CONNEXIA

A RETEX BRAND

Report di Sostenibilità

2022

Indice

1 Lettera del CEO

2 Il nostro approccio
2.1 Key highlights 2022
2.2 Connexitudine
2.3 Be Benefit
2.4 B Corp
2.5 Governance di Sostenibilità
2.6 Stakeholder engagement
2.7 Ci concentriamo su ciò che conta

3 Il nostro contributo alle Nazioni Unite
3.1 Adesione all'United Nations Global Compact (UNGC)
3.2 Sustainable Development Goals - SDGs
3.3 SDG 1 - Sconfiggere la povertà
3.4 SDG 4 - Istruzione di qualità
3.5 SDG 5 - Parità di genere
3.6 SDG 8 - Lavoro dignitoso e crescita economica
3.7 SDG 10 - Ridurre le disuguaglianze
3.8 SDG 13 - Lotta contro il cambiamento climatico

4 Metodologia
4.1 Processo di rendicontazione
4.2 Principi United Nations Global Compact
4.3 Indice GRI

5 Appendice dati

1 Lettera del CEO

Il 2022 è stato un anno incredibilmente ricco di novità in chiave ESG per Connexia. A cominciare dall'adesione all'**United Nations Global Compact (UNGC)**, ossia il patto mondiale delle Nazioni Unite che incoraggia le imprese a promuovere attivamente **i principi di condotta etica e di business responsabili**. Dopo essere diventati Società Benefit in piena pandemia da Covid-19, primi tra i big dell'industria di riferimento, abbiamo deciso di fare un ulteriore salto in avanti in termini di trasparenza e di trasmettere un messaggio positivo a tutto il mercato.
Quella è stata anche l'occasione per annunciare il lancio di una nuova **divisione dedicata alla sostenibilità a 360°** volta ad accompagnare i clienti in un percorso di trasformazione ambientale, sociale e di governance che possa posizionarli al meglio in un contesto sempre più sfidante: Sustainability & ESG Advisory.
Che la strada intrapresa sia quella giusta lo dice anche **Il Sole 24 Ore** che, in collaborazione con la **Pontificia Accademia per la Vita**, ha assegnato proprio a Connexia la **prima edizione del premio «Impresa Sostenibile»** nella categoria «Sostenibilità Digitale». Un risultato di cui siamo davvero orgogliosi.
Ma veniamo a noi. Questo è il nostro terzo report d'impatto e il **primo report di sostenibilità**.
La differenza? Il coinvolgimento diretto dei nostri **stakeholder di riferimento** chiamati per la prima volta a dire la loro sul nostro iter di miglioramento continuo attraverso una serie di survey create ad hoc per ciascun target.
Obiettivo: raccogliere feedback su quanto fatto finora e tracciare insieme la direttrice per le azioni future. Ancora grazie a chi ha deciso di mettersi (e metterci!) alla prova. Nelle pagine seguenti troverete tutti i dettagli, nonché le azioni di beneficio comune messe a segno nel 2022 suddivise in 6 macro-capitoli, uno per ciascuno dei **sei SDGs dell'Agenda 2030 dell'ONU su un totale di 17** in cui abbiamo deciso di convogliare i nostri sforzi nel tentativo di dare un contributo per quanto possibile concreto e duraturo nel tempo.

Affrontiamo il 2023 con rinnovata energia e tanti nuovi progetti in ambito sostenibilità, tra cui il calcolo della Carbon Footprint e la certificazione della parità di genere. In particolare, quest'ultima avviene in un momento storico del nostro settore dove proprio mentre scrivo questa lettera sono venuti alla luce diversi episodi di sessismo. Non dobbiamo minimizzare, anzì cogliere l'occasione per alzare ulteriormente l'asticella, l'attenzione e il dialogo su questi temi per fare in modo che non accadano mai più.

Infine, un grazie speciale anche al nostro azionista di controllo **Retex** con cui condividiamo in toto, per approccio e modalità di lavoro, l'**etica applicata al business**. Con un credo su tutti: la carta della sostenibilità è l'unica in grado di fare la differenza nel medio-lungo termine.

Paolo D'Ammassa

2 Il nostro approccio

2.1 Key highlights 2022

Nel 2020 Connexia è diventata **Società Benefit**, ufficializzando il proprio impegno per la responsabilità sociale d'impresa, diventato negli anni parte integrante del suo DNA.

Essere una Società Benefit significa **rispettare i più elevati standard di responsabilità e trasparenza**, dando lo stesso peso agli obiettivi economico-finanziari e a quelli legati all'impatto sociale e ambientale.

Questo è il nostro terzo Report d'Impatto e il **primo Report di Sostenibilità a 360°**.
Scritto, per altro, in accordance agli **standard GRI**, ossia gli indicatori-chiave per la reportistica pubblica in merito a una gamma molto ampia di **impatti ambientali, sociali e di governance. ESG, appunto!**

La differenza, rispetto ai precedenti report d'impatto?
Avere coinvolto in prima persona tutti i nostri stakeholder di riferimento, chiedendo loro una opinione precisa su quanto fatto finora e, soprattutto, suggerimenti per proseguire al meglio pro futuro. Perché solo lavorando insieme si può pensare di fare davvero la differenza.

Il fil rouge?
La grande attenzione dedicata alle persone, al loro benessere psico-fisico, all'equilibrio vita-lavoro, alla crescita professionale dei singoli e alla valorizzazione del talento di ciascuno.

Qui alcune delle milestone raggiunte da Connexia nel 2022:

ADESIONE
UN Global Compact

Sustainability & ESG Advisory

CLIENTI SERVITI
250

NUOVE ASSUNZIONI
56

PREMIO
"Impresa Sostenibile"
2022 Sole 24 Ore

ORE DONATE PER PROGETTI SOCIALI
730

2.2 Connexitudine

Da oltre 20 anni creiamo strategie innovative e dirompenti basate sui dati, per aiutare i brand a costruire solide relazioni con i propri interlocutori di riferimento

CONNEXITUDINE

Share & collaborate

Condividi le informazioni, il tuo sapere, le tue idee, sii sempre trasparente, con i colleghi e con i clienti. Il lavoro di team è la nostra forza, cerca sempre di essere obiettivo e di valorizzare gli altri favorendo il coinvolgimento di tutti.

Be bold & curious

Osa, prova sempre ad andare oltre, realizza sempre qualcosa in più rispetto a quanto richiesto, fai una domanda in più, sii curioso e proattivo.

Respect & passion

Rispetto per le persone. Passione per quello che fai.

Be open & listen

Sii aperto al cambiamento, a cambiare idea e a mettere in discussione i tuoi punti fermi. Ogni persona può avere qualcosa di importante da dire e condividere.

Have an impact

Lascia il segno, fai la differenza, fai qualcosa di sostanzialmente migliore di quello che c'era prima.

2.2 Connexitudine

Who We Are

Connexia è creatività.
È pensiero data-driven. È eccellenza nella gestione dei media.
Ed è innovazione tecnologica. Ma non solo.

L'agenzia di comunicazione e marketing di Retex è soprattutto passione, impegno etico, trasparenza, responsabilità sociale di impresa.

È un team multiculturale e multidisciplinare: professionisti capaci di costruire e raccontare valori di brand, ma anche di guidare processi di trasformazione digitale.

Pensiamo e sviluppiamo idee che possono vivere su tutti i canali, senza nessun timore di essere misurati sull'efficacia di ogni campagna.

Aspettatevi di lavorare, con noi, in modo nuovo: insieme, per davvero, attraverso processi di co-creation continui e sperimentazione orientata agli obiettivi di business e comunicazione.

Proud to be differently creative

Siamo un modello di agenzia dinamico, alla continua ricerca di opportunità e stimoli per creare valore e investire costantemente in innovazione e talenti.

Who We Are

Dal 2021 siamo entrati a far parte di **Retex**, la MarTech che promuove e accelera le connessioni tra brand e stakeholder, accompagnando le aziende nella transizione verso un nuovo significato di Retail.

People 160	CONNEXIA A RETEX BRAND	Country of origin 30+
Revenues 24M		Female population 52%
Offices 2		Markets activities 60+
People 600	RETEX	Brand in house 1000+
Revenues 91M		Years of retention 5+
Offices 12		

2.2 Connexitudine

What We Do

Strategy

Industry Benchmark
Online Conversation Monitoring
Consumer Insight
Sentiment Analysis
Communication Strategy
Digital Strategy
Social Media Strategy Creativity
Adv
Campaign
Social Media Marketing Campaign
Web & Ux Design
Content Production
Storytelling

Branding

Purpose Design
Brand Positioning
Corporate & Brand Identity
Digital, Print, Event Identity
Employer Branding
Brand Training
Corporate Brand Culture

Technology & Innovation

Innovation Consultancy
Data Strategy
Mobile Development
Web Development
Crm Consultancy
Open Innovation
Collaboration
Cisco Webex | Google Workspace | Zoom

Sustainability & ESG

Sustainability & ESG Advisory
IIRC Integrated Reporting
Sustainability Report
Benefit Corporation / B Corp
SDGs Sustainable Development Goals 2030, ONU
UNGC
Code Of Ethics & Conduct
Gender Equality Certification

Media Relations, Influencer & Events

Influencer Marketing
Media Relations & Pr
Corporate Communication
Personal Branding
Crisis Management
Events & Experiences Management

Media, Measurement & Optimization

Search Marketing
Media Buying & Planning
Digital Advertising
Conversion Marketing
Performance Analysis
Data Governance
Data Analytics

Data Solution

Data Platform Assessment
Tag Management
Data Analysis
Data Visualization
Conversion Rate Optimization
Data Governance

What we do

2.3 Be Benefit

Testimoniamo il nostro impegno etico perseguendo, accanto alle finalità di profitto, obiettivi di beneficio comune focalizzati su 5 macro-aree, che ne caratterizzano il posizionamento e la missione extra business. Inoltre, come Società Benefit comunichiamo la nostra valutazione d'impatto attraverso i risultati ottenuti dallo strumento di valutazione **B Impact Assesment** di B Lab.

I 5 PILLARS CON AZIONI DI BENEFICIO COMUNE

1 **profit**

2 **know-how**

3 **projects**

4 **well being**

5 **environment**

2.4 B Corp

Nel 2021 abbiamo avviato il **processo per la certificazione B Corp** che fa capo alla no profit USA B Lab. Primo step: avere ottenuto **ben 94 punti su un minimo di 80 al B Impact Assessment (BIA)**, ossia lo strumento di autovalutazione messo a disposizione di tutti proprio da B Lab per verificare di avere (o meno) le carte in regola per diventare una B Corp.

Cinque le aree passate ai raggi X: **Governance**, **Lavoratori**, **Comunità**, **Ambiente** e **Clienti**.

Di fianco i dettagli con i punteggi raggiunti per ciascuna area.

E ora? Dopo più e più richieste di approfondimento e dati extra da parte degli analisti USA volti ad attestare quanto da noi dichiarato, stiamo completando l'ultima fase di verifica. Finger crossed.

2.5 Governance di Sostenibilità

Dal 2020 la nostra strategia di sostenibilità è guidata dalle **responsabili d'impatto Nicoletta Vetere, People & Culture Manager, e Zornitza Kratchmarova, Sustainability & ESG Advisory Director**, che su queste tematiche rispondono direttamente al board di Connexia.
Nel 2022 c'è stato l'ulteriore passo in avanti dell'agenzia in capo a Retex con la scelta di creare una vera e propria unit per la consulenza a 360° in chiave ESG guidata proprio da Kratchmarova.

Obiettivo: **accompagnare clienti e prospect in un percorso di trasformazione ambientale**, sociale e di governance che possa posizionarli al meglio in un contesto sempre più sfidante.

La unit dedicata alla sostenibilità è trasversale a tutte le aree di business di Connexia e lavora a stretto contatto con gli altri team, per garantire una offerta completa e distintiva. Contestualmente al lancio della nuova divisione, Connexia ha annunciato l'adesione all'United Nations Global Compact (UNGC).

Comunicato stampa

2.6 Stakeholder engagement

Siamo più forti quando lavoriamo insieme, collaborando per raggiungere obiettivi comuni, condividendo conoscenze e offrendo soluzioni innovative.

Per questo motivo in occasione del nostro **primo report di sostenibilità** abbiamo deciso di **avviare un dialogo diretto con i nostri stakeholder chiave** volto all'identificazione delle **aree di impatto più rilevanti** per il nostro business.

STAKEHOLDER CHIAVE:

- Azionista di controllo
- Clienti (e prospect)
- Collaboratori
- Consulenti
- Fornitori
- Management
- Media

Processo di stakeholder engagement:

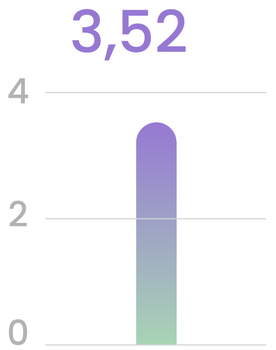
Le considerazioni degli stakeholder sono state raccolte in forma anonima attraverso questionari online, strutturati in tre diverse sezioni:

1. **Sostenibilità & ESG**, per capire il grado di conoscenza del singolo rispetto ai principali macro trend in atto;
2. **Aree di impatto di Connexia**, per identificare le aree più rilevanti e maggiormente riconducibili alle nostre attività aziendali;
3. **Connexia Società Benefit,** per verificare la consapevolezza del percorso di sostenibilità in atto e offrire la possibilità a ciascun interlocutore di entrare in contatto con noi per avviare collaborazioni ad hoc.

I risultati? Niente male!
Con un dato su tutti: **il 93% degli intervistati ha dichiarato di essere a conoscenza del fatto che siamo una Società Benefit.**

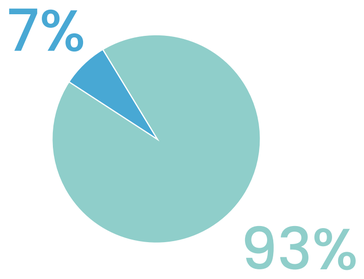
Qui alcune delle evidenze raccolte:

Familiarità con i temi di Sostenibilità (1-5)

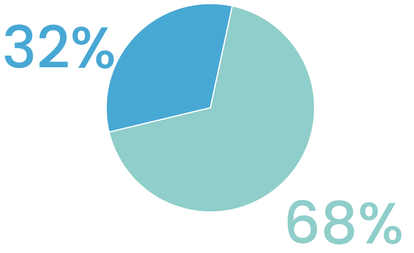


Percezione di Connexia rispetto alla Sostenibilità (1-5)

Sapevi che Connexia è Società Benefit



Disponibilità a collaborazione con Connexia su progetti di sostenibilità



Si No

2.7 Ci concentriamo su ciò che conta

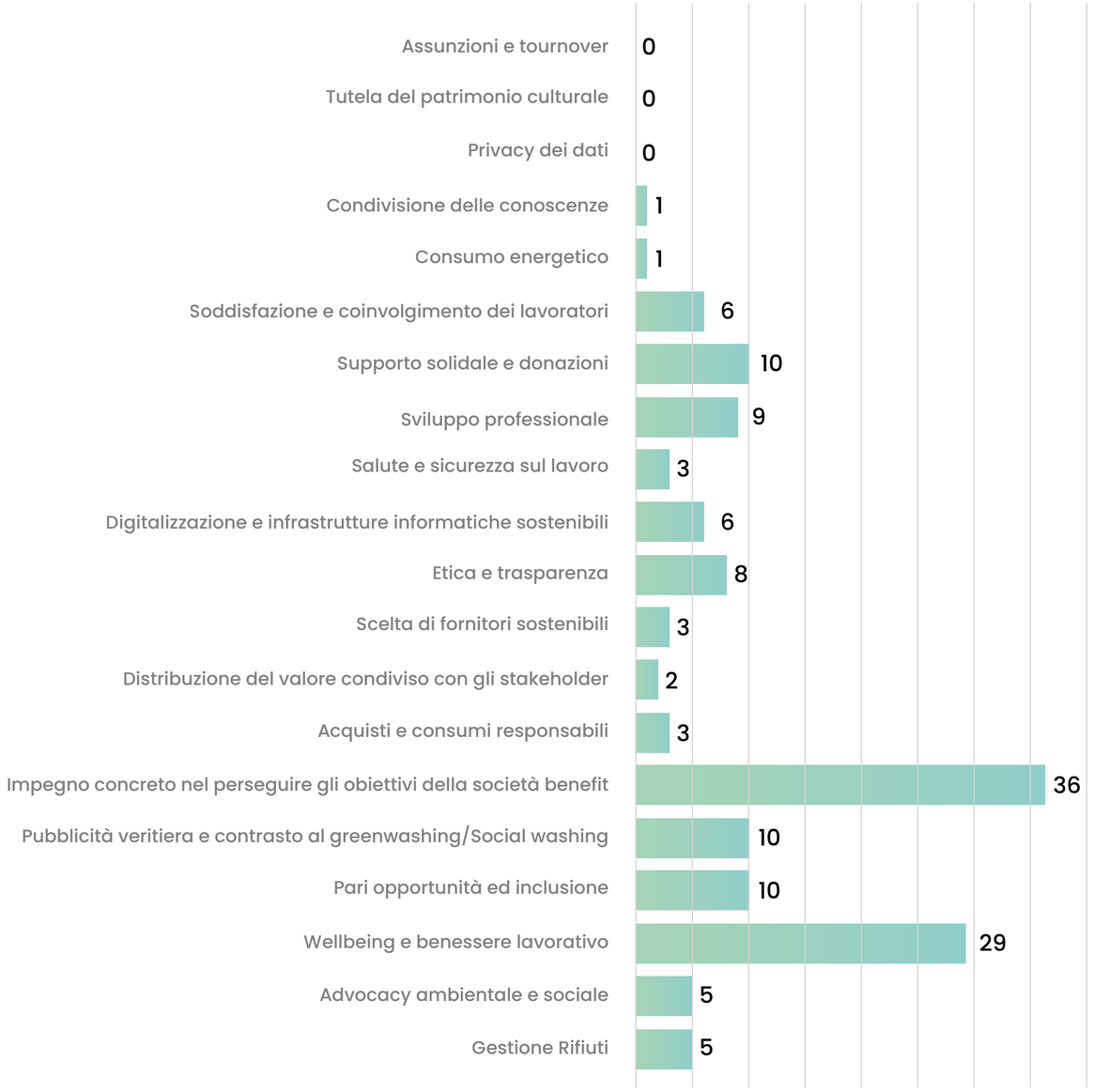
Nel 2022 abbiamo individuato le aree tematiche nelle quali possiamo riconoscere di avere un impatto significativo, focalizzando i nostri sforzi su ciò che conta di più per i nostri stakeholder.

