



# Report di sostenibilità

2023

**YAM112003 Srl**

Via Tertulliano, 56 | 20137 Milano

# Indice

Lettera agli stakeholder	3
Highlights ESG	4

## 01 Origini e modello d'impresa

1.1 Storia e percorso di YAM112003	6
1.2 Cronistoria dell'azienda	7
1.3 Percorso di sostenibilità	8
1.4 Profilo aziendale	9
1.5 Organigramma	10
1.6 Visione, Strategia e Valori	11

## 02 Governance

2.1 Modello di Governance	15
2.2 Strumenti a supporto della Corporate Governance	17
2.3 Risultati economici e investimenti ESG	18
2.4 Stakeholder & Partner	19
2.5 Politiche e impegni in ambito sostenibilità	20

## 03 Servizi

3.1 Know-how di YAM112003	23
3.2 Servizi	24
3.3 Punti di forza	25
3.4 Metodologia di lavoro	26
3.5 Clienti	27
3.6 Settori dei clienti dell'azienda	28
3.7 Progetti DE&I	29

## 04 Analisi di doppia materialità

4.1 Coinvolgimento degli stakeholder	32
4.2 Matrice di doppia materialità	33
4.3 Matrice di materialità: focus	35

## 05 Sustainable Development Goals

5.1 Impegno di YAM112003	39
5.2 SDGs	40

## 06 Responsabilità sociale

6.1 YAM112003 e le sue persone	42
6.2 Tutela della salute e sicurezza dei lavoratori	43
6.3 Sistemi di incentivazione e welfare aziendale	44
6.4 Formazione e sviluppo del personale	45
6.5 Sostenibilità ambientale e Smart Working	47
6.6 Inclusione Più di Valore D	48
6.7 Inclusion Impact Index di Valore D	49
6.8 Sostegno allo sviluppo della collettività sui temi della DE&I	50
6.9 Da showreel a showREAL	52

## 07 Responsabilità ambientale

7.1 Uffici, consumi ed efficientamento energetico	54
7.2 Acqua Gestione dei rifiuti	55
7.3 Eventi sostenibili ed economia circolare	56
7.4 Catena del valore e approvvigionamento sostenibile	57

## 08 Appendice

8.1 Nota metodologica	59
-----------------------	----

# Lettera agli stakeholder

## Care lettrici e cari lettori,

È con piacere che vi presento il nostro **Report di Sostenibilità 2023**, a testimonianza del coinvolgimento attivo e concreto di YAM112003 sulle tematiche ESG inserite nell'**Agenda 2030 dell'ONU**, con particolare riferimento all'ambiente e alla Diversity, Equity & Inclusion.

Questo Report si propone di rendicontare, in maniera chiara, completa ed efficace, tutte le iniziative e le attività che abbiamo realizzato nel corso dell'anno e i risultati ottenuti, soprattutto dal punto di vista della sostenibilità ambientale e sociale.

Il nostro impegno - in termini di **"responsabilità sociale d'impresa"** e **"trasparenza nella comunicazione"** - si manifesta infatti quotidianamente nelle numerose **pratiche di sostenibilità e welfare** interne all'azienda e nel **lavoro creativo e produttivo**

**dei team** che, attraverso la comunicazione, si propongono di contribuire alla **trasformazione culturale** del nostro settore e, più in generale, della società in cui viviamo.

In un'ottica di sostenibilità ESG, il nostro contributo sul fronte ambientale è stato **ridurre del 50% le emissioni di CO<sub>2</sub>**, potenzialmente prodotte dai nostri dipendenti e collaboratori per recarsi al lavoro, grazie a una policy di "smart-working" molto avanzata, attiva già a partire dal 2021. Questa innovazione ha permesso non solo di abbattere gli impatti derivanti dal trasporto ma, anche, di diminuire notevolmente i consumi energetici all'interno della sede aziendale.

Dal punto di vista sociale, invece, YAM112003 si è impegnata su più fronti, focalizzandosi in particolare su progetti interni ed esterni di **Diversity, Equity & In-**

**clusion.** Già dal 2016, abbiamo avviato collaborazioni con associazioni, organizzazioni e fondazioni specializzate su questi temi per promuovere attività di formazione per le nostre persone e ideare e realizzare progetti in grado di creare impatto positivo a livello culturale e sociale. Nel 2023 - assieme a Valore D, Fondazione Diversity e Osservatorio Branded Entertainment - abbiamo lanciato la campagna di comunicazione **'showREAL'** con la collaborazione di un team di professioniste e professionisti esperti, per promuovere una rappresentazione più autentica delle persone con disabilità in comunicazione e accelerare il processo di inclusione. Nel 2024 proseguiremo con una nuova fase del progetto per continuare l'opera di sensibilizzazione delle aziende e del grande pubblico.

Impattare positivamente dal punto di vista sociale vuole dire anche **coinvolgere e incentivare gli stakeholder interni ed esterni alla cultura del "nuovo"**, rompendo gli schemi, gli stereotipi e i retaggi culturali ancora troppo radicati nella nostra società.

Per tale ragione, il 2023 è stato anche l'anno in cui abbiamo deciso di **certificare YAM112003 secondo lo schema UNI/PdR 125:2022**, elevando

i nostri **principi di parità, inclusione ed equità di genere** a politica aziendale e stimolando i nostri clienti e, più in generale, il mercato a fare altrettanto.

La nostra visione, infatti, non si limita a "comunicare" il cambiamento ma punta a **renderlo concreto all'interno della nostra stessa realtà** investendo sempre di più sul benessere dei nostri dipendenti, sulla formazione e sull'accessibilità al mondo del lavoro, offrendo servizi a supporto della loro crescita professionale e personale. Siamo focalizzati, in particolare, sui temi dello sviluppo di nuove competenze (p.e. intelligenza artificiale, data insight, ecc.) e riqualificazione continua di quelle acquisite; così come su temi più legati al work-life balance, al rapporto tra le generazioni e alle istanze del mondo LGBTQIA+. In YAM112003 lavoriamo alla promozione di una cultura aziendale in cui tutte e tutti possano esprimere il loro potenziale valorizzando proprio ciò che ci rende persone uniche nella loro diversità.



Laura Corbetta  
CEO & FOUNDER  
YAM112003 SRL

**Buona lettura.**

Ricavi

**16.1** mln

Ore di formazione erogate

**300**

Team leader donna

**67%**

# Highlights ESG

Personale

**68%** DONNE  
**32%** UOMINI

Contratti

**94%** FULL TIME      **88%** INDETERMINATO  
**6%** PART TIME        **12%** DETERMINATO

Età

**37%** < 35 ANNI  
**63%** > 35 ANNI



01

# Origini e modello d'impresa

1.1

# Storia e percorso di **YAM112003**

Il nome dell'azienda è un omaggio alla **tradizione orientale**.

Yam era il **sistema di comunicazione creato da Gengis Khan** nel XIII secolo per connettere storie, persone e culture nell'Impero Mongolo, grazie a una rete di stazioni di posta che permetteva rapidi scambi di messaggi su grandi distanze.

112003, ovvero novembre 2003, fa riferimento invece alla data di "concepimento" dell'azienda, che è poi stata **fondata a Milano nel luglio del 2004**.

Così, da oltre vent'anni, YAM112003 sviluppa per i propri clienti, in Italia e a livello internazionale, progetti di comunicazione **sia per il mercato consumer che per il B2B, la corporate e l'internal communication**.

Dalla strategia all'idea, dall'idea all'esecuzione. La perfetta integrazione tra **agenzia creativa e production hub** permette a YAM112003 non solo di pensare, ma anche di produrre eventi e contenuti cross-mediali, tra cui branded entertainment, spot, video, format internazionali e contenuti originali per la TV e le piattaforme digitali.

Per YAM112003, comunicare significa innanzitutto **costruire relazioni di valore** attraverso la narrazione di "grandi storie", capaci di connettere brand e aziende alle loro audience di riferimento attraverso un approccio integrato.

Dal 2013, la sede dell'azienda è in **via Tertulliano 56 a Milano**, dove occupa tre piani di una palazzina ristrutturata in stile industriale e progettata secondo criteri di

**YAM112003:  
una vocazione  
scritta nel nome.**

**efficienza energetica.** Gli uffici, dallo stile creativo e colorato, riflettono l'identità aziendale.

**Responsabilità, sostenibilità e trasparenza,** unite a esperienza e competenza, sono i valori fondamentali alla base della mission di YAM112003, che ha sempre orientato la propria attività verso un modello di **business sostenibile, rispettoso dell'ambiente e delle persone.**

# Cronistoria dell'azienda

**2004**  
**Fondazione**

Attivazione di una business unit per il mercato internazionale a supporto dei grandi brand italiani

**2006**

Acquisizione della maggioranza delle quote societarie da parte di Endemol S.p.A

**2010**

**2014**

Ingresso in OBE – Osservatorio Branded Entertainment

Ingresso in Assocom (oggi UNA – Aziende della Comunicazione Unite)

**2018**

**2020**

Uscita dal Gruppo Endemol Shine Italy

**2021** **2022**

Cambio dell'assetto societario

Evoluzione dell'assetto organizzativo in Creative e Production Hub

**2023**

Ingresso in IAA e Club degli Eventi

## 1.3

# Percorso di sostenibilità

Per YAM112003 lo sviluppo economico è strettamente correlato alla cura e al rispetto per l'ambiente circostante e ciò è confermato dal costante investimento in **nuove tecnologie, spazi più confortevoli e metodologie di lavoro più sostenibili**.

L'attenzione alla sostenibilità in azienda è dimostrata dalla continua ricerca di **tecnologie digitali a basso consumo di CO<sub>2</sub>** e dall'utilizzo di **materiali certificati e/o recuperati**, soprattutto nell'organizzazione di eventi. Tutti gli sforzi sono volti al raggiungimento di un processo produttivo sostenibile, efficiente e responsabile, **in linea con i Criteri Minimi Ambientali (CAM) stabiliti dal Ministero dell'Ambiente**.

L'obiettivo è continuare a fornire elementi utili per includere aspetti ambientali e sociali nelle scelte operative delle attività di produzione, adeguandoli alle migliori tecnologie disponibili (Best Available Technologies), secondo i principi di economia circolare.



1.4

# Profilo aziendale

YAM112003 è una società con un capitale sociale di €90.000, suddiviso tra **sei soci**, accomunati da esperienza e passione per la comunicazione. La CEO e Founder, Laura Corbetta, detiene il 46,5% delle quote, mentre il restante 53,5% è distribuito tra altri cinque soci, quattro dei quali sono attivamente coinvolti nella gestione operativa dell'azienda.

Capitale sociale

**90k**

Seldon SPA

**4,8%**

Laura Corbetta

**46,5%**

Duccio Machnitz

**10,0%**

Alessia Tousco

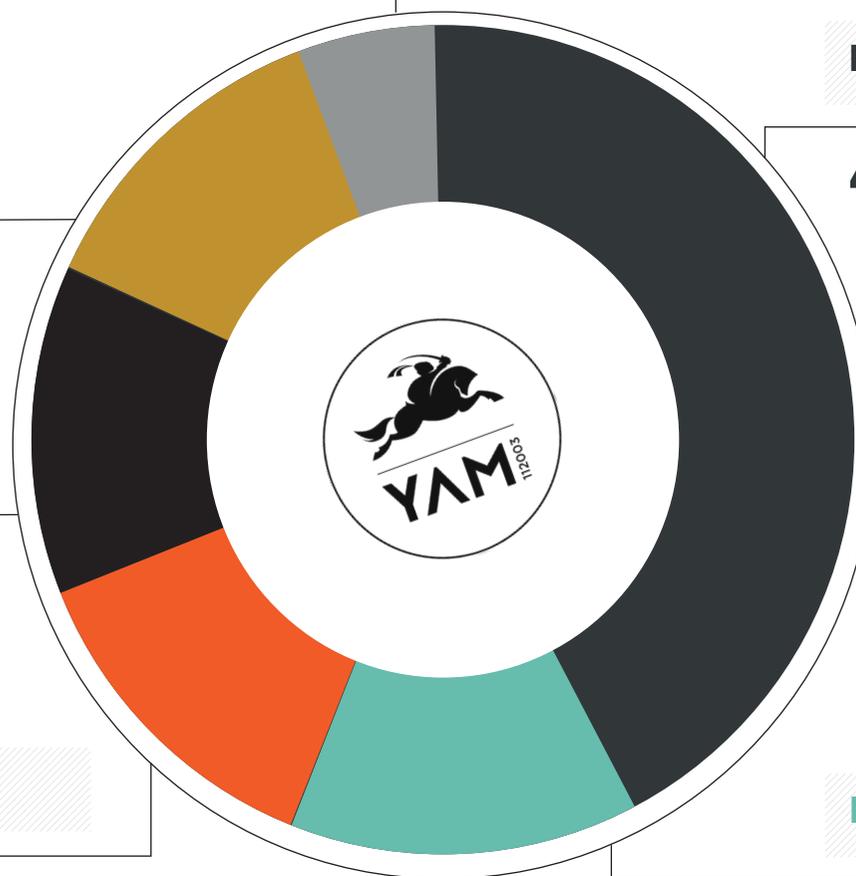
**12,9%**

Gory Pianca

**12,9%**

Elena Bianchi

**12,9%**

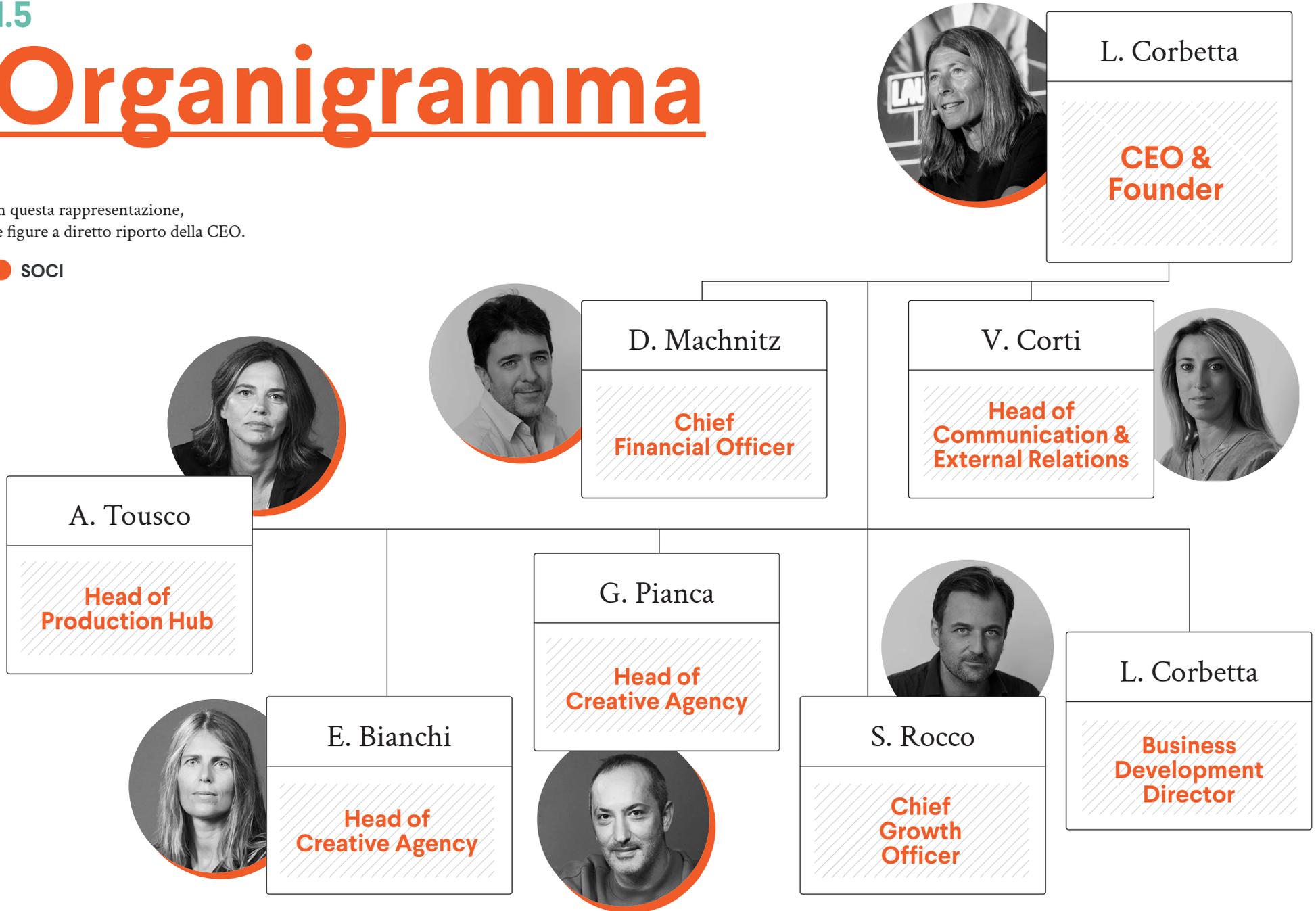


1.5

# Organigramma

In questa rappresentazione,  
le figure a diretto riporto della CEO.

