score of 84.1. The median score for ordinary businesses who complete the assessment is currently 50.9.



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

Cultura e processi HR valutati in modo imparziale: la [certificazione Great Place to Work™](#)



Nella [lotta al cambiamento climatico](#), siamo tra l'1% delle aziende più virtuose



Abbiamo definito le prime due nuove pratiche per una progettazione etica

- ◆ **Linee guida interne per l'accessibilità**
[Abbiamo scritto delle linee guida](#) al fine di rispondere a due semplici domande: quali sono i nostri punti di riferimento? In che modo li applichiamo in ogni fase dei progetti?
- ◆ **Ricompense e rimborsi a impatto sociale o ambientale**
Possiamo ottenere un impatto sociale o ambientale positivo quando applichiamo i nostri processi di design oppure quando organizziamo le nostre iniziative.

Il nostro capitale intellettuale

- ◆ Abbiamo creato un modello per progettare un'innovazione consapevole: Ethical Compass

Il nostro capitale umano

- ◆ Il deposito della nostra conoscenza condivisa: Playbook
- ◆ Obiettivi condivisi, fiducia e autonomia: le basi del nostro piano di offerta formativa: Tangible Academy

Il nostro capitale sociale e relazionale

- ◆ Il nostro rinnovato impegno per il benessere dei nostri Dipendenti: welfare aziendale
- ◆ Insegniamo la progettazione etica ai designer del futuro
- ◆ Esploriamo nuove sfide aprendo il confronto con i nostri stakeholder: Inspiration
- ◆ Evolvere il nostro modello organizzativo, co-creandolo



IMPATTO GENERATO

Il punteggio che abbiamo raggiunto è stato inviato in verifica il 15 marzo 2021.

B Lab ha preso in carico il processo di valutazione ad aprile 2022 e lo ha terminato il 4 luglio 2022 assegnandoci la certificazione B Corp con il punteggio di 84,1.

200
Punteggio massimo

0
Punteggio minimo



84,1

4 luglio 2022

Punteggio verificato da B-Lab

5 febbraio 2021

Trasformazione di Tangible in Società Benefit



Dettaglio B-Impact Assessment Tangible Dati al 4 luglio 2022

Governance

Punteggio raggiunto per le politiche e le pratiche pertinenti alla propria missione, all'etica, alla responsabilità e trasparenza.

Area d'impatto	Punteggio Tangibile	Punteggio massimo BIA
Governance	16,4	25,0
Mission e impegno	2,0	6,0
Etica e trasparenza	4,3	9,0
Proteggere la missione Business Model d'Impatto	10,0	10,0

Lavoratori

Punteggio raggiunto per il contributo al benessere finanziario, fisico, professionale e sociale dei propri lavoratori.

Area d'impatto	Punteggio Tangibile	Punteggio massimo BIA
Lavoratori	34,8	50,0
Sicurezza finanziaria	3,9	20,0
Salute, benessere e sicurezza	10,5	12,0
Sviluppo professionale	5,6	6,0
Sviluppo professionale (salariati)	1,4	2,0
Livello di coinvolgimento e soddisfazione	4,5	6,5
Livello di coinvolgimento e soddisfazione (salariati)	2,4	3,5

Clienti

Punteggio raggiunto per il valore che crea per i Clienti e consumatori diretti dei propri prodotti e servizi.

Area d'impatto	Punteggio Tangibile	Punteggio massimo BIA
Clienti	14,8	35,0
Gestione del cliente	4,3	5,0

Impatto generato

Ambiente

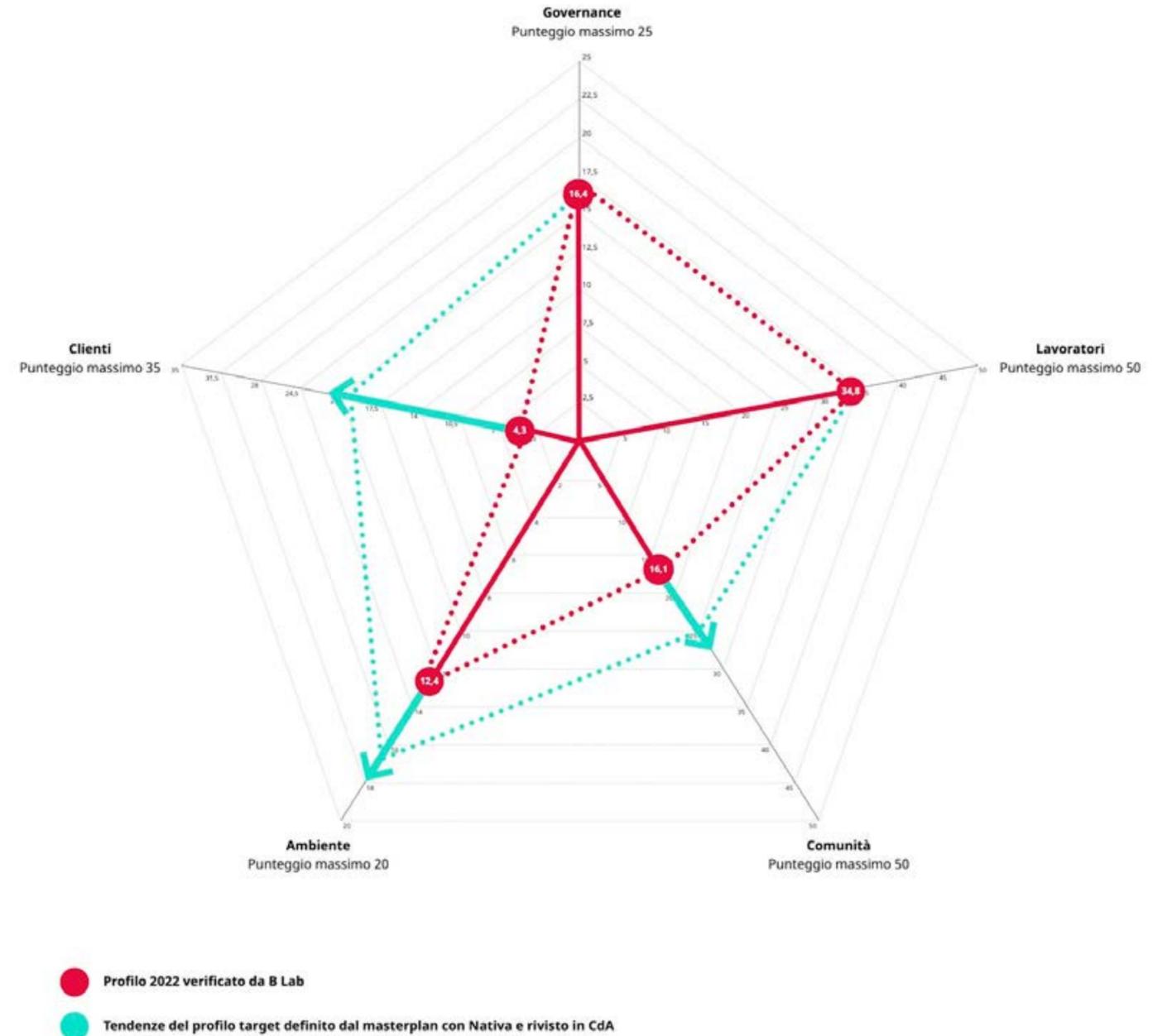
Punteggio raggiunto per la propria gestione ambientale in generale.

