

# Rapporto di Sostenibilità 2024

dilemma



BONSAININJA

ORIONE



# Contenuti

|                                               |    |
|-----------------------------------------------|----|
| Lettera agli Stakeholder .....                | 3  |
| Nota Metodologica .....                       | 5  |
| Il Gruppo Dilemma .....                       | 6  |
| I nostri Valori .....                         | 8  |
| La Storia .....                               | 9  |
| Il Futuro .....                               | 11 |
| I Numeri .....                                | 12 |
| Valore Economico generato e distribuito ..... | 13 |
| La relazione con gli Stakeholder .....        | 14 |
| L'Analisi di Materialità .....                | 19 |
| Noi e l'Agenda 2030 .....                     | 25 |
| La Governance .....                           | 27 |
| Le Persone .....                              | 33 |
| L'Ambiente .....                              | 39 |
| Progetti per il futuro .....                  | 43 |
| Indice dei contenuti GRI .....                | 45 |

# Lettera agli Stakeholder

Siamo orgogliosi di come è cresciuta la nostra agenzia nel 2023. Nonostante il contesto storico e geopolitico difficile, per il Gruppo Dilemma è stato un anno di sviluppo, che si è chiuso positivamente con un incremento del fatturato a doppia cifra. Tuttavia, sull'economia pesano l'incertezza alimentata dai conflitti in Ucraina e in Palestina, l'aumento dei costi energetici e il costo del denaro. Una situazione complessa, che genera instabilità e si riflette sulla strategia delle aziende e sui loro investimenti in comunicazione, rendendo il mercato ancora più competitivo.

La vera sfida per chi fa il nostro lavoro è essere ancora più creativi, per **riuscire a utilizzare il budget in modo sempre più efficace ed efficiente.**

Per affrontare questo mercato, ci aiuta essere un'agenzia fortemente strategica, capace di aprire nuove prospettive e proporre soluzioni innovative che rompono gli schemi. È grazie a questo che i nostri clienti

ci rinnovano la loro fiducia e veniamo scelti da sempre nuovi brand. La nostra visione guarda lontano, per questo vogliamo costruire un percorso di crescita sostenibile e abbiamo deciso di rendicontare volontariamente il nostro impegno, anche se non siamo tra le aziende obbligate per legge dalla **nuova normativa Europea<sup>1</sup>.**

**Lo facciamo perché, nel nostro piccolo, vogliamo essere un motore di cambiamento e partecipare attivamente alla realizzazione della transizione ecologica e di una società più equa e inclusiva. Per noi e per le prossime generazioni.**

Vogliamo essere trasparenti e sostenere i nostri clienti, che dal prossimo anno saranno obbligati dalla Corporate Sustainability Due Diligence Directive ad essere responsabili della propria catena di fornitura, a monte e a valle delle loro attività e dei prodotti che presentano sul mercato.

1. La nuova CSRD: Corporate Sustainability Reporting Directive.



Edison Open 4Expo, 2015

**Ci muovono i nostri ideali e la nostra continua tensione a migliorarci.**

## Lettera agli Stakeholder



In termini di governance, ci impegniamo ad agire sempre con onestà e correttezza, per offrire il migliore servizio possibile ai nostri clienti e generare valore nel lungo periodo per tutti gli stakeholder.

Dal punto di vista sociale, ci prendiamo cura delle persone che lavorano con noi, creando un ambiente di lavoro inclusivo che promuove il loro benessere.

Vogliamo che si sentano felici di far parte del Gruppo Dilemma, perché hanno opportunità di crescita e

di mettere a frutto i loro talenti. Desideriamo che si sentano motivati e liberi di essere sé stessi.

Per quanto riguarda l'ambiente, l'anno scorso abbiamo installato un impianto fotovoltaico sui tetti dei nostri uffici e abbiamo siglato un nuovo contratto per utilizzare esclusivamente energia rinnovabile.

