

Tangible

RELAZIONE D'IMPATTO 2024





**Ilaria Mauric
e Nicolò Volpato**



Il 2024 ha richiesto grande attenzione all'efficienza e alla performance aziendale, mentre monitoravamo obiettivi di crescita e bilanci. È stato un anno in cui abbiamo visto team sotto pressione e persone affrontare nuove tappe professionali con incastri di attività e progetti spesso complessi. Noi soci siamo stati impegnati su fronti multipli, dall'imprenditoriale all'operativo, con la continua tensione di mantenere il focus sulle priorità. Accanto a questi sforzi, che hanno generato risultati positivi, le pagine seguenti raccontano un secondo tipo di impegno costante: il contributo di tutta Tangible, di ogni persona che ne fa parte, che ha sempre trovato spazio ed energia durante l'anno.

Abbiamo visto colleghe e colleghi dedicarsi alle attività interne, diventare docenti portando design etico e accessibilità in università ed enti formativi. Li abbiamo visti diffondere il nostro Ethical Compass, organizzare eventi sulla cultura del lavoro, consolidare competenze nell'accessibilità, migliorare processi di design e affiancare con lucidità le prime sperimentazioni con l'AI. Soprattutto, hanno posto cura nell'impatto e nella qualità del lavoro per gli utenti – le persone, in modo quanto più esteso e inclusivo – per cui progettiamo.

Ogni investimento, economico o di tempo, riflette ancora la nostra scelta di bilanciare profitto e beneficio. Senza il primo, l'azienda

perderebbe capacità di prosperare; senza il secondo, perderebbe significato e connessione con l'ecosistema sociale e ambientale circostante.

La rapida diffusione dell'intelligenza artificiale ci chiama a un cambio di prospettiva: non la consideriamo un semplice add-on tecnologico, ma un materiale progettuale grazie al quale possiamo seminare “casual intelligence” in servizi esistenti e prototipare interfacce radicalmente adattive. Lavoreremo perché queste soluzioni amplifichino il giudizio umano, rispettino vincoli ambientali e restino ancorate all'intento delle persone che le useranno.

Ci sta particolarmente a cuore rafforzare la rete di partner che condividono i nostri valori. Nel 2025 continueremo a coltivare relazioni strategiche per ampliare il nostro impatto positivo, convinti che la complessità delle sfide – dall'impatto della trasformazione digitale nelle organizzazioni alla trasparenza e alla governance dei dati – trovi una soluzione soltanto attraverso collaborazione.

La cosa più preziosa che abbiamo osservato quest'anno è stata la libertà con cui i colleghi pongono domande, sollevano dubbi, chiedono confronto quando percepiscono distonie tra intenzioni e azioni. Questa responsabilità collettiva verso i principi che ci unisce è il terreno più fertile su cui costruire il futuro di Tangible.

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

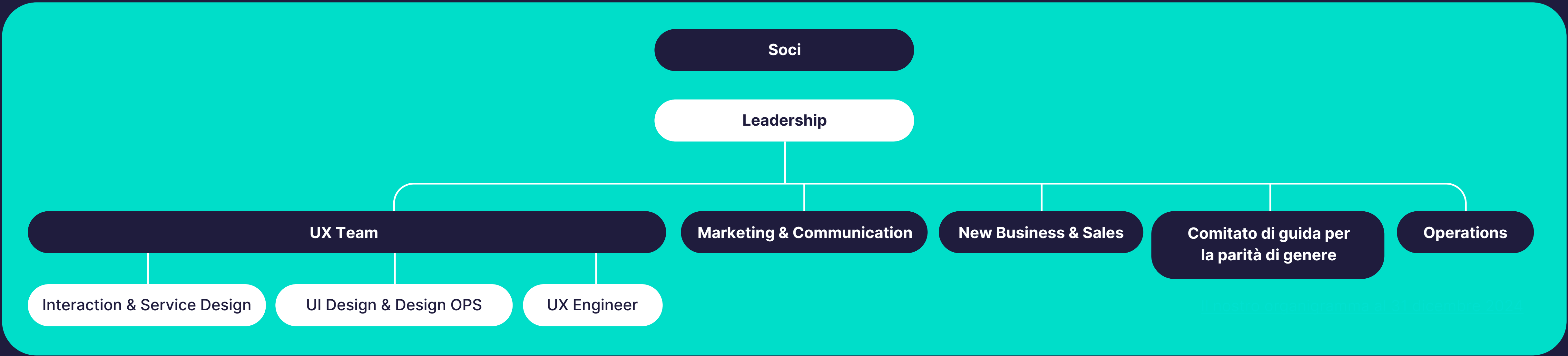
identità
benessere
appartenenza
curiosità
competenza
dedizione
trasparenza
diversità

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.