● SOCI



1.6

# Visione, Strategia e Valori

YAM112003, come realtà **italiana** e **indipendente** al 100%, fonda la propria visione del futuro su alcuni pillar strategici che definiscono in maniera distintiva il ruolo che l'azienda vuole assumere nel settore della comunicazione.

## Human Touch

Cerchiamo sempre di fare **quello che ci piace davvero**, ci fa battere il cuore, ci mette in moto il cervello e ci fa viaggiare con l'immaginazione.

## DE&I Driven

La diversità rappresenta la nostra prospettiva sul mondo, dove la **molteplicità** e le **differenze** sono valorizzate come risorse preziose.

## Highly Sensitive Creativity

Per noi, la creatività è la capacità di **“sentire”** e di **accendere** le persone.

## Cross Media Approach

Abbiamo un **approccio integrato** al mercato della comunicazione, in cui a guidare nella scelta di piattaforme, canali e soluzioni è sempre e soltanto la natura dei progetti.

## Powerful Production

**Digitale, video, eventi, branded entertainment:** dateci un progetto, noi lo realizzeremo. **E non ve ne pentirete.**

## YAM112003 si muove su tre linee guida principali.

L'approccio al mercato di YAM112003 si basa su tre pillar fondamentali: **risultati economici**, impegno costante nella **qualità**, grande attenzione ai temi di **management**.

I **risultati economici** rappresentano il fattore distintivo che distingue un'azienda sostenibile da una realtà di successo. Per questo, in YAM112003 la propensione al business development non è solo una responsabilità dei manager ma un vero e proprio tratto culturale, che viene trasmesso a tutti i team di lavoro come competenza essenziale.

La **qualità del prodotto** si basa su un'accurata progettazione e una gestione proattiva del cliente, orientata a ottimizzare ogni fase del processo. Le collaborazioni strategiche con diverse realtà del mercato della comunicazione permettono a YAM112003 di offrire ancora maggiori opportunità di crescita ai propri clienti.

Infine, l'attenzione ai temi di **leadership** si esprime attraverso una condivisione chiara, con le persone, delle aspettative, degli obiettivi e delle tappe di crescita, supportata da un efficace sistema di performance management e da un clima aziendale che valorizza l'apertura e la reciprocità. Il monitoraggio costante delle attività consente di ottimizzare il tempo di lavoro dei collaboratori, bilanciando le esigenze dei progetti, la formazione e l'impegno in iniziative di grande rilevanza per l'agenzia.

## YAM112003 fonda i suoi principi su tre valori cardine:

Inspired

Reliable

Determined

I valori di YAM112003 riguardano tutti, dai singoli membri dei team fino ai vertici aziendali. Questi principi **guidano le scelte strategiche e l'operatività quotidiana**, orientando il comportamento del personale nei rapporti con i colleghi, i clienti e il mondo esterno.

L'obiettivo è sperimentare costantemente **nuove idee**, con **curiosità** e **determinazione**, per garantire a ogni cliente un servizio basato su

qualità e

risultati concreti.





## Inspired

L'ispirazione è il motore di ogni cambiamento. Nutri continuamente la tua curiosità e lasciati ispirare da ciò che ti circonda. Prendi l'iniziativa senza aver paura di fallire, esplora l'inesplorato e rompi gli schemi. Affronta i problemi da più punti di vista e prendi le decisioni importanti insieme al tuo team.

## Reliable

Poniti obiettivi S.M.A.R.T e impegnati per fare di ogni progetto un progetto di successo. Fai del tuo meglio per comunicare correttamente e assicurati che le informazioni siano chiare per tutti.



## Determined

Migliora ogni giorno il tuo lavoro e il tuo rapporto con clienti, colleghe e colleghi. Affronta le nuove sfide con passione e determinazione. Cerca sempre di innovare, sperimentare e ottimizzare i tempi di lavoro. Mira sempre a raggiungere un risultato migliore. Dedica il tempo necessario all'ascolto e alla costruzione di relazioni di qualità.

Il successo di YAM112003 è il frutto dell'impegno che le sue persone, gli e le yammer, mettono quotidianamente nell'ideazione e nello sviluppo di ciascun progetto.

Per noi **Responsabilità di impresa** significa anche **comunicare in maniera chiara**, trasparente e corretta, affinché il destinatario finale abbia la piena comprensione del messaggio e del suo valore. La continua **spinta all'innovazione e alla sperimentazione**, unita a una grande capacità di ascolto delle diverse esigenze e all'estrema personalizzazione del servizio offerto, rendono YAM112003 un punto di riferimento affidabile per i propri clienti.

In YAM112003 crediamo profondamente, al di là di ogni possibile retorica, nel **valore delle persone**, e per questo facciamo il massimo per garantire condizioni di lavoro stimolanti e rispettose delle esigenze personali e professionali di ogni dipendente.

Quello di YAM112003 è un approccio al business che mette al centro il riconoscimento e la tutela dei principi di **sostenibilità ambientale** e dei **diritti di tutte e di tutti**.

Un ambiente di lavoro moderno, dinamico e flessibile, pervaso da una cultura aziendale fondata sui valori dell'**inclusione** e del **rispetto**, che permette di raggiungere nello stesso tempo alti livelli di qualità creativa e di efficienza produttiva.



02

# Governance

## 2.1

# Modello di Governance

L'assetto societario e la struttura manageriale di YAM112003 garantiscono la massima efficienza nell'esecuzione delle attività strategiche e gestionali. Il principio guida del modello adottato è quello di valorizzare le competenze di ogni membro dei suoi organi di governo.

### Organo

### Composizione

### Profilo

#### Consiglio di Amministrazione

#### Soci

Laura Corbetta

#### CEO & Founder

Responsabile dell'approvazione e monitoraggio degli impatti ESG generati dall'azienda e della pubblicazione del Report di Sostenibilità.

Duccio Machnitz

#### Chief Financial Officer

Responsabile dell'approvazione e monitoraggio degli impatti ESG generati dall'azienda e della pubblicazione del Report di Sostenibilità.

Alessia Tousco

#### Head of Production Hub

Elena Bianchi

#### Head of Agency

Gory Pianca

#### Head of Agency

Seldon S.p.A.

#### Non operativo

## Organo

## Composizione

## Profilo

### Leadership team

Laura Corbetta

#### CEO & Founder

Responsabile dell'approvazione e monitoraggio degli impatti ESG generati dall'azienda e della pubblicazione del Report di Sostenibilità.

Duccio Machnitz

#### Chief Financial Officer

Responsabile dell'approvazione e monitoraggio degli impatti ESG generati dall'azienda e della pubblicazione del Report di Sostenibilità.

Alessia Tousco

#### Head of Production Hub

Elena Bianchi

#### Head of Agency

Gory Pianca

#### Head of Agency

Stefano Rocco

#### Chief Growth Officer

Valentina Corti

#### Head of Communication & External Relations

Co-responsabile dell'approvazione e monitoraggio degli impatti ESG generati dall'azienda e della pubblicazione del Report di Sostenibilità.

# Strumenti a supporto della Corporate Governance

Il sistema di corporate governance di YAM112003 rispetta standard di **trasparenza e correttezza** che garantiscono l'affidabilità dei processi adottati.

Per assicurare l'integrità aziendale, YAM112003 si è dotata di alcuni strumenti utili per la gestione del rischio e per il rispetto delle previste conformità di settore.

Questo approccio, oltre ad essere rivolto in modo specifico ai temi ambientali e sociali, include buone pratiche di comportamento condivise e sottoscritte da ogni yammer.

## Codice di Condotta

Illustra i **valori** e le **regole fondamentali** da seguire nella vita aziendale quotidiana, fornendo indicazioni sul linguaggio da utilizzare, i comportamenti da tenere e la gestione di aspetti sensibili come: protezione della proprietà intellettuale, tutela della privacy, integrità delle persone e non discriminazione, politiche anticorruzione e contro la concorrenza sleale.

## Linee Guida nella produzione di eventi sostenibili

Offrono indicazioni pratiche per integrare **aspetti ambientali e sociali** nelle decisioni operative legate alla produzione di eventi, sia per i propri clienti che per enti terzi a cui YAM112003 offre un supporto.

## Piattaforma Whistleblowing

Consente a ogni dipendente di segnalare, **in forma anonima**, eventi e comportamenti legati ad abusi, offese o illegalità nel contesto lavorativo. Tali segnalazioni possono riguardare **discriminazioni, molestie, soprusi o criticità** relative alle condizioni di lavoro, come previsto dalla Politica di Responsabilità Sociale di YAM112003.

La Direzione garantisce la massima riservatezza, la tutela dell'anonimato e l'assenza di qualsiasi forma di discriminazione nei confronti di chi segnala.

2.3

# Risultati economici e investimenti ESG

A seguito dell'importante operazione di management buyout avvenuta all'inizio del 2021, YAM112003 ha mantenuto, anche negli anni seguenti, una solida stabilità economica e finanziaria.

Grazie ai numerosi rapporti commerciali con clienti nazionali e internazionali, nel 2023 l'azienda ha raggiunto un fatturato di 16.100.000€, confermando ancora una volta una crescita costante.

Ricavi 2023

**16.1** mln

EBITDA 2023

**894** k

Investimenti in sostenibilità 2023

**250** k

# Stakeholder & Partner



# Politiche e impegni in **ambito sostenibilità**

Con una forte sensibilità verso i temi di **sostenibilità ESG**, YAM112003 promuove da anni la consapevolezza sociale e ambientale attraverso progetti dedicati ai diritti civili, alla diversità, alla tutela dell'ambiente.

Nel campo della comunicazione, l'azienda sostiene la Fondazione Diversity e il Diversity Lab, contribuendo fin dal 2016 alla realizzazione dei **Diversity Media Awards**, un riconoscimento a chi, sui media e nel mondo della comunicazione, offre una rappresentazione rispettosa e inclusiva di tutte le diversità.

Dal 2017, YAM112003 è associata a **Valore D**, il primo network italiano di imprese che promuove l'equilibrio di genere e una cultura inclusiva per la crescita del Paese, e nel 2023 ha ottenuto la **Certificazione per la Parità di Genere**.

Nel 2023 ha lanciato **showREAL**, una campagna dedicata alla rappresentazione delle persone con disabilità nella comunicazione pubblicitaria, realizzata con testimonial che vivono in prima persona questa condizione, in virtù del principio "Nothing about us without us".

Da molti anni YAM112003 organizza per i propri dipendenti, su base continuativa, **incontri di formazione e ispirazione** su diversi temi sociali e culturali, per favorire lo sviluppo di uno spirito critico e di uno sguardo ampio sulla realtà.

A tutela dei propri clienti e delle persone del proprio team, l'azienda include nei contratti clausole che garantiscono il **rispetto della privacy e la corretta gestione delle informazioni**, assicurando la massima riservatezza su dati e materiali condivisi.

Internamente, YAM112003 investe nel benessere dei dipendenti e nella riduzione degli sprechi. Sul piano sociale, offre servizi di supporto al **work-life balance**; su quello ambientale, promuove lo **Smart Working** e l'utilizzo dei mezzi pubblici, fornendo linee guida per la **gestione delle risorse energetiche** e la **raccolta differenziata** negli uffici.

Per garantire la sicurezza e l'efficienza dei processi, l'azienda utilizza la piattaforma **Microsoft Dynamics 365**, che permette una gestione sicura e ottimizzata dei dati, proteggendo le informazioni strategiche dei clienti e garantendo qualità nel servizio.

Nel rispetto del Reg. UE 2016/679 ("GDPR") e del D.lgs. n°196/2003 ("Codice in materia di protezione dei dati personali"), YAM112003 è **Titolare del trattamento dei dati** relativi

vi a tutti gli atti stipulati in nome e per conto dell'azienda, conformandosi ai più elevati standard di sicurezza.

Queste attività riflettono la strategia di sostenibilità che l'azienda persegue da anni, investendo in **responsabilità sociale d'impresa, comunicazione trasparente e benessere dei dipendenti**.

Il Report di sostenibilità, giunto alla settima edizione, testimonia ogni anno i concreti impatti positivi generati.

In un contesto globale sempre più orientato verso lo sviluppo di pratiche sostenibili, che mirano a generare valore riducendo gli impatti, l'adesione agli standard internazionali di **compliance** e ai principi di **eco-sostenibilità** è diventata un fattore competitivo chiave.

Per questo, YAM112003, nell'ambito delle sue iniziative di promozione della sostenibilità, dal 2017 si sottopone al rating di sostenibilità **Ecovadis**, la piattaforma internazionale più autorevole nel settore. Nel 2023 ha ottenuto un punteggio di 63/100, conquistando la medaglia Silver.

**Questo risultato attesta l'affidabilità, la qualità e la sostenibilità dei servizi offerti da YAM112003, consolidando la fiducia dei nostri clienti e partner.**

Rating di sostenibilità Ecovadis

**63/100**





03

# I Servizi

### 3.1

# Know-how di YAM112003

Il metodo di lavoro di YAM112003 si articola in **sei fasi**, delineando un processo che va dall'analisi del mercato alla misurazione delle performance.

**Brand strategy, concept design & development, content production, digital & social media management e media buying** sono i servizi che YAM112003 è in grado di offrire ai suoi clienti, assicurandosi che tutte le fasi della creazione e della gestione del progetto siano perfettamente integrate.

Il **Production Hub** supporta la **Creative Agency** nella realizzazione di eventi, branded entertainment, spot pubblicitari, video, format internazionali e contenuti originali per televisione e piattaforme digitali.

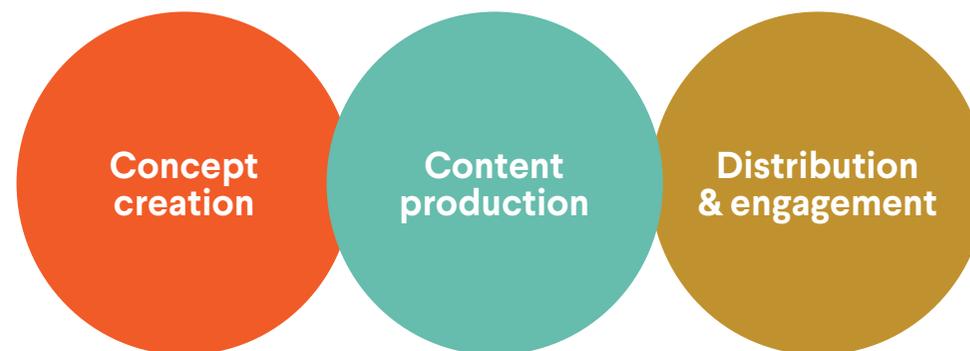
Attiva tanto sul mercato italiano quanto su quello internazionale, YAM112003 opera nella comunicazione **consumer** così come in ambito **B2B, corporate** e **internal communication**.

Un approccio integrato e multidisciplinare



alla comunicazione, al centro del quale rimane la semplicità di un desiderio. Quello di **raccontare storie** capaci di accendere il cuore e la mente delle persone, siano esse consumatori, clienti business, dipendenti o stakeholder in senso lato.