Inoltre, ci impegniamo per limitare gli impatti negativi che la nostra attività può generare, per incentivare la mobilità green e ridurre l'utilizzo di carta e plastica.

**Il futuro si costruisce oggi, agendo consapevolmente. Per questo per noi è importante integrare gli aspetti ambientali, sociali e di governance nella gestione quotidiana del business.**

Grazie e buona lettura!

Davide della Pedrina e Federico Sogaro  
Amministratori Unici



# Nota Metodologica

Pur non rientrando per fatturato e numero di dipendenti tra le aziende obbligate per legge a rendicontare gli aspetti non finanziari<sup>1</sup>, il Gruppo Dilemma ha deciso di **rendicontare volontariamente** le proprie performance di sostenibilità.

Una scelta dettata dalla volontà di essere trasparenti nei confronti dei propri stakeholder e partecipare attivamente alla costruzione di un futuro sostenibile, in armonia con l'uomo e la natura. Un domani capace di rispettare la Terra in cui abitiamo e creare una società più equa e inclusiva, che non lasci indietro nessuno.

Le informazioni contenute nel documento si riferiscono al periodo che va dal 1° gennaio al 31 dicembre 2023 e riguardano le tre società che fanno parte del Gruppo Dilemma: Bonsaininja, Dilemma e Orione Eventi.

Lo scopo di questo report di sostenibilità è la condivisione dell'impegno del Gruppo Dilemma

e l'identificazione di eventuali aree di miglioramento per il futuro.

In base ai risultati dell'analisi di materialità, il documento si concentra sugli aspetti sociali e di governance su cui il Gruppo Dilemma ha una maggiore possibilità di incidere e fare la differenza. La rendicontazione prende come riferimento gli **Standard GRI (Global Reporting Initiative)**, nell'ultimo aggiornamento 2021 (Universal Standard).

Il set di indicatori utilizzati per la rendicontazione è illustrato nell'indice GRI al termine del report, a pagina 45.

Il Gruppo Dilemma ha rendicontato nella modalità "with reference to" e il documento è stato approvato dagli azionisti e dagli amministratori unici e condiviso con i dipendenti delle tre società. Per il primo anno si è preferito focalizzarsi sulla materialità d'impatto, ovvero gli effetti delle attività aziendali sull'ambiente e sulla società.

**Il prossimo anno il Gruppo Dilemma s'impegna a svolgere l'analisi di doppia materialità, che richiede alle aziende di considerare sia gli impatti delle loro attività sull'ambiente e sulla società, sia gli effetti dei rischi e delle opportunità provenienti dal mondo esterno sulla loro performance finanziaria.**

Per maggiori informazioni sul documento, scrivere ad Adriana Catapano, responsabile della rendicontazione di sostenibilità:

**office@bonsaininja.com**

**Il presente documento è stato redatto con il supporto metodologico di:**

**AMAPOLA**

1. La CSRD è la legislazione dell'Unione Europea (UE) che disciplina la rendicontazione non finanziaria. Entrata in vigore il 5 gennaio 2023, richiede alle imprese europee, con più di 250 dipendenti e un fatturato superiore a 49 milioni di euro (comprese le filiali UE di società non europee), di divulgare l'impatto delle proprie azioni ambientali, sociali e di governance (ESG) sul business. Introdotta come parte del Pacchetto Finanza Sostenibile della Commissione Europea, la CSRD fa chiarezza e aiuta investitori, analisti, consumatori e gli altri stakeholder a valutare e comparare meglio le prestazioni di sostenibilità delle imprese dell'UE, nonché gli impatti e i rischi aziendali correlati.



# Il gruppo Dilemma

*"You can't resolve a dilemma with all the very same mind that made it"*

*Albert Einstein*

## **Siete pronti a cambiare punto di vista?**

Il Gruppo Dilemma non è la solita agenzia. Abbiamo la capacità di mettere in discussione il brief dei nostri clienti e proporre soluzioni che non rispondono solo agli obiettivi della singola campagna o del singolo evento, ma mettono in grado i brand con cui lavoriamo di sviluppare la propria strategia, differenziarsi ed essere innovativi.

