

RELAZIONE D'IMPATTO 2024

AWorld Srl Società Benefit

INDICE

Introduzione.....	1
Vision.....	1
Mission.....	1
Chi Siamo.....	1
Il nostro manifesto.....	1
Come può una persona fare la differenza?.....	1
Metodologia: Standard VSME.....	3
Matrice di Materialità.....	4
Highlights d'impatto positivo 2024.....	8
Impatti energetici e climatici legati a prodotti e servizi offerti (E-Environment).....	9
Impatto dello sviluppo e mantenimento dell'App AWorld e degli altri prodotti digitali dell'azienda.....	10
Infrastruttura digitale di AWorld srl SB.....	10
Consumi elettrici dell'infrastruttura digitale e conseguente impatto climatico.....	11
Impegni futuri.....	12
Impronta carbonica aziendale di AWorld Srl SB.....	13
Consumi elettrici ed emissioni di GHG (Scope 2).....	13
Consumi elettrici legati all'infrastruttura digitale serverless.....	13
Consumi elettrici legati al lavoro da remoto degli AWorlders.....	13
Consumi elettrici legati agli uffici di AWorld (Torino & Milano).....	13
Consumi totali e emissioni di GHG (Scope 2).....	14
Viaggi di lavoro, percorsi casa-lavoro e telelavoro (Scope 3).....	14
Viaggi di lavoro (business travel).....	15
Percorsi casa-lavoro e telelavoro (employee commuting).....	16
L'App di AWorld come strumento di mitigazione del cambiamento climatico (Scope 4).....	17
Economia circolare: arredamento ufficio e recupero PC aziendali.....	18
Gestione aziendale, organizzazione e processi (G-Governance).....	19
Organigramma piatto.....	19
Governance solida e organizzazione per processi.....	20
Modello di business (strumento di stakeholder engagement per le aziende).....	21
Composizione del Consiglio di Amministrazione (CdA).....	22
Investimenti Innovativi: Innovazione al servizio della sostenibilità.....	23
Anti-corrruzione (whistleblowing).....	24
Privacy e gestione dati degli utenti.....	24
Impatto sociale su stakeholder e comunità di AWorld (S-Social).....	26
Comunità: la nostra forza e il nostro obiettivo.....	26

Comunità digitale (userbase).....	26
Evento per Giornata Mondiale della Terra.....	27
Green Friday.....	29
Coinvolgimento di studenti e scuole.....	29
Partnership con Nazioni Unite.....	29
Partnership con il Patto Europeo per il Clima (DG Clima).....	30
Le Aziende: moltiplicatori d’impatto positivo.....	31
Altre collaborazioni con organizzatori di grandi eventi sportivi e aziende.....	34
Forza Lavoro.....	35
Il nostro modo di lavorare libero.....	35
Contratti equi e benefit concreti.....	36
Parità di genere come scelta naturale tra gli AWorlders.....	36
Formazione continua, consapevolezza condivisa.....	37
Ascoltare per prenderci cura: voce agli AWorlders.....	38
Impegno per la Prevenzione delle Discriminazioni e la Promozione dell’Inclusione.....	40
Training e formazione.....	41
Pubblicazioni Scientifiche e position paper.....	42
Obiettivi Raggiunti nel 2024.....	43

Introduzione

Vision

AWorld, dove vivere in modo sostenibile diventa istintivo.

È questa la nostra visione di futuro, e ogni nostra azione serve a realizzarla. Un obiettivo ambizioso che ci spinge sempre oltre, per raggiungere più persone e creare un impatto sempre maggiore.

Mission

Generare un impatto positivo sul Pianeta attraverso il coinvolgimento di persone e organizzazioni per agire subito. Questo è ciò che ci impegniamo a raggiungere giorno dopo giorno.

Chi Siamo

Nata nel 2019, AWorld è la più avanzata piattaforma digitale che guida le persone verso stili di vita più sostenibili (dalle buone pratiche sociali e ambientali a quelle personali, come il benessere psico-fisico), coinvolgendo dipendenti, consumatori, cittadini e studenti.

Il nostro obiettivo è ispirare, responsabilizzare e coinvolgere le persone per rendere il mondo un posto migliore.

Il nostro manifesto

Come può una persona fare la differenza?

La crisi ambientale può sembrare una sfida troppo grande, e il singolo gesto troppo piccolo per salvare le condizioni del Pianeta che ci permettono la vita. Ma non è così. In ognuno di noi risiede il potere del cambiamento.

Ognuno di noi può agire ogni giorno per creare un impatto positivo. E quando si sommano tante azioni individuali di tante singole persone, si ottiene un impatto enorme. Insieme, possiamo fare davvero la differenza.

Il cambiamento è nelle nostre mani! Quando agiamo come individui uniti, diventiamo più forti, più influenti. Diventiamo una forza di cambiamento.

AWorld unisce le persone, condivide conoscenza e la trasforma in azione concreta. Stiamo creando un mondo dove fare scelte migliori per il nostro Pianeta diventa naturale. Un mondo dove il potere collettivo delle persone amplifica il cambiamento positivo ogni giorno.

La conoscenza è la nostra voce. L'azione è la nostra forza. Insieme è come vinciamo. Unisciti a noi.

Metodologia: Standard VSME

La scelta metodologica che abbiamo adottato per la stesura della presente Relazione d'Impatto, in quanto Società Benefit, si inserisce in un contesto di evoluzione normativa e di sviluppo dei *framework* di rendicontazione della sostenibilità. In questo scenario, abbiamo deciso di orientarci verso l'adozione dello **Standard VSME (Voluntary Sustainability Microenterprise Standard)**, un framework semplificato elaborato da EFRAG per la rendicontazione delle informazioni ESG da parte delle PMI non quotate.

Questa decisione è stata guidata da due principali aspetti:

- La transizione dai principali framework di sostenibilità (GRI ed ESRS) abbracciati nello VSME. Questo passaggio consente di **adottare uno standard scientifico ma semplificato per le caratteristiche delle PMI** rispondendo in modo efficace alle esigenze di investitori e *stakeholder*.
- Uno degli aspetti più rilevanti del VSME è l'eliminazione dell'analisi di doppia materialità obbligatoria, sostituita dal principio "If Applicable". Questo significa che le aziende devono rendicontare solo sulle tematiche di sostenibilità pertinenti alla propria realtà, evitando un onere eccessivo di analisi. Usando il principio "if applicable" abbiamo perciò **ripetuto l'analisi di materialità** (senza considerarla doppia, quindi senza gli aspetti finanziari), già approcciata nella Relazione d'Impatto 2023.

Il VSME, rappresentando uno strumento innovativo per la rendicontazione della sostenibilità nelle PMI non quotate, ci è sembrato il giusto *framework* da cui prendere spunto per stilare la Relazione d'Impatto di un'azienda giovane e digitale come AWorld. VSME è stata la nostra *north star* accompagnata da un peculiare *storytelling* che ci permettesse di raccontare AWorld srl SB per com'è: per l'unicità dell'azienda che siamo, del modello di business e dell'impatto positivo che generiamo.

Matrice di Materialità

Nel Q3/Q4 2024 AWorld srl SB ha iniziato a subire le conseguenze della contrazione di mercato a seguito di molteplici driver, tra cui i nuovi contesti geopolitici e le nuove normative di sostenibilità (es: CSRD). Se un eccesso normativo aveva canalizzato i budget di sostenibilità verso quanto richiesto per legge, l'arrivo del pacchetto OMNIBUS ha solo confuso ulteriormente le intenzioni dei buyer dei servizi, come quello offerto da AWorld srl SB. Per questo motivo abbiamo colto l'opportunità della stesura della matrice di materialità del 2024 per la definizione dei temi materiali (o "if applicable") e di conseguenza capire, anche dal confronto con i nostri stakeholder, come navigare questi tempi incerti.

Per la definizione della matrice di materialità 2024/2025 abbiamo deciso di dare uguale peso a tutti gli stakeholder chiave, suddivisi come segue:

- Dipendenti
- Investitori & Shareholder
- Clienti
- Fornitori & Partner

La rilevanza dell'impatto, da trascurabile (1) a molto rilevante (5), che ognuno di questi gruppi di stakeholder ha dato ai temi identificati come materiali dall'azienda (e riportati di seguito) è stata mediata (prima intra gruppo e poi inter gruppi) per essere poi plottata in un grafico a bolle (vedi sotto) contro la rilevanza data dal Consiglio di Amministrazione di AWorld (composto da 5 membri, inclusi il Presidente Marco Armellino e l'Amministratore Delegato Alessandro Armillotta).

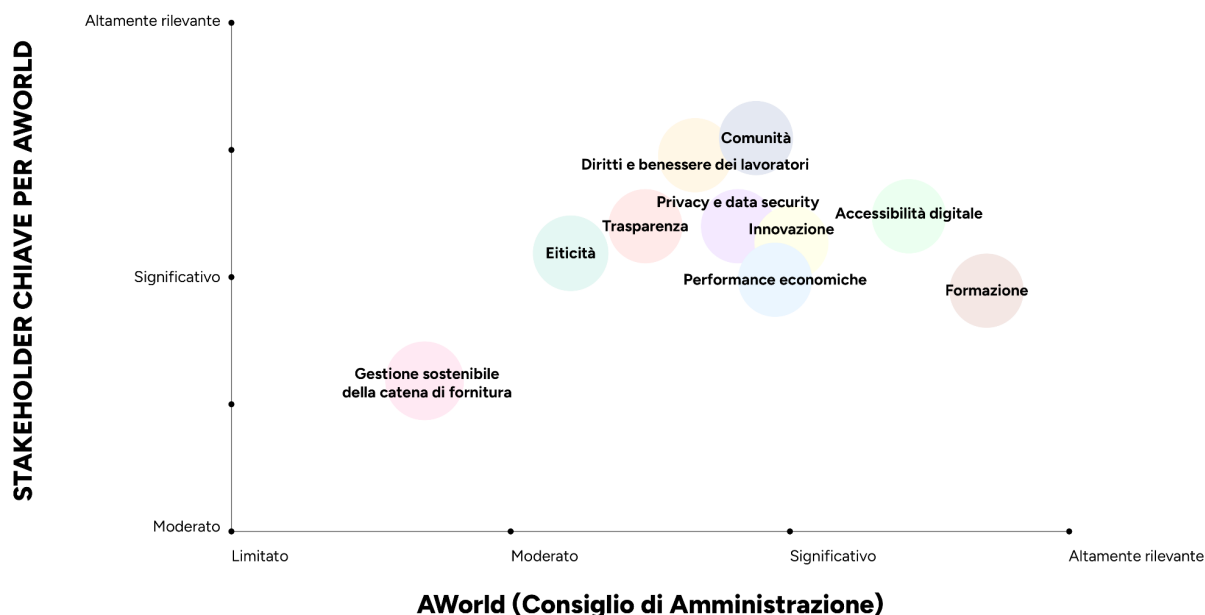
I temi identificati come materiali per AWorld nell'anno 2024, sono i seguenti:

- Accessibilità digitale
- Comunità (creare una comunità di persone che vivono in maniera più sostenibile)
- Diritti e benessere dei lavoratori
- Eticità (offrire una proposizione di valore etica)
- Formazione (dei dipendenti, dei fondatori, degli utenti dell'App AWorld)

- Gestione sostenibile della catena di fornitura (selezione di partner & fornitori più sostenibili)
- Innovazione
- Performance economiche
- Privacy e data security
- Trasparenza (comunicare con trasparenza sia internamente che esternamente).

È importante ricordare che gli altri temi di sostenibilità (es: impatto ambientale delle *operations* di AWorld srl SB) sono e rimangono importanti per AWorld per dimostrare coerenza tra quello che divulghiamo e quello che facciamo internamente; per questo sono comunque rendicontati in questa relazione d'impatto 2024.

La matrice di materialità, in quest'anno specifico di particolare incertezza nel mercato della sostenibilità, come già detto sopra, ha avuto lo scopo di informare il Consiglio di Amministrazione di AWorld srl SB sul peso dato dai diversi *stakeholder* sui temi più rilevanti nello specifico momento in cui l'analisi di materialità è stata effettuata (fine 2024).



I temi materiali sono stati identificati sulla base della media tra le valutazioni di importanza attribuite da tutti gli stakeholder e quelle espresse dal Consiglio di Amministrazione di AWorld Srl SB. Le etichette corrispondono alle seguenti aree tematiche richieste.