YAM112003 pone al centro del suo impegno l'attenzione ai temi della **Diversity, Equity & Inclusion e della Sostenibilità**, nella convinzione che la comunicazione possa contribuire concretamente al cambiamento sociale e culturale.



3.2

# Servizi

## Concept creation

BUSINESS & MARKETING STRATEGY

BRAND & COMMUNICATION STRATEGY

CREATIVE CONCEPT

DIGITAL DESIGN

CONTENT DEVELOPMENT & MANAGEMENT

Prima di procedere alla definizione o ridefinizione del **posizionamento** di brand e allo sviluppo di un **concetto di comunicazione** vincente per un nostro cliente, viene svolta un'approfondita attività di analisi delle sue **strategie di business e di marketing**.

## Content production

ATL, DIGITAL & SOCIAL MEDIA

VIDEO, SPOT & PHOTO

TV E DIGITAL SHOW

EVENT

TALENT MANAGEMENT

La **perfetta integrazione tra Creative Agency e Production Hub** all'interno dell'azienda consente di **realizzare contenuti creativi originali** (digitali e non) con la massima efficienza in termini di **tempi e costi**.

## Distribution & engagement

MEDIA BUYING

MEDIA DISTRIBUTION

INFLUENCER MARKETING

ON-AIR / ON-LINE / OFF-LINE ACTIVATION

La profonda conoscenza del mondo della comunicazione permette di supportare i clienti anche nella fase di **distribuzione e nel raggiungimento degli obiettivi strategici prefissati**.

### 3.3

# Punti di forza

YAM112003 può contare su un team di **oltre cento persone** tra creativi, planner, marketing specialist, data analyst, account e project manager, social media manager, autori, giornalisti, producer e altre figure professionali.

Ad accomunare ogni yammer c'è l'**aspirazione all'eccellenza**, la **capacità d'ascolto**, un forte spirito di **appartenenza** e di **collaborazione**. Una comunità di professioniste e professionisti capaci di costruire relazioni di valore con i clienti, mettendo al loro servizio una metodologia di lavoro che integra **strategia, creatività e produzione**.

Grazie a loro, YAM112003 può offrire al mercato una serie di servizi core ad alto valore aggiunto che coprono l'intera filiera realizzativa, con un approccio multidimensionale basato su contenuti, target e canali.

## Media Buying

**Conosciamo il valore delle cose.**  
Lavoriamo su obiettivi concreti, siano essi di business, marketing o comunicazione.

## Monitoring & Reporting

**Crediamo nell'intelligenza dei brand.**  
Misuriamo i risultati per affinare la strategia e ottimizzare le azioni.

## Production Hub

**Siamo all'altezza di ogni sfida.**  
Realizziamo progetti di qualsiasi dimensione e budget.

## Client Services

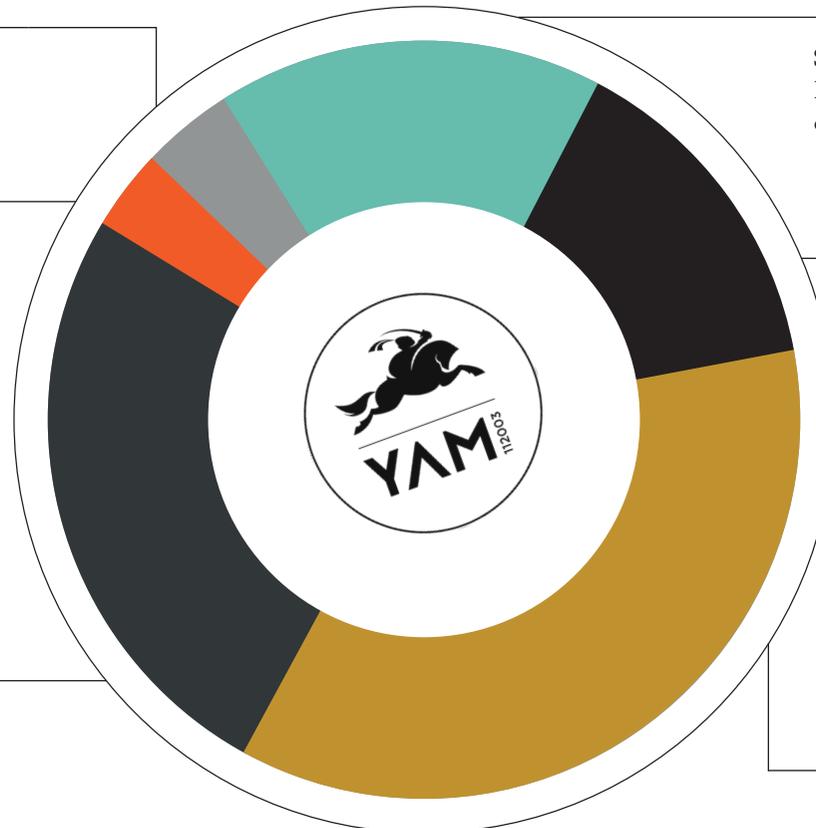
**Siamo partner dei nostri clienti.**  
Il nostro obiettivo è garantire sempre una delivery eccellente, puntuale ed efficace.

## Strategic Services

**Studiamo il presente per progettare il futuro.**  
Siamo concentrati su brand, audience e trend di scenario, sia sociali che digitali.

## Creative Agency

**La creatività al potere.**  
Le buone idee contano. Saperle realizzare conta di più.



# Metodologia di lavoro



Ogni progetto di successo si fonda su **fasi ben definite**, indispensabili per garantire i risultati desiderati. Queste fasi si basano su una pianificazione preventiva che considera tre aspetti cruciali: tempi, costi e persone.

**Project Budget**

**Project Plan**

**HR Staffing**

**People Planning**

Le strategie di business possono definirsi tali quando sono supportate da un **processo chiaro e condiviso**. In questa rappresentazione vengono indicati gli step in cui si articola lo sviluppo di un progetto in YAM112003, dal presidio del mercato alla delivery finale.

I continui riconoscimenti per la qualità e l'affidabilità del servizio, insieme a un approccio rigoroso nella gestione dei processi, conferiscono a YAM112003 un vantaggio competitivo in un mercato che pone sempre maggiore attenzione alla **qualità** e alla **sostenibilità del servizio**.

3.5

# Clienti



### 3.6

# Settori dei clienti dell'azienda

Dal 2004, YAM112003 rappresenta un punto di riferimento nel settore della comunicazione, a livello nazionale e internazionale.

Specializzata in progetti di **comunicazione integrata**, le capabilities di cui dispone le consentono di coprire tutto il processo, dalla strategia alla creatività, fino alla produzione e distribuzione.

Tra gli **oltre 90 partner** con i quali YAM112003 mantiene da anni rapporti consolidati, ci sono giganti del mercato come Sanpellegrino, Mondelēz, Snam e Syensqo, così come marchi di prestigio in diversi settori, da Loro Piana nel luxury, a Roche nel pharma.

Il 27% della clientela appartiene al settore food & beverage, che da solo rappresenta il 57% del fatturato, mentre il rimanente 73% si distribuisce in vari settori - dall'energia

al luxury, passando per automotive, media, grande distribuzione organizzata, IT tech, e servizi professionali.

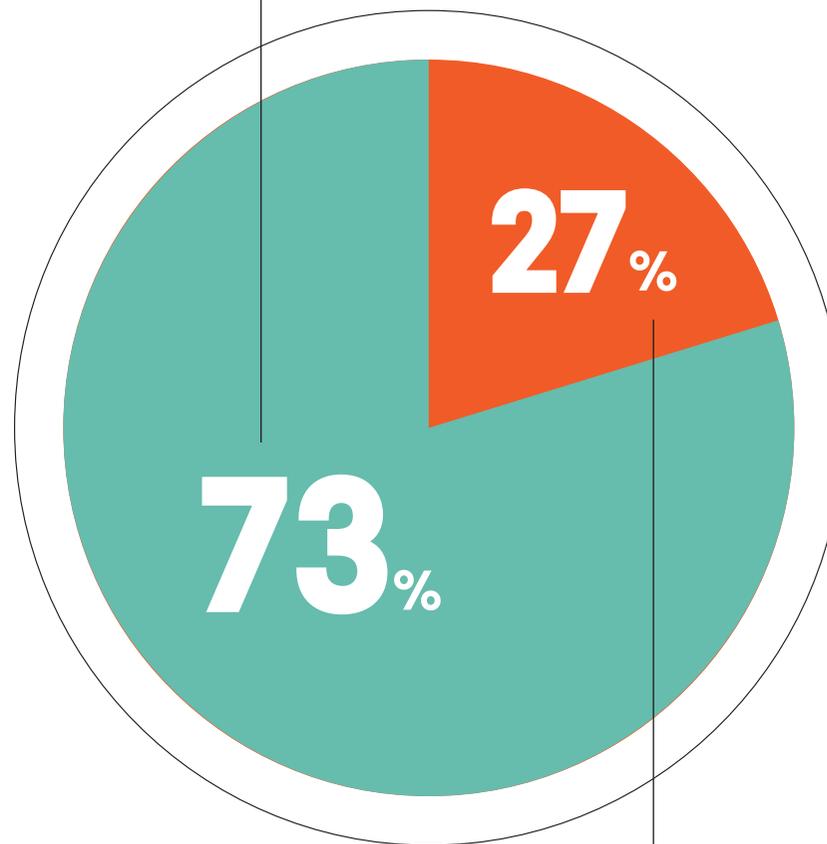
YAM112003 non si rivolge, comunque, solo a clienti di grandi dimensioni, ma supporta anche le piccole imprese, aiutandole a posizionarsi strategicamente nel mercato di riferimento, generando valore aggiunto per loro e per il territorio e le comunità in cui operano.



Food & Beverage

Altri settori

Oil & Energy, Pharma, Luxury, Fashion, Automotive, Media, GDO, IT Tech, Professional Services



# Progetti DE&I

Continua, anche nel 2023, l'impegno di YAM112003 sui temi della Diversità, Equità e Inclusion. Lo conferma il ricco elenco di progetti realizzati per i propri clienti, che puntano ad avere un impatto sul mondo della comunicazione e, più in generale, a generare un autentico cambiamento culturale.

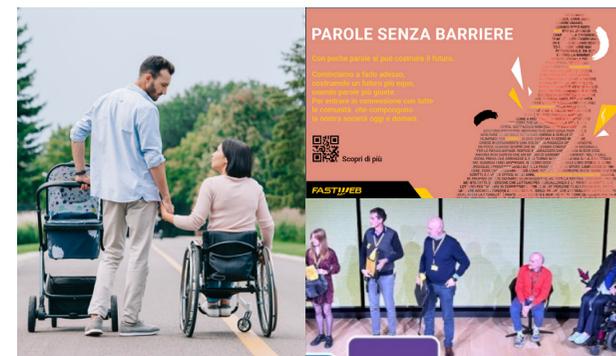
## “Tutta la luce che non vediamo” per Netflix

Per il lancio della serie tv targata Netflix, YAM112003 ha curato la produzione esecutiva di un evento innovativo e pionieristico, con l'obiettivo di garantire la massima accessibilità a una vasta platea di ospiti con disabilità. Negli spazi del MAXXI di Roma, che ha ospitato la première, tutto è stato pensato, nel dettaglio, a questo scopo: dalla logistica all'allestimento, dall'accoglienza al catering, dalla proiezione all'intrattenimento.



## “Parole senza barriere” per Fastweb

In occasione della “4 Weeks 4 Inclusion”, la grande maratona dedicata alla diversità e all'inclusione, YAM112003 ha supportato Fastweb nella realizzazione di un vero game show dedicato al tema del linguaggio ampio. Un format di intrattenimento pensato per riflettere sul potere delle parole, che ha visto la partecipazione di esperti del campo come Antonio Giuseppe Malafarina, giornalista, poeta, founder di [www.diwergo.it](http://www.diwergo.it), e Alessandro Lucchini, linguista, docente universitario, socio della Palestra della Scrittura.



## “Diversity Media Awards 2023” per Fondazione Diversity

YAM112003 è stata per l'ennesima volta al fianco di Diversity Lab come co-produttrice di quelli che sono ormai noti come gli 'Oscar dell'inclusione', che premiano i personaggi e i contenuti media in grado di contribuire a una rappresentazione valorizzante della diversità nelle sue diverse dimensioni.

L'evento, prodotto secondo il protocollo DE&I YAM, ha visto la realizzazione di materiali e documenti in linguaggio inclusivo e scritti per persone ipovedenti, segnaletica in braille, traduzione simultanea per persone sorde attraverso l'applicazione Peditus, interprete LIS, stanza di decompressione sensoriale per persone autistiche e bagni no gender. La premiazione è andata in onda a fine giugno su RaiUno in seconda serata, facendo registrare uno share del 9,9%.





04

# Analisi di doppia materialità

## 4.1

# Coinvolgimento degli stakeholder

L'analisi di doppia materialità si basa sulle indicazioni fornite dai **nuovi standard europei ESRS**, in particolare ESRS 1 e 2. Questi standard introducono un metodo innovativo che consente alle aziende di valutare i propri impatti non solo da un punto di vista esterno, ma anche interno, attraverso la materialità finanziaria, che si traduce in termini di rischi e opportunità.

A questa metodologia si collega l'approccio definito dal "GRI 3: temi materiali", che si ispira ai requisiti degli standard del **Global Reporting Initiative** per la rendicontazione di sostenibilità. Il Global Reporting Initiative (GRI) è un ente internazionale nato per definire standard di rendicontazione sulla performance sostenibile delle organizzazioni, con i GRI Standard che costituiscono il loro framework applicativo. Gli standard GRI comprendono tre serie: Standard universali, Standard di settore e Standard specifici.

Seguendo le linee guida per l'individuazione dei temi materiali come descritto nel GRI 3, è stata possibile l'individuazione di una serie di impatti, sia positivi che negativi, che l'azienda ha o potrebbe avere sull'economia, sull'ambiente e sulle persone, e quindi **il suo contributo allo sviluppo sostenibile**. Sulla base di questa ricerca, è stata effettuata una rendicontazione coerente con il reale impatto di YAM112003.

Il processo di rendicontazione ha visto la partecipazione di **stakeholder interni ed esterni** rilevanti. Tra le figure principali coinvolte nel processo ci sono state banche, istituzioni, associazioni di settore, laboratori di analisi, consulenti, dipendenti, figure dirigenziali interne, fornitori e clienti.

Il loro coinvolgimento è avvenuto tramite **interviste, questionari anonimi, survey e incontri tecnici**. Le interviste con la Direzione di YAM112003 hanno avuto l'obiettivo di indagare i principali aspetti dell'attività, da cui è stato possibile stabilire gli impatti relativi a diverse categorie di temi di sostenibilità e identificare progetti e iniziative significative per gestire tali impatti e realizzare una rendicontazione specifica. Inoltre, sono stati predisposti questionari anonimi rivolti agli stakeholder interni ed esterni per valutare la percezione delle attività aziendali e comprendere il loro interesse sui temi della sostenibilità.



## 4.2

# Matrice di doppia materialità

La matrice di doppia materialità illustra i **temi rilevanti** identificati da YAM112003 e dai suoi stakeholder, a seguito di un'analisi globale degli impatti, sia positivi che negativi, in relazione al settore di appartenenza.

In questo contesto, la doppia rilevanza si riferisce agli impatti di **sostenibilità** e ai rischi e opportunità di **carattere finanziario**. La valutazione delle tematiche ESG è basata su un elenco di argomenti pertinenti alle attività dell'azienda, garantendo così una copertura completa di tutti gli aspetti di sostenibilità.

La rappresentazione grafica deriva da un processo di analisi che ha individuato i temi materiali più significativi sia per l'azienda che per i suoi stakeholder, e quindi meritevoli di rendicontazione.