Le aree d'impatto individuate sono state estrapolate da analisi degli impatti di settore, dalle best practice di altre aziende che operano nello stesso settore, dall'oggetto sociale nonché dalla valutazione effettuata nel 2021 attraverso il B Impact Assessment.

La buona notizia è che l'85% delle aree d'impatto considerate da noi prioritarie risultano tali anche per i nostri stakeholder.

Il grafico di fianco presenta le 20 aree di impatto per noi prioritarie e i voti assegnati a ciascuna dai nostri stakeholder di riferimento.

Aree di impatto



3

Il nostro contributo alle Nazioni Unite

3.1 Adesione all'United Nations Global Compact (UNGC)

*"**Siamo onorati di entrare a far parte dell'United Nations Global Compact**, il patto mondiale delle Nazioni Uniti che incoraggia le imprese a promuovere attivamente i principi di condotta etica e di business responsabili.*

Si tratta di un ulteriore traguardo, in termini di trasparenza, che ci stimolerà a impegnarci ancora di più per migliorare ogni giorno e trasmettere un messaggio positivo a tutto il mercato."

Paolo D'Ammassa
CEO & Founding Partner di Connexia

Nel 2022, Connexia ha aderito all'United Nations Global Compact (UNGC), l'iniziativa lanciata nel 2000 da Kofi Annan, allora segretario generale delle Nazioni Unite, con l'obiettivo di promuovere su scala globale la cultura della responsabilità sociale d'impresa. Il network oggi conta oltre 15 mila aziende e più di 4 mila ONG dislocate in 162 Paesi, impegnate in business responsabili al fine di sviluppare, implementare, mantenere e diffondere pratiche e politiche sostenibili.
Le realtà che vi aderiscono diventano portavoce dei **10 principi fondamentali dell'UNGC, che riguardano diritti umani, standard lavorativi, tutela dell'ambiente e lotta alla corruzione**, e si impegnano nel creare un quadro economico, sociale e ambientale atto a promuovere un'economia mondiale sana e sostenibile che garantisca a tutti l'opportunità di condividerne i benefici.
Link ai Principi UN Global Compact

3.2 Sustainable Development Goals - SDGs

Nel 2021 abbiamo deciso di far confluire tutte le nostre azioni di beneficio comune all'interno di **6 dei 17 SDGs dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite** con un obiettivo preciso: dare ai nostri stakeholder gli strumenti per «leggere» al meglio i traguardi raggiunti, e a noi l'opportunità di tracciare le sfide e gli obiettivi futuri.

Perché la sostenibilità a 360° è un iter di miglioramento continuo che rappresenta prima di tutto una sfida per noi stessi.
Ed ecco i "nostri" obiettivi:

Nei capitoli a seguire, un resoconto puntuale di tutto ciò che abbiamo fatto da soli o insieme ai nostri clienti o, ancora, alla comunità nel corso del 2022. SDG per SDG:

3.3 SDG 1 - Sconfiggere la povertà

Devolviamo una percentuale dei nostri utili a supporto di iniziative no profit selezionate, con l'obiettivo di sostenere, anche economicamente, realtà in grado di aiutare in modo concreto i più fragili e contribuire direttamente, seppure in minima parte, a sconfiggere ogni forma di povertà.

Ci impegniamo nel mantenere e incrementare le donazioni di anno in anno. Ma non solo. Mettiamo a segno azioni concrete in grado di creare valore condiviso per la comunità in cui operiamo. E lo facciamo sia da soli sia in collaborazione con sempre più nostri clienti con cui condividiamo, per approccio e modalità di lavoro, l'etica applicata al business.

PROGETTI INTERNI CONNEXIA

Connexia x l'Ucraina

Allo scoppio della guerra in Ucraina ci siamo attivati per raccogliere **beni di prima necessità** destinati a fornire un primo soccorso alla popolazione civile. Inoltre, abbiamo lanciato **una call to action destinata ai talenti ucraini** che fossero interessati a lavorare con noi con l'obiettivo di offrire loro un supporto concreto. Anche in termini logistici.

È arrivata così tra le nostre fila **Angelina Savchenko, ora a tutti gli effetti nostra collega della business unit Media, Measurement & Optimization**. Ad Angelina abbiamo offerto anche un supporto lato permessi, oltre a un alloggio pagato per i primi 6 mesi di permanenza a Milano. Nel link che segue il servizio che le ha dedicato il TG1.

3.3 SDG 1 - Sconfiggere la povertà

PROGETTI INTERNI CONNEXIA

Agrivis

Dal 2021 abbiamo avviato la collaborazione con **Agrivis, una cooperativa agricola sociale** la cui missione è l'inserimento lavorativo di **persone disabili, con fragilità sociale o svantaggiate,** contribuendo all'assunzione di una persona fragile e acquistando prodotti dalla cooperativa quali passate, vellutate e confetture da donare ogni mese ai nostri collaboratori. Nel 2022 abbiamo proseguito le nostre attività di supporto raddoppiando gli sforzi.
A cominciare proprio dalla firma di un'altra convenzione articolo 14 per **l'assunzione di una seconda persona svantaggiata.** Non solo. Abbiamo continuato ad acquistare i prodotti della cooperativa e proprio in Agrivis abbiamo deciso di organizzare la nostra **prima giornata di volontariato aziendale** coinvolgendo **27 connexiani** con l'obiettivo di lavorare nei campi.
Risultato: con il nostro contributo abbiamo risparmiato ai ragazzi di Agrivis ben 12 giornate di lavoro!

Nel dettaglio: abbiamo ripulito 2800 metri quadri di terreno, estirpato 480 piante di zucchine con relativi teli (12 teli da 46 metri l'uno!) e 560 piante di melanzane, abbiamo dipinto 34 assi di legno, preparato 16 mq di orto aromatico, anche zappando il terreno, prodotto 8 plateaux di "alveolari" dove sono stati riposti semini di basilico, maggiorana ed erba cipollina. Niente male, vero? È stata una giornata straordinaria!

411 ORE
impiegate dai collaboratori di Connexia

11 COLLEGHI
di Connexia coinvolti

11.043,76€
investiti pro bono

"Tutti quanti hanno un unico scopo in comune: coltivare insieme un futuro più buono"

Sempre nel 2022, infine, con l'intento di far conoscere al meglio Agrivis perché possa essere supportata anche da altre realtà extra-Connexia, abbiamo creato un video ad hoc, raccontando la cooperativa da un punto di vista inaspettato: quello di una zucca, nata nei campi Agrivis, coltivata con amore e infine trasformata in un buonissimo prodotto pronto da gustare. 'Di fianco i dati core relativi alla sola attività di creazione del video:

3.3 SDG 1 - Sconfiggere la povertà

PROGETTI INTERNI CONNEXIA

Il Pozzo dei Desideri

Connexia ha scelto di contribuire alla costruzione di **pozzi d'acqua nei villaggi del Malawi** aderendo al progetto **Il Pozzo dei Desideri.**
L'iniziativa nasce dall'esperienza vissuta in prima persona da Matteo Ferrari, informatico di professione che alcuni anni fa ha deciso di trascorre un mese come volontario in Malawi, uno dei paesi più poveri del mondo, dove donne e bambini sono costretti a percorrere diversi chilometri a piedi per raggiungere la fonte d'acqua più vicina, trasportando enormi pesi sulla testa. Colpito dal dramma della carenza d'acqua, al suo rientro in Italia Matteo ha dato vita al progetto Il Pozzo dei Desideri.

Nel 2022, Connexia ha donato 5000 euro per la costruzione di un pozzo, parte dei nuovi 20 pozzi realizzati quell'anno e dei 58 messi a segno in 8 anni di attività.
Nel 2022, in particolare, più di 7.000 persone hanno avuto accesso all'acqua grazie al Pozzo dei Desideri.
Nel dettaglio: Il pozzo targato Connexia (con coordinate 15°00'47.9"S 34°53'47.5") è stato costruito a giugno 2022 nel villaggio Abraham formato da 50 famiglie (circa 400 persone).
Qui il video dell'inaugurazione con la tradizionale "doccia" al capo villaggio:

Guarda il video

Bimbi in ufficio con Fondazione De Marchi

Abbiamo organizzato un pomeriggio insieme ai figli dei nostri collaboratori: i bambini hanno potuto visitare il luogo di lavoro dei genitori giocando con gli altri bambini, grazie alla presenza dei volontari della **Fondazione de Marchi,** ONLUS per la ricerca scientifica per la cura dei bambini affetti da gravi malattie, che si sono occupati di animare il pomeriggio con attività ludiche.

FONDAZIONE G. e D. DE MARCHI
Lotta contro le emopatie e i tumori dell'infanzia
ONLUS

Torneo di Fifa per BESTA

Abbiamo partecipato alla terza edizione del **torneo di FIFA** su PlayStation con protagoniste le migliori agenzie di comunicazione italiane donando il ricavato in **beneficienza.**

La manifestazione, nata in occasione del primo lockdown del 2020 per alleviare la situazione critica che si era creata e che aveva costretto a casa tanti ragazzi dell'industry del marketing (e non solo), è stata svolta in presenza permettendo alle agenzie di sfidarsi faccia a faccia tifando i propri Player.

BEST AGENCY eCUP
BESTA

3.3 SDG 1 - Sconfiggere la povertà

PROGETTI INTERNI CONNEXIA

Milano Marathon 2022: #runforLILT
Nell'occasione della 20esima edizione della Milano Marathon abbiamo contribuito a sostenere 500 malati di tumore in condizioni di fragilità, attraverso **il progetto "Mai Soli".** Un progetto nato per essere ogni giorno al fianco di chi **lotta contro la malattia** per assisterlo al meglio.

500
persone
sostenute con
#runforLILT

Connexia per VIDAS
Connexia ha scelto di supportare Vidas, un'associazione senza scopo di lucro che dal 1982 difende il **diritto del malato** a vivere anche gli ultimi momenti di vita con dignità. L'associazione offre **assistenza socio-sanitaria** completa e gratuita ad adulti e bambini malati inguaribili a domicilio, nell'hospice Casa VIDAS per la degenza e day-hospice, e in Casa Sollievo Bimbi.
Nel 2022 abbiamo donato a Vidas 250€.

PROGETTI ESTERNI

Campagna MeWe - Action AID
"Il cambiamento nasce dall'impegno di ogni singola persona. E si fa grande solo con la partecipazione di tutti e tutte"

Abbiamo supportato ActionAid, ONG che opera a livello globale nella lotta alla povertà e all'ingiustizia, ideando e sviluppando per loro una campagna con focus sull'importanza dell'azione di ognuno di noi per avere un effetto sul «qui e ora» se sommata alle azioni altrui. Da qui l'idea che la prospettiva soggettiva, espressa dal pronome Me, rifletta anche visivamente con la sua ombra il pronome WE, rappresentando la portata collettiva del cambiamento.

Guarda il video

157 ORE
impiegate dai colleghi di Connexia

5 COLLEGHI
di Connexia coinvolti

3.4 SDG 4 - Istruzione di qualità

Investiamo in progetti di educazione e divulgazione, soprattutto sulle tematiche dell'innovazione e della sostenibilità. Oltre a mantenere e a migliorare l'offerta formativa, abbiamo come obiettivo quello di offrire opportunità di apprendimento continuo e, ancora, di knowledge-sharing ossia di condivisione della conoscenza delle nostre persone con i colleghi tutti e/o con la comunità. Non a caso diversi connexiani sono **docenti in Università e in Scuole di Formazione Specialistiche** e nel 2022 hanno tenuto un totale di 115,5 ore di lezione in aula.

Oltre a mantenere tali progetti formativi, ci impegniamo ad aumentare le partnership strategiche con enti educativi di alto profilo. Inoltre, investiamo costantemente anche nella formazione delle nostre persone perché siamo convinti che il successo sia il risultato di un percorso graduale, costituito da azioni mirate a sostenere la crescita dei singoli, in relazione sia al loro ruolo professionale sia al loro sviluppo personale.

Nel 2022 sono state ben **6000 le ore** erogate per la formazione di collaboratori di Connexia.

PROGETTI INTERNI CONNEXIA

Proud to Fail!
Nel 2021 abbiamo dato vita a Proud to Fail, un ciclo di podcast con cadenza periodica a cura del nostro Chief Innovation Officer Italo Marconi, in cui confrontarsi sul tema del **coraggio di sbagliare**, nel quale ospitiamo top manager italiani coraggiosi, esperti innovatori che non temono di sbagliare. Dopo il successo dei primi quattro episodi del 2021, nel corso del 2022 sono stati realizzati altre **sei puntate.**

Ascolta su Spotify

Bravertising
BRAVErtising è l'appuntamento periodico nato nel 2021 con il Best Of della creatività selezionato dal nostro **Executive Creative Director Riccardo Catagnano** e riproposto anche nel 2022. In questo format analizziamo **progetti coraggiosi** con un particolare focus sulle tematiche sociali.

VIEWS	IMPRESSIONS	IMPRESSIONS	IMPRESSIONS
453	1.308	515	3.157

3.4 SDG 4 - Istruzione di qualità

PROGETTI INTERNI CONNEXIA

The Brand Factor.zip

Con OBE (Osservatorio Branded Entertainment), l'Associazione che studia e promuove la diffusione sul mercato italiano del branded content & entertainment come leva strategica per la comunicazione integrata di marca, abbiamo in essere una importante collaborazione. Insieme abbiamo avviato nel 2021 e confermato per il 2022, "The Brand Factor.ZIP", un ciclo di appuntamenti che, attraverso la voce dei **protagonisti della creatività Made in Italy**, racconta il meglio del branded content & entertainment su scala internazionale con con le parole del nostro Executive Creative Director Riccardo Catagnano.

VIEWS	IMPRESSIONS	IMPRESSIONS	IMPRESSIONS
737	1.694	442	3.284

The Brand Factor | Special Cannes edition 2022

Oltre al consueto appuntamento di The Brand Factor, nel 2022 il nostro Executive Creative Director Riccardo Catagnano ha riportato Connexia al The Brand Factor | Special Cannes Edition, l'appuntamento dedicato alla creatività promosso da OBE (Osservatorio Branded Entertainment) per presentare alla platea dei creativi italiani i migliori progetti di branded content & entertainment in concorso al **Festival di Cannes 2022.**

VIEWS	IMPRESSIONS	IMPRESSIONS	IMPRESSIONS
107	282	105	2.282

Guarda il video

Guarda il pdf

Guarda il video

The Good The Trend & The Brand.

I valori che fanno crescere le marche.

Connexia, in collaborazione con TrendWatching e Brand Finance, ha presentato il primo studio che indaga la **correlazione tra i valori rappresentati dalle aziende e la performance dei brand**, analizzando quanto il purpose influenzi il successo aziendale. Durante l'evento, moderato da Zornitza Kratchmarova, Sustainability & ESG Advisory Director di Connexia, sono stati presentati i dati della survey coordinata da Stefano Corposanto, Market Intelligence Director di Connexia, seguiti dall'intervento di **Marco Frey, Presidente di United Nations Global Compact Italia**, e di alcuni tra i **top brand italiani**, come **Armani, Barilla e Pirelli**, che sono stati analizzati dalla ricerca. Alla fine dell'evento, i partecipanti hanno avuto accesso ad un white paper che contiene tutti gli insight emersi, curato da Clio Zippel, Creative & Branding Director di Connexia.

VIEWS	IMPRESSIONS	IMPRESSIONS	IMPRESSIONS
107	282	105	2.282

3.4 SDG 4 - Istruzione di qualità

PROGETTI INTERNI CONNEXIA

Scuola Futuro Lavoro
Abbiamo realizzato con sei studenti di Scuola Futuro Lavoro il corto #UnGiornoAlFuturo.
I ragazzi hanno prestato il volto e la loro esperienza per la realizzazione del **video** dove si affronta il **tema del futuro** costruito con impegno e dedizione, contando sul supporto di personale preparato e qualificato. Il filmato, una sorta di **intervista aperta**, ha dato l'opportunità di scandagliare i sogni, le ambizioni personali e i progetti di vita dei ragazzi della scuola. Tutto questo, incontrando le loro fragilità e i loro punti di forza.
La mission di Scuola Futuro Lavoro è proprio questa: promuovere il disegno professionale di studenti con disturbi dello spettro autistico ad alto funzionamento e rendere possibile per loro un futuro soddisfacente.

Perché quando inizi a immaginare il futuro, ci sei già dentro!

Scuola Futuro Lavoro

PROGETTI ESTERNI CONNEXIA

Fondazione Rava
Nel 2021 abbiamo avviato la nostra partnership con Fondazione Francesca Rava, Onlus nata per aiutare l'infanzia e l'adolescenza in condizioni di disagio, le donne fragili e i nuclei familiari in difficoltà in Italia, Haiti e nel mondo. La Fondazione opera tramite l'adozione a distanza, progetti di sensibilizzazione sui diritti dei minori e la diffusione della cultura del volontariato con programmi specifici. Abbiamo rinnovato il nostro supporto anche per il 2022, realizzando con la Fondazione cinque progetti (tre avviati nel 2021 e due nuovi). Nell'anno abbiamo **offerto pro bono 167,25 ore** dedicate alla consulenza su media e dati e alla gestione di tutte le campagne media digitali su Google e sui social network per far conoscere le iniziative avviate.