Accessibilità digitale	Importanza dell'accessibilità dell'App AWorld a persone con disabilità fisica cognitiva
Comunità	Continuare a creare valore per la comunità
Diritti e benessere dei lavoratori	Importanza che i/le dipendenti e collaboratori/trici vengano rispettati con uno stipendio dignitoso
Diritti e benessere dei lavoratori	Importanza di garantire il rispetto del work-life balance e la valorizzazione delle persone dipendenti e collaboratrici attraverso percorsi di formazione e crescita.
Diritti e benessere dei lavoratori	Importanza di mantenere un adeguato <i>gender balance</i> tra i/le dipendenti e collaboratori/trici di AWorld
Eticità	Dare priorità al mantenimento dei posti di lavoro anche a discapito del risultato economico, ferma restando la salvaguardia della sostenibilità finanziaria dell'azienda
Eticità	Mantenimento degli standard etici aziendali anche a costo della riduzione della redditività aziendale
Eticità	Allineamento tra quanto promesso alle aziende clienti in fase di vendita e quanto effettivamente ottenuto dalle stesse con l'utilizzo del prodotto
Formazione	Quanto è importante che la piattaforma AWorld ampli l'offerta educativa, dai temi di sostenibilità ambientale e sociale ad altre

	tematiche
Formazione	Raccolta dati di impatto e abitudini degli utenti finalizzata al suggerimento personalizzato di contenuti educativi e comportamenti sostenibili tramite AI
Gestione sostenibile della value-chain	Richiesta di informazioni ai fornitori per valutarne l'allineamento con il Codice Etico e la mission aziendale di AWorld
Gestione sostenibile della value-chain	Esclusione dei fornitori che non superano i controlli relativi alle buone pratiche di sostenibilità ambientale e sociale adottate nel loro modello di business.
Innovazione	Sviluppo di nuove funzionalità dell'app AWorld per promuovere, incentivare ed educare sui temi della salute, del benessere e della sostenibilità individuale.
Innovazione	Quanto è rilevante l'utilizzo di meccanismi di gamification avanzata all'interno del prodotto per mantenere alto il coinvolgimento quotidiano degli utenti e stimolare l'educazione e il miglioramento del loro impatto?
Innovazione	Sviluppo di un ambiente innovativo e in continua evoluzione con l'obiettivo di stimolare la creazione di nuovi prodotti e servizi digitali competitivi sul mercato in linea con la mission e la vision di AWorld ma non necessariamente rivolti all'engagement degli individui
Performance economiche	Allineamento del prodotto AWorld e della reportistica generata ai principali standard e framework internazionali per la rendicontazione ESG.
Performance economiche	Quanto reputi importante che l'azienda preveda e gestisca il rischio di cambiamenti di mercato e conseguente calo di interesse per il prodotto?

Privacy e data security	Attenzione su data security e privacy
Trasparenza	Ascolto continuo degli utenti e dei clienti al fine di migliorare il prodotto
Trasparenza	Rischio di <i>greenwashing</i> tramite comunicazioni fraintendibili e/o non trasparenti
Trasparenza	Trasparenza sull'impatto ambientale e sociale positivo e negativo delle operazioni aziendali di AWorld
Trasparenza	Trasparenza su processi e decisioni interne per preservare il senso di appartenenza, responsabilità e partecipazione di dipendenti e collaboratori/trici
Trasparenza	Mitigazione del rischio reputazionale aziendale attraverso processi di <i>due diligence</i> nella selezione di clienti e partner

Pensiamo che questa matrice di materialità possa informare l'azienda AWorld srl SB finché non ci sarà la necessità e volontà del Consiglio di Amministrazione di rifarla.

Highlights d'impatto positivo 2024

Dalla nostra fondazione, abbiamo reso possibili oltre 24 milioni di azioni positive per il Pianeta, collaborato con più di 110 organizzazioni a livello globale e continuiamo a impegnarci per essere una guida digitale alla sostenibilità, gratuita e accessibile a tutte e tutti.

- Co-organizzazione di [Giornata della Terra](#) (28.000 persone coinvolte, di cui 10.000 al concerto serale e 18.000 alle attività diurne, 90+ speaker coinvolti)
- AWorld 2.0: +22,1% di utenti nel 2024 rispetto al 2023 più aumento retention utenti.
- Progetti di rilievo sui consumatori: Electrolux & Levissima
- Sfide per gli Ambasciatori del Patto Europeo per il clima (1979 persone coinvolte)
- Green Friday (sensibilizzazione contro gli acquisti compulsivi del black friday nel quartiere del nostro ufficio a Torino)

- Partecipazione a eventi di rilievo come World Economic Forum, Sustainability Week Londra, New York Climate Week
- Organizzazione di due masterclass in collaborazione con Fondazione Feltrinelli (tema Acqua e tema Green Jobs)
- Collaborazione con Illuminem attraverso la pubblicazione di 6 articoli volti a condividere il nostro punto di vista sulla sostenibilità e i modelli B2B sviluppati da AWorld.

Impatti energetici e climatici legati a prodotti e servizi offerti (E-Environment)

Le sfere di principale impatto ambientale delle operations di AWorld sono le seguenti:

- Viaggi di lavoro internazionali (impatto climatico dei voli);
- Sviluppo e mantenimento dell'infrastruttura digitale;
- Consumo energetico dei computer del Team da remoto o negli uffici;
- Percorsi casa-lavoro.

I viaggi di lavoro e i tragitti casa-lavoro dipendono in larga parte dalle scelte di mobilità individuali dei dipendenti di AWorld o da cause di forza maggiore (ad esempio, alcuni spostamenti sono possibili, nei tempi richiesti, solo in aereo). Per le altre due categorie, le principali leve di decarbonizzazione riguardano l'efficientamento energetico e la riduzione dei consumi.

In AWorld srl SB siamo consapevoli che, nella scala globale, le tecnologie digitali sono responsabili dell'8-10% dell'energia consumata e il 2-4% della quantità di gas a effetto serra (GHG) di origine antropica (Fonte: [Commissione Europea](#)), risultando il "quarto stato" a più alto impatto sul cambio del clima. Per questa ragione le nostre operations digitali, sin dalla fondazione di AWorld, sono estremamente attenzionate.

Nel 2024, questo impegno è stato formalizzato grazie a due politiche dedicate ad azioni di efficientamento e risparmio energetico, con conseguente formazione interna (tramite newsletter) e obiettivi futuri per migliorarci sempre più. Queste politiche ci permetteranno di essere compliant anche ad un commitment definito nella compilazione dell'UN Global Compact Communication on Progress (CoP) 2024 in cui avevamo definito che, entro i due anni successivi, sarebbero state prodotte politiche dedicate alla riduzione di impatto ambientale delle operations aziendali sui temi "Energy & Resource Use" e "Climate Change".

In questa Relazione d’Impatto, i temi relativi ai consumi elettrici e all’impronta carbonica sono trattati congiuntamente, poiché strettamente interconnessi: i primi rappresentano una delle principali fonti della seconda. Partendo dal principio che non si può gestire ciò che non si misura, abbiamo avviato il percorso con una serie di analisi e riflessioni, sia qualitative che quantitative.

Impatto dello sviluppo e mantenimento dell’App AWorld e degli altri prodotti digitali dell’azienda

L’App AWorld è il nostro principale prodotto ed educa alla sostenibilità tramite un approccio gamificato e pratico. Per questo motivo, ci siamo sempre impegnati a fare in modo che l’impronta dell’infrastruttura digitale, che permette la fruizione dell’App ma anche agli altri prodotti digitali di AWorld (webview, integrazioni e dashboard), sia quanto più leggera possibile.

Infrastruttura digitale di AWorld srl SB

Dalla sua istituzione, l’App di AWorld e gli altri prodotti digitali proprietari hanno un’architettura *serverless* basata su AWS Lambda, AppSync e DynamoDB. Le architetture *serverless* riducono il consumo energetico e i costi in quanto ottimizzano l’uso delle risorse *cloud* e si adattano dinamicamente alla domanda, in opposizione ai server dedicati (approccio tradizionale) che consumano energia di continuo, anche quando i carichi di lavoro sono fluttuanti; è come se fossero sempre utilizzati anche quando lo strumento digitale che alimentano non lo è.

Un’architettura *serverless* tende a essere più efficiente rispetto a infrastrutture tradizionali con server dedicati per diversi motivi. Il mantenimento di questa tipologia di infrastruttura è considerata più efficiente e altre migliorie sono sempre necessarie per puntare a minimizzare l’impatto ambientale che i prodotti digitali hanno sull’ambiente.

La scelta del *provider* dell’infrastruttura digitale *server-less* ha portato a delle considerazioni costi-benefici tecnici, tenendo in considerazione anche la minimizzazione dell’impatto ambientale. Abbiamo provato a scegliere il miglior *provider*, trovando in AWS un *player* che:

- alimenta i propri server con 100% energia rinnovabile da progetti eolici e solari su larga scala. AWS supporta queste reti attraverso l’acquisto di attributi ambientali, come certificati di energia rinnovabile e **Garanzie di Origine**, in linea con la Metodologia di AWS sulle Energie Rinnovabili. La composizione energetica di alimentazione dei server di AWS è stata confermata da un audit indipendente.

- AWS riporta un'infrastruttura fino a **4,1 volte più efficiente dal punto di vista energetico** rispetto alle soluzioni *on-premises* e può ridurre l'impronta di carbonio dei carichi di lavoro fino al 99%.
- **AWS riporta una riduzione dei consumi idrici del 41%**, a partire dalla fine del 2023, per il raffreddamento dei *data-center* e ha l'ambizioso obiettivo di diventare *water positive* entro il 2030 (più dettagli [qui](#)).

AWorld srl SB si impegnerà a fare dei controlli periodici per valutare il raggiungimento dell'obiettivo con richieste di documentazione al servizio clienti AWS, qualsiasi divergenza si dovesse presentare. In caso in cui gli impegni presi da AWS sulle tematiche ambientali dovessero non essere raggiunti o nuove informazioni pervenute al Team di Sostenibilità di AWorld dovessero non essere in linea con le informazioni in possesso nel presente (2024), si valuterà un possibile cambio del fornitore.

Consumi elettrici dell'infrastruttura digitale e conseguente impatto climatico

Per l'annualità di riferimento (2024), il consumo elettrico del cloud AWS Lambda è stato pari a 421,45 kWh. I server vengono utilizzati in modalità discontinua (serverless), contribuendo così a uno Scope 2 ridotto. Per maggiori dettagli, si rimanda al capitolo dedicato all'impronta carbonica aziendale.

Nel 2024, i consumi sui server AWS Lambda sono stati in costante discesa nel Q1 e Q2 fino al periodo di transito da Q3 a Q4 in cui, con il rilascio di AWorld 2.0 e il conseguente aumento significativo degli utenti (+22,1%), i consumi sono stati più alti; sono poi scesi nuovamente nel Q4. Considerando l'infrastruttura serverless costituita prevalentemente da servizi managed con AWS Lambda, AppSync, DynamoDB, per il 2024 abbiamo calcolato i seguenti consumi nell'anno di riferimento e nel precedente.

Voce	Dato
Consumo totale stimato 2023	360,22 kWh

Consumo totale stimato 2024	421,45 kWh
Variazione consumo totale	+17,2%

Misure di efficientamento sono sempre state perseguite e continueranno a essere perseguite da AWorld per un doppio tema di sostenibilità ambientale ed economica. Per questo, AWorld srl SB nel 2024 si è impegnata a definire le best practices adottate negli anni (es: infrastruttura server-less) ma anche quelle ottimizzate di anno in anno.

Nel 2024 grande attenzione è stata dedicata all'efficientamento del database, da AWS Aurora PostgreSQL a una soluzione analitica ottimizzata, Tinybird / ClickHouse, e all'ottimizzazione dei processi di estrazione, trasformazione e caricamento dei dati su piattaforme terze su cui eseguiamo analisi di performance dei progetti di AWorld.