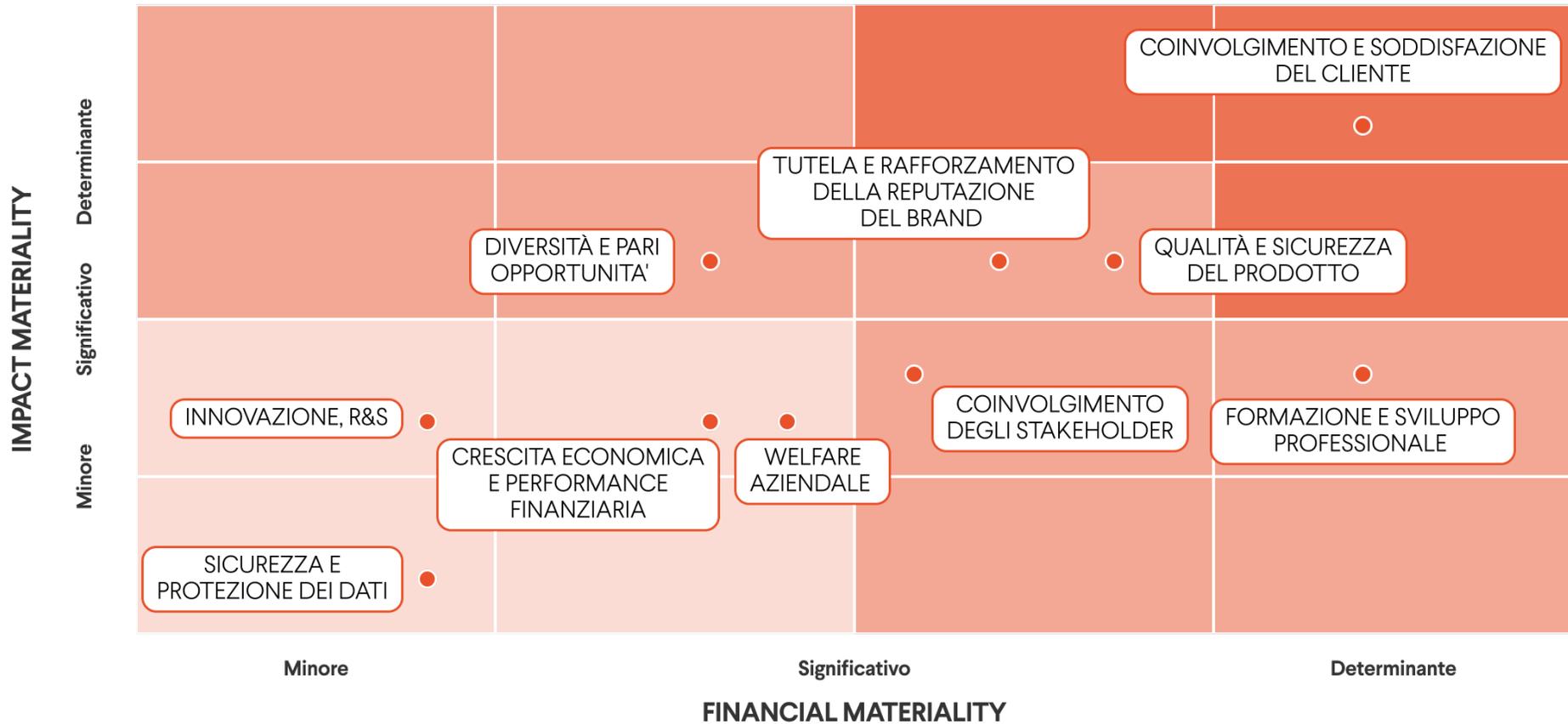
Sulle estremità della matrice è indicata la rilevanza di ciascun tema, sia in termini di **impatto**, positivo o negativo, che l'azienda può generare verso l'esterno, sia in relazione ai **rischi** e alle **opportunità** finanziarie a cui l'azienda potrebbe andare incontro. La significatività è classificata come alta, media o bassa.

Significatività		IMPATTO ESTERNO POSITIVO/NEGATIVO	TEMA RILEVANTE	RISCHIO/OPPORTUNITÀ AZIENDALE		Significatività
...	+	Garanzia della qualità dei servizi offerti con controllo puntuale delle commesse e richieste specifiche del cliente.	QUALITÀ & SICUREZZA DEL PRODOTTO	Elevato livello di gradimento dei progetti realizzati per il cliente, fidelizzazione del cliente e conferma ulteriori commesse.	+	...
...	-	Mancata corrispondenza del prodotto realizzato rispetto alla richiesta del cliente. Errata interpretazione del messaggio da comunicare agli stakeholder.		Perdita di clientela dovuta alla realizzazione di prodotti di scarso contenuto non corrispondenti alle richieste del cliente.	-	...
...	+	Immagine aziendale consolidata che comunica esperienza, fiducia e affidabilità nel servizio. Corrispondenza dei valori del brand con i contenuti comunicativi selezionati.	TUTELA E RAFFORZAMENTO DELLA REPUTAZIONE DEL BRAND	Acquisizione nuovi clienti e nuovi progetti da realizzare.	+	...
...	-	Perdita di credibilità a causa di contenuti che non rappresentano il brand, la sua vision e la sua mission.		Perdita di clientela, la quale genera mancanza di investimenti e crescita aziendale.	-	...
...	+	Investimenti in R&S, formazione dei dipendenti e studio di nuovi progetti.	INNOVAZIONE, R&S	Opportunità di introdurre le migliori tecnologie presenti sul mercato e valorizzare il potenziale dei dipendenti con programmi formativi ad hoc.	+	..
.	-	Mancanza di un sistema di innovazione aperto, diffuso e interconnesso, al fine di creare valore condiviso.		Eventuali insufficienti competenze "digital" delle risorse e investimenti fallimentari.	-	...
..	+	Qualità dei prodotti realizzati e continuo coinvolgimento dei clienti tramite canali di comunicazione adeguati e questionari di soddisfazione.	COINVOLGIMENTO E SODDISFAZIONE DEL CLIENTE	Aumento della reputazione aziendale e possibilità di entrare in nuovi settori di mercato.	+	...
..	-	Reclami e segnalazioni da parte del cliente.		Spostamento delle preferenze del cliente verso competitor, con conseguente riduzione della domanda.	-	...

Significatività		IMPATTO ESTERNO POSITIVO/NEGATIVO	TEMA RILEVANTE	RISCHIO/OPPORTUNITÀ AZIENDALE		Significatività
...	+	Job rotation, formazione e inserimento di risorse con competenze non presenti in azienda, valorizzando l'integrità professionale.	<b>FORMAZIONE E SVILUPPO PROFESSIONALE</b>	Mappatura dei ruoli e dei profili, identificazione delle risorse di maggior valore e definizione di piani di retention.	+	...
...	-	Mancata integrazione tra sistemi di gestione risorse umane e sostenibilità sociale (es. valutazione performance).		Potenziale aumento di dimissioni di figure chiave e riduzione dell'engagement interno.	-	...
...	+	Salubrità dei luoghi di lavoro, adeguato ambiente lavorativo e corretta formazione dei dipendenti.	<b>SALUTE E SICUREZZA DEI LAVORATORI</b>	Implementazione di tutte le misure adeguate per la sicurezza dei lavoratori, collaboratori e terze parti nel rispetto delle leggi vigenti.	+	...
...	-	Inosservanza delle regole che può portare al verificarsi di incidenti o malattie professionali.		Verificarsi di situazioni pericolose e/o incidenti che potrebbero portare l'azienda a dover gestire accuse da parte dei dipendenti o collaboratori.	-	...
..	+	Esistenza o predisposizione alla creazione di comitati aziendali e diritti di informazione, consultazione e partecipazione dei lavoratori.	<b>COINVOLGIMENTO E COMUNICAZIONE INTERNA CHIARA, TRASPARENTE, EFFICACE</b>	Miglioramento del dialogo sociale e del clima all'interno degli ambienti di lavoro.	+	..
..	-	Mancanza di strumenti e canali tramite cui i lavoratori possano esprimere la loro opinione.		Insubordinazione e sabotaggio da parte dei dipendenti.	-	..
...	+	Valorizzazione dell'ambiente e delle persone grazie a una gestione di una comunicazione aziendale virtuosa, fondata sulla creazione di nuovo valore e diffusione di nuove culture.	<b>STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ</b>	Conformità alle normative e maggiore competitività sul mercato in quanto azienda compliant ai nuovi temi della sostenibilità ESG.	+	..
...	-	Cattiva comunicazione e diffusione di messaggi errati e socialmente inopportuni a causa di un'inadeguata strategia aziendale.		Ritardo nell'adeguamento alle imminenti o già presenti normative ESG.	-	...
..	+	Collaborazione con i principali portatori d'interesse nell'ottica di creare un dialogo costruttivo e un supporto reciproco.	<b>COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER</b>	Il coinvolgimento degli stakeholder permette di instaurare un rapporto duraturo e fidelizzare i collaboratori, i quali possono anche fungere da tramite per nuovi rapporti commerciali.	+	..
..	-	L'assenza di un confronto con gli stakeholder non permette all'azienda di sviluppare al meglio le proprie capacità in un'ottica di crescita e miglioramento continui.		Il mancato coinvolgimento degli stakeholder può causare un isolamento dell'azienda, la quale potrebbe diventare meno competitiva e più isolata sul mercato.	-	..
...	+	Garanzie commerciali di fornitura e rispetto delle clausole definite dalle parti e scelta dei fornitori in base a criteri di sostenibilità.	<b>SELEZIONE DEI FORNITORI SECONDO CRITERI DI SOSTENIBILITÀ</b>	Raccolta di informazioni ESG dalla catena di fornitura per una migliore integrazione della sostenibilità in tutta la catena del valore.	+	..
...	-	Scelta dei fornitori esclusivamente definita dalla convenienza di prezzo.		Impatto indiretto sulla catena di fornitura.	-	..
...	+	Predisporre adeguati strumenti di conciliazione vita-lavoro tra cui Smart Working e orario flessibile; e implementare servizi che garantiscano il benessere e la soddisfazione lavorativa del dipendente.	<b>WELFARE AZIENDALE</b>	Forte senso di appartenenza e collaborazione, mantenendo elevati i livelli di soddisfazione tra i dipendenti.	+	..
...	-	Difficoltà nel gestire e conciliare il lavoro con gli impegni personali a causa di una eccessiva pressione da parte dell'azienda.		Possibile difficoltà nel gestire le richieste del personale e conseguente diminuzione del senso di appartenenza con conseguenti dimissioni.	-	..
...	+	Parità di genere, inclusione e rispetto delle diversità. Pari accessibilità al lavoro e gestione egualitaria delle opportunità di crescita lavorativa interna all'azienda per tutte le persone, anche appartenenti a gruppi minoritari o con disabilità.	<b>DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ</b>	Programmi per valorizzare i lavoratori appartenenti a gruppi minoritari o situazioni svantaggiate e garanzia di pari trattamento tra tutti i dipendenti in ottica di inclusione e accettazione delle diversità.	+	..
...	-	Mancanza di misure contro la violenza e le molestie sul posto di lavoro e disuguaglianza sociale.		Eventuale insufficiente maturità della Direzione e conseguente perdita di appeal e di competitività.	-	...

### 4.3

# Matrice di materialità: focus



## Di seguito la lista dei temi emersi come rilevanti dai questionari effettuati agli stakeholder e dal confronto con la Direzione Generale in relazione agli aspetti materiali GRI Standard.

TEMI MATERIALI RILEVANTI	CONTENUTO	RISULTATI RAGGIUNTI O ATTESI
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>TUTELA E RAFFORZAMENTO DELLA REPUTAZIONE DEL BRAND</b></li> <li>• <b>QUALITA' E SICUREZZA DEL PRODOTTO</b></li> </ul>	<p>L'azienda fonda la propria identità su <b>3 valori cardine</b> - inspired, reliable, determined - capaci di ispirare il comportamento dei team aziendali e rafforzare i rapporti tra colleghi, clienti e stakeholder. Tutto ciò garantisce la creazione di un prodotto qualitativamente superiore basato non soltanto sulle competenze specifiche del team, ma anche e soprattutto sull'ascolto, il dialogo e il rispetto reciproco.</p> <p>Per YAM112003 la <b>creazione di tale valore interno</b> si ripercuote positivamente sul servizio offerto, <b>rafforzando la propria immagine e trasmettendo fiducia al cliente.</b></p> <p><b>GRI 416-1</b></p>	<p>✓ <b>RR</b> Negli ultimi anni YAM112003 ha formalizzato il proprio modo di essere yammer. È stata predisposta una carta dei valori che guida il comportamento che ogni dipendente deve seguire nei rapporti con tutti gli stakeholder e i collaboratori. Questo incide non solo sulla qualità del servizio ma anche e soprattutto sull'immagine e sul brand dell'azienda.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>SICUREZZA E PROTEZIONE DEI DATI</b></li> <li>• <b>INNOVAZIONE, R&amp;S</b></li> </ul>	<p>Dal 2020 YAM112003 ha investito in <b>nuove tecnologie e strumentazioni digitali</b> al fine di garantire un lavoro agile, sicuro e sostenibile. L'acquisto di nuovi supporti tecnologici e la trasformazione digitale messa in atto, ha avuto riscontri positivi <b>sulla sicurezza e protezione dei dati gestiti</b>, sui <b>consumi energetici delle strumentazioni</b> e anche e soprattutto sulla <b>riduzione dei tempi di organizzazione e sviluppo dei progetti.</b></p> <p><b>GRI 418-1</b></p>	<p>✓ <b>RR</b> È stata acquistata nuova strumentazione tecnologica con installazione dell'ERP – Dynamic 365 di Microsoft, al fine di garantire affidabilità e sicurezza nella gestione delle commesse, dei dati e dei tempi di lavoro.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ</b></li> <li>• <b>COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER</b></li> </ul>	<p>Da qualche anno YAM112003 misura le proprie attività sostenibili sottoponendosi al Rating di sostenibilità <b>Ecovadis</b>, comunicando a tutti i suoi stakeholder i propri impatti positivi. Inoltre, si impegna da più di 7 anni nella realizzazione del Report di Sostenibilità coinvolgendo i suoi stakeholder nell'individuazione dei propri temi materiali più impattanti. Il loro coinvolgimento è uno stimolo costante per il miglioramento delle performance aziendali.</p> <p><b>GRI 413-1 / GRI 415-1 / GRI 201-1 / GRI 301-2 / GRI 302-4 / GRI 301-1 / GRI 303-5 / GRI 305-5 / GRI 307 / GRI 403-1</b></p>	<p>✓ <b>RR</b> Anche nel 2023 l'azienda ha ottenuto un punteggio positivo dalla piattaforma Ecovadis.</p> <p>⌘ <b>RA</b> L'azienda si sta già dedicando alla redazione del Report di sostenibilità per l'anno 2024.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>COINVOLGIMENTO E SODDISFAZIONE DEL CLIENTE</b></li> </ul>	<p>YAM112003 mette al centro del proprio lavoro <b>l'ascolto e il dialogo</b> con i propri stakeholder, elaborando un servizio in linea con le richieste avanzate da clienti e fornitori. <b>L'empatia e la professionalità degli yammer assicurano una soddisfazione costante dei propri clienti</b>, rendendosi disponibili e pronti ai cambiamenti provenienti dalle richieste di mercato.</p> <p><b>GRI 2.29 / GRI 207-3 / 413-1</b></p>	<p>✓ <b>RR/RA</b> In YAM112003, la creazione di relazioni solide con i clienti è una priorità costante, mirata a garantire soddisfazione e fidelizzazione. Questo impegno si riflette nel crescente numero di richieste di collaborazione, sia dai clienti storici che da quelli di più recente acquisizione.</p>