Sviluppiamo soluzioni a 360 gradi per soddisfare le più svariate esigenze dei clienti.

Dall'ideazione della strategia allo sviluppo di campagne di comunicazione fisiche e digitali, dal brand marketing alla creazione di eventi ed esperienze uniche che catturano il cuore e il cervello.

Possiamo accompagnare il cliente in ogni fase della comunicazione, sorprendendolo con idee originali e rivoluzionarie.

La capacità di aprire nuove prospettive e non essere mai scontati, insieme al know-how del mercato, ci ha permesso di lavorare per alcuni dei migliori brand, riconosciuti come leader per valore, forza e riconoscibilità.

Negli anni abbiamo avuto la fortuna di acquisire un'esperienza multi-settore, che spazia dal food al mondo del lusso, dal beauty all'intrattenimento, passando per il settore bancario e dei servizi, per quello degli elettrodomestici e per i beni di largo consumo.





# Le nostre società

Il Gruppo comprende tre società tra loro sinergiche, che si rafforzano e si completano:

## dilemma

Dilemma è la mente strategica del Gruppo. Lo si capisce subito, fin dal nome. Un dilemma è una scelta difficile fra più alternative. E per scegliere ci vuole coraggio, intuito, capacità di analisi e immaginazione. Dilemma fa proprio questo: **sviluppa idee che sostengono e rinnovano il business**. Dall'analisi del mercato e dello scenario competitivo al posizionamento di brand e prodotti, dall'idea creativa allo sviluppo di una piattaforma di comunicazione, dal media mix alla revisione delle performance sulla base di KPI condivisi, Dilemma è al fianco dei brand che sanno sintonizzarsi con i loro stakeholder.

## BONSAININJA

Bonsaininja è un'agenzia che da più di 20 anni progetta esperienze sorprendenti, a cavallo tra il fisico e il digitale, che rimangono impresse nella memoria. La forte competenza creativa si unisce a una grande esperienza esecutiva per realizzare progetti innovativi, di qualsiasi scala e natura, dove la tecnologia più avanzata permette di amplificare la comunicazione. Il team creativo è capace di esplorare più direzioni contemporaneamente, di **immaginare mondi che nessuno ha ancora visto**, tracciare nuovi standard e disegnare bellezza. Il tutto unito a un'esecuzione impeccabile, curata in ogni dettaglio.

## ORIONE

Orione Eventi si occupa di MICE, e lo fa da prima ancora che si chiamasse così. Per essere in grado di progettare e gestire meeting, viaggi incentive, convention, ma anche viaggi esperienziali, mostre e conferenze, in presenza o in remoto, **l'esperienza è un fattore fondamentale**. Le due professioniste che hanno fondato la società sono cresciute respirando l'aria dei clienti, imparando da loro e per loro, arrivando ad anticiparne i bisogni e assecondarne i desideri. Grazie a questo oggi offrono un livello di competenza ineguagliabile, basato sulla concretezza del fare e del capire. Sull'empatia e sull'esperienza costruita affrontando sfide di ogni tipo.



Legambiente, Act before you post, 2021



Haier, Home Switch Home, Fuorisalone, 2022



Meeting Convention, Deutsche Bank,

# I nostri valori

I nostri valori ci uniscono e danno un significato più alto al nostro impegno quotidiano. Ci spingono a fare di più e meglio ogni giorno. Sono la nostra stella polare: **ci motivano e ci rendono felici di lavorare insieme.**

## 1 ECCELLENZA

Non ci piacciono le mezze misure.  
In ogni progetto puntiamo al massimo livello di qualità: nel lavoro, nei servizi e nelle relazioni.

È per questo che i nostri clienti  
ci danno piena fiducia.