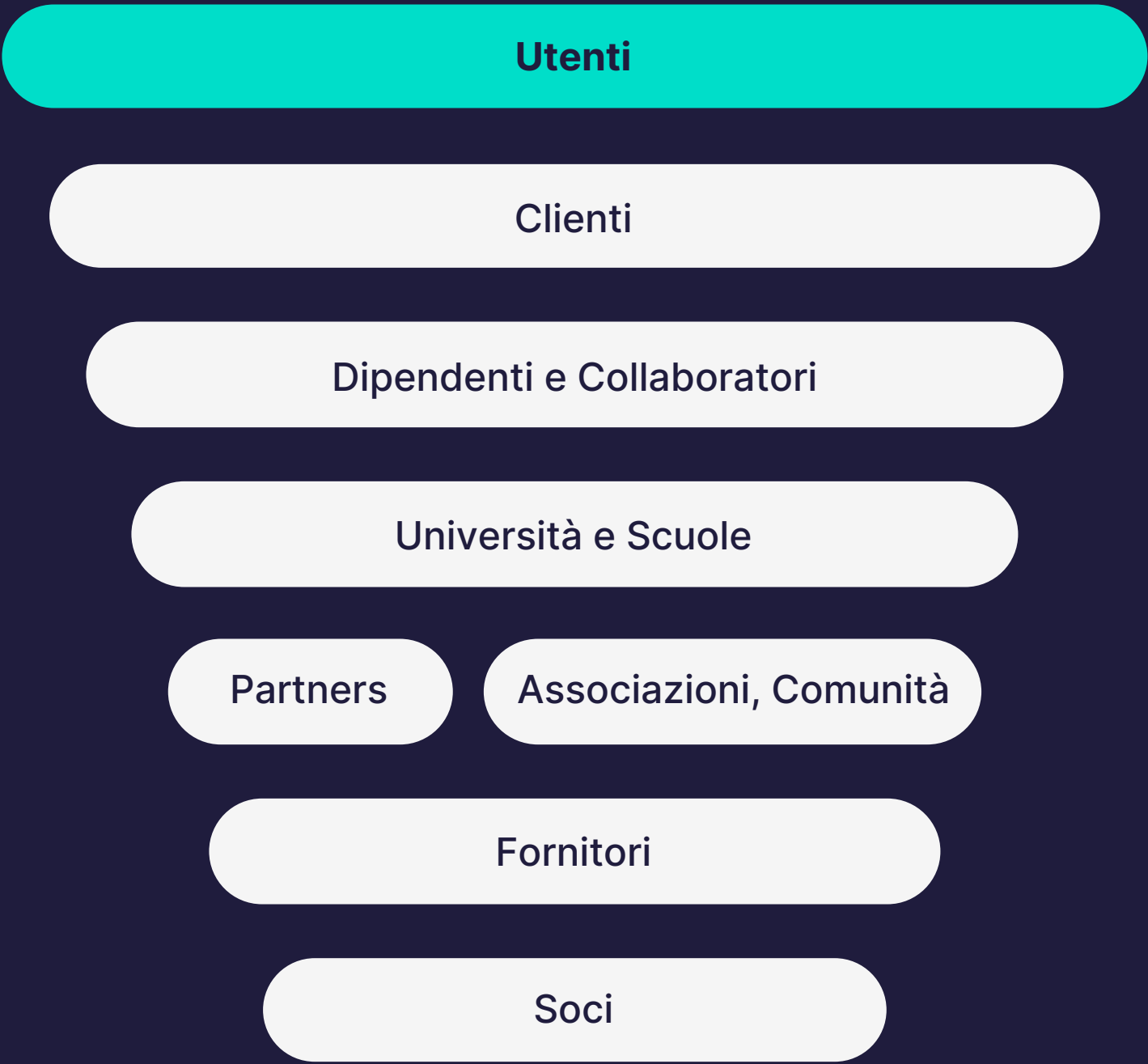
I NOSTRI STAKEHOLDER

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.