Area d'impatto	Punteggio Tangibile	Punteggio massimo BIA
Ambiente	12,3	20,0
Management ambientale	2,8	7,0
Aria e clima	4,5	7,0
Acqua	0,8	2,0
Terra e vita	3,2	4,0

Comunità

Punteggio raggiunto per il contributo al benessere economico e sociale delle comunità in cui opera.

Area d'impatto	Punteggio Tangibile	Punteggio massimo BIA
Comunità	18,1	50,0
Diversità, equità e inclusione	6,5	15,0
Impatto economico	6,5	15,0
Impegno civico e donazioni	2,1	12,0
Gestione della catena di distribuzione e fornitura	3,0	8,0



**8 AZIONI
CONSIGLIATE PER UN
IMPATTO POSITIVO**

La sostenibilità e l'impatto positivo sono al centro della nostra missione. Ma non siamo gli unici in grado di fare la differenza. Partendo dalla nostra esperienza diretta abbiamo raccolto alcune azioni che chiunque può intraprendere per contribuire a un futuro più sostenibile e responsabile.

Reward Benefit e Green Offset per Iniziative Interne: considera la possibilità di sostituire parzialmente o completamente compensi o rimborsi spese con donazioni o compensazioni delle emissioni di carbonio, specialmente quando coinvolgi relatori esterni.

Tirocini Ricerca-Centrici: accogli tirocinanti laureandi selezionandoli in base al tema della loro tesi. Questi temi possono essere collegati alle tue attività di ricerca e sviluppo.

Donazioni Annuali: stabilisci una policy aziendale per effettuare una donazione annuale a una Onlus. (Ad esempio, noi supportiamo Actionaid e Weworld).

Formazione Orientata ai temi ESG: integra nel tuo piano di formazione temi legati all'ambiente, al sociale o alla governance (ESG). Noi abbiamo trovato molto utile assegnare un esercizio specifico su questi temi, da completare entro la fine dell'anno e poi discutere con tutto il team per condividere le lezioni apprese.

Donazione di Device non più utilizzati: dona i dispositivi che non utilizzi più a organizzazioni benefiche.

Reward per le Attività di Ricerca: invece di utilizzare buoni regalo Amazon come ricompensa, esplora altre opzioni creative. (Consulta il nostro report per alcune idee che abbiamo implementato).

Acquisto Responsabile: quando hai bisogno di nuovi dispositivi e device per i test, opta per dispositivi rigenerati.

Contributo Educativo: offri lezioni o seminari presso istituti di istruzione superiore per condividere la tua esperienza e conoscenza.

RINGRAZIAMENTI

La relazione d'impatto è stata elaborata da Ilaria Mauric, Nicolò Volpato, Luca Scarpa e Alessia Freddo. Vogliamo ringraziare tutti i Dipendenti e i Collaboratori che ogni giorno si impegnano, rappresentano e divulgano il valore che ci impegniamo a generare: Marianna Cerato, Anna Mormile, Antonio Matera, Giulia Cavinato, Manuele Forcucci, Daniele Iori, Alessia Freddo, Francesco Paradiso, Moreno Giorgini, Marco Livi, Ilenia Baronio, Giada Cantoni, Valentina Marzola, Mattia Rizzo, Annalaura Tezzon, Caterina Amato, Silvia Riva, Claudio Guerra, Anna Portelli, Francesca Corso, Ivan Riccardi, Sofia Righetti, Pietro Gregorini, Marino Di Clemente, Andrea Simoncini, Roberto Burceni e il team di Netrising.