I principali risultati ottenuti dalle Campagne avviate:

CAMPAGNA META PASQUA	**124.841** impressions (CPM di 10,21€)	**8.143** click al link registrati	**6.843** utenti raggiunti (di cui nuovi 6.769)
CAMPAGNA GOOGLE BOMBONIERE SOLIDALI	**2.640.770** impressions	**28.866** click al link registrati	
CAMPAGNA GOOGLE E META 5X1000	**3.135.442** impressions	**3.644** click al link registrati	
CAMPAGNA META IN FARMACIA PER I BAMBINI	**808.856** impressions	**31.815** click al link registrati	
CAMPAGNA GOOGLE, LINKEDIN E META NATALE	**236.110** impressions (CPM di 1,69€)	**2.207** click al link registrati	**90.461** utenti raggiunti

3.4 SDG 4 - Istruzione di qualità

PROGETTI ESTERNI CONNEXIA

Breathink - Astrazeneca

Il progetto Breathink è nato per promuovere **l'ascolto e il dialogo** sul patient journey per i casi di tumore al polmone e per trovare soluzioni innovative e multidisciplinari per affrontare al meglio la diagnosi e la cura.

Un evento di **co-creazione** che, grazie a tavoli di lavoro multidisciplinari, ha permesso di generare soluzioni condivise, innovative e di valore, in grado di rispondere alle sfide identificate.

L'attività ha raggiunto i seguenti indici di gradimento dei partecipanti:

- **88%** molto o estremamente soddisfatto dell'evento di co-creazione;
- Il **94%** ritiene le sfide affrontate centrali rispetto all'attuale percorso diagnostico-terapeutico;
- Il **79%** molto o estremamente soddisfatto dei risultati conseguiti.

Guarda il video

Hanno partecipato:

Associazioni di Pazienti (WALCE - Women Against Lung Cancer in Europe e IPOP - Insieme per i Pazienti di Oncologia Polmonare)

Università (Politecnico di Milano, LIUC, Università di Trento, SDA Bocconi, Università di Tor Vergata)

Imprese del settore Healthcare (Alira Health, RiAtlas, Advice Pharma, Artexe, SurgiQ, Ageing Tech, Wel Med)

Professionisti del mondo digitale (Gek Lab, Fifth Beat, VeePee, PagoPa).

3.4 SDG 4 - Istruzione di qualità

SVILUPPARE E SUPPORTARE I NOSTRI TALENTI

Intendiamo essere riconosciuti come un datore di lavoro attraente e innovativo in cui lo spirito imprenditoriale, il feedback, la cooperazione, la responsabilità e la leadership sono la norma.

Oggi i dipendenti si aspettano un **dialogo aperto e un rapporto più personale** con i manager.
Ecco perché da diversi anni facciamo del feedback un pilastro fondamentale della nostra cultura.

People.connexia

Avevamo bisogno di un posto dove chiunque all'interno di Connexia potesse condividere informazioni, documenti e conoscenza acquisita. Così è nato **People.connexia,** ovvero il nostro **sito web interno** dove un connexiano può trovare tutto quello che gli serve.
Il sito è diviso in:

ALL4CONNEXIA
è la sezione nella quale sono presenti tutte le attività svolte da Connexia, anche durante i lockdown da Covid-19.
Sono inoltre presenti tutte le registrazioni degli eventi da noi promossi.

CONNEXIA BENEFIT
è il nostro manifesto!
In questa sezione sono presenti tutte le informazioni che riguardano il nostro impegno come Società Benefit, dalle video interviste al comunicato stampa di lancio alle slide riepilogative che illustrano il cambio di paradigma adottato da Connexia.

FOOD FOR THOUGHT
qui raccogliamo e mettiamo a disposizione di tutti i nostri webinar, eventi e workshop esterni ed interni.

POLICY
nella sezione Policy è possibile trovare tutti i documenti importanti da leggere e tenere a mente;

TEMPLATES
qui tutti possono trovare il company profile, la carta intestata, i PowerPoint ufficiali da utilizzare per le presentazioni e le procedure specifiche da utilizzare per l'operatività in Connexia.

Connexia Monthly Outlook

Tutti i collaboratori ricevono ogni ultimo venerdì del mese la mail Connexia Monthly Outlook contenente le novità più rilevanti del mese.
La mail è divisa in tre sezioni:

- **Industry:** con le novità di mercato legate ad ambiti di interesse per Connexia;
- **Clienti:** con le ultime novità sulle relazioni tra agenzie e brand;
- **Agency:** con le novità riguardanti le agenzie e il loro posizionamento sul mercato.

Ogni sezione contiene una breve descrizione del contenuto e un link ad uno o più articoli o post presenti online per approfondire l'argomento, alle volte anche con specifici allegati.

All Agency meetings

Ogni mese organizziamo **eventi live** istituzionali in cui ci incontriamo e dialoghiamo con tutti i collaboratori.
Durante questi incontri, affrontiamo temi riguardanti l'andamento del mercato e dell'agenzia, discutiamo dei numeri delle nostre risorse umane, tra cui quanti nuovi arrivi abbiamo avuto, e concludiamo con uno speciale. In questa ultima parte, presentiamo progetti speciali sia rivolti internamente che esternamente, come ad esempio la presentazione di una campagna o un prodotto realizzato da noi.
L'obiettivo è coinvolgere i nostri collaboratori per creare senso di appartenenza condividendo conoscenze. Inoltre, le sessioni vengono registrate e archiviate su people.connexia.

3.5 SDG 5 - Parità di genere

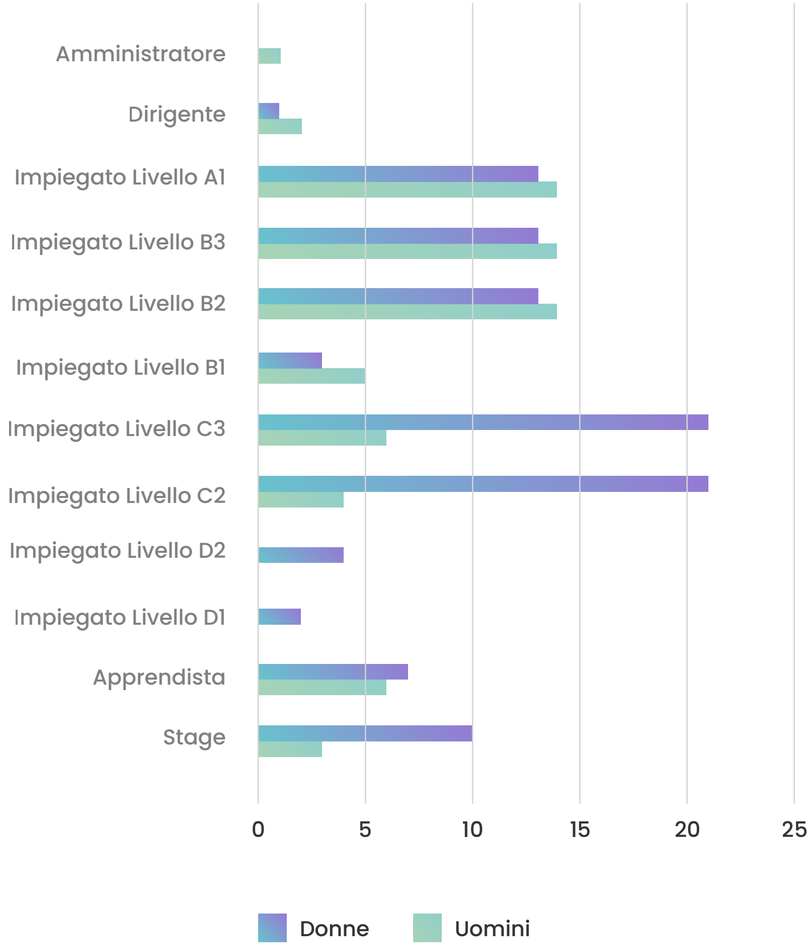
Connexia si conferma una realtà ad elevato **tasso di presenza femminile** pari, a fine 2022, **al 66% del totale forza lavoro**. Si tratta di dati in linea con quelli registrati nel 2021. Inoltre, nel 2022 abbiamo avuto **12 maternità e 2 paternità.**

Il tasso di rientro per tutti è stato del 100% e il totale dei giorni di maternità e paternità è stato di 436 giorni.

Mentre il congedo parentale ha toccato quota 365 giorni. Quel che è certo è che ci adoperiamo quotidianamente per promuovere l'uguaglianza di genere, implementando politiche a supporto della parità tra i sessi. E nel corso del 2023 vogliamo fare un passo ulteriore in tal senso.

Con Retex stiamo lavorando per ottenere la UNI/PdR 125:2022 ossia **la certificazione per la parità di genere**.
Stay tuned!

Diversità di genere per tipologia contrattuale:



3.5 SDG 5 - Parità di genere

PROGETTI INTERNI CONNEXIA

Remote Working genitoriale
Con l'inizio dell'emergenza sanitaria legata alla pandemia da Covid-19, abbiamo adottato il lavoro agile «emergenziale». Nel 2022 abbiamo deciso di proseguire quanto iniziato redigendo la nostra **Remote Working Policy** e definendo i campi applicativi per i neogenitori con l'obiettivo di agevolare il più possibile il work life balance in un momento entusiasmante ma delicato per le neo-mamme e per i neo-papà.

MOTHERHOOD REMOTE WORKING

Fino a 3gg/settimana di lavoro agile a partire dalla comunicazione della gravidanza fino al compimento del 6° mese di gravidanza;

Fino a 5gg/settimana di lavoro agile dal 7° mese di gravidanza fino all'inizio del periodo di astensione obbligatoria.

REMOTE WORKING **WELCOME (MADRE/PADRE)**

Fino a 5gg/settimana per 2 settimane, anche non consecutive, per la collaboratrice madre al termine del congedo di maternità (valido sia per i figli naturali che adottivi o in affidamento preadottivo) entro i successivi 5 mesi;

Fino a 5gg/settimana per 2 settimane, anche non consecutive, per il collaboratore padre dopo la nascita/ingresso del minore in famiglia/in Italia entro i 5 mesi successivi.

NEWBORN REMOTE WORKING

Fino a 4gg/settimana da parte delle neomamme, neopapà e genitori con un figlio fino a 1 anno di età/fino a 1 anno dal momento dell'affidamento preadozione/ adozione;

Fino a 3gg/settimana da parte delle neomamme, neopapà e genitori con un figlio fino a 3 anni di età/fino a 3 anni dal momento dell'affidamento preadozione/ adozione.

REMOTE WORKING **HOLIDAY KID**

Fino a 5gg/settimana per 2 settimane, anche non consecutive, da fruire da parte dei genitori di under 16 nel periodo dalla chiusura alla riapertura delle scuole (in assenza di residuo ferie anno precedente e garantendo lo smaltimento di almeno 2 settimane consecutive di ferie nel periodo di chiusura scolastica), fatte salve esigenze di carattere tecnico organizzativo.

REMOTE WORKING **A TUTELA DELLA SALUTE PROPRIA O DEI FIGLI**

Fino a 3gg/settimana per il collaboratore affetto da patologie riconosciute ai sensi della legge n° 68/1999;

Fino a 3gg/settimana per il collaboratore con figli in condizioni di disabilità;

Periodi temporanei continuativi da concordare con il proprio responsabile ed HR per casi particolari.

3.5 SDG 5 - Parità di genere

5 PARITÀ DI GENERE

PROGETTI ESTERNI CONNEXIA

In – visibili - Mama Chat

Con Mama Chat, il primo Ente Europeo che dà sostegno psicologico gratuito alle donne vittime di violenza via chat, abbiamo ideato una campagna di awareness social e digital per la Giornata Internazionale Contro la Violenza sulle Donne creando una landing page dove poter raccontare e condividere in anonimato la propria storia con un duplice obiettivo: invitare le donne a parlare della violenza e sensibilizzare ed educare le persone su tutte le sue forme.

"In-visibili. Perché anche se non si vede fa male"

Abbiamo quindi realizzato anche un video con la giornalista Monica Giandotti e le attrici Irene Ferri e Cecilia Dazzi le quali, inizialmente sfocate, riprendono definizione mentre raccontano una storia di violenza: perché la violenza è invisibile, finché non si racconta.

Mama Chat

126.380

RIPRODUZIONI DEL VIDEO

244

STORIE RACCONTATE

Guarda il video

3.6 SDG 8 - Lavoro dignitoso e crescita economica

Vogliamo **fare impresa in modo etico e responsabile.** Scoraggiamo ogni forma di corruzione, frode o pratica illecita. Essere **Società Benefit** significa essere **consapevoli dei propri impatti**, delle proprie scelte e azioni. Intendiamo essere **fonte di ispirazione** per tutte le imprese che desiderano affrontare un percorso per migliorarsi. Vogliamo fare parte di un movimento che contribuisca attivamente alla crescita economica sostenibile attraverso valori, impegno e attenzione. Per questo motivo abbiamo aderito anche all'United Nations Global Compact (UNGC).

Nessun episodio di non conformità per quanto riguarda il business etico

PROGETTI INTERNI CONNEXIA

Premio "Impresa Sostenibile" de Il Sole 24 ore

Nel 2022 ci siamo aggiudicati **la prima edizione del Premio «Impresa Sostenibile»** de **Il Sole 24 Ore** nella categoria **«Sostenibilità Digitale»** per l'insieme delle innovazioni e delle tecnologie che abbiamo messo a disposizione per migliorare ambiente, economia e società in generale. Il riconoscimento, ideato con la collaborazione della **Pontificia Accademia per la Vita** e rivolto a tutte le PMI italiane, punta a valorizzare le tante eccellenze presenti nel tessuto economico nazionale, premiando le **migliori performance in termini di sostenibilità ambientale, digitale, sociale e di resilienza.** Questo premio è per noi un'attestazione di grande fiducia, che conferma la bontà del nostro operato e ci stimola a impegnarci per fare ancora di più e meglio. La cerimonia di premiazione si è tenuta in Vaticano durante il **Forum della Sostenibilità** lo scorso 26 ottobre.

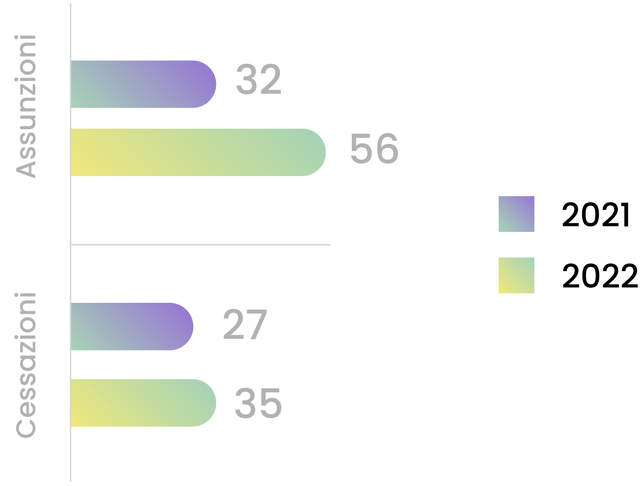
Comunicato stampa

Le vincitrici nella categoria "Sostenibilità digitale"; a sinistra la nostra Zornitza Kratchmarova'

Attrarre e trattenere i talenti

Una crescita del 75% sui dati 2021. A tanto ammontano **i nuovi ingressi di talenti in Connexia nel corso del 2022**: assunzioni, stage e tirocini, compresi.
Mentre le cessazioni dei rapporti di lavoro sono aumentate del 30% rispetto all'anno precedente e comprendono sia dimissioni sia scadenze di contratti a termine.

Turnover



3.6 SDG 8 - Lavoro dignitoso e crescita economica

PROGETTI INTERNI CONNEXIA

Remote Working Policy e Benefit for All

Il benessere dei nostri collaboratori è centrale per la vita di Connexia. Per continuare a crescere vogliamo **acquisire, sviluppare e mantenere i migliori talenti**, offrendo un ambiente di lavoro elettrizzante e stimolante, sempre orientato all'innovazione.

Per favorire il benessere dei nostri collaboratori, quest'anno abbiamo adottato la nostra **policy di lavoro agile**, garantendo fino a due giorni alla settimana di remote working per tutti i collaboratori.
I tre giorni a settimana in presenza potranno essere scelti liberamente, con l'indicazione di garantire almeno due lunedì e due venerdì al mese in ufficio. In aggiunta a ciò, e alle possibilità di lavoro agile dedicate ai neo-genitori, abbiamo previsto anche la modalità **"Two weeks work from everywhere"**, permettendo due settimane all'anno di lavoro in una località scelta dal collaboratore con possibilità di full remote working senza alcun obbligo di rientro in sede.
Vogliamo contribuire a migliorare il **work-life balance** dei singoli promuovendo attività di co-creazione e di ottimizzazione di processi e strumenti, valorizzando la crescita professionale parallelamente alla crescita aziendale, per favorire un aumento della soddisfazione personale e del senso di appartenenza.

Oltre a politiche di flessibilità, smart working, congedi, contratti part-time e ticket restaurant sono previste per alcune figure polizze sanitarie e l'utilizzo dell'auto aziendale.

Crescita professionale

I nostri dipendenti sono riconosciuti e premiati per il loro contributo al nostro successo. **Ogni anno** svolgiamo delle **revisioni di carriera** per permettere a tutti di migliorare la propria posizione.
I criteri di revisione sono:

- Assegnazione MBO;
- Variazione livello;
- Variazione RAL;
- Variazione ruolo;
- Trasformazioni stage in apprendistato.