## 2 INNOVAZIONE

Per noi l'innovazione è permanente.  
Una forma mentis che significa curiosità,  
capacità di ascoltare, coraggio di immaginare.

Apriamo nuove prospettive per rinnovare il  
significato e l'esperienza dei brand.

## 3 PARTECIPAZIONE

La nostra è una cultura aperta e inclusiva, che dà  
valore al talento e all'unicità di ogni persona.

Chi lavora con noi non fa parte di un  
organigramma, ma di un team.

## 4 INTRAPRENDENZA

Nel Gruppo Dilemma siamo tutti self-starter.  
Prendiamo iniziativa, troviamo soluzioni  
e proponiamo alternative

È la nostra anima originaria:  
**un po' innovatori, un po' sognatori.**

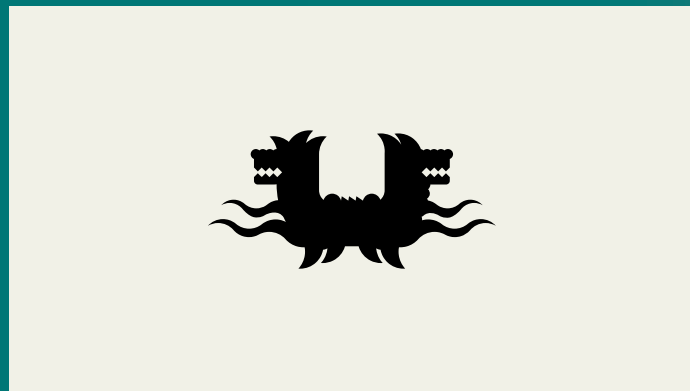
## 5 PASSIONE

Gettiamo il cuore oltre l'ostacolo in tutto quello  
che facciamo. Ogni progetto ci entusiasma e ci  
lanciamo nell'impresa con tutte le nostre energie.

Gli obiettivi dei nostri  
clienti sono i nostri obiettivi.



# La Storia



logo Bonsaininja

## 2005

Nasce Bonsaininja, una start up creata da 4 studenti del Politecnico di Milano, **appassionati di cinema, storytelling e tecnologia**.

Con tecniche molto innovative iniziano a realizzare contenuti video per Sky, Mediaset e MTV.

I contenuti piacciono, sono nuovi e molto originali. Bonsaininja cresce e inizia a collaborare con altri creativi.



Sky Upfront Event, 2014

## 2014

È un anno di svolta. Bonsaininja realizza un importante evento per Sky: gli Upfront per presentare i nuovi palinsesti televisivi agli investitori. È un successo incredibile e Bonsaininja decide di ampliare la propria attività. Non più solo contenuti potenziati dalla tecnologia, ma **vere e proprie esperienze**. È così che inizia a progettare eventi e trasformare gli spazi per offrire esperienze uniche e coinvolgenti.



Alfa Romeo, Giulia reveal, 2015

## 2015

È tempo di strutturarsi e diventare una vera agenzia, con processi organizzati e un controllo di gestione. Bonsaininja definisce in modo più chiaro la value proposition e il target a cui rivolgersi. La strada è tracciata: vuole passare da essere un supporto per le grandi agenzie e i canali televisivi a **lavorare direttamente con i migliori brand**. La strategia funziona e in 10 anni il fatturato raddoppia.



Colletta 22, garden

## 2017

L'agenzia continua a crescere e cambia sede. Entra in Colletta 22, un bellissimo spazio in zona Porta Romana, con un ampio giardino che permette di ospitare eventi, creare piacevoli zone ricreative, ma anche spazi di lavoro all'aperto e luoghi per riunioni e incontri nel verde. Il nuovo ufficio mette a disposizione uno spazio di 650 metri quadri per **crescere e accogliere nuove competenze**. Diventa un vero e proprio Hub, dove si sviluppano nuove opportunità di business.