TEMI MATERIALI RILEVANTI	CONTENUTO	RISULTATI RAGGIUNTI O ATTESI
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>FORMAZIONE E SVILUPPO PROFESSIONALE</b></li> <li>• <b>SODDISFAZIONE DEI DIPENDENTI</b></li> <li>• <b>COINVOLGIMENTO E COMUNICAZIONE INTERNA CHIARA, TRASPARENTE ED EFFICACE</b></li> </ul>	<p>Dopo un 2022 ricco di novità, che ha visto importanti cambiamenti strutturali, come il rinnovamento degli uffici e l'introduzione di innovativi corsi di formazione, l'azienda ha scelto di continuare a investire nella <b>crescita personale e professionale</b> dei propri collaboratori anche nel 2023.</p> <p>Il programma formativo include incontri d'ispirazione, workshop creativi e laboratori pratici, mirati all'<b>aggiornamento continuo</b> sui nuovi trend di mercato. Per il 2024, è previsto il lancio di un programma dedicato all'utilizzo dell'intelligenza artificiale, accessibile a tutti i dipendenti, affinché ciascuno possa dare il proprio contributo nella scelta e nella personalizzazione degli strumenti.</p> <p>Oltre a potenziare le competenze professionali, queste iniziative mirano a promuovere il dialogo interno e a favorire una comunicazione trasparente ed efficace.</p> <p>Inoltre, l'azienda mette a disposizione dei propri dipendenti un <b>fondo per l'Assistenza Sanitaria Integrativa</b>, per la tutela della salute e della sicurezza dei lavoratori, e favorisce l'equilibrio tra vita privata e professionale attraverso una policy di <b>Smart Working</b> estremamente avanzata.</p> <p><b>GRI 401-1 / GRI 404-2 / GRI 404-3 / GRI 401-2 / GRI 403-2 / 403-3 / GRI 403-4 / GRI 403-5 / GRI 403-6 / GRI 403-7 / GRI 403-8</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ <b>RR</b> YAM112003 ha implementato un piano formativo per lo sviluppo delle competenze personali e professionali dei propri dipendenti, con l'obiettivo di favorire una crescita continua e migliorare le performance aziendali. La stessa adozione di una policy di Smart Working molto avanzata va letta in questo senso: un investimento sul benessere delle persone e sull'efficienza operativa.</li> <li>⊗ <b>RA</b> Attivazione del Programma Champion, volto allo sviluppo di competenze verticali e trasversali in ambito AI.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>CRESCITA ECONOMICA E PERFORMANCE FINANZIARIA</b></li> </ul>	<p>In YAM112003, l'aspetto economico è intrinsecamente connesso al <b>benessere dei dipendenti</b> e alla <b>soddisfazione dei clienti</b>. Tra le massime priorità dell'azienda c'è la creazione di un ambiente di lavoro stimolante e accogliente, che consenta alle persone di esprimere al massimo il proprio potenziale. Il benessere dei collaboratori si riflette direttamente sulla qualità del loro lavoro e sulla produttività, portando a un incremento del fatturato e a feedback positivi da parte dei clienti.</p> <p><b>GRI 201-1 / GRI 203-1</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⊗ <b>RA</b> Si prevede una crescita del fatturato, sostenuta dal continuo arrivo di nuove commesse e dagli ottimi risultati raggiunti dal team.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>WELFARE AZIENDALE</b></li> </ul>	<p>A partire da gennaio 2021, YAM112003 ha attivato un piano di <b>welfare aziendale</b> dedicato ai lavoratori assunti a tempo determinato e indeterminato che hanno superato il periodo di prova. In conformità con il CCNL dell'Industria Cine-audiovisiva, ogni collaboratore ha a disposizione strumenti di welfare del valore di 480€ annui, da utilizzare per servizi legati alla <b>salute</b> e al <b>benessere</b>. Le opportunità offerte all'interno di questo progetto possono essere consultate e attivate tramite il portale FlexBenefits del fornitore "Edenred".</p> <p>Per il 2024 è previsto un aumento del valore dei ticket restaurant per tutti i dipendenti, e resterà in vigore il "gettone aperitivo", che dal 2022 offre a tutti i dipendenti la possibilità di godere di un aperitivo post-lavoro, offerto dall'azienda, da condividere con colleghi e amici.</p> <p><b>GRI 401-2</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ <b>RR</b> YAM112003 ha attivato un sistema di welfare per tutti i dipendenti attraverso la piattaforma 'FlexBenefits' di Edenred.</li> <li>⊗ <b>RA</b> È previsto un aumento del valore dei ticket restaurant e la conferma del 'gettone aperitivo'.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>DIVERSITA' E PARI OPPORTUNITÀ</b></li> </ul>	<p>YAM112003 è attivamente impegnata sui temi della <b>Diversity, Equity &amp; Inclusion</b>, con l'obiettivo di promuovere un cambiamento sociale e culturale significativo. Negli ultimi anni, l'azienda ha realizzato numerosi progetti di comunicazione focalizzati sulla DE&amp;I, ha partecipato e organizzato corsi di formazione su queste tematiche, e ha supportato fondazioni e organizzazioni no profit.</p> <p>Dal 2016, YAM112003 è coinvolta nella realizzazione dei <b>Diversity Media Awards</b> promossi dalla Fondazione Diversity, associazione con cui ha anche organizzato diversi momenti di formazione per le sue persone su argomenti come gli "unconscious bias" e l'uso del linguaggio inclusivo.</p> <p>Per garantire generi alimentari di prima necessità ai più bisognosi, in occasione del Natale 2022, YAM112003 ha collaborato con la Onlus "<b>Pane quotidiano</b>", dedicata alla distribuzione di pasti caldi e gratuiti.</p> <p>Nel 2023, l'azienda ha partecipato alla Lenovo Relay Marathon, contribuendo alla raccolta fondi destinata ai progetti solidali della <b>Fondazione Laureus Onlus</b>, attiva da oltre 20 anni nella promozione dello sport come strumento terapeutico per prevenire il disagio giovanile.</p> <p>Nel 2023 la CEO Laura Corbetta è entrata a far parte del Consiglio di Amministrazione di "<b>Fondazione Milano - Scuole civiche</b>", cui fanno capo quattro scuole di formazione impegnate nel trasmettere alle giovani generazioni la cultura della diversità, dell'innovazione e dell'inclusione sociale, valori che YAM112003 sostiene e promuove con convinzione.</p> <p><b>GRI 405-2</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ <b>RR</b> YAM112003 è continuamente impegnata a promuovere iniziative sociali, attraverso campagne di comunicazione ispirazionali, sia interne che esterne, attività di formazione e donazioni benefiche concrete.</li> </ul>



05

# Sustainable Development Goals

5.1

# Impegno di YAM112003

A livello globale, le sfide sempre più pressanti legate al **cambiamento climatico** e al **benessere fisico e mentale** delle persone hanno aumentato la consapevolezza su questioni sociali e ambientali, influenzando significativamente le decisioni aziendali.

Nel 2015, le Nazioni Unite hanno approvato l'**Agenda 2030**, che include 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs), suddivisi in 169 target da raggiungere entro il 2030.

Tra i principali obiettivi emerge la necessità di investire nello **sviluppo sostenibile**, pilastro di un'economia moderna e all'avanguardia come quella italiana.

YAM112003 ha scelto di investire in temi legati alla sostenibilità, con un impegno concreto verso la responsabilità sociale d'impresa, la cultura del lavoro e il benessere dei dipendenti. Ad oggi, l'azienda ha già attivato iniziative mirate su 8 dei 17 Obiettivi ONU, con azioni specifiche per creare un nuovo valore condiviso.

## Obiettivi 3-4

YAM112003 promuove un miglioramento continuo dell'ambiente di lavoro, puntando a potenziare la salute e il benessere fisico, sociale ed economico dei dipendenti, in linea con l'Obiettivo 3 dell'Agenda 2030. Allo stesso tempo, favorisce la crescita individuale attraverso corsi di formazione offerti a tutti i collaboratori, in coerenza con l'Obiettivo 4, dedicato all'educazione di qualità e all'apprendimento continuo.

## Obiettivi 8-11

YAM112003 promuove il miglioramento degli ambienti di lavoro, garantendo un maggiore coinvolgimento dei dipendenti e un clima positivo. Questo approccio potenzia il welfare aziendale, migliorando la qualità del lavoro svolto e contribuendo alla crescita economica della comunità, in linea con gli Obiettivi 8 e 11 dell'Agenda 2030.

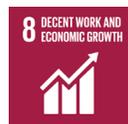
## Obiettivi 5-10

YAM112003 promuove la parità di genere valorizzando le competenze individuali dei dipendenti e garantendo pari opportunità di accesso ai ruoli di leadership, contribuendo così al raggiungimento degli Obiettivi 5 e 10 dell'Agenda 2030, relativi alla parità di genere e alla riduzione delle disuguaglianze.

## Obiettivi 9-12

Attraverso specifiche Linee Guida per la produzione di eventi sostenibili, YAM112003 garantisce il riciclo e il riutilizzo di materiali e allestimenti, promuovendo un approccio basato sull'economia circolare, in linea con gli Obiettivi 9 e 12 dell'Agenda 2030.

# 5.2 SDGs



CONTRIBUTI AGLI SDGS GOAL	Salute e benessere	Istruzione di qualità	Uguaglianza di genere	Lavoro e crescita economica	Industria, innovazione e infrastrutture	Ridurre le disuguaglianze	Città e comunità sostenibili	Consumo e produzione responsabili
QUALITÀ E SICUREZZA DEL PRODOTTO				◆	◆			◆
INNOVAZIONE, R&S				◆	◆			◆
SICUREZZA E PROTEZIONE DEI DATI				◆	◆			
STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ	◆		◆	◆	◆	◆	◆	◆
COINVOLGIMENTO E SODDISFAZIONE DEL CLIENTE				◆				◆
CRESCITA ECONOMICA E PERFORMANCE FINANZIARIA				◆				◆
COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER				◆				◆
TUTELA E RAFFORZAMENTO DELLA REPUTAZIONE DEL BRAND				◆				◆
COINVOLGIMENTO E COMUNICAZIONE INTERNA CHIARA, TRASPARENTE, EFFICACE	◆		◆			◆		
SODDISFAZIONE DEI DIPENDENTI	◆	◆	◆			◆		
FORMAZIONE E SVILUPPO PROFESSIONALE	◆	◆	◆			◆		
WELFARE AZIENDALE	◆	◆	◆			◆		
DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ	◆	◆	◆			◆		



06

# Responsabilità sociale

## 6.1

# YAM112003 e le sue persone

YAM112003 conta una forza lavoro di **125 dipendenti**, dove il consolidato know-how delle figure senior garantisce affidabilità e sicurezza agli stakeholder, mentre le nuove generazioni rappresentano una fonte essenziale di innovazione. Nel 2023, l'azienda ha portato avanti una politica di assunzione, confermando la propria volontà di rinnovarsi costantemente.

Le donne costituiscono il 71% del personale totale - occupando il 67% delle posizioni di leadership - mentre gli uomini coprono il restante 29%. Questo equilibrio si è mantenuto stabile nel tempo, contribuendo positivamente alla riduzione del gender gap sia a livello occupazionale che salariale.

Per quanto riguarda i contratti, l'87% dei dipendenti è assunto a tempo indeterminato, mentre solo il 13% ha un contratto a tempo determinato, a conferma dell'impegno dell'azienda nel garantire sicurezza e stabilità economica ai propri collaboratori.

Ad essi si applicano, oltre alle norme nazionali per i diritti dei lavoratori, i Contratti Collettivi Nazionali (CCNL) dell'industria cine-audiovisiva, i CCNL per i dirigenti delle piccole e medie aziende produttrici di beni e servizi, e i CCNL per gli addetti alle truppe di produzione audiovisiva (in numero variabile in base alle esigenze di progetto).

Il rispetto delle normative nazionali in materia di lavoro copre le aree fondamentali: salari, previdenza pensionistica, assicurazioni contro infortuni o incidenti sui luoghi di lavoro e organizzazione degli orari.

Le retribuzioni sono allineate alle medie di mercato e prevedono incentivi legati alla performance aziendale, con bonus correlati al raggiungimento di obiettivi in termini di ricavi, margini di produzione e gestione efficiente dei costi. Il sistema di remunerazione variabile è applicato principalmente ai dirigenti e ai quadri.

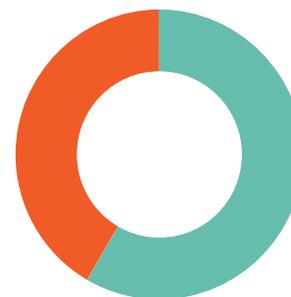
Dipendenti

**110**

### GENERE DIPENDENTI

**29% Uomini**

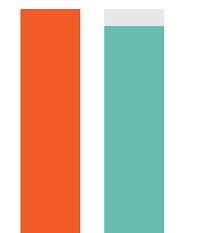
**71% Donne**



### CONTRATTI

**13% Contratto determinato**

**87% Contratto indeterminato**



### GENDER GAP (10%)

**Stipendio medio uomini**

**Stipendio medio donne**

# Tutela della salute e sicurezza dei lavoratori

La salute e la sicurezza dei dipendenti sono una priorità per YAM112003, che investe quotidianamente in iniziative volte a tutelare e valorizzare le proprie persone.

L'azienda si assume la responsabilità diretta di prevenire infortuni sul lavoro e malattie professionali, con l'obiettivo di eliminare ogni potenziale rischio. Agire in modo responsabile e preventivo significa per YAM112003 minimizzare qualsiasi condizione di insicurezza nei luoghi di lavoro, proteggendo il benessere dei collaboratori.

Le procedure di sicurezza aziendale stabiliscono le norme di comportamento che il personale è tenuto a seguire, e l'azienda garantisce una formazione costante sui rischi e sulle misure da adottare durante lo svolgimento delle attività lavorative.

I principi guida in materia di sicurezza aziendale possono essere riassunti in alcuni punti chiave.

## CORESPONSABILITÀ

Assicurarsi che le lavoratrici e i lavoratori si impegnino a tutelare la propria salute e sicurezza, in conformità con la formazione, le istruzioni e gli strumenti forniti dal datore di lavoro.

## COMUNICAZIONE

Segnalazione tempestiva di qualsiasi situazione di pericolo riscontrata e piena collaborazione durante ispezioni e controlli da parte degli enti preposti.

## PARTECIPAZIONE

Collaborazione, insieme al datore di lavoro, ai dirigenti e ai preposti, per l'adempimento degli obblighi previsti a tutela della salute e sicurezza sul luogo di lavoro.

## DILIGENZA

Uso appropriato delle attrezzature di lavoro e dei dispositivi di sicurezza forniti.

YAM112003 non ha mai registrato infortuni gravi sul lavoro né malattie professionali, a dimostrazione della forte attenzione che l'azienda dedica alla tutela della salute e sicurezza dei propri lavoratori.

Negli ultimi dieci anni, l'azienda ha implementato procedure e protocolli di sicurezza, redatto DVR specifici, e offerto corsi di formazione in materia di salute e sicurezza a tutto il personale. Inoltre, ha nominato figure RSPP rigorose e altamente qualificate per garantire la piena conformità alle normative.

DATI	2021	2022	2023
<b>N° tot dipendenti coperti da SSI I ASSICURAZIONE SUL LAVORO</b>	134	127	110
<b>N° ore lavorate</b>	1.700	1.700	1.808
<b>N° totale dipendenti</b>	134	127	110

## 6.3

# Sistemi di incentivazione e welfare aziendale

Da gennaio 2021, in YAM112003 è attivo un piano di welfare aziendale per tutte le lavoratrici e i lavoratori.

L'accesso al piano è garantito a chi rientra nel CCNL per gli addetti dell'industria cine-audiovisiva, che prevede l'erogazione di strumenti di welfare del valore stabilito dal contratto.

Hanno diritto a queste agevolazioni i dipendenti che hanno superato il periodo di prova, assunti con contratti a tempo determinato o indeterminato.

Le opportunità del piano welfare sono accessibili tramite il portale FlexBenefits, fornito da "Edenred". La piattaforma, riservata esclusivamente ai dipendenti, offre una vasta gamma di beni e servizi, utilizzabili secondo le modalità specificate sul portale.

Nel 2023 è stato previsto per l'anno successivo l'aumento del valore dei ticket restaurant e la conferma del 'gettone aperitivo', un'iniziativa che favorisce la socializzazione tra i dipendenti, contribuendo a rendere

YAM112003 un ambiente sempre più inclusivo, dinamico e accogliente.

Oltre al piano welfare, dal 2018 è attivo anche il Fondo di Assistenza Sanitaria Integrativa "Salute Sempre", rivolto ai dipendenti con contratto a tempo indeterminato a cui si applica il CCNL cine-audiovisivo.