Questi sforzi sono ben definiti nella politica aziendale "[Impegno continuo nell'efficientamento dell'infrastruttura digitale](#)" che ha lo scopo di chiarire la visione, la strategia e le azioni di efficientamento dell'infrastruttura digitale. La politica inquadra il problema e chiarisce come AWorld Srl SB si è impegnata nel 2024 in termini di gestione delle risorse cloud e di gestione dei database. Nel 2023, abbiamo misurato un consumo pro capite (per ogni singolo utente) di 0,00050 kWh, mentre nel 2024 siamo scesi a 0,00048 kWh con una variazione del consumo elettrico dell'infrastruttura digitale per utente del -4%. Nell'annualità di riferimento (2024) l'utilizzo energetico dell'infrastruttura e, di conseguenza, i costi sono stati mantenuti sotto controllo, risultando proporzionati alla crescita dell'utenza. I dati dimostrano che, nonostante il maggiore carico sulla piattaforma, non abbiamo subito aumenti sproporzionati dell'elettricità consumata e, di conseguenza, nei costi, grazie all'attuazione di azioni pianificate ad hoc e riportate nella politica.

Nonostante l'aumento continuo degli utenti, che prevediamo anche per il 2025, ci impegniamo a mantenere il consumo elettrico per utente estremamente contenuto, con un obiettivo per il 2025 di un consumo energetico per utente del 2% rispetto all'anno precedente (2024).

La politica potrebbe subire dei rinnovi successivi all'anno di prima pubblicazione (2024) per tenere traccia di tutte le nuove tecnologie e ottimizzazioni dell'infrastruttura digitale eseguite dal Team IT, con la supervisione del Team di Sostenibilità.

Ci impegniamo a tener sempre monitorate le iniziative di AWS Lambda e dei nostri altri fornitori, impegnandoci in prima linea a sviluppare e mantenere l'infrastruttura digitale di AWorld al minimo dei consumi e al massimo delle attenzioni.

Impegni futuri

Continueremo a ottimizzare l'efficienza del nostro cloud e, al raggiungimento di un milione di utenti attivi sull'app AWorld, valuteremo la necessità di stimare il consumo elettrico generato dall'utilizzo della piattaforma. Tale stima si baserà sul tempo medio trascorso da un utente sull'app e sull'energia (in kWh) consumata dal dispositivo elettronico utilizzato per accedervi, rapportata a tale unità di tempo, al fine di calcolarne il consumo durante la fase di ricarica.

Impronta carbonica aziendale di AWorld Srl SB

L'impatto che, come AWorld, abbiamo sul cambio del clima è legato alle due categorie di consumo elettrico (server usati dall'App AWorld e dalla sua infrastruttura generale e nostri computer) e viaggi (di lavoro e nei percorsi casa-lavoro).

Poiché AWorld Srl SB sviluppa prodotti digitali e ne commercializza le licenze d'uso come modello di business, il suo impatto carbonico può essere identificato come impronta di carbonio digitale. L'impronta di carbonio digitale si riferisce all'impatto ambientale delle tecnologie digitali e delle attività online, comprese le emissioni di gas a effetto serra (GHG) e il consumo di energia associato all'uso e al funzionamento di dispositivi, reti e servizi digitali.

Consumi elettrici ed emissioni di GHG (Scope 2)

Consumi elettrici legati all'infrastruttura digitale serverless

Nonostante le misure di efficientamento dell'infrastruttura digitale serverless per l'annualità di riferimento (2024), il consumo elettrico del cloud di AWS Lambda è stato di 421,45 kWh/anno. Come riportato nella sezione dedicata alla descrizione dell'infrastruttura digitale e del suo efficientamento, l'infrastruttura IT di AWorld srl SB è alimentata da 100% energia rinnovabile in linea con la Metodologia di AWS sulle Energie Rinnovabili. La composizione energetica di alimentazione dei server di AWS è stata confermata da un audit indipendente.

Consumi elettrici legati al lavoro da remoto degli AWorlders

Il nostro lavoro procede per gran parte del tempo (mediamente 3 giorni a settimana) da remoto, consumando elettricità totale, stimata considerando dal consumo medio di un computer portatile per dipendente, di **448 kWh/anno**. Seguendo il framework di rendicontazione dell'EFRAG VSME e per riferimento (by reference) in GreenHouse Gas (GHG) Protocol e gli European Sustainability Corporate Standard (ESRS) queste emissioni andranno considerate in Scope 3 insieme alla categoria "employee commuting".

Consumi elettrici legati agli uffici di AWorld (Torino & Milano)

Nel Febbraio 2024 AWorld ha preso in affitto un ufficio nel cuore di Torino, definendo un suo quartier generale (HQ). L'elettricità consumata, tra illuminazione dei locali e alimentazione elettrica dei computer, per il lavoro dei vari team del nostro ufficio Torinese per l'anno di riferimento, secondo bollette del nostro fornitore, corrisponde a **1.744 kWh/anno**. Il riscaldamento non è incluso, poiché l'ufficio è in affitto, e per il 2024 i dati sono stati forniti dai proprietari unicamente in termini di costo stimato. Non disponendo del dato reale sul consumo di gas per il riscaldamento né di un fattore di emissione adeguato (che colleghi il costo all'impatto carbonico), per quest'anno i consumi dell'ufficio di Torino includono esclusivamente l'elettricità. La fornitura elettrica dell'ufficio è garantita da Iren s.p.a. che, tramite un certificato proprietario, testimonia **un'elettricità prodotta fonti 100% rinnovabili**. Gli sforzi effettuati fino ad ora non ci hanno permesso di recuperare il Certificato d'Origine della fonte energetica; continueremo ad impegnarci durante il 2025 per raggiungere una maggior trasparenza sulla tipologia di fornitura elettrica dell'ufficio di Torino.

Un calcolo simile è stato realizzato anche sull'ufficio di Milano (*Regus*) il cui consumo medio giornaliero, stimato per un ufficio di 12 m², varia approssimativamente tra 5 e 8 kWh/giorno. Considerando che il team AWorld con sede a Milano ha utilizzato l'ufficio in media 2 giorni a settimana, si stima un consumo di **500 e 800 kWh/anno**, al netto delle due settimane di chiusura aziendale.

Mediati e sommati, AWorld srl SB per le sue operazioni digitali svolte nelle sedi dei suoi uffici ha consumato, nel 2024, **2.394 kWh/anno**.

Consumi totali e emissioni di GHG (Scope 2)

Il totale dei consumi elettrici per il 2024 è stato di **3.263,45 kWh/anno** (considerando anche il lavoro da remoto). Il rispettivo **Scope 2 market-based** deve essere calcolato solo considerando la quota elettrica consumata dal consumo dell'ufficio Milanese non alimentato, per ora, da energia rinnovabile certificata. Se l'alimentazione, come nel caso del **cloud AWS Lambda con Certificato d'Origine (CdO) e dell'ufficio di Torino (con autodichiarazione Iren) è 100% basata su fonte rinnovabili**, allora queste potenziali fonti emissive sono pari a zero.

Scope 2 (market-based): 650 kWh/anno che, considerando i fattori di emissioni ufficiali Italiani (Fonte: ISPRA), ha rilasciato in atmosfera **190,45 kg di CO2/anno**.

Scope 2 (location-based): 3.264 kWh/anno (arrotondando per eccesso, usando l’approccio conservativo) che, considerando i fattori di emissione ufficiali Italiani (Fonte: ISPRA), ha rilasciato in atmosfera **825,1 kg di CO2/anno**.

Questi dati escludono il riscaldamento dell’ufficio, in quanto i dati a nostra disposizione sono delle previsioni di costo.

Viaggi di lavoro, percorsi casa-lavoro e telelavoro (Scope 3)

La Relazione d’Impatto 2023 riportava i dati di gas a effetto serra (GHG) inerenti alle due categorie, come definite da VSME e per referencia (by reference) dal GHG Protocol, di *Scope 3: business travel* ed *employee commuting*. **Questa scelta si basa sul fatto che queste sono le due categorie a più alto impatto per AWorld srl SB, come dimostrato anche dal calcolo di Scope 2, fatto per la prima volta quest’anno.** Di conseguenza, per il 2024 abbiamo ricalcolato le due categorie descritte nei paragrafi seguenti, adottando un approccio più *data-informed* per l’analisi dell’*employee commuting*. All’inizio del 2024, infatti, l’App AWorld si è dotata di una nuova *feature*: un algoritmo in grado di tracciare automaticamente le scelte di mobilità (mezzo e distanza), e noi non potevamo di certo non essere i primi utilizzatori della nuova funzionalità.

Viaggi di lavoro (business travel)

Complessivamente, nell’anno 2023, per ragioni lavorative il team di AWorld ha preso **31 voli e 559 treni** (regionali e ad alta velocità).

Nella Relazione d’Impatto 2023 ci impegnavamo a ridurre l’impatto ambientale-climatico di questa categoria e così è stato fatto. Abbiamo misurato una **riduzione del 65%** (31 voli nel 2024 versus 87 voli nel 2023) **nell’utilizzo dell’aereo** a favore di **spostamenti in treno che sono aumentati del 6.7%** (559 treni presi nel 2024 rispetto ai 519 presi nel 2023).

L’impatto sul cambiamento climatico per le scelte di mobilità per trasferte e viaggi aziendali: partecipazione ad eventi, opportunità di speech e networking, incontro con clienti, partner e fornitori corrisponde a **ca. 12,46 tonnellate metriche di CO2 equivalente o emissioni di gas a effetto serra (GHG)**. Di seguito le emissioni di CO2 equivalente (kg) aziendali, prodotte dalla suddetta categoria d’impatto, divise per mezzo utilizzato:

Mezzo di trasporto	Emissioni CO2 equivalente (kg)

Aereo	7345
Treno	5118.26
TOTALE	12463.26

Abbiamo misurato un'importante riduzione d'impatto rispetto al 2023 passando da 51,57 tons CO₂ equivalente a 12,46 tons CO₂ equivalente.

Percorsi casa-lavoro e telelavoro (employee commuting)

La presenza di un luogo fisico (ufficio di Torino) d'incontro ha aumentato le emissioni di *commuting* nel 2024 rispetto al 2023 (2.989 tons CO₂ equivalente) del personale **ma ha giovato in termini di sostenibilità sociale**, riduzione dell'alienazione del lavoro da remoto e possibilità di fare del *team-work* in presenza, il che è stato valutato positivamente da tutto il team. In questa categoria di Scope 3, si possono anche includere le emissioni derivanti dal telelavoro.

Le emissioni cumulative di CO₂ equivalente aziendali prodotte dal raggiungimento del posto di lavoro: Torino (ITCILO fino a Febbraio 2024, ufficio Torino da Marzo in poi), Milano (*co-working* Regus) sono di **3,7 tonnellate metriche di CO₂ equivalente**, di seguito scorporate per mezzo di trasporto:

Mezzo di trasporto	Emissioni CO ₂ equivalente (kg)
Macchina	2400
Tram	9
Metro	84

Autobus	69
Treno	1192
TOTALE	3754

La presenza in ufficio di Torino è stata suggerita per due giorni a settimana, da Febbraio 2024 in poi. Nonostante ciò, **gli AWorlders con un contratto full-time hanno eseguito telelavoro dalle proprie abitazioni per una media di ca. 173 giorni l'anno**. Il calcolo è stato fatto considerando 52 settimane di lavoro a cui sono stati sottratti, per tutti/e, le ferie (26 giorni all'anno) e tenendo a mente le linee guida aziendali di due giorni a settimana in ufficio con un'eccezione di 34 giorni (60 giorni di Agosto e Dicembre oltre le ferie). Il suddetto calcolo non considera le festività che nel 2024 sono state in giorni feriali per numero inferiore a 10.

Si considerano i consumi dei nostri computer portatili e schermi quando si è lavorato in ufficio come già contati nel dato riportato dalle bollette (vedi paragrafo dedicato) degli spazi di lavoro (ufficio di Torino e ufficio di Milano).

Il telelavoro del team di AWorld per il 2024 ha portato a 43.709 ore stimate di utilizzo dei computer che, con elettricità media di griglia, in Italia, hanno rilasciato in atmosfera **448 kg di CO₂**.

L'App di AWorld come strumento di mitigazione del cambiamento climatico (Scope 4)

Nell'Emission Gap Report 2020 veniva già enfatizzata l'urgente necessità degli Stati globali di essere più ambiziosi, in quanto non in linea con il raggiungimento dell'obiettivo globale dell'Accordo di Parigi di mantenere l'aumento delle temperature medie globali sotto i +2°C (attualmente l'ambizione è di rimanere globalmente sotto il +1.5°C).

