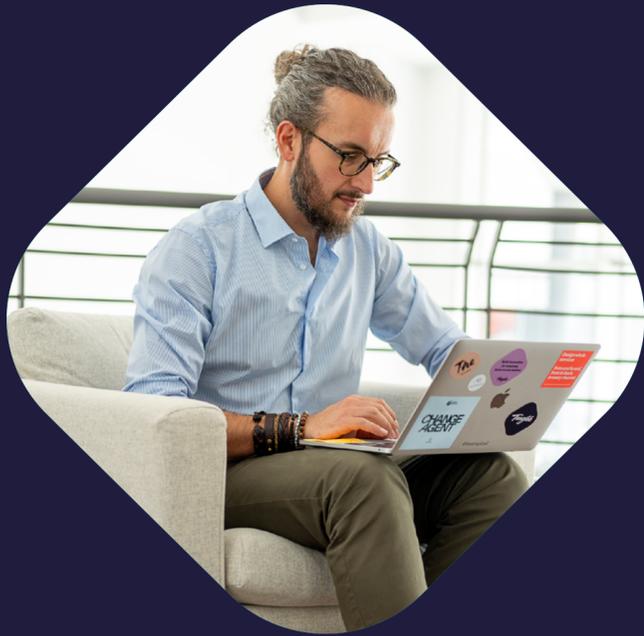


Tangible

**RELAZIONE
D'IMPATTO
2023**





Nicolò Volpato
Founder & CEO - Tangible



Il 2023 è stato un anno in cui abbiamo messo grande e crescente attenzione all'efficienza e alla performance aziendale, tenendo molto d'occhio i numeri e gli obiettivi di crescita. È stato un anno in cui ho visto diversi dei nostri team sotto pressione e alcune persone stanche, con incastri di progetti e di attività spesso molto sfidanti.

Ho visto persone affrontare porzioni nuove del proprio percorso di carriera, tappe nuove del proprio cammino, con prove e problemi altrettanto nuovi con cui fare i conti. Ho visto noi soci impegnati su molti fronti, dall'imprenditoriale all'operativo, contemporaneamente, e ho personalmente sentito la fatica di tenere il focus sulle cose importanti rispetto alle tante contingenze. Oltre a questi sforzi, che hanno generato un anno decisamente positivo, le pagine che seguono raccontano un secondo tipo di impegno costante e assiduo: un contributo di tutta Tangible, di tutte le persone che costituiscono l'azienda, che ha sempre trovato spazio, linfa ed energia durante l'anno. Ho visto colleghi e colleghe spendersi in attività interne, superare i propri timori e diventare docenti, portando temi di design etico e accessibile in diverse università e enti di formazione.

Li ho visti portare in giro per l'Italia, dai luoghi della formazione agli eventi, i workshop sul nostro Ethical Compass, organizzare eventi sulla cultura del lavoro, diffondere internamente sensibilità e competenze nell'ambito dell'accessibilità, lavorare in termini di ricerca e sviluppo per migliorare i nostri processi, e mettere cura e attenzione all'impatto e alla qualità del lavoro quotidiano per gli utenti — le persone, in modo quanto più possibile esteso ed inclusivo — per cui progettiamo. Infine, ed è la cosa probabilmente più preziosa, ho visto colleghi e colleghe fare domande, sollevare dei dubbi, chiederci confronti e alzare la mano in quei momenti in cui le decisioni aziendali o di team non erano chiare, o in cui sentivano distonia tra il dire e il fare, tra l'intenzione e l'azione.

Per me questo tipo di responsabilità collettiva rispetto ai principi che ci uniscono come team e come azienda è di grandissimo valore ed è l'humus da cui cresce tutto quello che troverete in questo report.