Questo fondo, gestito in collaborazione con il partner assicurativo "UniSalute", prevede una copertura parziale o integrale delle spese sanitarie, a seconda della prestazione richiesta, purché erogata all'interno del sistema sanitario nazionale.



## 6.4

# Formazione e sviluppo del personale



YAM112003 da sempre incoraggia lo sviluppo delle attitudini e dei talenti individuali, promuovendo percorsi di crescita professionale attraverso corsi di formazione dedicati a tutte le dipendenti e i dipendenti.

La valorizzazione delle risorse umane è un pilastro fondamentale per YAM112003: nel 2023, oltre alla formazione obbligatoria, sono state erogate oltre 300 ore di formazione ed è stato avviato un percorso di sviluppo multidisciplinare, riscontrando un alto livello di soddisfazione tra i partecipanti.

DATI	2021	2022	2023
Ore medie di formazione erogate ai dipendenti uomo	21,61	47,1	41,3
Ore medie di formazione erogate ai dipendenti donna	25,51	46,84	42,41
Ore medie di formazione erogate ai dipendenti uomo dirigenti	4,5	38	36
Ore medie di formazione erogate ai dipendenti donna dirigenti	0	37,75	56,75
Ore medie di formazione erogate ai dipendenti uomo no dirigenti	22,02	47,76	41,72
Ore medie di formazione erogate ai dipendenti donna no dirigenti	25,51	47,09	42,07
Tot. dipendenti che ricevono valutazione professionale periodica	12	12	10

Negli anni, l'azienda ha organizzato percorsi di formazione tecnica, tra cui corsi di inglese, Excel e PowerPoint, suddivisi in base al livello di esperienza e competenza.

Sono stati inoltre organizzati corsi dedicati al SEO e un programma formativo sull'accessibilità dei contenuti digitali, con focus su content writing, visual content e tecniche di sviluppo.

Nel 2023, seguendo una linea di continuità, YAM112003 ha potenziato la sua offerta formativa attraverso nuovi corsi di aggiornamento e una serie di appuntamenti ispirazionali con testimonial esterni.

## Gennaio e febbraio 2023 Accessibilità dei contenuti

Donato Maturro di Siti Accessibili ha tenuto quattro lezioni dedicate alla creazione di contenuti completamente accessibili. La prima lezione era rivolta a tutta la popolazione aziendale, ed è stata seguita da tre sessioni specifiche per le aree della Creative Agency e del Production Hub, con focus su visual content, content writing e tecniche di sviluppo.

## Giugno 2023 Training by strategy

Arianna Talamona ha presentato le nuove DE&I Guidelines, una raccolta di consigli e best practice per continuare insieme il percorso di sensibilizzazione sui temi legati alla Diversity, Equity & Inclusion intrapreso da YAM112003.

## Novembre 2023 Inspirational moments

Le opportunità di business nel gaming: un'esplorazione delle possibilità di utilizzare il gaming come leva di marketing per avvicinare i clienti ai linguaggi delle nuove generazioni. Ospite Luigi Caputo, founder e CEO dell'Osservatorio Italiano Esports.

## 2023 - Una volta al mese Giovedì Gnocchi

L'ultimo giovedì di ogni mese viene tenuto un evento interno rivolto a tutta la popolazione aziendale in cui ogni team ha l'opportunità di mostrare i propri lavori migliori, per ispirare e al tempo stesso aggiornare ogni collega su tutte le attività dell'Azienda. In questa occasione vengono promosse anche iniziative di engagement interno.

## Progetto COCREA

Il percorso iniziato nel 2022 è proseguito nel 2023 con sessioni di coaching personalizzato che hanno coinvolto singolarmente alcuni manager dell'azienda.

Inoltre, ogni dipendente ha avuto l'opportunità di accedere ai corsi di formazione e crescita personale offerti da partner associati come Valore D, Fondazione Diversity e UNA.

# Sostenibilità ambientale

## @ Smart Working

Dopo la pandemia Covid-19, che ha costretto l'intera popolazione aziendale a lavorare a distanza, YAM112003 ha deciso di **integrare in modo permanente lo Smart Working** all'interno della propria organizzazione. Le modalità imposte dall'emergenza sanitaria sono diventate così la normalità, portando benefici significativi sia in termini di efficienza lavorativa che di soddisfazione dei dipendenti.

Il progetto Smart Working come scelta strategica è decollato ufficialmente nell'aprile 2022, dopo un'attenta analisi dei risultati raggiunti durante la fase pilota e l'adozione di una policy aziendale specifica, sviluppata in collaborazione con "Variazioni", partner esterno specializzato in change management.

La policy prevede che, su base trimestrale, ciascun dipendente svolga almeno **il 40% delle giornate lavorative in presenza** (escludendo festività, chiusure aziendali, ferie, malattie e permessi speciali). Il restante 60% delle giornate lavorative può essere svolto da remoto, purché venga garantita la conclusione delle attività programmate e assicurata la propria presenza fisica in azienda, in caso di necessità o urgenza, entro 24 ore dalla richiesta.

La policy ha ottenuto un grande successo e ha contribuito a creare un ambiente di lavoro positivo, **a rafforzare le competenze digitali, la fiducia nei colleghi e il senso di responsabilità.**

Lavorare in Smart Working contribuisce al raggiungimento degli obiettivi ESG della sostenibilità, **riducendo sprechi, consumi e costi**, sia in termini di tempo che di denaro.

A seguito dell'adozione della policy, i dipendenti percorrono 540.000 km in meno all'anno, riducendo le emissioni di **51.831 kg di CO<sub>2</sub>**. Il tempo risparmiato nel tragitto casa-lavoro può essere così dedicato alla famiglia, ai propri interessi e al proprio benessere, contribuendo attivamente al raggiungimento degli obiettivi aziendali.



6.6

# Inclusione Più di Valore D

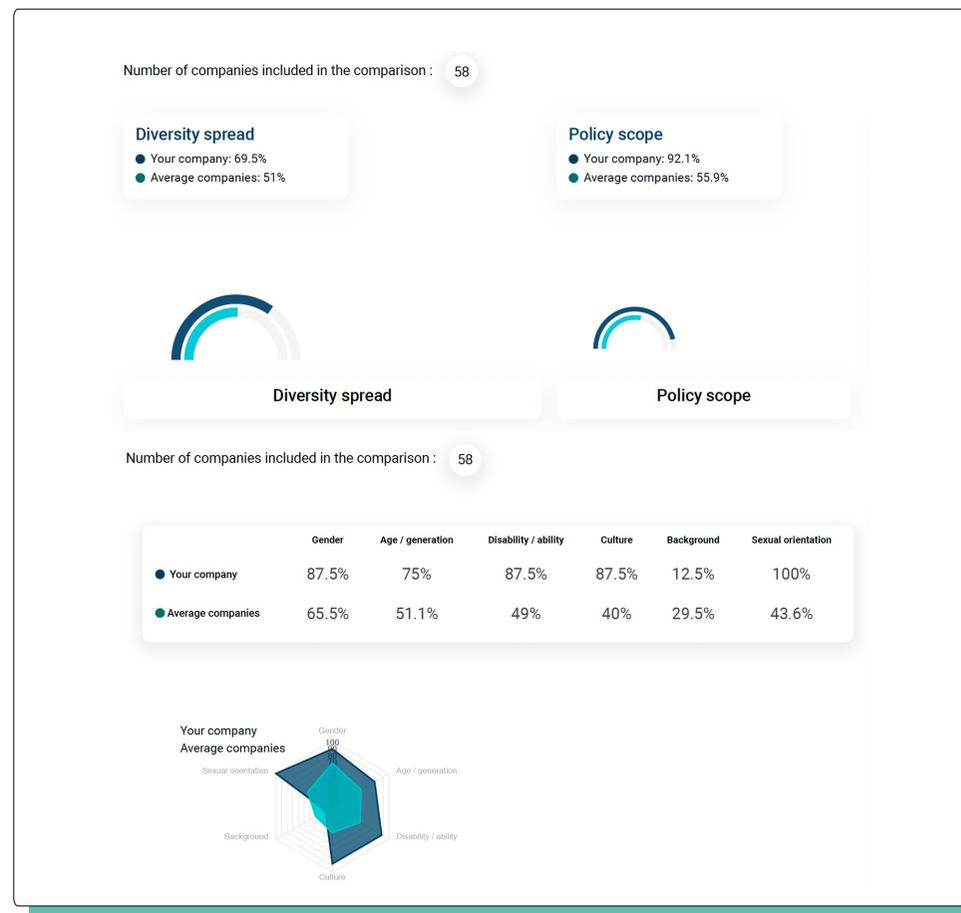
**Valore D**, la prima associazione di imprese che promuove l'equilibrio di genere e una cultura inclusiva per la crescita delle aziende e del Paese, ha sviluppato l'**Inclusion Impact Index Plus**, uno strumento digitale che consente alle aziende di mappare e misurare le proprie politiche di Diversity, Equity & Inclusion.

L'indice si basa sul GRI (Global Reporting Initiative), lo standard internazionale per il Reporting delle informazioni di carattere non finanziario.

YAM112003, associata a Valore D dal 2017, si è misurata sia sull'**Inclusion Impact Index**, uno strumento quantitativo che analizza i dati dell'organizzazione in termini di equilibri di genere e generazionali, sia sulla versione Plus, uno strumento qualitativo che raccoglie le iniziative e le politiche aziendali relative a sei tipologie di diversità (genere, età, disabilità, cultura, background e orientamento sessuale), fornendo un quadro completo del posizionamento dell'organizzazione in materia di inclusione.

In entrambe le valutazioni, YAM112003 ha ottenuto **risultati nettamente superiori alla media** delle aziende rispondenti, per la maggior parte degli indicatori analizzati.

valore<sup>D</sup>

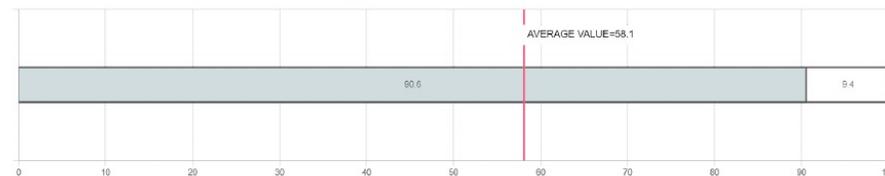


6.7

# Inclusion Impact Index di Valore D

valore<sup>D</sup>

YOUR OVERALL RESULT IS: **90.6/100**



CONGRATULATIONS! YOU ARE DOING A GREAT WORK. KEEP ON WITH THE GOOD WORK!

THE INDICATORS IN DETAIL:



GOVERNANCE:  
**100.0/100**



This area reflects the company's ability to empower women internally, up to the top positions.



ATTRACTIVENESS:  
**85.7/100**



This area reflects the company's ability to attract young female talents and to then transmit them its own values about the issues of D&I.



DEVELOPMENT:  
**100.0/100**



This area reflects the company's ability to value the talent of women already present within the organization, in order to define personalised growth paths to support merit and talent.



RETAINMENT:  
**83.3/100**



This area reflects the company's ability to value female talents in an integrated and continuous way throughout the woman's professional life.

Index Score (avg)

38,1/100

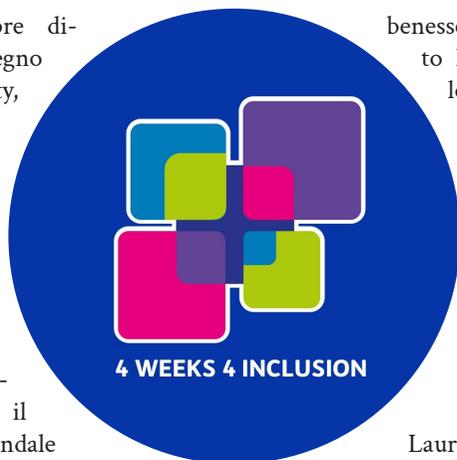
58,7/100

66,6/100

57,3/100

# Sostegno allo sviluppo della collettività sui temi della DE&I

YAM112003 ha sempre dimostrato il suo impegno sui temi della Diversity, Equity & Inclusion, realizzando o prendendo parte a eventi e iniziative capaci di promuovere il cambiamento culturale e sociale.



4 WEEKS 4 INCLUSION

Nel 2021, all'interno della **4Weeks4Inclusion**, il grande evento interaziendale organizzato da **TIM**, YAM112003 ha curato l'incontro "Lo sport fa bene. Alleniamoci all'inclusione!". Laura Corbetta, CEO di YAM112003, e Francesca Vecchioni, Presidente di Fondazione Diversity, insieme ad atlete olimpiche e paralimpiche come Elisa Di Francisca, Arianna Talamona e Sara Cardin, hanno parlato di lotta agli stereotipi, rappresentazione inclusiva e

benessere psicologico. L'evento ha messo in luce come lo sport possa essere un potente strumento di inclusione, abbattendo barriere legate a disabilità, orientamento sessuale, etnia e genere, e come questi valori possano essere traslati anche nel mondo aziendale.

Laura Corbetta è stata anche protagonista di **WomenXImpact 2021**, un evento internazionale dedicato alla leadership femminile, con un intervento - "L'idea creativa più bella del mondo? La nostra vita!" - dedicato al racconto di come la creatività abbia trasformato la sua carriera e la sua vita, conducendola verso scelte inaspettate. YAM112003 è stata anche partner ufficiale dell'evento.

A ottobre 2022, Laura Corbetta ha partecipato come relatrice a **Supernova Agencies**, un evento organizzato da **Method** e dedicato alle digital agencies italiane. In questa occasione ha voluto condividere con la platea il percorso di YAM112003 dalla gestione del lavoro da remoto durante la pandemia da Covid 19 a un modello di Smart Working costruito dal basso, con l'apporto di tutti i collaboratori.

Nel novembre 2022, ha partecipato come giurata al **Premio Special Equal** degli **ADCI Awards**, un'iniziativa promossa dall'ADCI per sensibilizzare creativi e aziende sull'importanza di superare stereotipi e discriminazioni attraverso una rappresentazione più equa e inclusiva nei media.

Nel 2023, YAM112003 ha aderito al progetto **MENTOR 2**, coordinato dal Comune di Milano, che offre a giovani talenti provenienti da Marocco e Tunisia l'opportunità

di **svolgere tirocini** formativi in aziende di Milano e Torino. Grazie a questa iniziativa, una giovane tirocinante ha collaborato con YAM112003 per sei mesi, all'interno della unit di content marketing, supportando progetti e clienti internazionali.



Nel 2023, la CEO di YAM112003, Laura Corbetta, è entrata a far parte del Consiglio di Amministrazione di **Fondazione Milano - Scuole Civiche**, un ente che raggruppa quattro scuole di formazione. Il suo coinvolgimento in contesti educativi di questo tipo mira a promuovere un approccio inclusivo e rispettoso delle diversità di genere e dei gruppi minoritari, principi che YAM112003 sostiene da anni.

In qualità di Presidente di **OBE – Osservatorio Branded Entertainment**, insieme a UNA, ADCI e IAB, e con il supporto di Valore D e della società Methods, Laura Corbetta ha inoltre dato vita a un tavolo interassociativo, lanciando durante l'**IF Italians Festival** il progetto "**United for Respect**". Questa iniziativa, nata in risposta a eventi di cronaca legati al cosiddetto "Me too della comunicazione", mira a combattere abusi e molestie nel settore. Oltre alla creazione di una piattaforma per la segnalazione di



comportamenti inappropriati, OBE, UNA, ADCI e IAB hanno reso disponibili strumenti gratuiti per le aziende associate, utili a monitorare e risolvere problematiche legate alla sostenibilità sociale.

Sempre nel 2023, YAM112003 ha lanciato una campagna dedicata alla rappresentazione in comunicazione delle persone con disabilità. Il progetto "**showREAL**" ha l'obiettivo di promuovere un cambiamento consapevole nell'industria della comunicazione, per una **rappresentazione della disabilità** più inclusiva, corretta e autentica, fornendo informazioni e strumenti utili per andare in questa direzione.

In YAM112003 è presente **un team di persone dedicato** in maniera specifica allo sviluppo di progetti legati alla Diversity, Equity & Inclusion, con l'obiettivo di introdurre una nuova prospettiva sulla diversità nel mondo della comunicazione.