Oltre alle nuove leggi che promuovono la decarbonizzazione nei processi governativi e nella pubblica amministrazione (es: EU Recovery plan, PNRR) così come nel settore privato (es: CSRD), il rapporto sottolinea **la vitale importanza di incoraggiare gli individui, a livello globale, ad adottare stili di vita più sostenibili**. La comunità scientifica concorda sul fatto che ogni cittadino del globo, per contribuire al raggiungimento dell'Accordo di Parigi, **dovrebbe avere**

un'impronta carbonica annuale, cioè la quantità di CO₂ prodotta dalle scelte quotidiane di vita e consumo, di 2.5 tonnellate di CO₂ (Fonte: Emission Gap Report, 2020).

Stando ai dati che oggi sono in nostro possesso ([OurWorldInData, CO₂ pro-capite emissions stat.](#)), l'impronta di carbonio pro capite degli individui dei paesi sviluppati è di circa 9 tonnellate di CO₂ l'anno.

AWorld è un ottimo strumento di educazione sui temi climatici e una guida all'azione climatica. Per essere perciò riconosciuto come uno strumento certificato che può contribuire alla mitigazione del cambiamento climatico, all'inizio del 2024, abbiamo inserito un algoritmo di mobilità (*mobility assistant*). Questo algoritmo ci permette di tracciare emissioni semi-reali (da dati di GPS e accelerometro che ogni cellulare possiede) che, alla fine dell'annualità di riferimento (2024), stiamo certificando secondo la **ISO 14064-II** tramite un *audit* di terza parte.

Certificare il processo tramite il quale l'App AWorld porta la persone a muoversi più sostenibilmente, tramite l'educazione e la presa di consapevolezza delle emissioni di gas a effetto serra (GHG) prodotte dalle scelte di mobilità (supportate da gamification: sfide e premi per i più virtuosi), ha lo scopo principale di apportare credibilità e garanzia (*trust*) ai processi di rendicontazione e monitoraggio dei gas a effetto serra (GHG) evitati utilizzando l'App AWorld ed è imperativo per dare scientificità e credibilità sia all'utilizzo b2c che b2b2c del nostro prodotto.

Economia circolare: arredamento ufficio e recupero PC aziendali

Nel Febbraio 2024, essendoci spostati nel nuovo ufficio di Via Giolitti, Torino abbiamo avuto la necessità di arredarlo. In questa prima fase di arredo, la più importante, abbiamo confermato il nostro impegno per soluzioni sostenibili, con un'attenzione costante al riutilizzo e all'acquisto di arredamento *second hand*. Sappiamo però che la sostenibilità va di pari passo con la salute e il benessere delle persone: per questo ci siamo confrontati con le linee guida HSE, soprattutto per garantire sedute ergonomiche adeguate all'uso prolungato dei videotermini, come previsto dalla formazione sulla sicurezza per videoterministi.

In parallelo, sempre come obiettivo di economia circolare, abbiamo formalizzato una politica interna per il recupero dei PC aziendali, inserendola nel manuale dei lavoratori, così da rafforzare il nostro impegno di sostenibilità anche nella gestione delle dotazioni digitali.

Gestione aziendale, organizzazione e processi (G-Governance)

Organigramma piatto

In AWorld crediamo che il cambiamento passi prima di tutto dalle persone che “abitano” l’azienda. E’ proprio per questo che il nostro organigramma piatto non è solo una scelta organizzativa, ma un riflesso dei nostri valori: fiducia, autonomia, responsabilità condivisa e spirito di collaborazione.

Noi AWorlders non lavoriamo in silos. Non ci sono barriere, non ci sono strati di burocrazia: ci sono piuttosto idee, condivisioni dirette e la voglia costante di innovare insieme. Dai *founder* al/la nuovo/a arrivato/a, ognuno ha la possibilità di proporre, decidere, agire. Questo ci rende più veloci, più reattivi, ma soprattutto più autentici.

In un’epoca dove le gerarchie rigide rallentano i processi e soffocano la creatività, noi abbiamo scelto una strada più coraggiosa: quella della fiducia radicale e funziona! Funziona perché abbiamo costruito un ambiente dove ogni voce conta, dove ogni errore è un’occasione per crescere e ogni successo è il frutto di un’intelligenza collettiva.

L’organizzazione piatta in AWorld consiste in:

- Prendere decisioni insieme
- Condividere le responsabilità
- Auto-organizzazione all’interno dei team
- Fiducia nelle persone, nelle loro abilità e del loro impegno nel costruire un impatto reale.

Questo approccio ci ha permesso di attrarre talenti etici, motivati, flessibili e visionari. **Persone che non cercano un “capo”, ma una missione comune da condividere e portare avanti.**

Siamo convinti che questo modello, che valorizza la persona prima del ruolo, sia uno degli ingredienti del nostro successo. **Perché la sostenibilità ha bisogno di spazio, di passione e di relazioni vere.**

Gli AWorlders sono divisi in **sei team**:

- Team Editoriale & Comunicazione
- Team Sostenibilità
- Team IT & Prodotto

- Team Commerciale
- Team Project Managers
- Team Operations, HR e Finance
- Founding Team

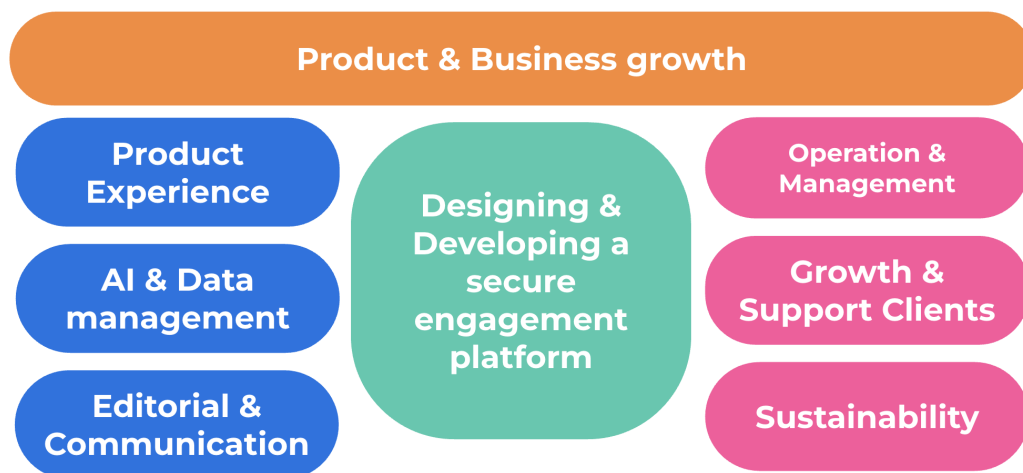
Nel 2024 abbiamo ritenuto di valore organizzarci per processi, raccontati nel prossimo paragrafo.

Governance solida e organizzazione per processi

Nel nostro percorso di crescita sostenibile e trasparente, abbiamo scelto di adottare un'organizzazione per processi. Questo approccio ci permette di rendere più solida la nostra struttura interna, rafforzare la cultura aziendale della responsabilità e prevenire comportamenti non conformi.

Organizzarsi per processi ci ha permesso di superare la logica dei compartimenti stagni per abbracciare un modello integrato, dove le attività sono coordinate in funzione degli obiettivi comuni e dei rischi connessi. Ogni processo è una "catena di valore" che attraversa l'organizzazione, ed è presidiato da ruoli chiari, procedure condivise e strumenti di monitoraggio.

In AWorld, nel 2024, abbiamo identificato gli **otto processi chiave** che seguono:



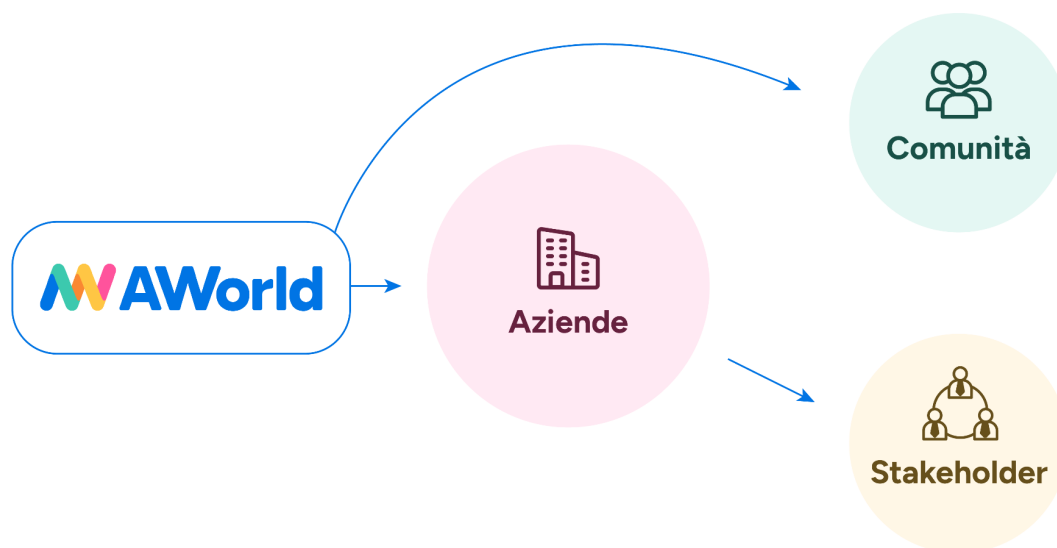
I processi vengono mappati e analizzati con il principale obiettivo di attribuire responsabilità e poteri in modo trasparente e tracciabile. Questa impostazione è per noi anche un passaggio strategico e propedeutico all'allineamento ai sistemi di gestione certificati quali l'ISO 9001 (Qualità) e l'ISO 27001 (Sicurezza delle Informazioni), previsto negli anni a venire, tenendo in considerazione la situazione di mercato attuale e la conseguente (in)stabilità di AWorld srl SB.

Certificazione	Scopo
ISO 19011	strutturare <i>audit</i> interni che non siano solo strumenti di controllo, ma veri e propri motori di miglioramento continuo, garantendo che i nostri processi siano sempre più efficienti e allineati agli obiettivi di sostenibilità.
ISO 27001	proteggere i dati sensibili, garantire la continuità operativa e implementare un sistema di sicurezza informatica all'altezza delle sfide di un mondo digitale sempre più esposto a rischi <i>cyber</i> .

In AWorld srl SB, questa evoluzione ci permette di essere più forti, più coerenti, più preparati ad affrontare le sfide del nostro tempo, nel rispetto della legge e dei nostri stakeholder.

Modello di business (strumento di stakeholder engagement per le aziende)

Dal 2019, siamo la piattaforma ufficiale in supporto della campagna ActNow delle Nazioni Unite. Continua, perciò, il nostro impegno a creare valore per la comunità lasciando l'App AWorld a libero accesso per tutti i cittadini del globo nel limite delle 6 lingue in cui la piattaforma digitale può essere fruita.



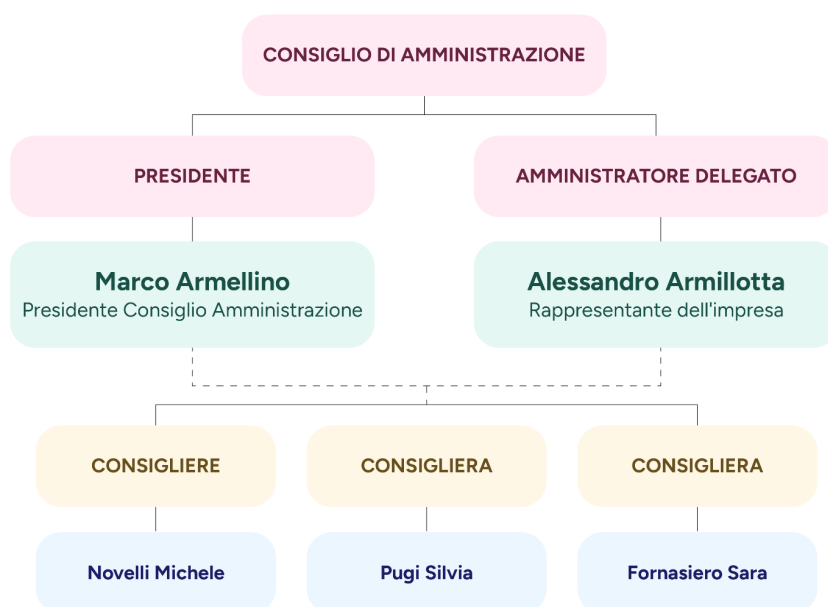
Oltre il modello **Business-To-Community (B2C)** appena descritto, AWorld srl SB ha anche un modello **Business-To-Business (B2B)**. Il *business model* di AWorld si basa sulla diffusione di una cultura della sostenibilità all'interno delle grandi aziende, con l'obiettivo di coinvolgere tutti i team (e non solo quelli dedicati alla sostenibilità) sui temi dell'Agenda 2030.