Rispetto al 2023, **abbiamo ampliato la rete dei nostri partner di fiducia**, insieme ai quali riusciamo a rispondere alle emergenti sfide di innovazione digitale.

 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.

1NO POVERTY 	Obiettivo di impatto: “Give back”, sostegno a distanza con Actionaid e WeWorld Tema materiale 6: Impatto sociale del servizio / prodotto	5GENDER EQUALITY 	Obiettivo di impatto: Diversity & Inclusion Obiettivo di impatto: Equità nei compensi (gender pay gap) Tema materiale 3: inclusione
10REDUCED INEQUALITIES 	Obiettivo di impatto: Tangible Inspiration Tema materiale 6: Fiducia e Trasparenza	4QUALITY EDUCATION 	Obiettivo di impatto: I designer del futuro Obiettivo di impatto: Accesso all'istruzione a distanza Obiettivo di impatto: integrazione
8DECENT 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	13CLIMATE 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

IL NOSTRO IMPEGNO

INVESTI- MENTI

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

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

La loro combinazione ha portato l’azienda a crescere, innovarsi e raggiungere un tasso di talent retention del 92% per i già presenti e del 75% per i nuovi assunti.

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.

VERS0 L’ORGANIZZAZIONE INTERNA

3 persone
hanno utilizzato il premio
gettone smartworking di
€ 500

Abbiamo mantenuto un team
Stack per evolvere gli strumenti
e i processi della progettazione
(DesignOps e AI) investendo
18 giorni
di lavoro non-billable;

€5,6k
Investiti per il rinnovo
di certificazione B Corp,
iscrizione annuale ad
Assobenefit e compensazioni
carbon footprint

Privilegiamo il
**Remote
working**

B Corp Team
ha lavorato per
23 giorni
alle iniziative collegate al
nostro report d’impatto

€10,7k
Per gli strumenti e le
attività di sviluppo
commerciale (l’87%
del budget allocato a
inizio anno)

**Asset marketing e
comunicazione**
Abbiamo investito
€40,7k
(pari a 81,5% del budget di
50.000 € allocato a
inizio anno)

Shared Knowledge
268 giorni e oltre
€17,7k
(Academy, Internal days, Punti
verticali, Retreat)



VERSO L'ESTERNO

€ 51,5k

Donazioni

ad associazioni e ONLUS, dal 2017 al 31 dicembre 2024

3 persone

hanno ottenuto la certificazione inglese

B2

Abbiamo organizzato la 7° edizione di

Inspiration

una serie di 7 incontri gratuiti, per approfondire i nostri temi materiali. Per farlo abbiamo allocato **39 giorni** di lavoro e **€8,4K**

1 Tesi

Come relatori esterni

Abbiamo assegnato

3 Borse di studio

Per un valore complessivo di **€2,5k** a studenti e studentesse neo-diplomati del Liceo Scientifico e Musicale 'A. Einstein' di Rimini.

18 Giornate

In attività di integrazione e Consolidamento e di Ricerca e Sviluppo

7 Docenze

presso enti universitari e master

3 Eventi pubblici

Come relatori

VERSO LA POPOLAZIONE AZIENDALE

Formazione

Tutta la popolazione di Tangible ha partecipato a una sessione di formazione sul tema Governance.

Premio produzione

erogato ai dipendenti pari al

1,5%

Del fatturato

Formazione Interna

248 Giorni

e circa **€ 17,7k** di formazione di gruppo e individuale

Coaching

Individuale

per **2 persone** equivalenti a oltre **3 giorni** per le sessioni e i follow-up e circa **€ 2.2k** in consulenza esterna;



CAPITALI INTANGIBILI

Il nostro capitale organizzativo

Strutturati secondo un modello rigenerativo, la certificazione B Corp:

Il 4 luglio 2022 BLab ci ha assegnato la certificazione B Corp con punteggio 84,1. Nel 2024 abbiamo fatto alcuni ulteriori progressi e **al 31 dicembre il nostro punteggio sembra essere migliorato (85.8)**. Il nostro primo triennio come azienda certificata B Corp scade a luglio 2025, per questo a dicembre abbiamo inviato la nostra richiesta di ricertificazione.