Nel 2022, 98 connexiani pari al 60% circa della popolazione aziendale ha ricevuto l'MBO.

Ma l'attenzione ai singoli è andata ben oltre con revisioni di RAL, ruolo e livello nonché trasformazione di stage in contratti di apprendistato.

Qui i numeri:

164 TOTALE DIPENDENTI	dipendenti interessati	%
Assegnazione MBO	98	59,8
Variazione Ruolo	15	9,1
Variazione RAL	35	21,3
Variazione LIVELLO	8	4,9
Trasformazioni stage/apprendistato	6	3,7

3.6 SDG 8 - Lavoro dignitoso e crescita economica

Revisione piano carriera 2022

Categoria collaboratori	N.collaboratori / Sesso F	N.collaboratori / Sesso M	Revisione piano carriera
LIVELLO A1	13	14	Assegnazione MBO
		3	Variazione Ruolo
	3	5	Variazione RAL
	1		Variazione LIVELLO
LIVELLO B1	3	5	Assegnazione MBO
	1	1	Variazione Ruolo
	1		Variazione LIVELLO
LIVELLO B2	14	10	Assegnazione MBO
	3	2	Variazione Ruolo
	1	4	Variazione RAL
LIVELLO B3	9	3	Assegnazione MBO
	2	1	Variazione Ruolo
	2		Variazione RAL

Categoria collaboratori	N.collaboratori / Sesso F	N.collaboratori / Sesso M	Revisione piano carriera
LIVELLO C1	3		Variazione RAL
	2	3	Trasformazioni stage/apprendistato
LIVELLO C2	9	1	Assegnazione MBO
	1		Variazione Ruolo
	8	1	Variazione RAL
	3	1	Variazione LIVELLO
	1		Trasformazioni stage/apprendistato
LIVELLO C3	9	5	Assegnazione MBO
	1		Variazione Ruolo
	2	4	Variazione RAL
	1	1	Variazione LIVELLO
DIRIGENTI	1	2	Assegnazione MBO
	1	1	Variazione RAL

3.6 SDG 8 - Lavoro dignitoso e crescita economica

Health & Safety
Un posto di lavoro sicuro e salubre è un diritto fondamentale di ogni individuo. In Connexia cerchiamo di tutelare la salute e la sicurezza sotto ogni aspetto, anche attraverso la formazione. Nel corso del 2022 sono stati infatti seguiti da 58 collaboratori corsi sulla sicurezza sia generale sia specifica, per un totale di **268 ore.**
Link all'appendice dati

PROGETTI ESTERNI CONNEXIA

FestivalFuturo - Altroconsumo
Altroconsumo è l'associazione di consumatori e utenti il cui obiettivo fondamentale è quello di informare e tutelare i consumatori. Nel 2022 abbiamo creato e gestito con loro l'evento **FestivalFuturo** in modalità phygital con l'obiettivo di valorizzare l'esperienza grazie a un formato differente.

L'evento è stato realizzato presso il Centro di Cultura Digitale Meet con due tavole rotonde, una con un pubblico di stakeholder istituzionali e giornalisti e l'altra con partner, prospect e clienti di Altroconsumo, come Meta, Google e Amazon. Inoltre, per rispondere alla necessità di avere un format smart e non convenzionale, Connexia ha portato l'evento FestivalFuturo anche nel Metaverso. In questo spazio virtuale le persone hanno potuto partecipare in modalità streaming/live all'evento fisico e fruire di una serie di contenuti esclusivi su temi legati alla Casa del Futuro.

Non solo. Sempre in occasione di FestivalFuturo abbiamo ideato e realizzato l'installazione **Magic Gate**, posizionata in Piazza XXV Aprile, a Milano.

Obiettivo: permettere a chiunque lo desiderasse di interagire in tempo reale con una famiglia di cui ogni membro ha anticipato le quattro macroaree di narrazione: relazioni, consumi, società e cultura.

Magic Gate:
La porta è stata aperta 200 volte in due giorni. Gli attori hanno interagito con circa 1.000 persone;

Metaverso:
circa 1.000 utenti collegati all'ambiente virtuale;
Evento Fisico: 150 partecipanti (in target);

Influencer marketing:
38 contenuti totali, 430.000 reach, 452.000 impressions.

Campagna Social e ADV:
5.000.000 di utenti, 11.000.000 di impressions, 223.000 clic, CPC di 0,20€, CTR del 1,96% CPM di 2,19€

3.7 SDG 10 - Ridurre le disuguaglianze

Sono **164** le persone che ogni giorno lavorano in Connexia.
Tirare fuori il meglio da ognuna di loro è ciò che più amiamo fare.

Mantenere i nostri collaboratori **motivati e ispirati** è determinante per il nostro successo.

Per questo cerchiamo di coinvolgere tutte le nostre persone mentre sosteniamo i loro percorsi di crescita in modo concreto e continuativo.

PROGETTI INTERNI CONNEXIA

HR Policy

Con l'obiettivo di concretizzare la nostra attenzione e il nostro impegno verso le persone di Connexia, nel 2022 abbiamo iniziato la stesura della nostra HR Policy.
In questo documento, che finalizzato nel corso del 2023, andremo a fornire tutte le informazioni relative alla gestione delle risorse umane, nonché le nostre politiche e prassi di assunzione e gestione delle carriere.

nessun
episodio di discriminazione

Provenienza

Crediamo fortemente che la diversità sia un grande valore aggiunto e possa essere una preziosa fonte di spunti creativi ed innovativi, oltre che di arricchimento culturale e personale.
Per questo motivo siamo contenti del fatto che i connexiani nel 2022 appartengono a **sei diverse nazionalità.**

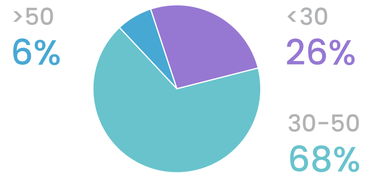
Forbice salariale
5,95
VOLTE

Retribuzioni

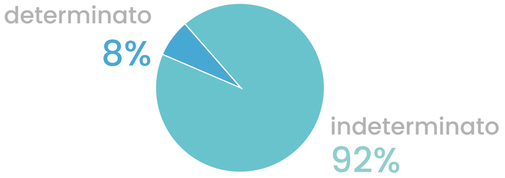
Apprezziamo l'operato di tutti i nostri collaboratori e non tolleriamo alcun tipo di discriminazione. Il nostro obiettivo è salvaguardare **l'equità nello sviluppo**, nelle **opportunità di carriera** e la **giusta retribuzione**. Nel 2022 **la forbice salariale, ovvero il rapporto tra lo stipendio minimo percepito in azienda e quello massimo, si è attestata a quota 5,95 volte**.
Poco, anzi pochissimo.
Basti pensare che nelle grandi corporation Usa la forbice salariale media nel corso del 2022 ha toccato quota 670 volte e non manca chi ha sfondato il tetto delle 1.000 volte! (fonte: Institute for Policy Studies)

Inoltre, **tutti percepiscono una retribuzione superiore,** e in un solo caso uguale, al minimo sindacale.

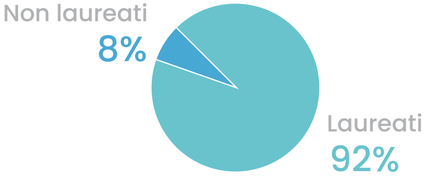
Età



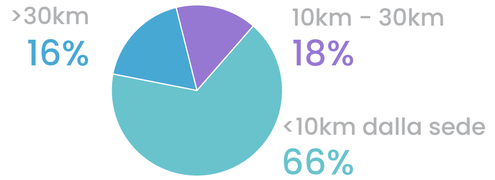
Contratto



Istruzione



Comunità locale



3.7 SDG 10 - Ridurre le disuguaglianze

PROGETTI ESTERNI CONNEXIA

Diamo uno strappo alla Sclerosi Multipla - Janssen

Abbiamo realizzato, assieme a Janssen Italia e con il Patrocinio di AISM e SIN (Società Italiana di Neurologia), una **campagna di awareness** sulla malattia e sui sintomi invisibili ma con un impatto importante sulla quotidianità di chi ne soffre, invitando i pazienti ad aprirsi alle persone vicine, ai caregiver e ai Centri specializzati per ricevere supporto e strumenti necessari per affrontare al meglio la malattia.

Sono state scattate foto che poi sono state strappate e riassemblate dall'artista **Nazario Graziano,** designer e illustratore di fama internazionale che, unendo parti di scatti diversi, ha realizzato **tre opere d'arte NFT** (Non-fungible token).
Le opere di Nazario Graziano sono state presentate in **una mostra nel metaverso, inaugurata proprio in occasione del Congresso della SIN.** Non solo. Sempre nel metaverso abbiamo realizzato uno spazio virtuale in cui immergersi nei contenuti informativi e multimediali della campagna.

A supportare il progetto, anche una squadra composta da volti noti conosciuti in TV, come Georgette Polizzi e Nicolò De Devitiis, ma anche influencer attivi sui social e vicini al mondo dell'arte e della tecnologia.

Gli influencer scelti si sono impegnati in prima linea con l'obiettivo di dare maggiore credibilità alla campagna, condividere i key message e invitare gli utenti a partecipare alla SM-art Collection.

Risultati raggiunti:

INTERAZIONI
+657%

REAZIONI
+581

REACH
2.368.514

CLICK SU LANDING
913

Guarda il video

Guarda il video

3.8 SDG – 13 Lotta contro il cambiamento climatico

Preservare l'ambiente attraverso un **impegno quotidiano** volto a diminuire l'impatto sul pianeta significa pensare, programmare e attuare iniziative che abbiano un impatto positivo a lungo termine.

PROGETTI INTERNI CONNEXIA

Sono anni che presso i nostri uffici applichiamo la **raccolta differenziata.** A partire dal 2022 abbiamo iniziato a **rendicontare il quantitativo dei rifiuti** prodotti per categoria, con l'obiettivo di ottenere un quadro dettagliato e fissare target di riduzione concreti. Non solo.
Abbiamo eliminato i bicchieri e bicchierini da caffè di plastica, sostituendoli con modelli compostabili, e abbiamo fornito ai nostri collaboratori borracce brandizzate Connexia perché possano usufruire dei distributori d'acqua naturale e frizzante gratuiti messi a disposizione di tutti.

Oltre a ciò, abbiamo:

- Introdotto le **auto ibride**;
- Acquistato **prodotti certificati** per le pulizie;
- Aumentato le **riunioni da remoto**, con conseguente riduzione di trasferte e viaggi;
- Avviato un **percorso di dematerializzazione** interno attraverso un unico sistema trasversale a tutte le funzioni dell'agenzia volto a fornire in tempo reale dati mirati per prendere sempre le giuste decisioni (Paprika)
- Implementato l'utilizzo di ulteriori **strumenti digitali** per facilitare i flussi lavorativi;
- Preso in leasing personal computer con **certificazioni ecologiche.**

Inoltre, in occasione dell'**Earth Day 2021** abbiamo dato vita all'iniziativa **Foresta Connexia** insieme a **Tree-Nation**, regalando a ogni connexiano un albero. Grazie a questa iniziativa assai gradita a tutti noi è stato possibile, ad oggi, assorbire ben **62.18 t di Co2.** Non solo.
A partire dal 2023 anche **tutti i figli dei connexiani** (e non solo i nuovi nati) **hanno un albero**.
Niente male, vero?

Tree-Nation Connexia

Energia
100%
da fonti rinnovabili

Foresta Connexia
310alberi
62.18 tonnellate di CO_2 assorbita

Spesa per **l'acquisto di carta** nel 2022 ridotta del
-19,5%
rispetto al 2020

Certificazione
ISO 20121

Emissioni sito Connexia:
0,82 g
di CO_2

3.8 SDG – 13 Lotta contro il cambiamento climatico

Agire per il Clima
Crediamo nell'importanza di fare **advocacy ambientale** attraverso la creazione di **campagne di comunicazione** volte a sensibilizzare il grande pubblico sull'importanza di proteggere l'ambiente e di promuovere pratiche sostenibili per preservare il nostro pianeta.

PROGETTI ESTERNI CONNEXIA

Riciclare è rigenerare - Biorepack
Abbiamo ideato e sviluppato per Consorzio Biorepack una campagna pubblicitaria creativa che ha l'obiettivo di promuovere gli **imballaggi in plastica biodegradabile e compostabile,** spiegando il corretto utilizzo e la gestione del loro fine vita. La nostra idea creativa si basa sulla contrapposizione tra la fine della vita degli imballaggi in plastica convenzionale e l'inizio di una nuova vita per il Pianeta grazie alla plastica biodegradabile. La campagna è stata realizzata attraverso l'utilizzo di immagini generate al computer (CGI) che rappresentano un terreno rigenerato, da cui vengono create aiuole a forma di sacchetti, tazze e piatti in plastica biodegradabile compostabile. Queste immagini trasmettono il messaggio di come la plastica biodegradabile può essere un'alternativa sostenibile alla plastica convenzionale, aiutando a proteggere il nostro ambiente.

Con Biorepack abbiamo realizzato una campagna media veicolata su tutte le principali emittenti TV / radio nazionali e testate off/online nazionali (news, economia, lifestyle, ambiente, innovazione).

Guarda il video

Rinascimento per l'Ambiente - Conai
Grazie al coinvolgimento di alcuni artisti è stata realizzata una galleria fotografica dal titolo "Rinascimento per l'ambiente: con l'arte del riciclo, il packaging diventa un capolavoro". Sono stati esposti quattordici scatti ispirati al Rinascimento rivisti in ottica moderna, con la spiegazione del curatore d'arte Nicolas Ballario che ha raccontato i parallelismi tra arte rinascimentale e riciclaggio attraverso un branded content.

Risultati raggiunti:
2,8 milioni di impression e oltre 1 milione di views sulle piattaforme social
100.000 visitatori alla mostra allestita al Meeting di Rimini 2022.

Guarda il video

25 anni Conai
Per celebrare i 25 anni del Consorzio Nazionale Imballaggi, che garantisce il raggiungimento in Italia degli obiettivi europei di riciclo, abbiamo realizzato con il Consorzio una campagna creativa con un messaggio chiave: "l'imballaggio non è uno spreco ma una risorsa che, grazie a riciclo e processi di recupero, può rinascere contribuendo a salvaguardare il Pianeta"

4

Metodologia

4 Metodologia

Il presente Report di Sostenibilità è stato realizzato su base volontaria da Connexia che, ai sensi del Decreto Legislativo 254/2016, non rientra nella casistica di Enti di interesse pubblico di grandi dimensioni tenuti a rendicontare sulle loro performance non finanziarie.

Connexia ha predisposto il documento in modo tale che risponda ai requisiti di rendicontazione non-finanziaria previsti dalla legge delle Società Benefit 208/2015.

In esso si riporta la descrizione degli obiettivi specifici, delle modalità e delle azioni attuati dagli amministratori per il perseguimento delle finalità di beneficio comune. L'analisi è stata condotta utilizzando uno standard di valutazione esterno ed indipendente a Connexia: GRI-accordance.

Questo è il terzo Report non finanziario per Connexia, relativo al periodo gennaio-dicembre 2022.

La rendicontazione è periodica con cadenza annuale.

- **Soggetti inclusi nel report d'impatto:** Connexia Società Benefit S.r.l.
- **Data del report più recente**: anno 2021 pubblicato nel 2022.
- **Standard di valutazione di impatto:** B Impact Assessment

Per ulteriori informazioni relative al presente Report, inviare una mail alle due responsabili d'impatto:

- **Nicoletta Vetere**, People & Culture Manager, *nicoletta.vetere@connexia.retexspa.com*
- **Zornitza Kratchmarova**, Sustainability & ESG Advisory Director, *zornitza.kratchmarova@connexia.retexspa.com*

Connexia Società Benefit S.r.l.
via B. Panizza, 7 – 20144 Milano
Piazza Barberini, 47 – 00187 Roma

4.1 Processo di rendicontazione

Per processo di rendicontazione si intende l'insieme delle attività necessarie per la redazione di un report di sostenibilità, ovvero il documento con cui un'impresa comunica performance, risultati e obiettivi in materia di sostenibilità ambientale, sociale ed economica seguendo standard di rendicontazione riconosciuti a livello internazionale.

Il processo di rendicontazione del **Report di Sostenibilità 2023 di Connexia Società Benefit S.r.l.** ha previsto quattro fasi:

1) Identificazione delle aree di impatto di Connexia;
2) Coinvolgimento degli stakeholder;
3) Analisi di materialità e prioritizzazione;
4) Raccolta dati e stesura del report.

4.1 Processo di rendicontazione

1) Identificazione delle aree di impatto di Connexia

Di seguito viene riportata la tabella che descrive le aree di impatto identificate per quanto concerne le operazioni di Connexia e la loro valutazione.