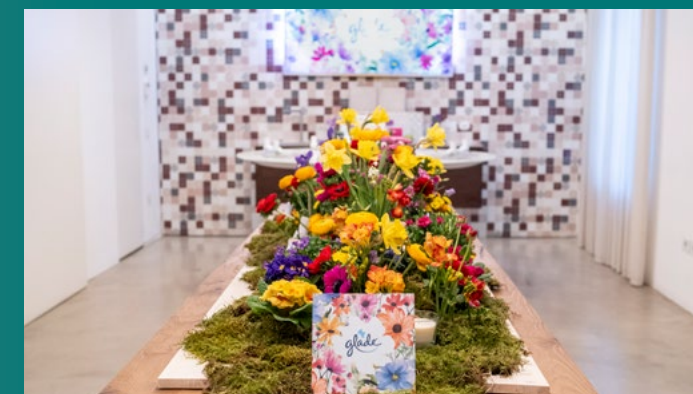
Pirelli, Motor Show Genève, 2017



GlaxoSmithKline, commercial, 2019



Barilla, Piattaforma, 2020



Glade, event, 2023

## 2018

È un anno dinamico e pieno di iniziative. Viene costituita 22 Dogs, una realtà specializzata in post produzione, che crea **effetti visuali per il mondo cinematografico** e per la pubblicità. Sono così bravi e crescono a tal punto che nel 2023 prendono un nuovo cammino. Ma nel frattempo Bonsaininja ha imparato a utilizzare nuove tecnologie e ha assorbito nuove competenze.

## 2019

Bonsaininja incontra Cayenne, famosa agenzia milanese che si occupa di strategia e comunicazione. Le due agenzie lavorano insieme per un marchio importante nel mondo degli elettrodomestici. Si conoscono, si piacciono e insieme danno vita a uno spin off di Cayenne: Dilemma. In pochi anni Dilemma cresce e diventa la capogruppo che controlla Bonsaininja. Dilemma **sviluppa i concept e la parte più alta della strategia**, Bonsaininja li mette in scena dando vita a un'esperienza.

## 2020

È l'anno del Covid e il mondo si ferma. È assolutamente proibito organizzare eventi in presenza, così Bonsaininja sviluppa una **piattaforma dinamica per distribuire contenuti**. Uno strumento interattivo e digitale, con ambienti 2D e 3D e la possibilità di ospitare grafici e un mix di tecniche diverse. Un'innovazione che funziona molto bene e apre nuove opportunità per la presentazione di prodotti e collezioni.

## 2023

La vena imprenditoriale del gruppo non si ferma. Dilemma e Bonsaininja danno vita a Orione Eventi, una nuova realtà che organizza viaggi incentive, mostre, fiere, convegni e conferenze. L'obiettivo è **soddisfare tutte le esigenze delle aziende** e offrire un'esperienza memorabile ai propri stakeholder, che siano dipendenti, clienti o fornitori.



# Il Futuro



Loacker, Manifesto, 2023

Per il futuro vogliamo continuare a crescere e generare valore, ampliando ulteriormente le competenze del Gruppo Dilemma con nuove acquisizioni che ci aiutino ad arricchire la nostra offerta e soddisfare sempre meglio i nostri clienti.

**La crescita che abbiamo in mente non sarà solo finanziaria. Per il 2030 ci siamo dati l'obiettivo di raggiungere i 25 milioni di fatturato, ma anche di creare una cultura condivisa che dia senso e sostanza al nostro lavoro.**

Una cultura inclusiva che rispetti l'identità delle singole aziende che entrano a far parte del Gruppo e allo stesso tempo le integri in un organismo più grande che ci renda più forti, ma anche più liberi, curiosi e inventivi.



# I Numeri

**+1000** eventi

**29** paesi nel mondo

**+1600** ore di eventi live

**+500** progetti  
di comunicazione

**+50** progetti di rebranding

Regalato emozioni  
**a milioni di persone**



# Il Valore Economico generato e distribuito

L'obiettivo del Gruppo Dilemma è creare valore non solo per gli azionisti ma anche per i nostri stakeholder. Vogliamo crescere insieme e creare una relazione solida e positiva con le persone che lavorano con noi, con i nostri fornitori, con le banche che ci sostengono e con il territorio in cui operiamo.