Nel 2024, abbiamo esplorato il coinvolgimento ed educazione dei consumatori di grandi aziende (più dettagli nel capitolo dedicato) e abbiamo continuato a ingaggiare dipendenti di grandi aziende intorno al mondo. Siamo un'azienda SaaS (*software-as-a-service*), perciò il business model di AWorld srl SB si fonda sul pagamento della licenza di utilizzo dell'App in cui prezzo varia in base al numero di persone (*stakeholder*) coinvolte.

Composizione del Consiglio di Amministrazione (CdA)

AWorld dalla sua fondazione si impegna ad avere un CdA bilanciato in termini di genere e competenze. Le esperienze delle diverse figure in CdA permettono di prevedere i rischi ambientali delle *operation* di AWorld e il conseguente rischio ambientale, sociale e di *governance*.

La composizione del CdA è la seguente:



Investimenti Innovativi: Innovazione al servizio della sostenibilità

Nel 2024 abbiamo continuato a investire con determinazione nell'innovazione, mettendo la tecnologia al servizio del cambiamento dei comportamenti individuali. In AWorld srl SB crediamo che la trasformazione passi attraverso strumenti concreti, accessibili e scientificamente validati: per questo il nostro impegno in Ricerca & Sviluppo è stato costante e ambizioso.

Abbiamo integrato, e successivamente evoluto, un *Mobility Assistant*, una funzionalità che consente agli utenti di monitorare il proprio impatto ambientale-climatico legato agli spostamenti. Grazie a un modello statistico proprietario, oggi siamo in grado di stimare la CO₂ evitata grazie a cambiamenti reali (statisticamente significativi rispetto alla baseline) nelle abitudini di mobilità. In parallelo, abbiamo introdotto missioni personalizzate basate sulla *gamification* per incentivare comportamenti virtuosi, con l'obiettivo di spingere intere comunità verso una mobilità più sostenibile.

Un'altra grande innovazione è il nostro sistema di monitoraggio intelligente dei pasti, che usa Computer Vision, Deep Learning e Blockchain per stimare l'impatto ambientale-climatico del cibo direttamente da una foto del piatto. Questo strumento trasforma un gesto quotidiano in un'opportunità educativa e premia le scelte a basso impatto con *token* digitali attraverso meccanismi come il Log-to-Earn e il Change-to-Earn.

Tutte queste soluzioni alimentano la nostra *Sustainability Intelligence Platform*, creando un ecosistema che unisce dati, scienza comportamentale e premi digitali per guidare il cambiamento. Innovare per noi significa questo: costruire strumenti che rendano ogni scelta quotidiana una leva concreta per un futuro più sostenibile.

Anti-corruzione (whistleblowing)

Alla fine dell'estate 2024, abbiamo avviato con la nostra DPO un percorso per costruire un sistema di *whistleblowing* solido, rispettoso della normativa e coerente con i nostri valori. La prima fase ha riguardato l'analisi del contesto e degli obblighi previsti dalla normativa vigente (il Decreto Legislativo n. 24 del 10 marzo 2023 — attuativo della Direttiva (UE) 2019/1937 prevede l'obbligo per tutte le aziende situate sul territorio dell'Unione Europea che superano i 50 dipendenti), pur non essendo ancora formalmente obbligati: AWorld aveva scelto di aderire su base volontaria in previsione di superare le 50 unità entro la fine del 2024. Abbiamo quindi lavorato alla redazione della documentazione necessaria, tra cui la procedura di gestione delle segnalazioni, la valutazione d'impatto in materia di protezione dei dati, l'individuazione dello strumento digitale e delle figure responsabili. Tutti i materiali di accompagnamento sono stati predisposti con attenzione, dalla comunicazione interna fino alla documentazione per il CdA e i sindacati.

Tuttavia, nel corso del 2024, non abbiamo superato la soglia delle 50 unità di personale prevista dalla normativa, e le difficoltà di mercato ci hanno portato a riconsiderare alcune priorità strategiche. Per questo motivo, pur avendo completato le fasi preparatorie, l'implementazione della piattaforma di *whistleblowing* è stata temporaneamente sospesa. Resta però forte la nostra convinzione sulla protezione dei segnalanti, la riservatezza e il senso di responsabilità che continueranno a essere pilastri della nostra cultura aziendale, pronti a riprendere questo percorso non appena le condizioni lo permetteranno.

Privacy e gestione dati degli utenti

La **tutela della privacy degli utenti** è parte integrante del nostro impegno per un'innovazione sostenibile, responsabile e trasparente. In AWorld, adottiamo una governance dei dati basata su rigore normativo, accountability interna e innovazione tecnologica, **in conformità con il GDPR**, e gli standard internazionali **ISO/IEC 27001** e **9001**.

Tutti i dati personali e comportamentali raccolti tramite l'app AWorld – come nome, indirizzo email, abitudini sostenibili, dati su mobilità, attività fisica e partecipazione a missioni – sono trattati secondo il **principio di minimizzazione e finalità specifica**, definite chiaramente nella nostra Privacy Policy. I dati sono conservati solo per il tempo strettamente necessario (uso del servizio, più 24 mesi) e processati all'interno dello spazio economico europeo, principalmente

tramite **AWS** e **Google Cloud Platform**.

Il nostro sistema informativo è *cloud-native*, *serverless* e distribuito su architetture resilienti. Appliciamo misure avanzate di sicurezza come la **cifratura AES-256 per i dati a riposo**, **TLS 1.2+ per i dati in transito**, autenticazione **OTP** e **SSO**, accessi profilati tramite **RBAC** e monitoraggio centralizzato dei log. Le attività sono tracciate nel Registro delle Attività di Trattamento (RoPA) e valutate tramite DPIA periodiche e Assessment AI, secondo i principi di Privacy by Design e Privacy by Default.

Il personale è formato regolarmente con moduli obbligatori su protezione dati, classificazione, gestione *lifecycle* e distruzione sicura delle informazioni, con audit trimestrali per garantire la conformità. In caso di violazioni, AWorld attiva immediatamente le procedure previste: notifica all'autorità competente (Garante della Privacy), comunicazione agli utenti coinvolti, analisi tecnica e misure correttive documentate nei log di incidente.

AWorld riconosce a ogni utente diritti fondamentali: accesso, rettifica, cancellazione, portabilità e opposizione, esercitabili facilmente via app o **contattando il DPO**. È inoltre disponibile la richiesta di anonimizzazione definitiva dei dati per garantire massima riservatezza anche dopo la cessazione del servizio.

Attraverso un'infrastruttura sicura, processi trasparenti e una cultura aziendale fondata su etica e consapevolezza, AWorld promuove un modello di trattamento dei dati che protegge le persone e rafforza la fiducia, valorizzando l'uso consapevole della tecnologia al servizio della sostenibilità.

Impatto sociale su stakeholder e comunità di AWorld (S-Social)

Comunità: la nostra forza e il nostro obiettivo

Comunità digitale (userbase)

AWorld ha continuato a lavorare, nel 2024, per l'obiettivo di creare beneficio comune: favorire e diffondere una cultura della sostenibilità attraverso la formazione e il coinvolgimento di tutti gli stakeholder, finalizzato alla generazione di un cambiamento nei loro stili di vita e abitudini.

I nostri principali *stakeholder* sono la comunità di persone che si è costruita intorno a AWorld: la nostra *userbase*. Dalla sua prima *release* l'App AWorld è stata scaricata da 1 milione di persone da tutto il mondo.

Siccome non vogliamo mai smettere di migliorarci, abbiamo ritenuto di valore permettere una comunicazione continua con la nostra *userbase* definendo dal 21 Marzo 2024 un sistema di feedback integrato all'App AWorld.

Le domande a disposizione degli utenti sono le seguenti:

- Qual è la cosa che ti piace maggiormente dell'App AWorld?
- Qual è, invece, la cosa che ti piace di meno?
- Ci sono altre osservazioni inerenti all'App AWorld (sia positive che negative) che ci aiuterebbero a migliorare AWorld?

A queste domande, da Marzo 2024 fino a fine anno, hanno risposto:

Italiani	Internazionali
580	773

Nel settembre 2024, il rilascio della nuova App (AWorld 2.0) ha favorito un'importante impennata della base utenti con un **+22,1% rispetto al 2023**.

Evento per Giornata Mondiale della Terra

A partire dal 2023, abbiamo scelto di estendere la generazione del nostro impatto positivo anche alla sfera fisica, oltre che a quella digitale. Per questo, anche nel 2024, in occasione della Giornata della Terra (22 aprile), con un evento tenutosi sabato 20 aprile, abbiamo organizzato, insieme a Club Silencio, una giornata di sensibilizzazione, educazione e intrattenimento ai Giardini Reali di Torino.

Nel 2024, l'iniziativa ha coinvolto 28.000 persone e si è inserita in un contesto di grande rilevanza per il territorio torinese, affiancandosi ad altri due eventi di spicco: la Biennale Tecnologia e il G7 Ambiente ed Energia. L'obiettivo principale era promuovere l'impegno verso gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) attraverso informazione, educazione e partecipazione attiva dei cittadini.

100+ realtà partecipanti (aziende, associazioni, fondazioni, musei)

200+ ore di attività in un solo giorno

30+ attività tematiche, tra panel, talk, workshop, installazioni e laboratori

L'evento è stato diviso in zone tematiche (Hub) per facilitare il flusso e la personalizzazione dell'esperienza:

- Green Zone: tecnologie sostenibili, realtà virtuale, startup
- Diversity & Inclusion Hub: diritti, parità, diversità
- Youth Hub: attivismo giovanile e civic engagement
- Biodiversity Hub: conservazione della natura, arte e natura
- Energy Transition Hub: innovazioni per il net-zero
- Wellness & Kids Area: attività per il benessere fisico e mentale, bambini
- Teatro Romano: talk scientifici, performance culturali e artistiche

Per rendere l'iniziativa ancora più coinvolgente e in linea con il nostro approccio alla sostenibilità, che unisce consapevolezza e leggerezza secondo il principio di *imparare divertendosi*, dopo una giornata di talk educativi abbiamo organizzato sei ore di musica e spettacolo. Sul palco si sono alternati Eiffel 65, Nina Zilli, Ex-Otago, Max Casacci e il Redemption Gospel Choir.

Il nostro impatto positivo si è amplificato anche grazie alla risonanza dell'evento, con importanti risultati in termini di comunicazione ed engagement, tra cui:

+3,4M impression su IG/FB

+1M account raggiunti (+67% vs 2023)

+100k interazioni social

+60k visitatori sulla landing page

125 uscite stampa (TV, radio, quotidiani, web)

L'installazione dell'orso di ghiaccio in Piazza Castello è stata uno dei simboli più iconici dell'evento, attirando 30+ pubblicazioni in un solo giorno.

Di seguito altri risultati raggiunti dell'evento Giornata della Terra 2024:

Etica e Impatto positivo	Descrizione
Ambientale	Evento 100% vegetariano, rinnovabile, compostabile, carbon compensated 53,4 tonnellate di CO₂ compensate (-18% rispetto al 2023) Compensazione tramite progetto di riforestazione in Nicaragua Collaborazione con Regusto: 20.000 pasti redistribuiti, 10 ton CO₂ evitate, 30.000 m² di suolo risparmiato.
Sociale e Culturale	63,7% dei partecipanti ha aumentato significativamente la propria conoscenza sugli SDGs 95,6% dello staff ha espresso soddisfazione per l'esperienza lavorativa 100% dei relatori tornerebbe volentieri all'edizione 2025 79,1% dei relatori ha ampliato il proprio network grazie all'evento

Inclusività Economica e Territoriale	43,1% ha trovato i prezzi dei servizi coerenti con l'inclusività economica 65,6% ha riconosciuto il valore dato alle realtà locali e ai produttori
--------------------------------------	--

Green Friday

Nel giorno degli sconti sfrenati e degli acquisti impulsivi, noi di AWorld srl SB abbiamo scelto una strada diversa. **Volevamo che il Black Friday diventasse un momento di riflessione sulla necessità e il valore dei nostri acquisti.** Per questo motivo, venerdì 29 novembre 2024 in Piazzale Valdo Fusi a Torino, abbiamo realizzato una gigantesca tela per il Pianeta, **pensata per ispirare riflessioni e dialoghi con chiunque si fermasse o passasse di lì.**

Tutto è iniziato con una semplice domanda: "Ne hai davvero bisogno?", dipinta a mano su lenzuola riciclate. Tante persone si sono unite a noi, scrivendo i propri acquisti superflui su scampoli di stoffa che, uno dopo l'altro, hanno dato vita a un mosaico.