Aree di impatto	Descrizione dell'impatto economico, sociale, ambientale (inclusi i diritti umani)	Positivo/Negativo	Attuale/potenziale	Impatto nel breve o lungo termine
MISSION E IMPEGNO	Essere una società benefit significa considerare non solo gli aspetti economici, ma anche quelli sociali ed ambientali nella propria attività aziendale. Questo approccio può avere numerosi impatti positivi. Le società benefit possono collaborare con altre organizzazioni e istituzioni per raggiungere obiettivi comuni e accedere a nuovi mercati contribuendo a creare un'economia più sostenibile e inclusiva. La diffusione dell'essere società benefit ha un impatto positivo sulla società nel suo complesso aumentando la consapevolezza sociale ed ambientale, stimolando l'innovazione sociale e tecnologica e promuovendo i diritti umani e la diversità.	POSITIVO	ATTUALE	Impatto nel **breve** e nel **lungo** periodo
DIGITALIZZAZIONE	Gli impatti positivi della digitalizzazione si rifanno in particolare sulla produttività, l'efficienza e la convenienza. La digitalizzazione sta migliorando la produttività rendendo più facile e veloce la realizzazione di molte attività quotidiane, liberando così tempo e risorse per altre attività più importanti, riducendo i tempi di attesa e gli errori, aumentando l'efficienza nei processi. Infine, la digitalizzazione facilita l'accesso a informazioni, servizi e prodotti da qualsiasi luogo e in qualsiasi momento. Dal 2019 è attivo un percorso di digitalizzazione che sta portando Connexia a ridurre del 65% l'anno il consumo di carta negli uffici.	POSITIVO	ATTUALE	Impatto nel **breve** periodo
PUBBLICITÀ VERITIERA E CONTRASTO AL GREENWASHING	La pubblicità è un'importante fonte di informazioni per i consumatori, ma può anche essere fuorviante. Per questo gli impatti sono sia positivi che negativi. Gli impatti positivi riguardano la trasmissione di informazioni accurate ai consumatori aumentando la fiducia degli stessi nell'azienda, la promozione della trasparenza delle pratiche aziendali, aiutando i consumatori a comprendere meglio le loro scelte d'acquisto e la promozione della sostenibilità aumentando la consapevolezza dei consumatori e incentivando comportamenti sostenibili. Gli impatti negativi invece riguardano la creazione di aspettative non realistiche, allontando i consumatori dall'azienda, il portare l'impresa ad affrontare cause legali per pubblicità ingannevole, danneggiando la reputazione dell'azienda, la distorsione delle informazioni sulla sostenibilità ambientale dei prodotti, portando i consumatori a scegliere prodotti che in realtà hanno un impatto negativo sull'ambiente. Connexia è una Società Benefit il che significa rispettare i più elevati standard di responsabilità e trasparenza, dando lo stesso peso agli obiettivi economico-finanziari e a quelli legati all'impatto sociale e ambientale.	POSITIVO / NEGATIVO	POTENZIALE	Impatto nel **breve** periodo
PRIVACY DEI DATI	Le privacy è un aspetto determinante per le aziende data driven come Connexia. Essa presenta sia impatti positivi che negativi. Gli impatti positivi della privacy dei dati riguardano la protezione dei dati personali, maggiore fiducia nella tecnologia (incoraggiando le persone ad adottare nuovi strumenti e servizi digitali) e il rafforzamento della libertà individuale (permettendo alle persone di mantenere il controllo sulle loro informazioni personali). Gli impatti negativi riguardano l'utilizzo non autorizzato delle informazioni personali, la manipolazione delle decisioni (le informazioni personali possono essere utilizzate per influire sulle decisioni degli individui) e il rischio per la sicurezza (rendendo le persone vulnerabili agli attacchi informatici o alla truffa).	POSITIVO / NEGATIVO	POTENZIALE	Impatto nel **breve** periodo
ETICA E TRASPARENZA	Etica e trasparenza è un tema che può avere conseguenze sia positive che negative significative sull'impresa. Le conseguenze positive riguardano l'integrazione dell'etica nelle pratiche aziendali permettendo così all'azienda di godere di un'ottima reputazione verso tutti gli stakeholder. Mentre le conseguenze negative riguardano ad esempio la possibilità di condurre all'erosione della fiducia del pubblico nei confronti dell'azienda, di portare alla degradazione della reputazione, di rendere difficile per le parti interessate tenere le aziende responsabili per le loro azioni, di permettere a gruppi di potere di sfruttare la propria influenza per raggiungere scopi personali e di permettere l'adozione di pratiche dannose per l'ambiente e la società.	POSITIVO / NEGATIVO	POTENZIALE	Impatto nel **breve** e nel **lungo** periodo
CONDIVISIONE DELLE CONOSCENZE	La condivisione della conoscenza ha un impatto positivo sulla società nel suo complesso. Può aumentare la consapevolezza sociale ed ambientale, stimolare l'innovazione sociale e tecnologica, promuovere i diritti umani e la diversità. Essere una società benefit significa anche condividere le proprie conoscenze. Connexia, nel suo oggetto sociale, prevede di "mettere a disposizione "pro bono" le competenze della società al servizio di enti no profit, offrendo consulenza strategica, di comunicazione e di marketing, nonché la tecnologia e la relativa formazione necessaria affinché abbiano a disposizione le risorse necessarie per lavorare al meglio, attraverso un vero e proprio trasferimento di competenze, volto a sostenerne la crescita nel tempo".	POSITIVO	ATTUALE	Impatto nel **breve** e nel **lungo** periodo
DISTRIBUZIONE DEL VALORE CONDIVISO CON GLI STAKEHOLDER	La distribuzione del valore condiviso ha un impatto positivo sulla società nel suo complesso, portando ricchezza su più livelli e aumentando le possibilità di azione delle persone. Essere una società benefit significa impegnarsi per contribuire allo sviluppo sostenibile, anche distribuendo ricchezza. Connexia, nel suo oggetto sociale, prevede di "destinare parte degli utili eventualmente conseguiti ogni anno a enti no profit attivi, selezionati con estrema attenzione, con l'obiettivo preciso di sostenere, anche economicamente, realtà in grado di aiutare in modo concreto i più fragili".	POSITIVO	ATTUALE	Impatto nel **breve** e nel **lungo** periodo
CATENA DI FORNITURA SOSTENIBILE	La catena di fornitura sostenibile rappresenta un approccio responsabile e sostenibile alla produzione e alla distribuzione di beni e servizi. Questa pratica comporta molteplici impatti positivi a livello ambientale, sociale e economico. A livello ambientale, favorisce l'utilizzo di fonti di energia rinnovabile, il riciclaggio dei materiali e l'adozione di pratiche produttive a basso impatto ambientale riducendo l'impatto negativo sull'ambiente e preservando le risorse naturali per le future generazioni. A livello sociale, promuove la collaborazione e lo sviluppo con fornitori locali, creando opportunità di lavoro e di crescita economica per le comunità locali contribuendo a ridurre la povertà e a migliorare la qualità della vita delle persone. A livello economico, aumenta la trasparenza e responsabilità da parte delle aziende, creando un sistema più equo e giusto che contribuisca a ridurre le disuguaglianze migliorando la loro reputazione e attirando clienti e investitori.	POSITIVO	ATTUALE	Impatto nel **breve** e nel **lungo** periodo
ACQUISTI E CONSUMI RESPONSABILI	Gli acquisti e i consumi responsabili possono avere un impatto positivo su diversi aspetti. A livello ambientale, riducono l'impatto negativo delle attività umane e promuovono la sostenibilità. A livello sociale, sostengono le aziende locali e l'economia locale, creando posti di lavoro e migliorando la qualità della vita delle comunità. A livello economico, aiutano a creare un'economia più equa e sostenibile, incentivando le aziende ad adottare pratiche più responsabili. Connexia, ad esempio, pone attenzione all'acquisto di detersivi ecologici e ai mobili certificati.	POSITIVO	ATTUALE	Impatto nel **breve** e nel **lungo** periodo
INFRASTRUTTURE INFORMATICHE SOSTENIBILI	La conversione all'utilizzo di infrastrutture informatiche sostenibili può portare notevoli impatti positivi, tra cui riduzione dei consumi energetici e delle emissioni di gas serra, risparmio di denaro a lungo termine, aumento della durata della vita dei dispositivi informatici e riduzione dei rifiuti elettronici, promozione di un uso più responsabile delle risorse naturali. Connexia è attenta a selezionare le strumentazioni elettroniche e informatiche improntate all'efficienza energetica.	POSITIVO	ATTUALE	Impatto nel **breve** e nel **lungo** periodo

4.1 Processo di rendicontazione

1) Identificazione delle aree di impatto di Connexia

Di seguito viene riportata la tabella che descrive le aree di impatto identificate per quanto concerne le operazioni di Connexia e la loro valutazione.

Aree di impatto	Descrizione dell'impatto economico, sociale, ambientale (inclusi i diritti umani)	Positivo/Negativo	Attuale/potenziale	Impatto nel breve o lungo termine
GESTIONE RIFIUTI	Il tema dei rifiuti risulta essere rilevante in quanto ad essi sono collegati diversi impatti negativi. Alcuni di questi sono ad esempio la contaminazione degli habitat naturali, la perdita di biodiversità, le emissioni collegate allo smaltimento ma anche alla realizzazione dei prodotti e gli alti costi economici per la loro gestione. Connexia si impegna, oltre che nel ridurre le quantità di rifiuti, anche nel differenziare i rifiuti prodotti. Sono infatti stati predisposti contenitori per la raccolta di plastica, vetro e carta, e vengono divulgate buone pratiche affinché ognuno possa dare il proprio contributo.	NEGATIVO	ATTUALE	Impatto nel **breve** e nel **lungo** periodo
CONSUMO ENERGETICO	Il consumo di energia è responsabile per la maggiore delle emissioni prodotte. Gli impatti negativi collegati ad esso riguardano a livello ambientale le emissioni derivanti dalla produzione, dal trasporto e stoccaggio dell'energia non rinnovabile, a livello sociale ed economico dalle fluttuazioni di costo dell'energia dovuto a instabilità a livello geopolitico. Connexia, oltre alle attività di efficientamento energetico effettuate presso gli uffici, a partire dalla metà del 2021 si rifornisce di energia 100% rinnovabile, proveniente da fonte idroelettrica.	NEGATIVO	ATTUALE	Impatto nel **breve** e nel **lungo** periodo
TUTELA DEL PATRIMONIO CULTURALE	Gli impatti positivi della tutela del patrimonio culturale possono essere la preservazione della memoria e delle tradizioni culturali per le future generazioni, l'aumento della conoscenza e della comprensione delle diverse culture e delle loro relazioni, attrazione e promozione delle destinazioni culturali, sviluppo economico locale, valorizzazione e riqualificazione delle aree che ospitano il patrimonio culturale.	POSITIVO	POTENZIALE	Impatto nel **lungo** periodo
WELLBEING E BENESSERE LAVORATIVO	L'attenzione alla salute, fisica e mentale, dei dipendenti porta molti impatti positivi tra cui, maggiore dedizione e spirito di appartenenza, aumento della brand reputation, maggiore appetibilità sul mercato e apprezzamenti da parte di istituti di credito e finanziatori. Nel suo oggetto sociale Connexia prevede di "Realizzare programmi concreti che riguardino il benessere psico-fisico, l'equilibrio vita-lavoro e la crescita professionale dei singoli collaboratori, valorizzando il talento di ciascuna persona, in un contesto di correttezza, meritocrazia e coinvolgimento"	POSITIVO	ATTUALE	Impatto nel **breve** e nel **lungo** periodo
ASSUNZIONI E TURNOVER	Il tema delle Assunzioni e turnover presenta sia impatti positivi che negativi. Gli impatti positivi sono ad esempio la crescita economica dell'impresa, l'aumento di personale qualificato che stimola l'innovazione e la contribuzione alla riduzione della disoccupazione. Gli impatti negativi possono essere ricondotti all'alto tasso di turnover dovuto ad un clima aziendale negativo o che non garantisca la corretta retribuzione economica e all'aumento della disoccupazione.	POSITIVO / NEGATIVO	ATTUALE	Impatto nel **breve** periodo
SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO	Per le aziende è importante impiegare risorse per la tutela della salute e sicurezza dei dipendenti sul luogo di lavoro. Gli impatti correlati a questo tema sono sia positivi che negativi. Gli impatti positivi sono la riduzione degli infortuni e delle malattie professionali, l'aumento della produttività e dell'efficienza del lavoro, il miglioramento della qualità della vita dei lavoratori, il risparmio di denaro a lungo termine grazie a una riduzione dei costi sanitari e delle indennità per infortuni e l'aumento della fiducia dei dipendenti nei confronti del loro datore di lavoro e dell'azienda. Gli impatti negativi sono legati all'aumento degli infortuni, accaduti per mancanza di formazione adeguata, che comporta una riduzione della forza lavoro e una conseguente dilatazione nei tempi di lavoro.	POSITIVO / NEGATIVO	ATTUALE	Impatto nel **breve** e nel **lungo** periodo
SVILUPPO PROFESSIONALE	Il tema dello sviluppo professionale presenta diversi impatti positivi come il miglioramento delle competenze e delle prestazioni dei dipendenti, l'aumento della produttività e dell'efficienza del lavoro, l'attrazione e trattenimento di talenti qualificati, il miglioramento della qualità dei prodotti e dei servizi offerti, l'aumento della competitività e della reputazione aziendale e maggiore capacità di affrontare sfide e problemi a livello aziendale. Nel suo oggetto sociale Connexia prevede di "Realizzare programmi concreti che riguardino il benessere psico-fisico, l'equilibrio vita-lavoro e la crescita professionale dei singoli collaboratori, valorizzando il talento di ciascuna persona, in un contesto di correttezza, meritocrazia e coinvolgimento"	POSITIVO	ATTUALE	Impatto nel **lungo** periodo
SODDISFAZIONE E COINVOLGIMENTO DEI LAVORATORI	Impegnarsi per aumentare la soddisfazione e coinvolgimento dei lavoratori è per le imprese un fattore importante per ottenere numerosi impatti positivi come ad esempio, il miglioramento della motivazione e del rendimento dei dipendenti, l'aumento della produttività e dell'efficienza del lavoro, la riduzione della turnover e dei costi associati alla formazione di nuovi dipendenti, il miglioramento della qualità dei prodotti e dei servizi offerti, la maggiore soddisfazione dei clienti e aumento della fidelizzazione e l'aumento della coesione e della collaborazione all'interno dell'azienda.	POSITIVO	ATTUALE	Impatto nel **breve** e nel **lungo** periodo
PARI OPPORTUNITÀ ED INCLUSIONE	Il tema delle pari opportunità ed inclusione è estremamente importante per le imprese di oggi. La diversità e l'inclusività sono infatti fattori chiave per il successo a lungo termine di un'azienda e comportano numerosi impatti positivi come ad esempio l'attrazione e trattenimento di talenti diversi e qualificati, la maggiore diversità e inclusività nell'ambiente di lavoro, aumentando la creatività e la capacità di problem solving, il miglioramento della reputazione aziendale e aumento della lealtà dei dipendenti, la maggiore sensibilità alle diverse esigenze dei clienti e aumento delle opportunità di business, la riduzione del rischio di discriminazione e di controversie legali e la maggiore soddisfazione dei dipendenti e aumento del loro senso di appartenenza all'azienda.	POSITIVO	ATTUALE	Impatto nel **breve** e nel **lungo** periodo
SUPPORTO SOLIDALE E DONAZIONI	Contribuire alla crescita delle comunità attraverso l'erogazione di supporto solidale e donazioni ha un impatto positivo, portando ricchezza, supportando progetti solidali su più livelli e aumentando le possibilità di azione delle persone. Con la scelta di essere Società Benefit Connexia si è posta obiettivo di generare un impatto positivo sulla comunità in cui opera affinché possa prosperare e crescere nel tempo. Nel suo oggetto sociale, prevede di "destinare parte degli utili eventualmente conseguiti ogni anno a enti no profit attivi, selezionati con estrema attenzione, con l'obiettivo preciso di sostenere, anche economicamente, realtà in grado di aiutare in modo concreto i più fragili".	POSITIVO	ATTUALE	Impatto nel **breve** e nel **lungo** periodo
ADVOCACY AMBIENTALE E SOCIALE	L'advocacy ambientale e sociale è responsabile di impatti positivi come l'aumento della consapevolezza della popolazione su questioni importanti, come la tutela dell'ambiente e la promozione dei diritti umani, può influire sulla formulazione di politiche pubbliche più sostenibili e giuste, può portare a progetti che migliorano le condizioni di vita delle comunità, può contribuire a fermare la distruzione di ecosistemi importanti e proteggere le specie in pericolo di estinzione e promuove un modello di sviluppo economico più equo e sostenibile.	POSITIVO	ATTUALE	Impatto nel **breve** e nel **lungo** periodo

4.1 Processo di rendicontazione

Coinvolgimento degli stakeholder
Con il coinvolgimento degli stakeholder (Stakeholder Engagement) si intende l'attività di coinvolgimento delle parti interessate che ricoprono un ruolo chiave nelle operazioni di un'organizzazione e possono influenzarne l'operato.
Essi possono essere persone singole o gruppi di persone, organizzazioni private e/o pubbliche o altre entità non direttamente collegabili alle precedenti elencate (e.g. ambiente).

La definizione degli stakeholder è avvenuta tramite la categorizzazione di stakeholder interni o esterni all'azienda, fornendo per ciascuno le seguenti informazioni: nome dello stakeholder, descrizione dello stakeholder, strumento e frequenza di coinvolgimento.

Definiti gli stakeholder si identificano quelli chiave attraverso un'analisi del livello di interesse che essi hanno nei confronti dell'azienda e il livello di influenza che essi hanno sull'azienda e le sue operazioni.

La tabella riporta l'insieme degli stakeholder di Connexia e, per ciascuno, una breve descrizione.

Stakeholder	Descrizione
AZIONISTA DI CONTROLLO	Retex Spa
MANAGEMENT	Paolo d'Ammassa, founder e CEO, azionisti e manager
COLLABORATORI	Dipendenti, apprendisti, stagisti
CLIENTI	Aziende pubbliche e private, istituzioni ed enti no profit e non governativi
CONSULENTI	Professionisti nei seguenti ambiti: fiscale, giuridico, lavoro, sicurezza, GDPR, informatico e assicurativo
FORNITORI	Professionisti di servizi attinenti al core business dell'azienda, manutentori, terzisti di gadget e/o di servizi alla struttura, stampatori, spedizionieri etc
PARTNER DI BUSINESS	Agenzie terze, piattaforme tecnologiche, Big Tech (FB, Google, Tiktok etc), BVA Doxa, Iubenda etc
MEDIA	Marcom, agenzie stampa, media economico-finanziari etc
TALENTI (ATTRACTION)	Futuri collaboratori/dipendenti
SCUOLE DI FORMAZIONE	Università/Scuole di Alta formazione
ASSOCIAZIONI AMBITO COMUNICAZIONE	OBE, UNA, Ferpi, Global Health PR, M&C
NO PROFIT	Fondazione RAVA
ENTI PUBBLICI	INPS, INAIL, Comune di Milano, Ispettorato del lavoro, Ministero dell'innovazione etc
ENTI DI CERTIFICAZIONE	Lloyd's Register Quality Assurance Italy Srl/Accredia

Partendo dalla mappatura degli stakeholder svoltasi nell'anno 2020, Connexia Società Benefit S.r.l ha contattato i propri stakeholder chiave per ascoltare le loro preoccupazioni e opinioni, e per verificare la correttezza delle aree di impatto più rilevanti (materiali) identificate precedentemente dall'azienda.