L'azienda è costantemente alla ricerca di **alleanze e collaboratori** con cui intraprendere un percorso di cambiamento, per trasformare la diversità in una risorsa culturale e sociale.



## "Pride fuori luogo"

In occasione della **Milano Pride Parade** del 24 giugno 2023, YAM112003 ha realizzato un progetto per amplificare i valori alla base dell'evento: l'amore, la libertà, il rispetto. Dopo aver raccolto, attraverso un vox pop, una serie di messaggi sul tema, li ha riproposti su cartelloni e sticker, e li ha portati nelle zone più distanti dalla parata. Questi messaggi positivi hanno così riempito le strade e i locali della periferia milanese, promuovendo senso di appartenenza e inclusione.



6.9

# Da showreel a showREAL

**Rompere gli stereotipi, cambiare la narrazione, promuovere una rappresentazione più autentica delle persone con disabilità** per accelerare il processo di inclusione: sono queste le principali esigenze che guidano la campagna “**showREAL**”, ideata e promossa da YAM112003 con Valore D, Fondazione Diversity e OBE – Osservatorio Branded Entertainment.

Lanciata in occasione della **Giornata Internazionale dei diritti delle persone con disabilità il 3 dicembre 2023** – la campagna è stata diffusa sui canali social dei partner e dei protagonisti di progetto e sulla landing page dedicata, studiata e realizzata per essere accessibile.

La reason why della campagna è riassumibile in pochi ma significativi dati. **Su quasi 450.000 pubblicità** in prima serata sulla TV via cavo e via etere nel febbraio 2021 negli USA, **solo l'1% includeva la rappresentazione di temi, immagini o argomenti legati alla disabilità** (dati Nielsen Ad Intel). Eppure, le persone con disabilità rappresentano circa il **26% della popolazione degli Stati Uniti** e il **24% dell'Unione Europea** (dati Eurostat, 2019 e Nielsen Ad Intel).

In questo quadro desolante di sottorappresentazione, va aggiunto che la disabilità è stata a lungo raccontata male: attraverso narrazioni stereotipate, eroiche o pietistiche, non rappresentative o scorrette, contribuendo a un immaginario sociale che marginalizza le persone con disabilità, sottovalutando, inoltre, il loro **potere di scelta come consumatori e consumatrici** a cui le aziende dovrebbero rivolgersi con maggiore frequenza e in maniera più autentica e corretta.

**“showREAL” rompe gli schemi e si fa portatrice di questa realtà.** L'iniziativa utilizza il linguaggio visivo dei casting di attori e attrici, gli showreel, in cui si dimostrano le proprie capacità recitative attraverso piccole scene legate a diversi ambiti di consumo, ma predilige un approccio vero e realistico che possa rappresentare sui media ogni consumatore e consumatri-

ce, anche chi ha una disabilità. È così che, giocando sulla sostituzione di una semplice vocale, **gli showREEL diventano showREAL e promuovono l'inclusione nella società.**

La campagna vede protagonisti **tre creator con disabilità: Ludovica Billi**, formatrice esperta in accessibilità, inclusione e sordità; **Marco Andriano**, co-fondatore di una start up che ha come obiettivo quello di rendere accessibili i videogiochi a persone cieche; **Arianna Talamona**, nuotatrice paralimpica e attivista per l'inclusione e la disabilità.

Nei video **i creator coinvolti si autopromuovono** mostrando le proprie capacità ai reparti marketing e agenzie pubblicitarie **per farsi scegliere come protagonisti dei loro prossimi spot.**

“**Nothing about Us, Without Us**” è la regola d'oro a cui questo progetto si ispira per contribuire alla costruzione di un mondo più inclusivo, dove la rappresentazione realistica della disabilità non sia più un'eccezione.

“showREAL” non offre solo uno **sguardo provocatorio sulla rappresentazione autentica della disabilità** ma è anche un **invito all'azione**, per promuovere un cambiamento consapevole nell'industria della comunicazione, suggerendo gli strumenti per farlo. Sulla landing page di campagna è disponibile infatti un toolkit completo su come affrontare il tema della disabilità nel marketing e nella comunicazione, utile anche a chiunque voglia approfondire linguaggi e modalità legate a una comunicazione inclusiva.

La campagna continuerà nel 2024 con nuovi contenuti e nuove iniziative.





07

# Responsabilità ambientale

## 7.1

# Uffici, consumi ed efficientamento energetico

YAM112003 organizza la propria attività con un forte impegno verso la **sostenibilità ambientale** e il **rispetto del territorio** in cui opera.

Nei suoi uffici di Milano è stata recentemente completata una ristrutturazione mirata al **risparmio energetico**. Tra gli interventi principali, l'installazione di un impianto di climatizzazione a pompa di calore ad alta efficienza energetica e l'adozione di 25 corpi illuminanti a LED, che consentono una significativa riduzione del consumo di energia elettrica.

Inoltre, la sede presenta uno stile industriale semplice e pulito, caratterizzato da ampie vetrate che garantiscono l'illuminazione naturale per gran parte della giornata, riducendo la necessità di luce artificiale e il conseguente consumo energetico.

Come azienda di servizi, l'impatto ambientale in termini di inquinamento e produzione di CO<sub>2</sub> è già estremamente ridotto. Ciò nonostante, per il prossimo triennio YAM112003 sta sviluppando un piano di **compensazione delle emissioni di CO<sub>2</sub>**, attraverso il finanziamento di progetti di terzi volti a ridurre le emissioni di anidride carbonica in misura equivalente a quelle prodotte da YAM112003, o attraverso l'acquisto di terreni da destinare alla riqualificazione urbana o alla piantumazione di alberi.

DATI	2021	2022	2023
Consumo metano (mc)	3.585	8.032	4.530
Consumo energia elettrica (kWh)	122.268	256.925	107.417

Per quanto riguarda i consumi, YAM112003 utilizza esclusivamente apparecchiature digitali con certificazione **"Energy Star"**, aderendo al programma governativo statunitense che promuove dispositivi a basso consumo energetico.

In qualità di azienda classificata come "meno impattante", YAM112003 si impegna costantemente a mantenere basso il livello di consumo e spreco di materie prime e nella produzione di rifiuti. L'azienda rispetta tutte le normative locali e nazionali sulla **gestione dei rifiuti**, sulla **raccolta differenziata** e sull'uso sostenibile delle **risorse idriche**.



7.2

# Acqua

In YAM112003 tutte le persone sono sensibilizzate a un **utilizzo attento e rispettoso delle risorse**, evitando inutili sprechi: per esempio non lasciar scorrere acqua dal rubinetto se non necessario e prestare attenzione alla presenza di eventuali perdite.

Il consumo relativo all'anno 2023 è stato di 960 mc di acqua.

DATI	2021	2022	2023
Consumo totale di acqua (mc)	600	596	960

# Gestione dei rifiuti

I rifiuti generati dalle attività svolte presso la sede di YAM112003 sono classificati come urbani e assimilati secondo quanto previsto dal D.lgs 152/06 e dal Regolamento per la gestione dei rifiuti del Comune di Milano. La raccolta differenziata viene effettuata seguendo le modalità comunali e prevede la **separazione di vetro, plastica, carta e cartone, organico e frazione indifferenziata**. Le quantità di rifiuto prodotto non vengono registrate e il loro costo viene sostenuto direttamente con il pagamento delle Tasse Rifiuti del Comune di Milano calcolate in base ai mq occupati e al loro utilizzo. Il costo prevede la copertura del servizio di raccolta, trasporto e smaltimento e/o recupero dei rifiuti prodotti in sede.

Per quanto riguarda i rifiuti derivanti dalle strumentazioni digitali di cui si fa utilizzo, YAM112003 si avvale di fornitori esterni che garantiscono il ritiro e la rigenerazione dei toner di tutte le stampanti in uso. Per i servizi di manutenzione elettrica e impiantistica, l'azienda si affida a fornitori esterni che provvedono al ritiro dei rifiuti generati dalle proprie attività secondo quanto previsto dalle norme di riferimento.

# Eventi sostenibili

## ed economia circolare

Tra le attività a favore della tutela ambientale, YAM112003 ha predisposto Linee Guida ad hoc per includere gli aspetti sociali e ambientali nell'organizzazione e produzione degli eventi, uno dei servizi offerti dall'azienda stessa. Affinché siano rispettati i Criteri Minimi Ambientali (CAM) stabiliti dal Ministero dell'Ambiente, le Linee Guida forniscono indicazioni chiare alle persone che si occupano della progettazione degli eventi, del personale coinvolto e dei fornitori selezionati.

In linea generale, le indicazioni predisposte da YAM112003 prevedono che i materiali promozionali e divulgativi cartacei, da utilizzare durante tutto il ciclo di vita dell'evento, siano per esempio:

al 100% in **carta vergine**  
con certificazione PEFC o FSC

al 100% in **carta riciclata**

in **grammatura** minima

realizzati da stampatori  
in possesso di **certificazione**  
**ISO 14001 o EMAS**

L'applicazione delle procedure, permette a YAM112003 di identificare in anticipo gli aspetti di sostenibilità potenzialmente rilevanti, anticipando le eventuali problematiche e monitorando gli effetti.

Fra le buone pratiche di YAM112003 ci sono:

il rispetto dei **criteri di**  
**sostenibilità** lungo tutto il  
ciclo di vita dell'organizzazione  
dell'evento

la raccolta dei dati per il **calcolo**  
**delle emissioni** di CO<sub>2</sub>

la gestione, da parte  
del **responsabile della**  
**produzione** dell'evento,  
di eventuali inadempienze e degli  
interventi correttivi necessari

il controllo della corretta  
applicazione delle **linee guida**  
definite secondo le modalità  
previste dalla gestione  
del progetto

# Catena di valore

## e approvvigionamento sostenibile

Alla luce delle Linee guida appositamente predisposte per la gestione e l'organizzazione degli eventi, YAM112003 offre indicazioni chiare sull'adozione di

### **scelte responsabili e sostenibili relative ai materiali, prodotti alimentari e strutture logistiche**

da coinvolgere durante tutta la fase di gestione di un evento.

Al fine di **tutelare l'ambiente** e ridurre il consumo e la produzione incontrollata di rifiuti, nonché eventuali emissioni di CO<sub>2</sub>, l'azienda organizza gli eventi in luoghi facilmente accessibili con il trasporto pubblico e in edifici ad alta efficienza energetica, alimentati, possibilmente, da fonti

proveniente da energia rinnovabile. Tale attenzione, è un'opportunità per rendere un momento di socialità, di informazione e comunicazione, anche un'occasione di sensibilizzazione alla sostenibilità ambientale per i partecipanti e per i clienti, divulgando in modo indiretto il valore delle scelte responsabili e sostenibili operate dall'azienda.

La **selezione dei fornitori** avviene sulla base di criteri ben definiti, che rispondono a una visione sempre più attenta e responsabile. Soprattutto nel caso dell'utilizzo di **materiali plastici o cartacei**, per la maggior parte 100% riciclabili o certificati secondo apposita ISO di riferimento (14001 o EMAS, Certificazione RemadInItaly o con marchio Ecolabel, EPD o CFP), YAM112003 sceglie fornitori che offrano garanzie in tal senso.

Per quanto riguarda invece la gestione del catering e del food&beverage, che richiede l'impiego di materie prime, l'azienda predi-

lige fornitori che offrono prodotti alimentari con **Certificazione Biologica** (almeno del 50%) o con Certificazione IG-DOP-IGP-STG (almeno del 30%) e che propongano quanto meno alimenti di stagione e/o proveniente da circuiti Fair Trade (quota di almeno il 30%).

L'utilizzo delle **bottigliette in plastica** viene sostituito da sistemi di refilling, mentre l'uso di stoviglie è limitato a materiale lavabile e riutilizzabile al 100% o compostabile e biodegradabile certificato ISO 14342. Infine, con lo scopo di rispondere all'obiettivo 3 e 12 dei Global Goals dell'ONU, al termine di ogni evento, YAM112003 si attiva, attraverso associazioni locali, al **recupero del cibo non distribuito**, limitando lo spreco alimentare.



08

# Appendice

# Nota metodologica

Questa edizione del Report di sostenibilità di YAM112003 è stata redatta su base volontaria e contiene le informazioni relative a temi economici, ambientali e sociali ritenute utili per la comprensione delle attività svolte da YAM112003, del suo andamento, dei suoi risultati e dell'impatto generato. Il presente documento rappresenta la seconda edizione redatta secondo standard internazionali, a differenza delle cinque edizioni precedenti, pubblicate come 'Rendiconto di Sostenibilità' a scopi prettamente informativi per i propri stakeholder.

Il perimetro di rendicontazione si riferisce alla performance di YAM112003 con sede a Milano, in Via Tertulliano 56, e presenta i risultati raggiunti nell'esercizio 2023 (dal 1° gennaio al 31 dicembre). Dove possibile, è stato proposto il confronto dei dati dell'ultimo triennio (2021-2022-2023).

Il documento, pubblicato con periodicità annuale, ha l'obiettivo di illustrare le strategie di sostenibilità dell'azienda finalizzate a dimostrare la sensibilità nei confronti di tematiche non puramente economiche. Il Bilancio di Sostenibilità 2023 è stato redatto in conformità ai "Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards" definiti nel 2021 dal GRI-Global Reporting Initiative secondo l'opzione "with reference to the GRI Standards"

e in appendice al documento è riportata la tabella dei contenuti GRI rendicontati (GRI CONTENT INDEX).

I contenuti e gli indicatori oggetto della rendicontazione del presente Report, sono stati definiti a partire dai risultati dell'analisi di doppia materialità svolta nel 2023, su indicazione dei nuovi standard europei ESRS (European Sustainability Reporting Standard), per i quali è necessario non solo rendicontare i propri temi rilevanti in un'ottica esterna e unidirezionale, ma considerando anche la rilevanza finanziaria degli stessi per l'azienda e verificando gli impatti non solo positivi ma anche negativi, effettivi e potenziali. Di conseguenza la metodologia per l'analisi dei temi rilevanti e i temi stessi, sono stati modificati rispetto alle precedenti edizioni.

YAM112003 risulta conforme a leggi e a regolamenti, adotta un corretto approccio alla fiscalità e alla gestione delle imposte, non risulta aver riportato alcuna condanna penale né essere sottoposta a procedimenti penali e/o azioni giudiziarie civili o penali, né è stata destinataria di provvedimenti che riguardano l'applicazione di misure di prevenzione, di decisioni civili e di provvedimenti amministrativi iscritti nel casellario giudiziale ai sensi della vigente normativa,

né tantomeno di implicazioni finanziarie.

Il Report di sostenibilità è pubblicato sul sito istituzionale di YAM112003 all'indirizzo <https://www.yam112003.com>

## Gri Content Index

La tabella riportata nelle slide seguenti riporta l'elenco degli indicatori rendicontati nel Report di Sostenibilità 2023 di YAM112003. In corrispondenza di ogni indicatore GRI, è riportato il riferimento al capitolo del Report.

## Attestazione esterna da parte dell'ente di certificazione

La presente edizione del Report di Sostenibilità 2023 di YAM112003, non è stata sottoposta a verifica da parte di enti terzi. Il Report è formalmente approvato e firmato dalla Direzione aziendale e dai soci attraverso la lettera iniziale di comunicazione agli stakeholder.

Nell'ottica di perseguire un miglioramento continuo, l'azienda si impegna a fornire dati sempre più accurati nelle prossime edizioni, concentrando gli sforzi sulla precisione delle informazioni contenute nel documento.

# GRI content index

## Statement of use

YAM112003 S.R.L. ha riportato le informazioni citate in questo GRI content index per il periodo che va dal 01/01/2023 al 31/12/2023 con riferimento ai GRI Standard.