Un semplice messaggio è diventato un'opera collettiva, un invito a riflettere su quanto il vero risparmio stia nelle scelte ragionate, anche durante il Black Friday.

Coinvolgimento di studenti e scuole

Nella nostra missione educativa spesso veniamo chiamati da scuole e associazioni che si occupano di formazione a vario titolo (es: Centro Studi Casnati, Fondazione Feltrinelli, Youth4Climate). Nel 2024, abbiamo presentato l'App AWorld e la sua *mission* in diverse scuole e università Piemontesi e Lombarde. Abbiamo fatto da organizzatori e speaker a eventi o masterclass organizzate per alcune classi delle scuole superiori; un esempio è la Masterclass "Come usiamo l'acqua?".

Partnership con Nazioni Unite

Continua l'impegno di AWorld srl SB come piattaforma ufficiale (App AWorld) delle Nazioni Unite a supporto della campagna ActNow per attuare l'Agenda 2030 tramite l'ingaggio e l'educazione alla sostenibilità dei cittadini del globo.

Il nostro legame con le Nazioni Unite si esplica anche con la partecipazione di AWorld a UN Global Compact (l'iniziativa di cittadinanza d'impresa più ampia al mondo) e la continua

formazione del Team di Sostenibilità di AWorld srl SB sui vari programmi UN che vengono definiti “acceleratori”.

Aderire al Global Compact significa sottoscrivere volontariamente un insieme di principi che promuovono i valori della sostenibilità nel lungo periodo, attraverso pratiche aziendali, comportamenti sociali e civili che tengano conto delle generazioni future. Significa altresì garantire un impegno da parte delle figure apicali aziendali a contribuire a una nuova fase della globalizzazione, caratterizzata da sostenibilità, cooperazione e partnership multi-stakeholder.

Nel 2024, abbiamo sottoscritto l'iniziativa Forward Faster, con cui ci siamo impegnati a raggiungere, entro il 2030 i seguenti obiettivi:

- il 100% dei dipendenti dell'organizzazione guadagnerà un salario dignitoso;
- contribuiremo a una transizione giusta, adottando misure concrete che affrontino l'impatto sociale delle misure di mitigazione e adattamento ai cambiamenti climatici, in collaborazione con attori quali lavoratori, sindacati, comunità e fornitori;
- definiremo obiettivi aziendali di riduzione delle emissioni nette pari a zero basati sulla scienza, attraverso l'iniziativa Science Based Targets (SbTi), allineando l'azione con un percorso di 1,5°C, con l'obiettivo di raggiungere le emissioni nette pari a zero entro il 2050 al più tardi;
- Pari rappresentanza, partecipazione e leadership a tutti i livelli dirigenziali entro il 2030.
- Parità di retribuzione per lavoro di pari valore entro il 2030.

Tra i vari programmi iniziati nel 2023 ma conclusi nel 2024 il team Sostenibilità di AWorld srl SB ha seguito *United Nations Target Gender Equality*, un programma di 9 mesi (da luglio 2023 a marzo 2024) che si focalizza sulla promozione della parità di genere all'interno delle aziende; prevede un'accurata analisi delle prestazioni (attraverso un apposito assessment - Women Empowerment Principles - WEPs tool), laboratori di potenziamento delle capacità e apprendimento tra pari. Questo acceleratore ci ha fornito le conoscenze per **aumentare di 13 punti percentuali il nostro punteggio di WEPs** rispetto al 2023.

Partnership con il Patto Europeo per il Clima (DG Clima)

Un altro progetto che AWorld ha molto a cuore (e di cui è partner ufficiale) è l'**European Climate Pact**, **campagna ufficiale del DG Clima della Commissione Europea**. Il Patto europeo per il clima incoraggia tutti ad agire. È un movimento di persone (*ambassador*) unite da una causa comune, ciascuna impegnata nel proprio ambito per costruire un'Europa più sostenibile per tutti noi. Lanciato dalla Commissione europea, il Patto fa parte del *Green Deal* europeo e sta aiutando l'UE a raggiungere il suo obiettivo di diventare il primo continente al mondo a impatto climatico zero entro il 2050.

Nel 2023 abbiamo creato un team in App dedicato alla *community* di Ambasciatori e nel 2024

abbiamo fatto diverse *challenge* per ingaggiare la *community* definendo obiettivi comuni di sostenibilità. Attraverso la *partnership* con l'European Climate Pact, AWorld intende mettere a disposizione delle e degli ambassador europei uno spazio digitale dedicato, offrendo loro la possibilità di utilizzare gratuitamente la piattaforma con le rispettive *community*: persone che nei diversi stati membri Europei vengono ingaggiate ed educate sui temi di azione climatica, mitigazione e adattamento dei cambiamenti climatici.

A fine 2024, il team in App dedicato a questa *community* ha già ingaggiato **1500 persone**.

Le Aziende: moltiplicatori d'impatto positivo

In AWorld srl SB vediamo le aziende come grandi alleate nel raggiungimento della nostra *mission*. **Le aziende, fatte di persone, hanno la necessità di coinvolgere e formare la loro forza lavoro.** Questa attività prende il nome di *stakeholder engagement*: processo attraverso cui un'organizzazione si impegna ad avere un coinvolgimento e un dialogo continuo con tutti coloro che possono essere influenzati o influenzare le sue attività, le sue decisioni e i suoi risultati.

Abbiamo parlato estensivamente di questa importante pratica e di come AWorld può aiutare a ingaggiare specifici stakeholder in due articoli pubblicati da *Illuminem* scritti dal nostro Team di Sostenibilità:

- [Employees Engagement](#) (ingaggio della forza lavoro)
- [Consumer Engagement](#) (ingaggio dei consumatori)

Oltre ai fan degli eventi sportivi, sono questi i due gruppi di *stakeholder* con cui ci siamo principalmente impegnati a lavorare nel 2024. Tra i diversi casi studio di successo, che abbiamo il permesso di divulgare, troviamo:

Partner	Numero di persone coinvolte	Descrizione progetto
VeChain	3.365 fan del Tennis	Il framework utilizzato per questa attivazione è stato Boost The Change (BTC) in quanto evento sportivo. Infatti, grazie alla partnership AWorld e VeChain abbiamo potuto ingaggiare, durante le Nitto ATP Finals a Torino, i

		<i>fan</i> tramite la sfida "Nitto ATP Finals 2023". I <i>fan</i> hanno compiuto 2.135.667 azioni quotidiane di sostenibilità e hanno letto 67.376 contenuti educativi per guadagnare punti e vincere premi nell'App AWorld. Nel Fan Village, una Carbon Footprint Station ha permesso ai partecipanti di calcolare la propria impronta di carbonio scansionando un codice QR. L'utente che ha calcolato la propria impronta di carbonio riceveva un NFT digitale relativo all'impronta carbonica come premio.
Lega Serie A	2.299 fan del Calcio	AWorld e Lega Serie A hanno incoraggiato, per il terzo anno consecutivo, i tifosi del calcio, club e calciatori a vivere più sostenibilmente. Nel 2024, l'attenzione si è concentrata in particolare sulla sensibilizzazione all'uso di mezzi di trasporto sostenibili per raggiungere gli stadi, grazie al supporto del Mobility Assistant integrato nell'app AWorld. Il premio per incentivare i partecipanti è stato di 10 biglietti per la finale di Coppa Italia 2024. Insieme al nostro partner zeroCO₂, al raggiungimento dell'obiettivo (500.000 minuti di mobilità sostenibile)

		abbiamo piantato 250 alberi, che si sono aggiunti ai 10 alberi per ogni goal segnato nella 33° giornata di campionato (fino a un massimo di 1000 alberi). Abbiamo inoltre donato una panchina come segno di condivisione a <u>Fattoria Paideja</u>.
Merz Pharma	590 dipendenti	AWorld e Merz hanno lanciato la sfida "Go Green with Merz Challenge", che incoraggia i dipendenti di Merz ad adottare comportamenti più sostenibili. I dipendenti hanno letto 4.126 contenuti educativi e hanno compiuto 130.000 azioni quotidiane di sostenibilità accumulando punti che gli hanno permesso di vincere i premi messi a disposizione dall'azienda
AGN Energia	253 dipendenti	AWorld e AGN Energia hanno promosso la sostenibilità in azienda stimolando i dipendenti a compiere azioni concrete e misurabili, aumentando così la consapevolezza e l'impegno verso gli obiettivi di sostenibilità aziendali e globali. I dipendenti di AGN Energia hanno compiuto 523.494 azioni quotidiane di sostenibilità e hanno letto 25.622 contenuti educativi sui temi ESG e dell'Agenda 2030.

Electrolux	1172 consumatori	In occasione del Fuorisalone 2024, Electrolux Group ha presentato l'installazione Electrolux EcoLine Hub. L'obiettivo della collaborazione con AWorld è stato promuovere azioni sostenibili tra i consumatori dell'azienda e i visitatori dello stand, con l'intento di accrescere la loro consapevolezza ambientale, sociale ed economica. I consumatori hanno compiuto 523.589 azioni quotidiane di sostenibilità e hanno letto 5536 contenuti educativi, accumulando punti per vincere i premi messi a disposizione da Electrolux.
-------------------	-----------------------------------	---

Altre collaborazioni con organizzatori di grandi eventi sportivi e aziende

Nel 2024 abbiamo attivato ed educato alla cultura di sostenibilità i *fan* di altri diversi grandi eventi motociclistici, di *triathlon*, nuoto, ciclismo e corsa.

Abbiamo collaborato con diverse grandi aziende per ingaggiare i loro dipendenti. Tra questi la forza lavoro di una delle più grandi squadre di calcio Italiane con l'obiettivo di estendere l'ingaggio ai tifosi nel 2025. L'ingaggio dei dipendenti tramite l'App AWorld ha, anche, coinvolto la forza lavoro di:

- tre grandi aziende nel settore farmaceutico;
- del gestore di uno degli Aereoporti più grandi d'Italia;
- di un gruppo globale che investe e gestisce infrastrutture per la mobilità sostenibile, e di un fornitore di soluzioni di mobilità in Europa e nel mondo;

- un leader globale nei servizi finanziari automobilistici;
- una struttura pubblica responsabile del rifornimento idrico potabile in una regione del sud Italia;
- una delle più grandi società di consulenza (*Big4*);
- un produttore di detergenti per la casa biodegradabili;
- una grande catena di supermercati in Italia.

Queste collaborazioni sono state per noi di grandissimo valore per raggiungere tantissime persone tramite singoli progetti e aumentare il nostro impatto positivo. Lo stesso effetto moltiplicatore lo abbiamo ottenuto grazie alla collaborazione con un produttore di beni di largo consumo, ingaggiando ed educando più di 7.000 dei suoi consumatori.

Nel 2024, abbiamo iniziato o continuato le integrazioni in App di *utilities* energetiche e nell'*intranet* su 8 paesi di una multinazionale Italiana produttrice e distributrice di energia elettrica e gas.

Siamo onorate/i che organizzatori di eventi e aziende di questo calibro continuino a scegliere l'App AWorld e la nostra conoscenza come *partner* di fiducia per ingaggiare e generare cultura di sostenibilità nei loro *stakeholder*.

Forza Lavoro

Alla firma del contratto ogni dipendente e collaboratore/trice viene sottoposto/a alla visione del Manuale dei Lavoratori e alla firma del Codice Etico di AWorld srl SB. La firma del codice etico permette a tutti/e i/le dipendenti di essere informati/e su come l'azienda opera e, quindi, su come ogni nuova risorsa deve comportarsi per essere allineata alle buone pratiche aziendali.

Verso la fine del 2024, il Manuale dei Lavoratori è stato aggiornato con l'aiuto di un nuovo consulente del lavoro e continuerà ad essere modificato secondo le ultime normative e necessità anche nel 2025.