Gli stakeholder coinvolti sono stati:
- Azionista di controllo
- Management
- Collaboratori
- Clienti e prospect
- Consulenti
- Media
- Fornitori

Al fine di comprendere le tematiche materiali per gli stakeholder dell'azienda, Connexia ha deciso di sottoporre loro un questionario online ed anonimo. Il questionario è stato inviato tramite e-mail con follow-up in vista della scadenza per la ricezione delle risposte. Una copia del questionario è riportata in fondo all'appendice dati, al capitolo **Questionario Stakeholder Engagement 2022.**

4.1 Processo di rendicontazione

Analisi di materialità e prioritizzazione

Il presente Report di Sostenibilità 2022 di Connexia Società Benefit S.r.l. è stato realizzato partendo dall'analisi di materialità svolta dall'azienda attraverso l'identificazione delle aree di impatto e il coinvolgimento degli stakeholder, attività che hanno permesso l'identificazione delle aree di impatto più rilevanti (materiali).

Nel processo sono state adottate le linee guida dello Standard GRI Universal 3. L'analisi di materialità ha permesso di verificare le aree di impatto precedentemente identificate dall'azienda e ascoltare le preoccupazioni e le opinioni degli stakeholder. Il risultato è una lista delle aree di impatto più rilevanti per l'azienda e per i suoi stakeholder, che risulta essere uno strumento strategico di grande importanza al fine della costruzione e comunicazione di un percorso di azioni, obiettivi e indicatori per la sostenibilità.

Di seguito sono riportati i risultati ottenuti dal processo di analisi di materialità:

	STAKEHOLDER INTERNI				STAKEHOLDER ESTERNI				
AREE DI IMPATTO - Connexia	Azionista di controllo	Management	Collaboratori	VALORE MEDIO	Clienti e prospect	Fornitori	Consulenti	Media Online/Offline	VALORE MEDIO
Impegno concreto nel perseguire gli obiettivi della società benefit	4,00	4,50	4,06	4,2	4,38	4,32	4,50	3,67	4,2
Digitalizzazione e infrastrutture informatiche sostenibili	3,67	4,00	3,77	3,8	3,75	4,11	4,60	3,00	3,9
Pubblicità veritiera e contrasto al greenwashing/Socialwashing	4,33	4,25	3,89	4,2	4,50	4,47	4,70	3,83	4,4
Privacy dei dati	4,33	3,50	3,98	3,9	4,13	4,47	4,50	3,50	4,1
Etica e trasparenza	4,33	4,50	4,16	4,3	4,50	4,58	4,70	3,83	4,4
Condivisione delle conoscenze	4,00	4,50	3,96	4,2	4,50	4,21	4,30	3,17	4,0
Distribuzione del valore condiviso con gli stakeholder	4,33	4,50	3,79	4,2	3,75	3,89	4,20	3,33	3,8
Scelta di fornitori sostenibili	4,00	3,75	3,77	3,8	3,88	4,32	4,50	3,00	3,9
Acquisti e consumi responsabili	4,00	3,75	4,14	4,0	3,88	4,37	4,40	3,67	4,1
Gestione Rifiuti	4,00	4,25	3,85	4,0	3,63	4,42	4,10	3,83	4,0
Consumo energetico	4,33	4,00	3,87	4,1	3,75	4,42	4,40	3,50	4,0
Tutela del patrimonio culturale	4,00	3,50	3,62	3,7	4,13	4,21	4,00	3,00	3,8
Wellbeing e benessere lavorativo	4,33	4,50	4,13	4,3	4,50	4,42	4,60	4,00	4,4
Assunzioni e turnover	4,33	4,50	3,91	4,2	3,75	3,84	3,90	4,00	3,9
Salute e sicurezza sul lavoro	4,33	4,50	3,99	4,3	4,00	4,42	4,50	3,67	4,1
Sviluppo professionale	4,33	4,25	4,09	4,2	4,38	4,37	4,70	3,50	4,2

Lista delle aree di impatto	Priorità assegnata
Consumo energetico	1
Condivisione delle conoscenze	1
Distribuzione del valore condiviso con gli stakeholder	2
Acquisti e consumi responsabili	3
Scelta di fornitori sostenibili	3
Salute e sicurezza sul lavoro	3
Gestione Rifiuti	5
Advocacy ambientale e sociale	5
Digitalizzazione e infrastrutture informatiche sostenibili	6
Soddisfazione e coinvolgimento dei lavoratori	6
Etica e trasparenza	8
Sviluppo professionale	9
Pari opportunità ed inclusione	10
Pubblicità veritiera e contrasto al greenwashing/Social washing	10
Supporto solidale e donazioni	10
Wellbeing e benessere lavorativo	29
Impegno concreto nel perseguire gli obiettivi della società benefit	36

Raccolta dati e stesura del report

Definita la lista delle aree di impatto legate all'attività di Connexia Società Benefit S.r.l e data loro una priorità di intervento, sono stati individuati gli indicatori che hanno permesso la misurazione delle performance ambientali, sociali ed economiche attraverso l'applicazione degli Standard GRI. Gli Standard GRI sono tra gli standard internazionali più utilizzati al mondo per raccogliere informazioni di carattere non finanziario e divulgare pubblicamente le proprie performance.

Tale fase ha poi previsto la raccolta delle informazioni quantitative e qualitative, sia attraverso gli indicatori prescelti dello Standard GRI sia attraverso l'analisi degli obiettivi di beneficio comune e altre informazioni pertinenti al fine della comunicazione delle performance. Infine, l'analisi dei dati e l'agglomerazione degli stessi hanno permesso di redigere e pubblicare il presente Report di Sostenibilità 2022.

4.2 Principi United Nations Global Compact

Diritti Umani

1. Promuovere e rispettare i diritti umani universalmente riconosciuti nell'ambito delle rispettive sfere di influenza;	Pag: 26-34, 53-60
2. Assicurarsi di non essere, seppur indirettamente, complici negli abusi dei diritti umani.	Pag: 26-34, 53-60

Lavoro

3. Sostenere la libertà di associazione dei lavoratori e riconoscere il diritto alla contrattazione collettiva;	Pag: 59
4. Eliminazione di tutte le forme di lavoro forzato ed obbligatorio;	Pag: 29
5. Effettiva eliminazione del lavoro minorile;	Pag: 29
6. Eliminazione di ogni forma di discriminazione in materia di impiego e professione.	Pag: 33

Ambiente

7. Sostenere un approccio preventivo nei confronti delle sfide ambientali;	Pag: 35-36, 60
8. Intraprendere iniziative che promuovano una maggiore responsabilità ambientale;	Pag: 35-36, 60
9. Incoraggiare lo sviluppo e la diffusione di tecnologie che rispettino l'ambiente	Pag: 35-36, 60

Lotta alla corruzione

10. Contrastare la corruzione in ogni sua forma, incluse le estorsioni e tangenti.	Pag: 29, 54

4.3 Indice GRI

Dichiarazione di utilizzo: Connexia Società Benefit S.r.l. ha realizzato il report di sostenibilità in conformità agli standard GRI per il periodo dal 1 Gennaio 2022 al 31 dicembre 2022.

GRI 1 Utilizzato: GRI 1: Fondazione 2021

GRI Standard / Altra fonte	Informativa	Ubicazione (pag, spiegazione)	Omissione / Spiegazione
GRI 2: Informazioni generali 2021	2-1 Dettagli organizzativi	38	
	2-2 Entità incluse nel reporting di sostenibilità dell'organizzazione	38	
	2-3 Periodo di riferimento, frequenza e punto di contatto	38	
	2-4 Rideterminazione delle informazioni	38	
	2-5 Garanzia esterna	/	Assurance sul report di sostenibilità assente. Svolta esclusivamente sul Bilancio economico.
	2-6 Attività, catena del valore e altre relazioni commerciali	8, 9	
	2-7 Dipendenti	26-35, 53-60	
	2-8 Lavoratori non dipendenti	53	
	2-9 Struttura e composizione della governance	8, 41, 48	
	2-10 Nomina e selezione del massimo organo di governo	Nomina del CDA	
	2-11 Presidente del massimo organo di governo	Presidente Fausto Caprini (non dirigente Connexia ma CEO Retex Group)	
	2-12 Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	Ruolo strategico e di visione di medio/lungo termine, Revisione relazione di impatto, definizione impatti relativi all'operato di Connexia e obiettivi futuri.	
	2-13 Delega di responsabilità per la gestione di impatti	38	
	2-14 Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	Revisione relazione di impatto, definizione impatti relativi all'operato di Connexia e obiettivi futuri.	
	2-15 Conflitti d'interesse	54	
	2-16 Comunicazione delle criticità	Tramite aggiornamenti periodici e/o ad hoc	
	2-17 Conoscenze collettive del massimo organo di governo	Aggiornamenti periodici e condivisione delle conoscenze	
	2-18 Valutazione della performance del massimo organo di governo	/	Informazione non disponibile
	2-19 Norme riguardanti le remunerazioni	/	Informazione non disponibile
	2-20 Procedura di determinazione della retribuzione	Il consiglio di amministrazione ha la facolta' di nominare e revocare consulenti, procuratori speciali per singoli atti o categorie di atti, fissandone i poteri e le remunerazioni.	
	2-21 Rapporto di retribuzione totale annuale	59	
	2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	4	
	2-23 Impegno in termini di policy	HR Policy - Codice etico e di condotta Gruppo Retex - Policy ambientale Gruppo Retex	
	2-24 Integrazione degli impegni in termini di policy	Validazione da parte degli organi di governo e diffusione ai dipendenti	
	2-25 Processi volti a rimediare impatti negativi	42	
	2-26 Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	Processo di ascolto continuo che favorisce il dialogo con obiettivo di prevenire reclami e intervenire laddove ci siano delle criticità.	

4.3 Indice GRI

Dichiarazione di utilizzo: Connexia Società Benefit S.r.l. ha realizzato il report di sostenibilità in conformità agli standard GRI per il periodo dal 1 Gennaio 2022 al 31 dicembre 2022.

GRI 1 Utilizzato: GRI 1: Fondazione 2021

GRI Standard / Altra fonte	Informativa	Ubicazione (pag, spiegazione)	Omissione / Spiegazione
GRI 2: Informazioni generali 2021	2-27 Conformità a leggi e regolamenti	54	
	2-28 Appartenenza ad associazioni	OBE - FERPI	
	2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	12, 41	
	2-30 Contratti collettivi	59	
GRI 3: Materiale topics2021	3-1 Processo per determinare argomenti materiali	13, 42	
	3-2 Elenco dei temi materiali	13, 42, 44, 45, 46	
	3-3 Gestione degli argomenti materiali	13, 42, 44, 45, 46	
201 Performance economiche	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	58	
202 Presenza sul mercato	202-2 Proporzione di senior manager assunti dalla comunità locale	59	
203 Impatti economici	203-2 Impatti economici indiretti significativi	17-36	Ricadono in questa voce i progetti esterni svolti da Connexia Società Benefit S.r.l.
205 Anticorruzione	205-3 Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	54	
206 Comportamento anti-competitivo	206-1 Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche	54	
301 Materiali	Omissione	Omissione	Argomenti e relativi dati omessi perché mancanti, Connexia Società Benefit S.r.l. non è in possesso di dati rilevanti da poter comunicare.
302 Energia	302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione	60	
308 Valutazione ambientale dei fornitori	302-4 Riduzione del consumo di energia	35	
	308 - 1Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali	54	
401 Occupazione	401-1 Nuove assunzioni e turnover	29	
	401-2 Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno, ma non per i dipendenti part-time o con contratto a tempo determinato	56	
	401-3 Congedo parentale	53	
403 Salute e sicurezza sul lavoro	403-3 Servizi di medicina del lavoro	54	
	403-5 Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	54	
404 Formazione e istruzione	404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente	52	
	404-3 Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale	55	

4.3 Indice GRI

Dichiarazione di utilizzo: Connexia Società Benefit S.r.l. ha realizzato il report di sostenibilità in conformità agli standard GRI per il periodo dal 1 Gennaio 2022 al 31 dicembre 2022.

GRI 1 Utilizzato: GRI 1: Fondazione 2021

GRI Standard / Altra fonte	Informativa	Ubicazione (pag, spiegazione)	Omissione / Spiegazione
405 Diversità e pari opportunità	405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	59	
406 Non discriminazione	406-1 Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	33	
407 Libertà di associazione e contrattazione collettiva	407-1 Attività e fornitori in cui il diritto alla libertà di associazione e contrattazione collettiva può essere a rischio	59	
414 Valutazione sociale dei fornitori	414-1 Nuovi fornitori che sono stati sottoposti a valutazione attraverso l'utilizzo di criteri sociali	54	
417 Marketing ed etichettatura	417 -3 Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing	54	
418 Valutazione sociale dei fornitori	418 – 1 Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	54	

5 Appendice dati

5 Appendice dati

Azioni di Beneficio Comune inserite nell'Oggetto Sociale

PROFIT: 2.2.1 Destinare parte degli utili eventualmente conseguiti ogni anno a enti no profit attivi, selezionati con estrema attenzione, con l'obiettivo preciso di sostenerle, anche economicamente, e in questo modo aiutare in modo concreto i più fragili.

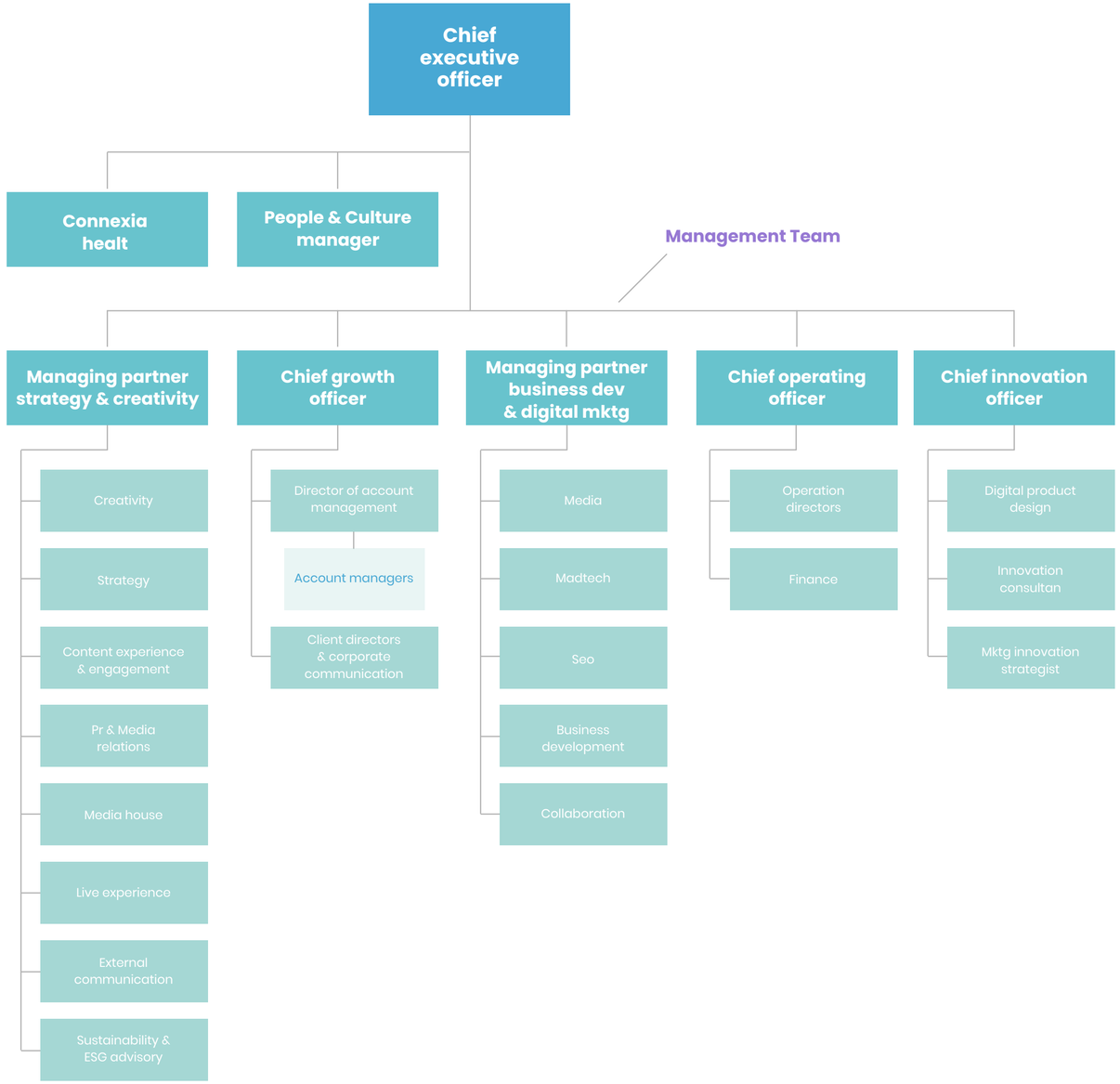
KNOW-HOW: 2.2.3 Mettere a disposizione "pro bono" le competenze della società al servizio di enti no profit, offrendo consulenza strategica, di comunicazione e di marketing, nonché la tecnologia e la relativa formazione necessaria affinché abbiano a disposizione le risorse necessarie per lavorare al meglio, attraverso un vero e proprio trasferimento di competenze, volto a sostenerne la crescita nel tempo.