Buona lettura
Nicolò Volpato

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

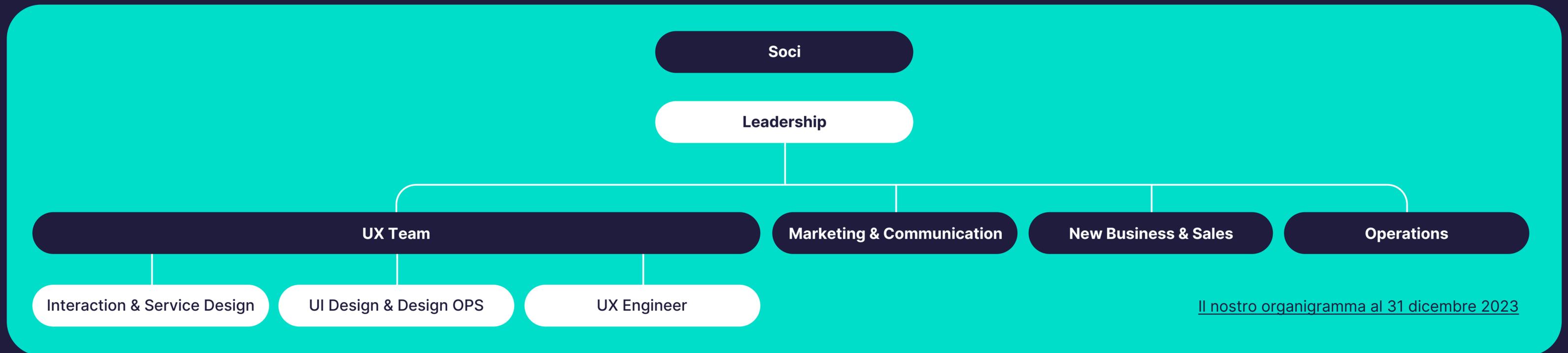
GOVERNO D'IMPRESA

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.



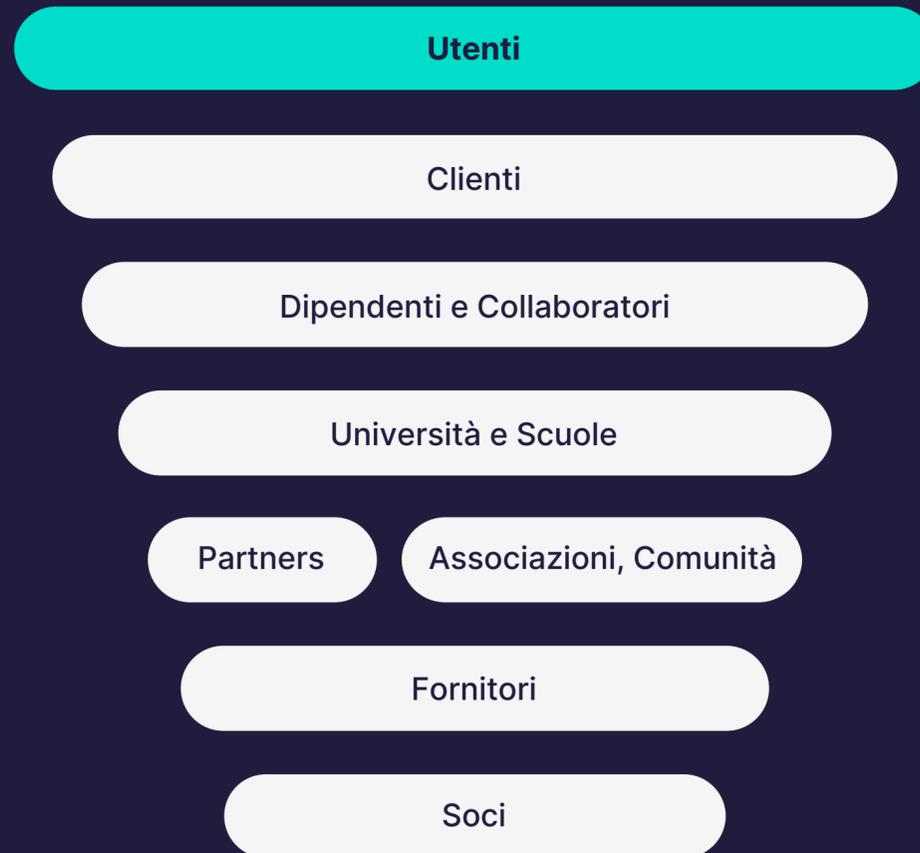
[Il nostro organigramma al 31 dicembre 2023](#)

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.



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

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 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.

VERS0 L'ORGANIZZAZIONE INTERNA

8 persone
hanno utilizzato
il premio gettone
smartworking di
€ 500

**2 Team
stack**
Management e
DesignOps e AI

€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

Asset sales
abbiamo investito
€11k

**Asset marketing
e comunicazione**
Abbiamo investito
€47k

Shared Knowledge
292 giorni e oltre
€9k
(Academy, Internal days,
Punti verticali, Retreat)



VERSO L'ESTERNO

€ 12k

Donazioni

ad associazioni e onlus
dal 2017 al 2023

2 persone

hanno ottenuto la
certificazione inglese

B2

1 Mentorship

ad un evento di un
Istituto superiore

1 Tesi

Come relatori esterni

Ethics by Design

Abbiamo organizzato la
masterclass in collaborazione
con Trine Falbe.