## GRI 1 used

GRI 1: Foundation 2021

GRI STANDARD	RENDICONTARE	UBICAZIONE (CAP.) / MOTIVO OMISSIONE
<b>GRI 2: Informativa generale 2021</b>	2.1 Dettagli organizzativi	Cap 1.1 Nota metodologica
	2.2 Entità incluse nel reporting di sostenibilità dell'organizzazione	Nota metodologica
	2.3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	Nota metodologica
	2.4 Riformulazione delle informazioni	Nota metodologica
	2.6 Attività, catena di valore e altre relazioni commerciali	Cap. 3.2
	2.7 Dipendenti	Cap. 6 Appendice - Dati sociali
	2.8 Lavoratori che non sono dipendenti	Cap. 6 Appendice - Dati sociali
	2.9 Struttura e composizione della governance	Cap. 2.1, 2.2
	2.22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	Lettera agli stakeholder Cap. 1.6, 2.5, 4
	2.29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	Nota metodologica Cap. 4.1
<b>GRI 3: Temi materiali 2021</b>	3.1 Processo per determinare i temi materiali	Cap. 4.1, 4.2 Nota metodologica
	3.2 Elenco degli argomenti materiali	Cap. 4.3
	3.3 Gestione dei temi rilevanti	Cap. 4.3

# GRI content index

GRI STANDARD	RENDICONTARE	UBICAZIONE (CAP.) / MOTIVO OMISSIONE
<b>ASPETTI ECONOMICI</b>		
<b>GRI 201: Performance economiche</b>	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	Cap. 2.3 Appendice - Dati economici
	201-2 Implicazioni finanziarie e altri rischi e opportunità dovuti al cambiamento climatico	Cap. 4.2, 4.3, 5.1
<b>GRI 205: Anticorruzione</b>	205-1 Operazioni valutate per i rischi legati alla corruzione	Appendice - Dati etici
	205-2 Comunicazione e formazione in materia di politiche e procedure anticorruzione	Appendice - Dati etici
<b>ASPETTI AMBIENTALI</b>		
<b>GRI 302: Energia</b>	302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione	Cap. 7.1 / Appendice - Dati ambientali
	302-2 Energia consumata al di fuori dell'organizzazione	Cap. 7.1 / Appendice - Dati ambientali
	302-3 Intensità energetica	Cap. 7.1 / Appendice - Dati ambientali
	302-4 Riduzione del consumo di energia	Cap. 7.1 / Appendice - Dati ambientali
<b>GRI 303: Acqua e scarichi idrici</b>	303-1 Interazione con l'acqua come risorsa condivisa	Cap. 7.2 / Appendice - Dati ambientali
	303-2 Gestione degli impatti correlati allo scarico di acqua	Cap. 7.2 / Appendice - Dati ambientali
	303-3 Prelievo idrico	Cap. 7.2 / Appendice - Dati ambientali
	303-4 Scarico di acqua	Cap. 7.2 / Appendice - Dati ambientali
	303-5 Consumo di acqua	Cap. 7.2 / Appendice - Dati ambientali

# GRI content index

GRI STANDARD	RENDICONTARE	UBICAZIONE (CAP.) / MOTIVO OMISSIONE
<b>ASPETTI AMBIENTALI</b>		
<b>GRI 305: Emissioni</b>	305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	Appendice - Dati ambientali
	305-2 Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	Appendice - Dati ambientali
	305-3 Altre emissioni indirette di GHG (Scope 3)	Appendice - Dati ambientali
	305-4 Intensità delle emissioni di GHG	Appendice - Dati ambientali
	305-5 Riduzione delle emissioni di GHG	Appendice - Dati ambientali
<b>GRI 306: Rifiuti</b>	306-1 Generazione rifiuti e impatti relativi significativi	Appendice - Dati ambientali
	306-2 Gestione degli impatti significativi relativi ai rifiuti	Cap. 7.2 / Appendice - Dati ambientali
	306-3 Generazione rifiuti	Cap. 7.2 / Appendice - Dati ambientali
	306-5 Rifiuti diretti allo smaltimento in discarica	Cap. 7.2 / Appendice - Dati ambientali
<b>GRI 308: Valutazione ambientale dei fornitori</b>	308-1 Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali	Cap. 7.4

# GRI content index

GRI STANDARD	RENDICONTARE	UBICAZIONE (CAP.) / MOTIVO OMISSIONE
<b>ASPETTI SOCIALI</b>		
<b>GRI 401: Occupazione</b>	401- 1 Nuove assunzioni e turnover	Cap. 6.1 / Appendice - Dati sociali
	401-3 Congedo parentale	Cap. 6.1 / Appendice - Dati sociali
	403-2 Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	Cap. 6.2 / Appendice - Dati salute e sicurezza
	403-5 Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	Cap. 6.4 / Appendice - Dati salute e sicurezza
	403-6 Promozione della salute dei lavoratori	Cap. 6.2, 6.3
	403-8 Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Cap. 6.3 / Appendice - Dati salute e sicurezza
	403-9 Infortuni sul lavoro	Appendice - Dati salute e sicurezza
	403-10 Malattie professionali	Appendice - Dati salute e sicurezza
	<b>GRI 404: Formazione e istruzione</b>	404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente
404-2 Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione		Cap. 6.4
<b>GRI 405: Diversità e pari opportunità</b>	405-2 Rapporto tra stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	Cap. 6.6, 6.7 Appendice - Dati sociali
<b>GRI 406: Non discriminazione</b>	406-1 Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	Cap. 2.2, 6.1
<b>GRI 413: Comunità locali</b>	413-1 Attività che prevedono il coinvolgimento delle comunità locali, valutazioni d'impatto e programmi di sviluppo	Cap. 6.6

# Indicatori etici

GRI	DATI	2021	2022	2023
205-2	N° dipendenti a cui sono state comunicate politiche/procedure in materia di anticorruzione	134	127	110
205-2	N° membri organi di governo a cui sono state comunicate politiche/procedure in materia di anticorruzione	10	10	10
205-2	N° dipendenti sottoposti a formazione anticorruzione	0	0	0
2.7	N° dipendenti totali	134	127	110
2.9	N° totale membri organi di governo	10	10	10
205-3	N° incidenti/azioni legali per corruzione/concussione	0	0	0

# Indicatori sociali

GRI	DATI	2021	2022	2023
2.7	N° tot lavoratori tempo indeterminato	124	105	96
2.7	N° lavoratori tempo indeterminato uomo	43	35	31
2.7	N° lavoratori tempo indeterminato donna	81	70	65
2.7	N° tot lavoratori tempo determinato	10	22	14
2.7	N° lavoratori tempo determinato uomo	5	12	1
2.7	N° lavoratori tempo determinato donna	5	10	13
2.7	*se presenti più aree geografiche, specificare per ogni area	0	0	0
2.7	N° tot lavoratori full time	129	124	105
2.7	N° tot lavoratori full time uomo	47	47	40
2.7	N° tot lavoratori full time donna	82	77	78
2.7	N° tot lavoratori part-time	5	3	5
2.7	N° tot lavoratori part-time uomo	1	0	0
2.7	N° tot lavoratori part-time donna	4	3	5
2.7	N° lavoratori esterni (somministrati, p.iva, etc)	18	17	17
401-2	N° dipendenti coperti da benefici sociali   tutti i dipendenti con welfare	0	127	110
401-2	N° tot benefit per dipendenti a tempo pieno (no PT, no tempo determinato)	2	2	2
405-2	Stipendio medio - uomini	2.637€	2.723€	2.790€
405-2	Stipendio medio - donne	2.467€	2.519€	2.507€
202-1	Stipendio medio neoassunto uomo	19.500€	19.500€	21.994€
202-1	Stipendio medio neoassunto donna	19.500€	19.500€	21.603€
102-41	N° dipendenti coperti da accordi di contrattazione collettiva	134	127	110
412-3	N° contratti che includono clausole relative a diritti umani	134	127	110
2.7	N° dipendenti totale	134	127	110

# Indicatori sociali

GRI	DATI	2020	2021	2022
401-1	N° dipendenti entrati all'anno uomo	12	10	1
401-1	N° dipendenti entrati all'anno donna	18	13	10
401-1	N° dipendenti usciti all'anno uomo	10	7	1
401-1	N° dipendenti usciti all'anno donna	16	13	9
401-1	N° dipendenti all'inizio dell'anno uomo	33	37	33
401-1	N° dipendenti all'inizio dell'anno donna	67	72	70
2.7	N° tot dipendenti apprendisti	0	0	0
2.7	N° dipendenti apprendisti uomo	0	0	0
2.7	N° dipendenti apprendisti donna	0	0	0
2.8	N° tot lavoratori somministrati	0	0	0
2.8	N° lavoratori somministrati uomo	0	0	0
2.8	N° lavoratori somministrati donna	0	0	0
2.7	N° tot lavoratori extracomunitari	5	3	2
2.7	N° lavoratori extracomunitari uomo	0	1	1
2.7	N° lavoratori extracomunitari donna	5	2	1
2.7	N° dirigenti donna < 30 anni	0	0	0
2.7	N° dirigenti donna > 30 anni	2	2	2
2.7	N° dirigenti uomo < 30 anni	0	0	0
2.7	N° dirigenti uomo > 30 anni	3	3	3
2.7	N° dirigenti totali (uomo e donna)	5	5	5
2.7	N° dipendenti donna (no posizioni dirigenziali) < 30 anni	22	18	20
2.7	N° dipendenti donna (no posizioni dirigenziali) > 30 anni	62	60	58
2.7	N° dipendenti uomo (no posizioni dirigenziali) < 30 anni	13	14	6
2.7	N° dipendenti uomo (no posizioni dirigenziali) > 30 anni	32	30	26

# Indicatori sociali

GRI	DATI	2021	2022	2023
401-3	N° totale dipendenti a cui è concesso congedo parentale	7	10	9
401-3	N° tot dipendenti donna che dopo il congedo sono tornate nei 12 mesi successivi	6	8	9
401-3	N° tot dipendenti uomo che dopo il congedo sono tornati nei 12 mesi successivi	1	2	0
401-3	Tasso di rientro dei dipendenti che hanno usufruito del congedo	100%	100%	100%
406-1	N° episodi discriminazione	0	0	0
/	N° reclami/segnalazioni sociali ricevute	0	0	0
/	N° NC aperte per reclami/segnalazioni sociali	0	0	0
/	N° AC/AP attuate per reclami/segnalazioni sociali	0	0	0
/	N° AC/AP attuate e concluse per reclami/segnalazioni sociali	0	0	0
/	N° azioni/provvedimenti disciplinari applicati	1	1	0
	N° donne in consiglio di amministrazione	1	1	1
	N° uomini in consiglio di amministrazione	1	1	1
	Tot componenti del consiglio di amministrazione	2	2	2
	N° donne totale al vertice/posizioni dirigenziali	2	2	2
	N° dirigenti uomo totali	3	3	3
	N° dirigenti totali (uomo e donna)	5	5	5
	N° dipendenti donna (no posizioni dirigenziali)	84	78	78
	N° dipendenti uomo (no posizioni dirigenziali)	45	44	32
	N° dipendenti totale (no posizioni dirigenziali)	129	122	110

## Istruzione

GRI	DATI	2021	2022	2023
404-1	Ore medie di formazione erogate ai dipendenti uomo	21,61	47,1	41,3
404-1	Ore medie di formazione erogate alle dipendenti donna	25,51	46,84	42,41
404-1	Ore medie di formazione erogate ai dipendenti uomo dirigenti	4,5	38	36
404-1	Ore medie di formazione erogate alle dipendenti donna dirigenti	0	37,75	56,75
404-1	Ore medie di formazione erogate ai dipendenti uomo no dirigenti	22,02	47,76	41,72
404-1	Ore medie di formazione erogate alle dipendenti donna no dirigenti	25,51	47,09	42,07
404-3	Tot. dipendenti che ricevono valutazione professionale periodica	12	12	10

## Infortuni

GRI	DATI	2021	2022	2023
403-9	N° tot dipendenti coperti da SSI   ASSICURAZIONE SUL LAVORO	134	127	125
403-9	N° tot decessi sul luogo di lavoro	0	0	0
403-9	N° infortuni con gravi conseguenze sul luogo di lavoro	0	0	0
403-9	N° infortuni sul luogo di lavoro registrabili	0	0	0
403-9	N° ore lavorate	1720	1720	1808
403-10	N° decessi per malattie professionali dipendenti e non	0	0	0
403-10	N° casi di malattie professionali registrabili	0	0	0
102-7	N° tot dipendenti	134	127	125
403-10	% di pericolo per malattie professionali	0%	0%	0%

# Acquisti sostenibili

GRI	DATI	2021	2022	2023
308-1	N° fornitori che hanno sottoscritto codice di condotta fornitori	1	1	0
308-2	N° fornitori sottoposti a valutazione RSI - questionario	1	1	184
404-1	N° addetti ufficio acquisti sottoposti a formazione su acquisti sostenibili	1	1	1
308-1	N° acquisti verso fornitori locali	0	0	2
/	N° totale fornitori	156	132	184
/	N° addetti ufficio acquisti	1	1	1
/	N° totale acquisti	15	15	15
/	N° NC sociali/ambientali fornitori	0	0	0

# Emissioni GHG

GRI	DATI	UNITÀ DI MISURA	2021	2022	2023
<b>305-1</b>	<b>EMISSIONI - SCOPE 1</b>				
	Fattore di conversione per gasolio		2,61	2,61	2,61
	Consumo metano per riscaldamento locali + metano	mc/anno	4837	8032,65	5430
	Fattore di conversione per metano		1,8	1,8	1,8
	Tonnellate di CO <sub>2</sub> eq/anno - veicoli	ton CO <sub>2</sub> eq/anno	0	0	0
	Tonnellate di CO <sub>2</sub> eq/anno - metano riscaldamento	ton CO <sub>2</sub> eq/anno	8,70611	14,4588	8,154
	Tot fatturato	M€	14,5	15,3	16,1
	Totale Emissioni SCOPE 1 annuali	ton CO <sub>2</sub> eq/anno	8,706114	14,4588	8,154
	Emissioni SCOPE 1 - fatturato	ton CO <sub>2</sub> eq/fatt	0,6004216552	0,945	0,50646

<b>305-1</b>	<b>EMISSIONI - SCOPE 2</b>				
<b>302-2</b>	Consumo energia elettrica	kWh/anno	379313	256925	107417
	Tonnellate di CO <sub>2</sub> eq/anno - energia elettrica	ton CO <sub>2</sub> eq/anno	164,32	111,3	46,53
	Totale Emissioni SCOPE 2 - annuali	ton CO <sub>2</sub> eq/anno	164,32	111,3	46,53
	Emissioni SCOPE 2 - fatturato	ton CO <sub>2</sub> eq/fatt	11,33	7,27	2,89

## Risorse energetiche

GRI	DATI	UNITÀ DI MISURA	2021	2022	2023
302-1	Consumi metano	kWh	3584	8032	4530
	Consumi energia elettrica	kWh	122268	256925	107417
	Fatturato	M€	14,5	15,3	16,1
	<b>INDICATORI</b>				
	Consumi energia elettrica/fatturato	kWh/M€	8432	16792	6672

## Risorse idriche

GRI	DATI	UNITÀ DI MISURA	2021	2022	2023
303-3	Totale acqua prelevata da acquedotto	mc	600	596	960
303-5	Consumo totale di acqua	mc	600	596	960
	Fatturato	M€	14,5	15,3	16,1
	<b>INDICATORI</b>				
	Consumi acqua/fatturato	mc/€	41,37931034	38,95424837	59,62732919

## Rifiuti

GRI	DATI	UNITÀ DI MISURA	2021	2022	2023
CER 20.00.00	RIFIUTI URBANI (RIFIUTI DOMESTICI E ASSIMILABILI PRODOTTI DA ATTIVITA' COMMERCIALI E INDUSTRIALI NONCHE' DALLE ISTITUZIONI) INCLUSI I RIFIUTI DELLA RACCOLTA DIFFERENZIATA	kg	31564	33125	32825
306-2	Totale rifiuti non pericolosi	kg	31564	33125	32825
306-2	Totale rifiuti pericolosi	kg	0	0	0
306-2	Totale rifiuti	kg	31564	33125	32825
306-2	Fatturato	M€	11,5	14,5	16,1



**YAM112003 Srl**

Via Tertulliano, 56 | 20137 Milano