PROJECTS: 2.2.4 Realizzare piattaforme tecnologiche condivise che abbiano impatto positivo su comunità e territorio.

WELL BEING: 2.2.2 Realizzare programmi concreti che riguardino il benessere psico-fisico, l'equilibrio vita-lavoro e la crescita professionale dei singoli collaboratori, valorizzando il talento di ciascuna persona, in un contesto di correttezza, meritocrazia e coinvolgimento.

ENVIRONMENT: 2.2.5 Preservare l'ambiente attraverso un impegno quotidiano volto a diminuire l'impatto sul pianeta, ad esempio con la dematerializzazione pressoché totale dei documenti, con l'eliminazione dei viaggi e dei trasferimenti superflui, dello spreco di energia elettrica, sostenendo la raccolta differenziata dei rifiuti, l'acquisto e l'utilizzo di prodotti ecologici, di strumentazioni elettroniche ed informatiche improntate all'efficienza energetica, e così via.

Organigramma di Connexia a fine 2022



5 Appendice dati

Tabella di confronto pluriennale

Economico - organizzativo	2020	2021	2022
Ricavi in milioni di euro	17,6	22,4	24
Ebitda in milioni di euro	/	2,0	/
Utili in milioni di euro	/	1,0	1,0
Clienti serviti	/	/	122 senza webex, 253 con webex

Sociale	2020	2021	2022
Totale dipendenti	133	148	164
Totale maschi	46	47	55
Totale femmine	87	101	109
Totale contratti a tempo indeterminato	112	124	138
Dipendenti con meno di 30 anni	30	43	42
Neoassunti	25	32	28
Cessazioni	20	27	25
Forbice salariale	6,51	7,13	5,95
Totale ore formazione esterna	876	609	3.240
Percentuale dipendenti italiani	95%	94%	95%
Totale casi di maternità/paternità	31	13	14
Ore donate per progetti sociali	583	157	729,15
Percentuale di collaboratori che hanno ricevuto un piano revisione della carriera	77%	68%	99%

Ambientale	2020	2021	2022
Spesa per acquisto di carta da ufficio in euro	548	191	191,5
CO2 assorbita dalla Foresta Connexia in tonnellate	-	42	60,98

SDG 1 - Sconfiggere la povertà

Action Aid

Committente	Nome della campagna	Durata	Attività svolte	Ore impiegate dai collaboratori di Connexia	Membri di Connexia coinvolti
Action Aid	ME/WE	23 giugno-23luglio 2022	Campagna stampa e digitale	157	5

Agrivis

Committente	Nome della campagna	Attività svolte	Euro investiti	Ore impiegate dai collaboratori di Connexia	Membri di Connexia coinvolti
Agrivis (video)	Agrivis – Coltiviamo insieme un futuro più buono	Video istituzionale	11.043,76	410,7	11

Il pozzo dei desideri

Committente	Nome della campagna	Durata	Euro investiti
Il pozzo dei desideri	Connexia per il Pozzo dei Desideri	25 giugno 2022	5.000

5 Appendice dati

SDG 4 - Istruzione di qualità

Proud to fail

Episodio	Ospite	Data	Download
Episodio 1 - Un dialogo con Isabella Falautano, Chief Communication & Stakeholder Engagement Officer di Illimity.	**Isabella Falautano**, Chief Communication & Stakeholder Engagement Officer di Illimity	31/01/2022	26
Episodio 2 - Un dialogo con Cosimo Corsini, Chief Strategy & Marketing Officer di Ariston Group.	**Cosimo Corsini,** Chief Strategy & Marketing Officer di Ariston Group	01/03/2022	80
Episodio 3 - Un dialogo con Anna De Stefano, Chief Legal Design and Communication Officer di Doorway, Angel Investor e Start up Mentor.	**Anna De Stefano**, Chief Legal Design and Communication Officer di Doorway, Angel Investor e Start up Mentor	30/03/2022	31
Episodio 4 - Un dialogo con Carlo Carollo, General Manager Amplifon Italia.	**Carlo Carollo**, General Manager Amplifon Italia	31/05/2022	41
Episodio 5 - Un dialogo con Raffaella Lebano, General Manager di Ostello Bello.	**Raffaella Lebano**, General Manager di Ostello Bello	14/07/2022	101
Episodio 6 - Un dialogo con Tiziano Bonacchi, Amministratore Delegato e CFO del Gruppo Peuterey.	**Tiziano Bonacchi,** Amministratore Delegato e CFO del Gruppo Peuterey.	20/10/2022	46

Bravertising

Episodio	Data	Views YouTube	Impressions Facebook	Impressions Twitter	Impressions Linkedin
5	Gennaio	137	446	159	/
6	Febbraio	106	429	137	/
7	Marzo	84	433	113	1.625
8	Maggio	89	/	106	1.532
9	Novembre	37	/	/	/

The Brand Factor.ZIP

Titolo	Ospite	Data	Views YouTube	Impressions Facebook	Impressions Twitter	Impressions Linkedin
The Brand Factor.ZIP. Il Massimo Del Branded Entertainment. Ridotto Al Minimo. Guest: Francesco Buschi	Francesco Buschi, Strategy Director di FutureBrand	31/01/2022	327	456	138	/
The Brand Factor.ZIP. Il Massimo Del Branded Entertainment. Ridotto Al Minimo. Guest: Nicola Bertona	Nicola Bertona, Co-founder & CEO di 247Production	28/02/2022	79	446	105	/
The Brand Factor.ZIP. Il Massimo Del Branded Entertainment. Ridotto Al Minimo. Guest: Francesca Mudanò	Francesca Mudanò, Ceo ed Ecd di Cookies & Partners	01/04/2022	163	474	128	1.481
The Brand Factor.ZIP. Il Massimo Del Branded Entertainment. Ridotto Al Minimo. Guest: Massimo Capucci	Massimo Capucci, Head of Strategy di MC SAATCHI	05/05/2022	168	318	76	1.803

The Brand Factor | Special Cannes Edition 2022

Titolo	Ospite	Data	Views YouTube	Impressions Facebook	Impressions Twitter	Impressions Linkedin
The Brand Factor | SPECIAL CANNES EDITION 2022	Valentina Fronzoni, Owner & Executive Producer di the BigMama Karim Bartoletti, Partner / Executive Producer di Indiana Production Company Francesco Bozza, VP Chief Creative Officer di GreyUnited	07/07/2022	107	282	105	2.282

5 Appendice dati

SDG 4 - Istruzione di qualità

The Good, the Trend & the Brand

Titolo	Ospite	Data	Views YouTube	Impressions Facebook	Impressions Twitter	Impressions Linkedin
THE GOOD, THE TREND & THE BRAND. I valori che fanno crescere le marche.	Rossella Ravagli, Sustainability Director di Armani Chiara Canedoli, Global Marketing Director Pasta di Barilla Elena Koumentakis, Head of Brand Communication & Events di Pirelli Marco Frey, Presidente United Nations Global Compact Italia (in collegamento)	24/11/2022	68	227	70	3.110

Fondazione Rava

Committente	Nome della campagna	Durata	Attività svolte	Ore impiegate dai collaboratori di Connexia	Membri di Connexia coinvolti
Fondazione Rava	Pasqua	24 marzo-14 aprile 2022	Pianificazione gestione media	167,25	4
	Bomboniere solidali	21 marzo-31 maggio 2022			
	5x1000	Maggio-giugno-settembre 2022			
	In Farmacia per i Bambini	14-25 novembre 2022			
	Natale	Ottobre-novembre-dicembre 2022			

Breathink

Committente	Nome della campagna	Durata	Attività svolte	Ore impiegate dai collaboratori di Connexia	Membri di Connexia coinvolti
AstraZeneca Spa	Breathink. Al tumore del polmone ci pensiamo insieme.	Novembre 2021 – novembre 2022	Progetto di co-creazione e sensibilizzazione	2.252	17

Formazione tenuta

Master	Ente/ateneo	Anno accademico	Ore anno 2022
Masterbrand english edition	Ied, istituto europeo di design	2020 / 2021 / 2022	9
Marketing, retail & channel metrics per master in marketing	Luiss business school	2021 / 2022	16
Intervento su information visualization per marpi (master executive relazioni pubbliche d'impresa)	Iulm, libera università di lingue e comunicazione	2021-2022	4
Master in management della moda e del lusso	Rcs academy	2022	8
Master executive international marketing & sales communication	Iulm, libera università di lingue e comunicazione	2019 / 2021 / 2022	4
Master in marketing etico e comunicazione della sostenibilità	Iulm, libera università di lingue e comunicazione	2022	0,5
Master in strategie per il business dello sport	/	2021 / 2022	4
Mamaf - master in marketing management nel settore farmaceutico	Università degli studi di pavia	2021 / 2022	4
Mamaf - master in marketing management nel settore farmaceutico	Università degli studi di pavia	2021 / 2022	6
Corso post diploma in marketing, comunicazione, digital marketing e social media strategy	Accademia di comunicazione	2021 / 2022	30
Masterbrand english edition	Ied, istituto europeo di design	2020 / 2021 / 2022	8
Master comunicazione, marketing digitale e pubblicità interattiva	Università cattolica	2022	4
Mamaf - master in marketing management nel settore farmaceutico	Università degli studi di pavia	2021 / 2022	4
Master post-laurea in comunicazione e nuovi media	Rcs academy business school	2022	8
Master post-laurea in sanità and pharma management	Rcs academy business school	2022	4
Mamaf - marketing management in the pharmaceutical industry	Università degli studi di pavia	2022	2

5 Appendice dati

SDG 4 - Istruzione di qualità

Formazione svolta

Corso	Numero collaboratori /quadro	Collaboratore / Quadro	Ore	Investimento in euro
Google certificazioni	32	Collaboratori	630	/
Google certificazioni	1	Quadro	30	/
NFT, blochchain metavesro	23	Collaboratori	157	/
NFT, blochchain metavesro	5	Quadro	20	/
Mondo adv - blueprint	20	Collaboratori	230	/
Ga 4	3	Quadro	87	/
Ga 4	16	Collaboratori	100	/
Analytics	4	Collaboratori	60	/
Mondo SEO	9	Collaboratori	100	/
Mondo SEO	2	Quadro	16	/
Certificazioni Meta, google, FB ecc..	16	Collaboratori	352	/
Corsi ninja academy	7	Collaboratori	130	/
Corso udemy facebook ads	1	Collaboratore	11,00	/
Corso Udemy - Linkedin ads 2022	1	Collaboratore	3,00	/
Corso udemy - tiktok	1	Collaboratore	5,50	/
Corso udemy - facebook ads course 2022	1	Collaboratore	11,00	/
Corso udemy - instagram marketing course 2022	1	Collaboratore	12,00	/
Corso udemy social sales funnel	1	Collaboratore	11,00	/
Corso udemy digital marketing b2b	1	Collaboratore	13,00	/
Corso udemy marketing psychology	1	Collaboratore	8,00	/
Corso udemy - facebook & ig ads	1	Collaboratore	12,00	/
Tik tok marketing course 2022 - udemy	1	Collaboratore	16,00	/
Corso Udemy - Neuromarketing: applied neuroscience	1	Collaboratore	3,50	/
Corso Campaign manager	1	Collaboratore	6	/
Corso digimind academy	2	Collaboratori	32	/
Corso digimind academy	1	Quadro	10	/
Corso DV360	1	Quadro	6	/
Corso DV360	1	Collaboratori	6	/
Excel avanzato	3	Collaboratori	93	/
Corso after effect	1	Collaboratori	14	/
Datacamp	1	Quadro	4	/
Corso Mapp Engage esame	2	Quadro	14	/
Corso mapp engage	3	Collaboratori	40	/
Corso mapp engage	2	Quadro	40	/
Architettura dell'informazione	1	Collaboratore	40	/
Ux design era	1	Collaboratore	37	/
Webinar digital marketing |simplilearn	1	Collaboratore	18	/
Digital marketing trends 2022 | simplilearn	1	Collaboratore	16	/
Meta commerce Day	2	Collaboratore	4	/
Master obe - branded content & entertainment	1	Collaboratori	84	Borsa di studio
Corso sales skills	9	Quadri	200	/
Corso sales skills	1	Dirigente	24	/
The 8-Hour Creative Brief	1	Collaboratori	8	153
Strategy finisching school	1	Quadro	30	910
Bringhton seo (evento)	2	Collaboratori	36	1.100
Measure summit (evento)	2	Quadri	16	140
Measure summit (evento)	2	Collaboratori	16	
Election day	1	Collaboratori	32	450
EffWorks Global 2022	2	Quadri	16	280
Evento Head on mindwork	1	Collaboratori	8	/
Workshop sostenibilità con i-plus	7	Quadri	52	/
Workshop sostenibilità con i-plus	7	Collaboratori	52	/
Evento Natale a Bar Spot	10	Collaboratori	30	165
The All-In-One Microsoft Excel Certification Training Bundle	2	Collaboratori	120	70
Effectiveness Essentials Certificate	1	Collaboratore	10	290
Sustainability strategy and governace	1	Quadro	28	4.000
Coaching	1	Collaboratore	20	3.000
Coaching	3	Quadro	60	9.000
Totale	**228**	/	**3.240 ****	**19.958***

* di cui 16.000€ da formazione finanziata
**alle quali si aggiungono 2.760 ore di formazione interna

5 Appendice dati

SDGS 5 - Uguaglianza di genere

Mama Chat

Committente	Nome della campagna	Attvità svolte	Euro investiti	Ore impiegate dai collaboratori di Connexia	Membri di Connexia coinvolti
Mama Chat	In-visibili. Perché anche se non si vede fa male.	Video di campagna, campagna social, sito web, filtro ig, channel strategy	14.721,40 ore uomo + 1.326,97 costi vivi	561,90	14

Dipendenti per genere

Tipologia contrattuale	Uomini	Donne
Stage	3	10
Apprendista	6	7
Impiegato Livello D1	0	2
Impiegato Livello D2	0	4
Impiegato Livello C2	4	21
Impiegato Livello C3	6	21
Impiegato Livello B1	5	3
Impiegato Livello B2	11	17
Impiegato Livello B3	3	10
Impiegato Livello A1	14	13
Dirigente	2	1
Amministratore	1	0
Totale	**55**	**109**
Percentuale	**34%**	**66%**

Congedo parentale

Giorni maternità/ paternità	Giorni congedo parentale	M/F	Diritto di ritorno al lavoro	Ritorno al lavoro entro 12 mesi	Ritorno al lavoro dopo 12 mesi
66	54	F	Sì	1	0
140	132	F	Sì	1	0
106	31	F	Sì	1	0
0	14	F	Sì	1	0
0	91	F	Sì	1	0
0	24	F	Sì	1	0
0	2	F	Sì	1	0
124	17	F	Sì	1	0
6	0	M	Sì	1	0
154	16	F	Sì	1	0
142	0	F	Sì	1	0
10	0	M	SI	1	0
0	12	F	Sì	1	0
5	0	F	Sì	1	0
Totale 436	365	0	/	14	0

5 Appendice dati

SDG 8 - Lavoro dignitoso e crescita economica

Connexia pone attenzione alle proprie prassi di approvvigionamento, al momento dell'attuale periodo di rendicontazione l'azienda non valuta i propri fornitori. Inoltre, Connexia comunica che durante il periodo di rendicontazione non ha registrato alcun episodio di corruzione, comportamento anti competitivo, non conformità concernenti comunicazioni e marketing e privacy dei clienti.