Abbiamo allocato

400 h

Attività di R&D

112 h

di lavoro e formazione

7 Docenze

presso enti
universitari e master

4 Eventi pubblici

Come relatori

VERSO LA POPOLAZIONE AZIENDALE

**Formazione
su temi sociali e ambientali**

78%

dei Dipendenti ha
dedicato il 15,33% di ore
formazione

Premio produzione

erogato ai dipendenti pari al

1,5%

Del fatturato

Formazione Interna

1.232 h

di formazione di
gruppo e individuale

Coaching

Individuale

per 3 persone, oltre 3 giorni
per le sessioni



CAPITALI INTANGIBILI

Il nostro 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**

Certified



Corporation

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

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

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 |
|--|---------------------|-------------------|
| Governance | 16,8 | 25,0 |
| Missione e impegno | 2,0 | 6,0 |
| Etica e trasparenza | 4,8 | 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 | 29,8 | 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 | 6,0 | 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

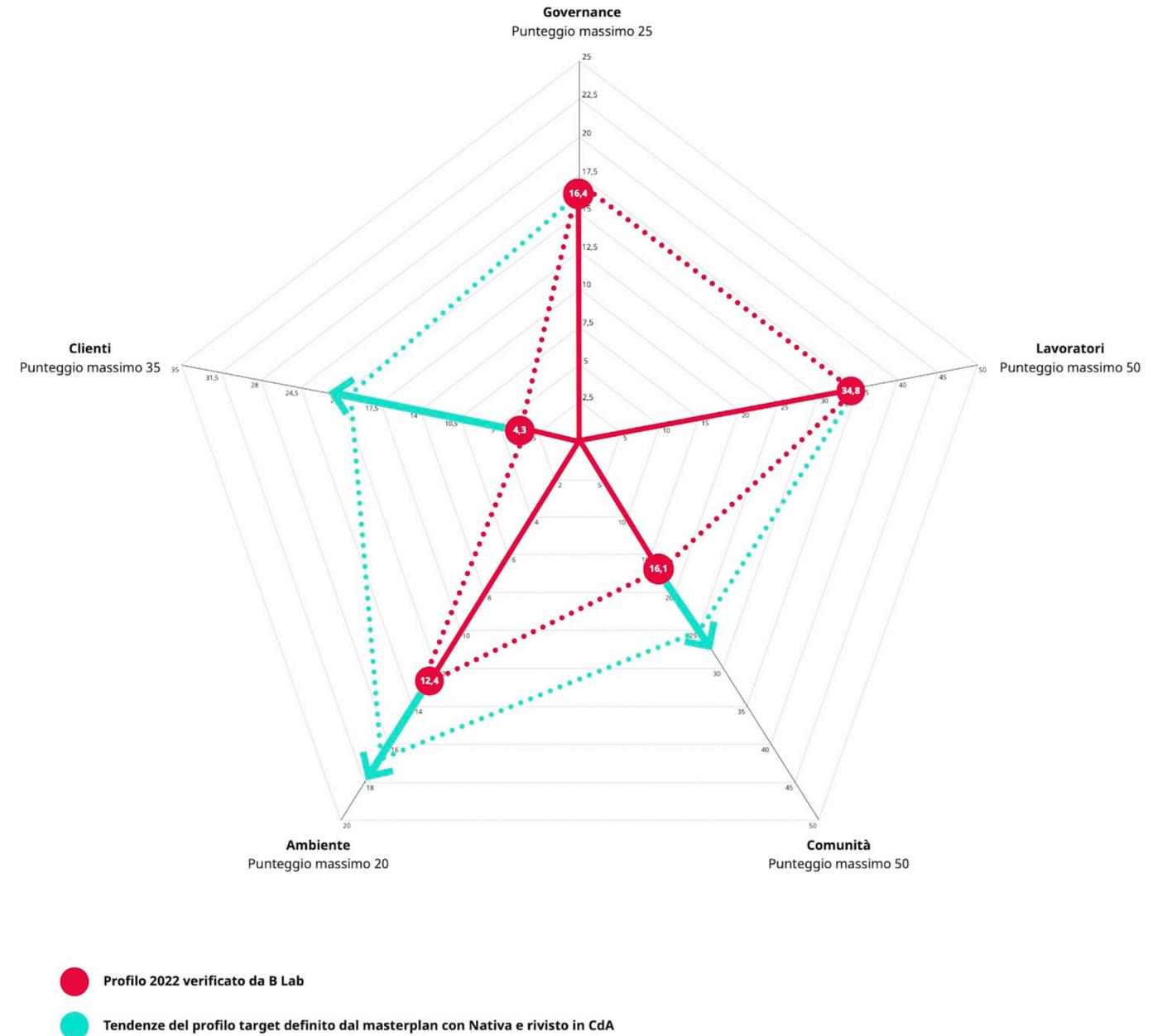
Punteggio raggiunto per la propria gestione ambientale in generale.

| Area d'impatto | Punteggio Tangibile | Punteggio massimo BIA |
|-----------------------|---------------------|-----------------------|
| Ambiente | 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 |

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.

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.

Implementa un **sistema di raccolta feedback dai clienti**, per capire il livello di soddisfazione e per individuare i temi sociali o ambientali su cui c'è interesse comune a lavorare insieme

Compensazione delle emissioni per eventi. Agire per assicurarsi che tutti gli eventi che organizzi abbiano impatto zero sulle emissioni di CO2 prodotte.

Condividi pratiche o guide che possono 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 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.

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

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.