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

Processo di selezione equo e inclusivo (blind hiring)

Per promuovere concretamente la diversità e l'inclusione fin dalle prime fasi di relazione con i nostri stakeholder, nel 2024 abbiamo formalizzato e implementato un processo di blind hiring che elimina i bias inconsci nella selezione del personale.

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](#)
- ◆ [Team e stack](#): due modelli organizzativi per abilitare autonomia e crescita sostenibile

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



85.8

Punteggio alla
ricertificazione del
31 dicembre 2024

84,1 - 4 luglio 2022

Punteggio verificato da
B-Lab

5 febbraio 2021

Trasformazione di Tangible
in Società Benefit

0
Punteggio minimo

Dettaglio B-Impact Assessment Tangible Dati al 31 dicembre 2024

Governance

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

Area d’impatto	Punteggio Tangible	Punteggio massimo BIA
Governance	16,9	25,0
Missione e impegno	2,0	9,0
Etica e trasparenza	4,8	9,0
Proteggere la missione Business Model d’Impatto	10,0	10,0
N/A punteggio	0,1	

Lavoratori

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

Area d’impatto	Punteggio Tangible	Punteggio massimo BIA
Lavoratori	36,7	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	6,0	6,5
Livello di coinvolgimento e soddisfazione (salariati)	2,7	3,5
N/A Punteggio	6,7	

Clienti

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

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

Impatto generato

Ambiente

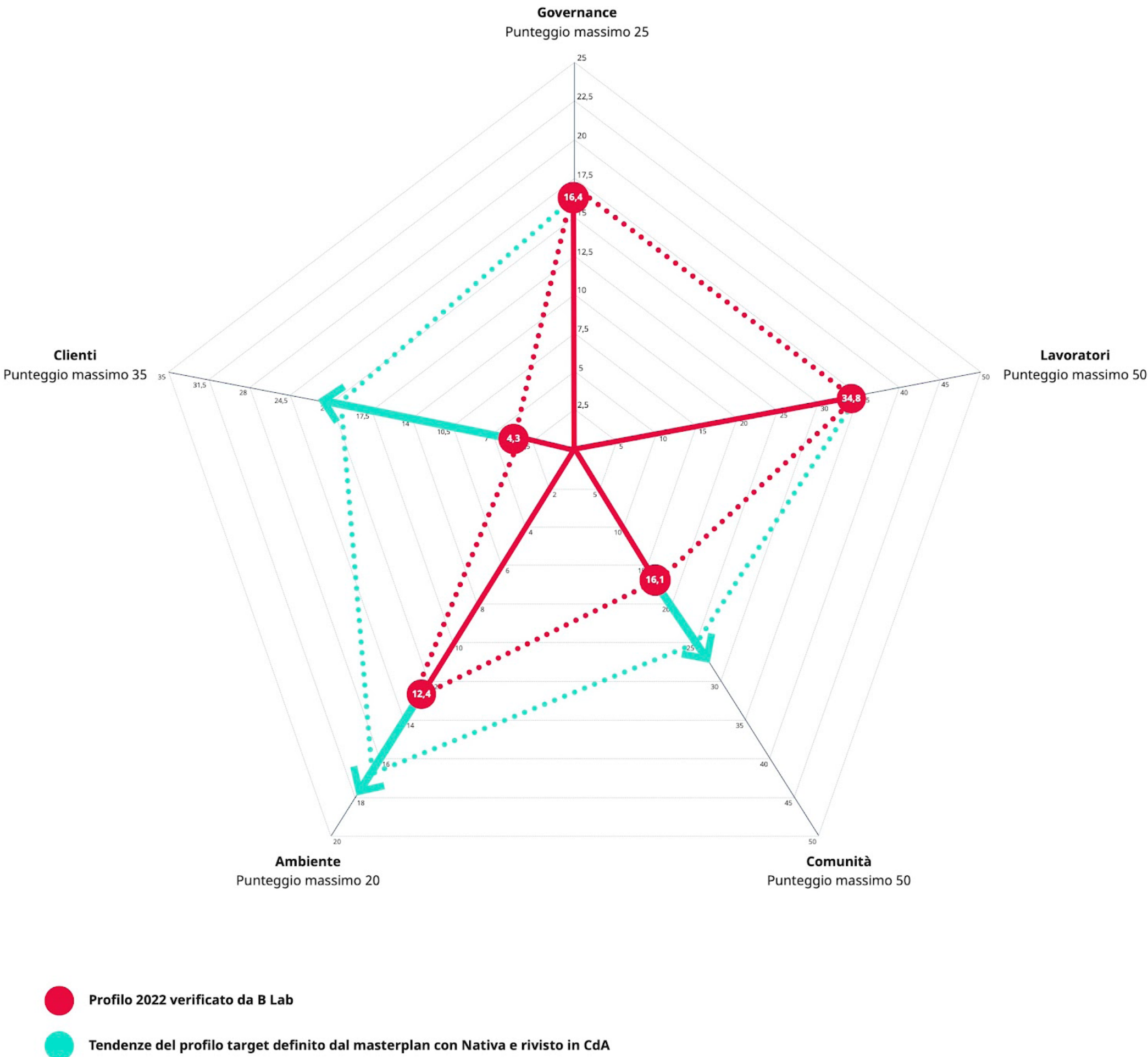
Punteggio raggiunto per la propria gestione ambientale in generale.