Il nostro modo di lavorare libero

In AWorld srl SB crediamo che lavorare per una missione debba procedere di pari passo con il benessere lavorativo. È per questo che uno dei principali benefici del far parte del team di AWorld è avere un contratto di lavoro agile al 100% (anche se da Settembre 2024 è stato caldamente consigliata la presenza in ufficio a Torino o Milano per almeno due giorni a

settimana per favorire la cross-contaminazione) che consente a tutte le persone di operare da remoto per l'intero monte ore settimanale, così come previsto nei nostri contratti.

Questa scelta si basa su valori per noi fondamentali: flessibilità, fiducia e responsabilità. La nostra giornata standard prevede 8 ore di lavoro, distribuite liberamente tra le 8.30 e le 18.30, con una pausa pranzo tra le 13.00 e le 14.00. Ognuno può organizzare il proprio tempo per raggiungere gli obiettivi dati, sapendo di essere parte di un sistema che valorizza l'equilibrio tra vita personale e professionale.

Il lavoro da remoto è per noi una vera risorsa: permette libertà e autonomia, ma richiede anche attenzione alla sicurezza, alla confidenzialità e alla qualità delle interazioni. Per questo manteniamo la reperibilità condivisa in alcune fasce orarie e chiediamo un'importante attenzione alla riservatezza delle informazioni aziendali, soprattutto se si lavora da luoghi alternativi al domicilio.

Siamo convinti che questo modello generi benessere, motivazione e performance. E i risultati – in termini di *engagement*, soddisfazione e impatto – ci danno ogni giorno conferma che è la strada giusta.

Contratti equi e benefit concreti

In AWorld srl SB il benessere delle persone passa anche dalla chiarezza e correttezza contrattuale. Tutti i nostri collaboratori sono assunti e remunerati secondo contratti conformi ai limiti di legge e in pieno rispetto del Contratto Collettivo Nazionale del Lavoro (CCNL) di riferimento. Crediamo in un lavoro giusto, trasparente e tutelato, che valorizzi la professionalità e garantisca dignità occupazionale.

Accanto a questo, offriamo **strumenti e benefit concreti** pensati per facilitare il lavoro quotidiano e migliorare la qualità della vita lavorativa. Ogni persona del team dispone di un **computer Mac** aziendale come dotazione standard, e può contare su una serie di agevolazioni come:

- un piano assicurativo tramite **Alleanza Assicurazioni**,
- l'accesso gratuito alla piattaforma di formazione linguistica **Babbel**,
- **buoni pasto** per supportare il benessere anche nelle pause della giornata.

Tutto questo riflette il nostro impegno a creare un ambiente in cui lavorare non significhi solo "fare", ma anche **essere valorizzati, supportati e rispettati** ogni giorno.

Inoltre, in AWorld srl SB consideriamo la salute, non solo fisica ma anche mentale, una priorità assoluta. Tutti gli AWorlders hanno **8 ore di permessi extra annuali** dedicati esclusivamente alle visite mediche. Questa iniziativa nasce dalla consapevolezza che la salute è un bene prezioso e dall'intento di facilitare l'accesso alle cure necessarie senza che ciò impatti sul tempo personale o sulle ferie.

Parità di genere come scelta naturale tra gli AWorlders

Per noi la parità di genere non è uno slogan: è un dato di fatto e una responsabilità. Oggi, **il 64% della nostra forza lavoro è composta da donne, e 3 su 4 delle nostre prime linee sono di genere femminile**. Questo dato ci riempie d'orgoglio, ma sappiamo che non basta contare le presenze: serve anche creare uno spazio di lavoro consapevole, equo e sicuro per tutte/i.

Per questo, tutto il team di AWorld si è formato su tematiche fondamentali legate ai *bias* di genere e pregiudizi inconsci, tra cui *gender bias*, *unconscious bias*, *likeability bias*, *attribution bias*, *maternal bias* e *affinity bias*. Abbiamo inoltre approfondito il **concetto di intersezionalità**, riconoscendo che i pregiudizi possono sommarsi e intensificarsi quando si intersecano identità diverse, come razza, orientamento sessuale, disabilità o età. Abbiamo anche lavorato sul riconoscimento e la prevenzione delle micro aggressioni sul posto di lavoro, con l'obiettivo di coltivare un ambiente più inclusivo e rispettoso in ogni sua dimensione.

Nel 2024, abbiamo voluto rafforzare ulteriormente il nostro impegno formale, aderendo ai Women's Empowerment Principles (WEPs) promossi da UN Women: un insieme di sette principi guida che supportano le imprese nel promuovere l'uguaglianza di genere sul posto di lavoro, nel mercato e nella comunità. È una scelta che riflette ciò in cui crediamo: l'equità reale e duratura si costruisce giorno dopo giorno, insieme.

Inoltre, siamo consapevoli che uno dei nodi centrali dell'equità di genere è il *gender pay gap*. Per questo motivo, avevamo messo il suo calcolo come obiettivo nella Relazione d'Impatto 2023. Nonostante ciò, attualmente, le nostre dimensioni organizzative (calate rispetto al 2023 e alla proiezioni che avevamo fatto per il 2024) non ci permettono di calcolarlo in modo strutturato. Gli AWorlders hanno, infatti, Team monogenere (es: Team IT quasi tutti di sesso maschile, mentre Team *Sale*, Team *Sustainability* o Team *Project Management* tutte di sesso femminile). Non avendo le dimensioni necessarie abbiamo deciso di non fare questo assessment per l'anno corrente ma darci la possibilità, ogni anno, di rivalutare questa necessità con l'obiettivo di mantenere alta l'attenzione su questo indicatore e garantire che la parità non sia solo dichiarata, ma anche sostanziale.

Formazione continua, consapevolezza condivisa

Crediamo che crescere come organizzazione significhi anche crescere come individui, ogni giorno. Per questo la formazione è una parte fondamentale del nostro impegno, non solo come obbligo normativo, ma come leva di consapevolezza e innovazione.

Tutti gli AWorlders ricevono regolarmente la **formazione obbligatoria in salute, sicurezza e privacy**, a tutela di un ambiente di lavoro sicuro e rispettoso. Ma non ci fermiamo qui: nel 2024 abbiamo approfondito tematiche fondamentali per il nostro modo di essere impresa, con percorsi dedicati alla **sensibilizzazione, al riconoscimento e alla decostruzione di dinamiche potenzialmente discriminatorie**, anche quando non intenzionali. Ci siamo formati su **bias di genere, bias inconsapevoli e linguaggio inclusivo**, per costruire un ambiente più equo, attento e accogliente.

Accanto a questi percorsi trasversali, ogni team ha intrapreso attività formative verticali, arricchendo le proprie competenze specifiche.

Nel dettaglio:

- Il **Team IT** ha totalizzato **1138 ore di formazione**, toccando strumenti come Tinybird, Clickhouse, Notion, AWS AppSync, BigQuery e molto altro.
- Il **Team Sustainability** ha dedicato **86 ore** ad approfondire normative europee, framework di rendicontazione e obblighi aziendali in tema di sostenibilità.
- Il **Team Sales**, con 5 persone coinvolte, ha seguito **18 ore di formazione** su strumenti chiave come Apollo, Hubspot e Sales Navigator.
- Il **Team Comunicazione/Editoriale**, anch'esso composto da 5 persone, ha investito **72 ore** in percorsi formativi specifici per rafforzare il proprio impatto narrativo e strategico.

La formazione in AWorld non è mai fine a sé stessa: è parte viva del nostro modo di lavorare, di migliorarci e di essere coerenti con i valori che ci guidano ogni giorno.

Ascoltare per prenderci cura: voce agli AWorlders

Come già intrapreso nel 2023, anche nel 2024 abbiamo scelto di ascoltarci tramite la piattaforma digitale Qomprendo. *Qomprendo* ci permette di esprimere quotidianamente come ci sentiamo tra 4 stati d'animo (4=molto felici; 3=sereni; 2=disturbati; 1=infelici/arrabbiati/stressati). Il *feedback*, così come un successivo commento, dà la possibilità di essere sempre anonimizzato.

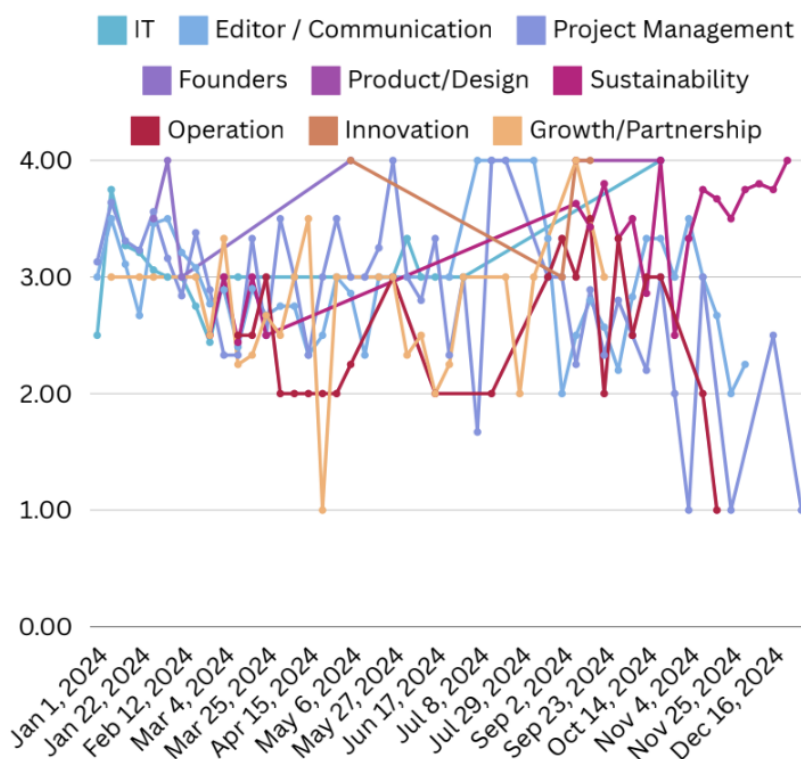
Abbiamo potuto monitorare in modo continuo e strutturato il benessere interno, raccogliendo oltre **850 feedback** da parte degli AWorlders (divisi per i vari team come si evince dal grafico sotto). È stato un percorso partecipato: **34 colleghi hanno preso parte all'iniziativa**, con un livello di engagement massimo del 98% e un umore medio che, pur partendo già da una *baseline* di benessere elevato, ha visto un **miglioramento dell'1,34% nel corso dell'anno**.



Durante il 2024, ci siamo anche messi in gioco attraverso sfide collettive e dinamiche di *gamification*, come la *challenge In Vino Veritas*, che hanno rafforzato il coinvolgimento e la connessione tra le persone. Abbiamo premiato il contributo attivo con riconoscimenti simbolici (bottiglie di vino) e abbiamo visto crescere il nostro "alberello del benessere" a ogni *feedback* lasciato.

I dati ci hanno restituito uno spaccato prezioso della nostra cultura organizzativa: **la relazione tra colleghi è emersa come l'elemento più positivo**, mentre riconoscimento e motivazione restano ambiti da curare, soprattutto in alcuni Team (*Growth/Partnership*, *Project Management* e *Operation*). Il team *Sustainability* è risultato il più felice mentre il team *Operation* ha espresso le maggiori criticità. **Queste informazioni ci hanno permesso di attivare azioni mirate dal top**

management verso i/le dipendenti ma anche nella gestione dei Team. Di seguito i trend di tutti i team nell'annualità di riferimento (2024), i punteggi sono i seguenti: 4=molto felici; 3=sereni; 2=disturbati; 1=infelici/arrabbiati/stressati.



Grazie anche all'AI Coach di Qomprendo abbiamo gestito oltre 280 richieste di supporto, abbiamo potuto rispondere con sensibilità e tempestività a 32 casi definiti dal sistema come "di allerta", sempre nel rispetto della *privacy* e della volontarietà.