Conto economico riclassificato

Salute e sicurezza sul lavoro

Incarichi in materia di Salute e Sicurezza 2022			
RLS	Datore di lavoro	RSPP	Medico Competente
Francesco Ferrario	Paolo D'ammassa	Stephane Barbosa	Giordano Carmela

Attività formative sulla sicurezza 2022		
Attività formative sulla sicurezza	N. Ore annuali totali	N. collaboratori coinvolti
Corso sicurezza generale e specifica	256	57
Corso per Addetti alla Squadra di Pronto Soccorso	12	1

Sistemi sicurezza relativi al Covid-19 2022	
Azione	N. Ore annuali totali
Distanziamento	Riduzione postazioni
Sanificazione	Utilizzo di mascherine, igienizzanti, sanificazione impresa di pulizia, esposizione di cartelli
Informazione	Invio del protocollo covid

Benefit

Benefit 2022	
Benefit dati ai dipendenti da Connexia	Numero
Polizza sanitaria*	9
Auto*	9
Buoni Pasto	146

*per figure apicali

Turnover

Assunzioni 2022								
Genere		Età			Tipologia		Contratto	
M	F	<30	30-50	>50	Full-time	Part-time	Indeterminato	Determinato
12	16	7	20	1	27	1	27	1
43%	57%	25%	71%	4%	96%	4%	96%	4%

Stage 2022					
Genere		Età			Tipologia
M	F	<30	30-50	>50	Full-time
10	8	18	0	0	18
36%	29%	64%	0%	0%	64%

Aggiornamento contrattuale 2022					
Genere		Età			Tipologia
M	F	<30	30-50	>50	Full-time
3	7	9	1	0	10
11%	25%	32%	4%	0%	36%

Totale assunti 21-22		Totale cessati 21-22	
2021	32	2021	27
2022	28	2022	25

5 Appendice dati

SDG 8 - Lavoro dignitoso e crescita economica

Revisione della carriera

Revisione piano carriera 2022			
Categoria collaboratori	**Numero collaboratori**	**Sesso**	**Revisione piano di carriera**
Livello A1	13	F	Assegnazione MBO
Livello A1	1	F	Variazione livello
Livello A1	3	F	Variazione RAL
Livello A1	14	M	Assegnazione MBO
Livello A1	5	M	Variazione RAL
Livello A1	3	M	Variazione ruolo
Livello B1	5	M	Assegnazione MBO
Livello B1	1	M	Variazione ruolo
Livello B1	3	F	Assegnazione MBO
Livello B1	1	F	Variazione ruolo
Livello B1	1	F	Variazione livello
Livello B2	14	F	Assegnazione MBO
Livello B2	1	F	Variazione RAL
Livello B2	3	F	Variazione ruolo
Livello B2	10	M	Assegnazione MBO
Livello B2	4	M	Variazione RAL
Livello B2	2	M	Variazione ruolo
Livello B3	3	M	Assegnazione MBO
Livello B3	1	M	Variazione ruolo
Livello B3	9	F	Assegnazione MBO
Livello B3	2	F	Variazione RAL
Livello B3	2	F	Variazione ruolo
Livello C1	3	F	Variazione RAL

Revisione piano carriera 2022			
Categoria collaboratori	**Numero collaboratori**	**Sesso**	**Revisione piano di carriera**
Livello C1	2	F	Trasformazioni stage/apprendistato
Livello C1	3	M	Trasformazioni stage/apprendistato
Livello C2	9	F	Assegnazione MBO
Livello C2	3	F	Variazione livello
Livello C2	8	F	Variazione RAL
Livello C2	1	F	Variazione ruolo
Livello C2	1	F	Trasformazioni stage/apprendistato
Livello C2	1	M	Assegnazione MBO
Livello C2	1	M	Variazione livello
Livello C2	1	M	Variazione RAL
Livello C3	5	M	Assegnazione MBO
Livello C3	1	M	Variazione livello
Livello C3	4	M	Variazione RAL
Livello C3	9	F	Assegnazione MBO
Livello C3	1	F	Variazione livello
Livello C3	2	F	Variazione RAL
Livello C3	1	F	Variazione ruolo
Dirigenti	1	F	Assegnazione MBO
Dirigenti	1	F	Variazione RAL
Dirigenti	2	M	Assegnazione MBO
Dirigenti	1	M	Variazione RAL

5 Appendice dati

Well Being

Abbiamo molto a cuore la capitalizzazione dei nostri talenti e desideriamo che ogni collaboratore abbia la possibilità di affermarsi e crescere in un contesto positivo e attento alle persone. Ecco le attività che abbiamo svolto per aumentare il benessere dei nostri collaboratori:

E-Counseling psicologico: abbiamo predisposto per tutti i nostri collaboratori cinque incontri gratuiti, su base volontaria, per una consulenza psicologica da un professionista.

Face2Face: nata come un'evoluzione della Rubrica Fra' di NOI, Face2Face consiste in una creazione di un video aziendale realizzato unendo vari brevi filmati dove i dipendenti di Connexia rispondevano alle seguenti domande: Come ti chiami? Come ti chiamano gli altri? Che ruolo ricopri in Connexia? Da quanto tempo sei in Connexia? Di cosa ti occupi (in 3 parole)? Cosa ti piace fare nel tempo libero? Elenca tre aggettivi che ti raccontano al meglio, Dove apriresti la prossima sede di Connexia? Che suggerimento vuoi dare al tuo collega? Connexia è per te...? Successivamente, è stato realizzato un video con il format dell'intervista doppia delle Iene (le coppie di colleghi scelte casualmente). Due volte al mese abbiamo dato visibilità dei video, inviati tramite DEM interna. Tutti i video sono archiviati su people.connexia.

Covid Kit: kit di mascherine chirurgiche e mini-gel igienizzante mani griffato Connexia.

Connexia Lab: è il gruppo Facebook dell'agenzia. Condividiamo idee e foto che ritraggono momenti della vita d'agenzia. È un laboratorio che abbiamo creato per migliorare costantemente il nostro modo di lavorare ed essere sempre informati sulle ultime tendenze in ambito digital, social e marketing.

Connexia Match: con l'obiettivo di aumentare l'empatia tra i collaboratori di Connexia è stato realizzato un programma che prevede, per due volte al mese, di incontrare per 15 minuti un collega scelto in maniera casuale per scambiare due chiacchiere.

Welcome KIT: ogni nuovo Connexiano, il primo giorno riceve un welcome KIT costituito da zaino, tazza, agenda, matita, maglietta/felpa tutto brandizzato Connexia, mascherine, gel igienizzante.

DEM: inviamo dem a tutti i collaboratori per comunicare compleanni, welcome on board, welcome back, recruiting, nascite, Switch Seat.

Convenzioni: sconti per i dipendenti Connexia presso bar e tavole calde nelle vicinanze degli uffici di via Panizza 7.

Convenzione Carta di credito: grazie agli accordi tra Retex Group e un istituto di credito possiamo usufruire di diversi vantaggi (Emissione e successivi rinnovi gratuiti, conto corrente personale, addebito delle spese dopo 45 giorni dalla data effettiva del pagamento, imposta di bollo gratuita con un risparmio annuo di 24 euro, pacchetto di servizi di assistenza e assicurazione aggiuntivi gratuiti ad esempio la protezione acquisti e l'assistenza viaggi, la possibilità di richiedere una carta aggiuntiva per familiari maggiorenni che costa solo 15 euro, anche per chi non è percettore di reddito.

TFR – ACCORDO PLURIMO: grazie a Retex Group abbiamo avviato una partnership con un fondo pensione aperto finalizzato all'erogazione di una pensione complementare. È vigilato dalla Commissione di vigilanza sui fondi pensione (COVIP).

PET POLICY: Pet Friendly Office - Connex-iamoci anche con il tuo PET! visti gli studi e ricerche scientifiche che attestano i numerosi benefici della presenza del proprio amico a quattro zampe sul luogo di lavoro, abbiamo deciso di diventare un pet – friendly work space! Infatti, per due volte a settimana è possibile portare il proprio animale domestico in ufficio.

Festa aziendale 7 settembre 2022 e 16 dicembre 2022 (con Retex group): per creare un momento di "team building" abbiamo organizzato due party per permettere la socializzazione in un ambiente libero e informale.

Foorban da giugno 2022: è un frigorifero intelligente che permette di avere un accesso privilegiato, a pochi passi dalla propria scrivania e dalla porta di casa, a prodotti freschi e di qualità pensati per le necessità di persone sempre più attente al proprio stile di vita.

Distributore di acqua naturale e frizzante: vista la nostra anima green, abbiamo installato nei nostri spazi aziendali distributori di acqua naturale e frizzante che, Insieme alle borracce Connexia, ci permette di non usare bicchieri usa e getta.

Welfare CCNL: a tutti i collaboratori in forza e a quelli che superano il periodo di prova, abbiamo elargito buoni welfare di 200€. Welfare legato al CCNL metalmeccanico.

Bonus una tantum per nascita, matrimonio, recruiting: per i nostri collaboratori offriamo bonus da 500€ lordi per la nascita di figli, per il matrimonio e per la segnalazione di un talento poi assunto in Connexia (Bonus Recruiting).

Fondo Metasalute: è il Fondo di Assistenza Sanitaria Integrativa per i lavoratori dell'Industria metalmeccanica.

Polizza sanitaria: Polizze sanitarie integrative per alcune figure apicali.

Babaco Market: abbiamo predisposto un accordo con Babaco Market per avere frutta fresca in ufficio da ottobre 2022.

Vaccino antinfluenzale: Quarantotto collaboratori hanno aderito all'iniziativa del vaccino antinfluenzale gratis in azienda.
Bonus "Inflazione": A tutti i collaboratori (compresi Stage) è stato erogato un bonus di 300€ tramite voucher.

Cambiamenti organizzativi: in Connexia siamo attenti al pensiero di tutti ed è per questo che, al fine di supportare la crescita d'agenzia e di ottimizzare flussi e team di lavoro, adottiamo un approccio di ascolto attivo. Lo facciamo attraverso workshop di gruppo e one to one (HR + Responsabile di riferimento + Collaboratore) (questionario qualitativo "Listen and Change" - Mappatura delle competenze, da parte del responsabile e autovalutazione da parte dei collaboratori), analisi dei risultati raccolti, presentazione nuova struttura, piani di crescita individuali, comunicazione interna tramite DEM Switch Seat.

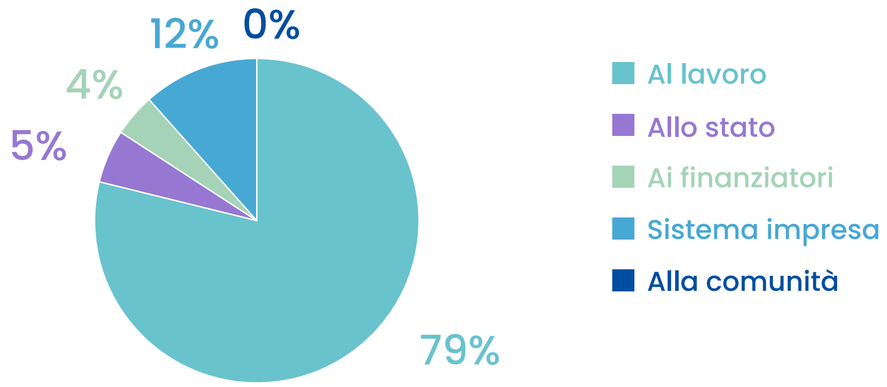
5 Appendice dati

SDG 8 - Lavoro dignitoso e crescita economica

Conto Economico riclassificato a valore aggiunto

Principio di competenza	31-12-2022	% fatturato	% valore aggiunto
Vendite Lorde	€ 23.985.859	98%	/
Altri Ricavi	€ 505.953	2%	/
Totale Proventi della Produzione	€ 24.491.812	100%	/
Costo merci	€ 53.977	0%	/
Costi di servizi ed altri costi d'esercizio	€ 13.673.942	56%	/
Totale costi della produzione	€ 13.727.919	56%	/
VALORE AGGIUNTO PRODOTTO	€ 10.763.893	44%	/
Saldo gestione straordinaria	€ 171.220	1%	/
VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO	€ 10.592.673	43%	/
Al lavoro	€ 8.385.763	34%	79%
Stipendi e contributi, TFR	€ 8.357.210	34%	79%
Investimenti in formazione	€ 28.553	0%	0%
Allo Stato	€ 537.496	2%	5%
Altre imposte (Ici, Ires, Irap, Bollo, rifiuti, ecc.)	€ 537.496	2%	5%
Ai Finanziatori	€ 430.919	2%	4%
Soci per la remunerazione del capitale versato	€ 108.073	0%	1%
Compensi a Soci Amministratori	€ 322.846	1%	3%
Altri finanziatori per remunerazione finanziamenti	€ -	0%	0%
Alla Comunità	€ 12.448	0%	0%
Iniziative sociali, attività didattiche e culturali,	€ 12.448	0%	0%
Sponsorizzazioni	€ -	0%	0%
Sistema Impresa	€ 1.226.047	5%	12%
Ammortamenti	€ 253.387	1%	2%
Accantonamento a riserva (legale e indivisibile L.59/92)	€ -	0%	0%
Utile portato a nuovo	€ 972.660	4%	9%
Totale	€ 10.592.673	43%	100%

Valore aggiunto distribuito



5 Appendice dati

SDG 10 - Ridurre le disuguaglianze

Connexia durante il periodo di rendicontazione non ha registrato alcun episodio di discriminazione e violazione della libertà associativa e di contrattazione collettiva.

Occupazione

Collaboratori 2022*										
Tipologia contrattuale**	<30	30-50	>50	Anzianità Aziendale Media	Full-time	Part-time	Indeterminato	Determinato	Laureati	Non laureati
Stage	13	0	0	0,45	13	0	/	/	13	0
Apprendista	12	1	0	1,4	13	0	13	0	13	0
Impiegato Livello D1	1	1	0	0,83	1	0	0	2	2	0
Impiegato Livello D2	1	2	1	2,03	2	2	1	3	3	1
Impiegato Livello C2	7	18	0	3,2	25	0	21	4	23	2
Impiegato Livello C3	6	19	2	4,84	28	0	26	1	23	4
Impiegato Livello B1	0	8	0	2,88	8	0	8	0	8	0
Impiegato Livello B2	2	25	1	3,89	28	0	26	2	25	3
Impiegato Livello B3	0	12	1	3,61	12	1	13	0	12	1
Impiegato Livello A1	0	24	3	7,25	26	1	27	0	25	2
Dirigente	0	2	1	4,83	3	0	3	0	3	0
Amministratore	0	0	1	26	1	0	0	0	1	0
Totale	42	112	10	5,52	160	4	138	12	151	13
%	26%	68%	6%	/	98%	2%	84%	7%	92%	8%

Amministratori (cda) 2022		
M	F	TOT
1	0	1
100%	0%	100%

Provenienza dipendenti

Nazionalità 2022		
Nazionalità	Totale numero collaboratori	% sul totale dei collaboratori
ITALIANA	159	95%
BIELORUSSA	1	1%
ECUADORIANA	1	1%
SPAGNOLA	1	1%
UCRAINA	1	1%
VENEZUELANA	1	1%

Collaboratori assunti dalla comunità locale 2022		
Domicilio	Totale numero collaboratori	% sul totale dei collaboratori
< 10 km dalla sede	109	66%
10km - 30km	29	18%
>30km	26	16%

Retribuzioni e forbici salariale

Forbice salariale 2022		
Stipendio minimo	Stipendio massimo	Forbice salariale
1.453,16	10.106,68	5,95

Differenza tra stipendio massimo e minimo aziendale 2022	
Categoria contrattuale	Variazione di stipendio
Apprendista	48%
Impiegato Livello D1	10%
Impiegato Livello D2	0%
Impiegato Livello C2	37%
Impiegato Livello C3	69%
Impiegato Livello B1	30%
Impiegato Livello B2	19%
Impiegato Livello B3	49%
Impiegato Livello A1	192%
Dirigente	33%

Diamo uno strappo alla Sclerosi Multipla - Janssen

Committente	Nome della campagna	Durata	Ore impiegate dai collaboratori di Connexia	Membri di Connexia coinvolti
Janssen Italia. Pharmaceutical Company of Johnson&Johnson	The SM-art Collection	gennaio-dicembre 2022	2.462	20

5 Appendice dati

SDG 13 - Agire per il clima

Conai

Committente	Nome della campagna	Durata	Attività svolte	Ore impiegate dai collaboratori di Connexia	Membri di Connexia coinvolti
Conai	Rinascimento per l'ambiente - Con l'arte del riciclo, l'imballaggio diventa capolavoro	giugno-agosto 2022	Realizzazione di una campagna digital che racconta l'importanza dell'essere umano in relazione al mondo che abitiamo e all'ambiente che abbiamo il dovere di proteggere. Acciaio, alluminio, carta, legno, plastica, bioplastica e vetro: sono tutti materiali che, se riciclati correttamente, possono avere una nuova vita. Connexia si è occupata dello sviluppo del concept creativo, della produzione del branded content a episodi e dell'allestimento di una mostra fisica durante il Meeting per l'amicizia fra i popoli di Rimini.	157	5

Biorepack

Committente	Nome della campagna	Durata	Attività svolte	Ore impiegate dai collaboratori di Connexia	Membri di Connexia coinvolti
Consorzio Biorepack	The Bioplastic Garden	luglio- dicembre 2022	Realizzazione di una campagna integrata (TV, digital, radio, stampa) per comunicare il Consorzio Biorepack e presentare le bioplastiche compostabili. Connexia si è occupata della strategia media, dello sviluppo del concept creativo, della produzione e della delivery media.	500	10

Acquisto carta

Acquisto carta 20-21-22	
Anno	Euro
2020	548
2021	191
2022	191,5

Energia

Fonte di energia	Consumo totale in Kwh
100% rinnovabile	393.276

Questionario Stakeholder Engagement 2022 - Dettaglio delle domande poste agli stakeholder durante il processo di stakeholder engagement

Sostenibilità ESG

Su una scala da 1 a 5 (dove 1 significa per nulla familiare e 5 totalmente familiare), quanto sei familiare con i temi di Sostenibilità, Responsabilità Sociale di Impresa e ESG?

Temi di impatto e sostenibilità

- Su una scala da 1 a 5 (dove 1 significa "per nulla rilevante" e 5 significa "totalmente rilevante") quanto ritieni rilevante ognuno dei seguenti temi di impatto relativamente a Connexia e ai suoi valori?
- Rispetto agli item precedenti, qual è il tema che ritieni più rilevante relativamente a Connexia e ai suoi valori?
- Quali altri temi legati alla sostenibilità, non menzionati nell'elenco precedente, ritieni rilevante aggiungere in merito a Connexia e ai suoi valori?
- Su una scala da 1 a 5 (dove 1 significa "per nulla" e 5 "totalmente"), quanto vicino percepisci Connexia rispetto a Sostenibilità, Responsabilità Sociale di Impresa e ESG?
- Saresti disponibile ad approfondire le precedenti tematiche con Connexia?
- Per migliorare la relazione tra Connexia e la categoria di stakeholder che tu rappresenti, ritieni che la relazione debba essere

Connexia Società Benefit

• Sapevi che Connexia è Società Benefit?
• Hai avuto l'opportunità di leggere il nostro Report di impatto 2021?
• Quali suggerimenti relativi ad azioni ambientali e sociali desideri comunicarci per migliorare la sostenibilità in Connexia?

Sostenibilità nella tua azienda (sezione prevista per alcune categorie di stakeholder)

• La tua azienda è società benefit o B-Corp?
• La tua azienda ha qualche altra certificazione lato sostenibilità?
• Siete soliti redigere un report d'impatto o un report di sostenibilità?

Quali sono le azioni più rilevanti in campo ESG che portate avanti? (se non ne sei a conoscenza o la tua azienda non mette in atto nulla, scrivi Non so)