Area d’impatto	Punteggio Tangibile	Punteggio massimo BIA
Ambiente	11,4	20,0
Management ambientale	2,8	7,0
Aria e clima	4,6	7,0
Acqua	0,8	2,0
Terra e vita	3,2	4,0
N/A Punteggio	0,9	

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	15,1	50,0
Diversità, equità e inclusione	5,5	15,0
Impatto economico	5,5	15,0
Impegno civico e donazioni	2,1	12,0
Gestione della catena di distribuzione e fornitura	2,0	8,0



IDEE 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.

Affida a rotazione il ruolo di "responsabile d'impatto" nei team, per tenere viva l'attenzione ai temi sociali e ambientali nei progetti quotidiani

Crea o utilizza uno **strumento di supporto alle scelte etiche**, come il nostro Ethical Compass, utile nei momenti di ambiguità o conflitto di valori

Implementa **un sistema di raccolta feedback dai clienti e da stakeholders**, per misurare la soddisfazione, ma anche individuare temi sociali o ambientali da approfondire insieme

Organizza eventi e progetti digitali con impatto ambientale neutro: compensa le emissioni di CO2 e considera fornitori attenti alla sostenibilità. Anche quando non è richiesto dal cliente: è un gesto semplice ma concreto.

Condividi pratiche o guide che possano convincere altri a intraprendere iniziative a impatto sociale o ambientale, come abbiamo fatto con la guida ai test di accessibilità

Formazione orientata ai temi ESG: integra nel piano di formazione temi legati ad ambiente, sociale e governance, anche con esercitazioni condivise nel team. 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

Tirocini ricerca-centrici: accogli tirocinanti laureandi selezionandoli in base al tema della loro tesi, collegato alle attività di ricerca e sviluppo

Donazione di device non più utilizzati: dona dispositivi obsoleti a organizzazioni benefiche

Sostieni cause in linea con la tua missione attraverso donazioni regolari: ogni anno, supportiamo organizzazioni Onlus come ActionAid e WeWorld.

Sperimenta ricompense a impatto positivo per le attività di ricerca: in alternativa ai buoni regalo standard, esplora soluzioni che generano valore sociale.

Acquisto responsabile: opta per dispositivi rigenerati quando acquisti nuova strumentazione

Contributo educativo: offri lezioni o seminari presso istituti scolastici per condividere esperienza e competenze

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, Ilenia Baronio, Giada Cantoni, Valentina Marzola, Annalaura Tezzon, Caterina Amato, Silvia Riva, Claudio Guerra, Anna Portelli, Francesca Corso, Federico Paternò, Massimo Colasurdo, Giorgia Russo, Rita Caporrino, Leonardo Marena, Marino Di Clemente e Roberto Burceni.