Impegno per la Prevenzione delle Discriminazioni e la Promozione dell'Inclusione

Nonostante nel 2024 abbiamo avuto una percentuale maggiore di dipendenti donne (64%) e non abbiamo registrato nessun tipo di discriminazione di genere o razziale, abbiamo riconosciuto l'importanza di prevenire ogni forma di discriminazione, violenza o pregiudizio, sia esso consapevole o inconscio sul luogo di lavoro per poi diffonderlo nella società, essendo i/le dipendenti di AWorld srl SB anche cittadini. Abbiamo lavorato per **individuare e contrastare i bias di genere, i bias inconsapevoli e ogni linguaggio che possa risultare non inclusivo o discriminatorio**, ponendo questi temi al centro di una nostra politica interna ("Tolleranza zero nei confronti di discriminazione e violenza di genere").

Formalizzando questo impegno attraverso la redazione di una specifica politica aziendale sull'inclusione e la parità, che definisce in modo chiaro i nostri principi guida e le azioni concrete garantiamo un ambiente sicuro, accogliente e rispettoso per tutte le persone. Questa *policy* non si limita alla sfera interna, ma si estende anche al modo in cui progettiamo e veicoliamo i contenuti sull'App AWorld, affinché **il linguaggio e i messaggi proposti riflettano i valori di inclusività, rispetto delle diversità e promozione della parità.**

Nel 2024 abbiamo inoltre realizzato **un percorso formativo interno dedicato a questi temi**, coinvolgendo il team in attività volte a sensibilizzare, riconoscere e decostruire dinamiche potenzialmente discriminatorie o escludenti, anche quando non intenzionali. Questo percorso è stato pensato per tradurre i nostri principi in pratiche quotidiane, contribuendo alla costruzione di una cultura organizzativa consapevole, aperta e attenta al benessere di tutte le persone.

Training e formazione

Noi di AWorld crediamo che crescere come organizzazione significhi anche crescere come individui. Per questo la formazione è una parte fondamentale del nostro impegno, non solo come obbligo normativo, ma come **leva di consapevolezza e innovazione.**

Tutti gli *AWorlders* ricevono regolarmente la **formazione obbligatoria in salute, sicurezza e privacy**, a tutela di un ambiente di lavoro sicuro e rispettoso. Nel 2024 abbiamo approfondito tematiche fondamentali per il nostro modo di essere impresa, con percorsi dedicati alla **sensibilizzazione, al riconoscimento e alla decostruzione di dinamiche potenzialmente discriminatorie**, anche quando non intenzionali. Ci siamo formati su **bias di genere, bias inconsapevoli e linguaggio inclusivo**, per costruire un ambiente più equo, attento e accogliente.

Tramite l'App AWorld, nel 2024, ci siamo educati sui temi di sostenibilità per un totale di 68 ore che corrispondono a 1.50 per dipendente. Per il 2025, ci impegneremo a raggiungere le 4 ore per dipendente, impegno preso anche tramite il commitment al Piano Aria Clima.

Offrendo servizi di sostenibilità abbiamo reputato di valore, anche per il 2024, **che il nostro Team Sustainability divulgasse le sue conoscenze a tutti gli AWorlders trattando le seguenti tematiche:**

Tema	Tempo dedicato alla formazione
------	--------------------------------

<i>Biased</i> di Genere Inconsapevoli e Linguaggio discriminatorio e non inclusivo	2 ore
Allineamento alla Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) del servizio offerto da AWorld srl SB	2 ore
Divulgazione degli obiettivi aziendali definiti nella Relazione d’Impatto 2023	30 minuti
Formazione sul panorama di sostenibilità con le nuove normative o proposte di legge (es: CSRD, CSDDD, Green Claim Directive)	2 ore
Comunicare la sostenibilità e il servizio offerto evitando linguaggio associabile a <i>greenwashing</i>	3 ore

Accanto a questi percorsi trasversali, ogni team ha intrapreso attività formative verticali, arricchendo le proprie competenze specifiche. Nel dettaglio:

- Il **Team IT** ha totalizzato 1138 ore di formazione, toccando strumenti come Tinybird, Clickhouse, Notion, AWS AppSync, BigQuery e molto altro.
- Il **Team Sustainability** ha dedicato 86 ore ad approfondire normative europee, framework di rendicontazione e obblighi aziendali in tema di sostenibilità.
- Il **Team Sale**, con 5 persone coinvolte, ha seguito 18 ore di formazione su strumenti chiave come Apollo, Hubspot e Sales Navigator.
- Il **Team Comunicazione/Editoriale**, anch’esso composto da 5 persone, ha investito 72 ore in percorsi formativi specifici per rafforzare il proprio impatto narrativo e strategico.

La formazione in AWorld non è mai fine a sé stessa: è parte viva del nostro modo di lavorare, di migliorarci e di essere coerenti con i valori che ci guidano ogni giorno.

Pubblicazioni Scientifiche e position paper

Nel 2024, il nostro lavoro ha varcato i confini del digitale per entrare in quelli della ricerca accademica. I dati e l’esperienza generati dall’App AWorld sono stati oggetto di **studio e analisi**

da parte di importanti atenei europei, a conferma del valore scientifico del nostro approccio all'azione climatica individuale e alla sostenibilità a tutto tondo.

Abbiamo collaborato con il team di ricercatori dell'**Università di Roma Tre**, che ha presentato un **position paper alla conferenza Netnocon 2025 a Marsiglia, dedicato al potenziale delle applicazioni basate su intelligenza artificiale, come la nostra, nel promuovere comportamenti sostenibili**. Attraverso una netnografia delle recensioni rilasciate dagli utenti italiani tra il 2019 e il 2023, è emersa una **chiara percezione positiva della nostra app, evidenziando il suo impatto nell'educazione alla sostenibilità, nella motivazione e nella consapevolezza ambientale**.

In parallelo, i nostri dati sono stati analizzati da un team internazionale di ricercatori provenienti dall'Università di Amsterdam, dalla Copenhagen Business School e dallo stesso team di AWorld. Il risultato è stato uno studio su scala globale che ha coinvolto oltre 4.300 utenti attivi, per un totale di più di un milione di azioni registrate. La ricerca ha approfondito i pattern di utilizzo dell'app, la frequenza e il tipo di azioni sostenibili adottate, e il legame tra queste e l'impronta di carbonio auto-riferita degli utenti. I risultati, pubblicati in un working paper internazionale, contribuiscono a mappare le sfide e le opportunità nell'uso di strumenti digitali per il cambiamento comportamentale su larga scala.

Queste collaborazioni ci ricordano che ogni dato che raccogliamo racconta una storia di cambiamento e impatto positivo. E che, anche grazie alla Scienza, possiamo migliorarci sempre di più.

Obiettivi Raggiunti nel 2024

Obiettivo	Categoria	Spiegazione e Note
Training e formazione per tutti/e i/le dipendenti e consulenti	S- Social (formazione e crescita della forza lavoro)	Come riportato nel paragrafo dedicato alla Formazione della Forza Lavoro, gli AWorlders si sono complessivamente formati per un totale di 174 ore (escludendo i corsi obbligatori di sicurezza e dei/delle dipendenti in apprendistato), nel 2024.
	S- Social (parità di genere)	Al momento della stesura della presente relazione d'impatto (fine 2024) le donne costituiscono il 64% della forza lavoro e i $\frac{3}{4}$

50% di donne (entro il 2026)		delle prime linee aziendali. I seguenti ruoli manageriali/dirigenziali sono ricoperti da Donne: Responsabile <i>Finance</i>, Responsabile <i>Operations</i>, Responsabile <i>Sales</i>, Responsabile <i>Project Manager</i>, Responsabile <i>Sustainability</i>, Responsabile <i>Communication & Editorial</i>. Le restanti prime linee: Responsabile <i>data&AI</i> e il <i>Chief Technology Officer</i> sono Uomini, così come i due fondatori.
Riduzione d'impatto ambientale-climatico dei viaggi di lavoro	E - Environmental (cambiamento climatico)	Nella Relazione d'Impatto 2023 ci impegnavamo a ridurre l'impatto ambientale-climatico del nostro <i>business travel</i> (categoria di Scope 3). Abbiamo misurato una riduzione del 65% (31 voli nel 2024 versus 87 voli nel 2023) nell'utilizzo dell'aereo a favore di spostamenti in treno che sono aumentati del 6.7% (559 treni presi nel 2024 rispetto ai 519 presi nel 2023).
Politica di recupero PC aziendali	E - Environmental (economia circolare)	Dal 2024 la politica di recupero dei PC Aziendali è inserita nel Manuale dei Lavoratori per presa visione e sottoscrizione della forza lavoro.

1 giorno all'anno di volontariato aziendale per ogni dipendente e collaboratore (100% di personale coinvolto)	S- Social (creare valore per la comunità)	Nella Relazione d'Impatto 2023 ci impegnavamo a coinvolgere tutto il personale in un'attività di volontariato. Lo abbiamo fatto in occasione della Giornata Mondiale della Terra dove, tutto il team di AWorld, ha contribuito in un giorno festivo al presidio degli stand, la compilazione dei questionari con i partecipanti e l'organizzazione di attività formative e di <i>engagement</i> .
Somministrazione, comprensione e sottoscrizione del Codice Etico da parte del 100% di dipendenti, collaboratori entro il 2024	G - Governance (lavoro etico)	—
Assessment annuale di rischi fisici e climatici	E - Environmental (adattamento al cambiamento climatico)	Nessun cambiamento rispetto all' <i>assessment</i> fatto nel 2023.
Monitoraggio e misurazione automatica degli spostamenti sostenibili	E - Environmental (mitigazione cambiamento climatico)	La categoria di Scope 3 <i>employee commuting</i> per la parte riguardante i percorsi casa-lavoro è stata misurata grazie ai dati registrati dai <i>mobility assistant</i> attivati nelle App dei dipendenti/collaboratori AWorld srl SB (su base volontaria).

5% delle ore annue degli AWorlders dedicate <i>pro bono</i> per le Nazioni Unite e lo European Climate Pact	S- Social (creare valore per la comunità)	–
60% dei data center alimentati ad energie rinnovabili entro il 2028	E - Environmental (mitigazione cambiamento climatico)	Dal 2024, la nostra infrastruttura digitale <i>serverless</i> gira su 100% energia rinnovabile certificata.
Allestimento dei nuovi uffici di Torino all'80% attraverso interiors di seconda mano entro il 2024	E - Environmental (economia circolare)	–
Aggiornamento annuale della privacy policy	G - Governance (privacy e gestione dei dati)	–
100% energia rinnovabile certificata da IREN per il nostro ufficio di Torino	E - Environmental (mitigazione cambiamento climatico)	–

Gli obiettivi definiti come tali nel 2024, per l'annualità di riferimento o per gli anni a venire, ma per cui l'**importanza è stata riconsiderata dal Consiglio di Amministrazione di AWorld srl SB per la stesura della seguente relazione d'impatto** sono i seguenti:

- Somministrazione, comprensione e sottoscrizione del **Codice Etico** a fornitori e clienti (obiettivo per il 2025): nella fase attuale della nostra crescita, abbiamo scelto di non introdurre ulteriori oneri burocratici per stakeholder che, spesso, sono aziende di dimensioni significativamente maggiori rispetto alla nostra e già sottoposte a processi di *assessment* molto articolati. Per questo motivo, abbiamo deciso di selezionare a posteriori fornitori e clienti in linea con i principi del nostro Codice Etico.
- Calcolo del **Gender Pay Gap** (obiettivo per il 2024): siamo consapevoli che uno dei nodi centrali dell'equità di genere è il *gender pay gap*. Per questo motivo, avevamo messo il suo calcolo come obiettivo nella Relazione d'Impatto 2023. Nonostante ciò, attualmente, le nostre dimensioni organizzative (calate rispetto al 2023 e alla proiezioni che avevamo fatto per il 2024) non ci permettono di calcolarlo in modo strutturato. Gli *AWorlders* hanno infatti qualche Team mono-genere (es: Team IT quasi tutti di sesso maschile, mentre Team *Sale*, Team *Sustainability* o Team *Project Management* tutte di sesso femminile). Non avendo le dimensioni necessarie per fare un calcolo statisticamente significativo abbiamo deciso di non fare questo *assessment* per l'anno corrente ma darci la possibilità, ogni anno, di rivalutare questa necessità con l'obiettivo di mantenere alta l'attenzione su questo indicatore e garantire che la parità non sia solo dichiarata, ma anche sostanziale.
- **Whistleblowing** (obiettivo per il 2024) e 0 segnalazioni sulla piattaforma ad esso dedicata (obiettivo al 2026) considereremo la necessità di questa pratica al superamento delle 50 unità di personale, come previsto per legge.

Change is in our hands