Il valore economico e finanziario prodotto dal Gruppo Dilemma nel 2023 è pari a **7.944.638 Euro**, di cui il **5,7%** è la quota parte trattenuta all'interno dell'agenzia, mentre il restante **94,3%** è distribuito agli stakeholder esterni.

Il valore economico trattenuto è relativo alla differenza tra valore economico generato e valore economico distribuito. Comprende gli ammortamenti dei beni materiali e immateriali, gli accantonamenti, le riserve, gli utili e la fiscalità anticipata e differita.

I dati che presentiamo nella tabella sotto fanno riferimento al bilancio consolidato del Gruppo per il 2023. Il valore economico distribuito agli stakeholder è stato ripartito come segue: il **68%** ai fornitori, il **25%** ai dipendenti, lo **0,7%** a banche e altri finanziatori e lo **0,6%** alla pubblica amministrazione come imposte versate.

| Descrizione                                                        | anno 2023   |
|--------------------------------------------------------------------|-------------|
| Valore economico generato                                          | 7.944.638 € |
| Valore economico distribuito                                       | 7.472.482 € |
| Fornitori (costi operativi)                                        | 5.434.921 € |
| Valore distribuito ai dipendenti                                   | 1.961.550 € |
| Valore distribuito ai fornitori di capitale (banche e azionisti)   | 51.726 €    |
| Valore distribuito alla pubblica amministrazione (imposte versate) | 50.946 €    |
| Valore economico trattenuto                                        | 443.766 €   |

# La relazione con gli Stakeholder

**La fiducia è la chiave di una partnership duratura e di successo.**

Il Gruppo Dilemma vuole creare valore nel lungo periodo per tutti gli stakeholder. Per questo ci impegniamo a costruire una relazione positiva, che si fonda su dialogo, trasparenza, rispetto e piena collaborazione.

Ci guida è un'ottica win win, che tiene conto degli interessi e delle aspettative dei nostri stakeholder, con l'obiettivo di creare una relazione fruttuosa di reciproca soddisfazione. Questo per noi è il primo passo per costruire fiducia e lavorare bene insieme.

**WE ARE INTERCONNECTED**





I nostri Stakeholder

Sono tutti gli enti e le persone con cui condividiamo degli interessi.  
In altre parole, tutte le realtà o gli individui che possono:

- Essere influenzati in modo significativo dalle nostre attività e dai nostri servizi;
- Incidere sulle nostre capacità di attuare la strategia e raggiungere gli obiettivi.

| Stakeholder                | Interessi                                                                                                                                                                                                         |
|----------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Azionisti                  | <ul style="list-style-type: none"><li>- Performance economica</li><li>- Trasparenza</li></ul>                                                                                                                     |
| Collaboratori e dipendenti | <ul style="list-style-type: none"><li>- Benessere</li><li>- Equilibrio vita/lavoro</li><li>- Pari opportunità</li><li>- Sviluppo carriera</li><li>- Formazione</li></ul>                                          |
| Fornitori                  | <ul style="list-style-type: none"><li>- Performance economiche</li><li>- Qualità dei progetti</li></ul>                                                                                                           |
| Clienti                    | <ul style="list-style-type: none"><li>- Qualità del servizio</li><li>- Creatività e innovazione</li><li>- Reattività e velocità</li><li>- Capacità di risolvere i problemi</li><li>- Sicurezza dei dati</li></ul> |

Coinvolgimento degli Stakeholder

Nel corso dell'anno abbiamo un dialogo costante con i nostri stakeholder. La tabella che segue sintetizza gli strumenti di comunicazione che utilizziamo e gli incontri dedicati ad ascoltare le loro esigenze, raccogliere i loro suggerimenti e condividere i principi e la strategia del Gruppo Dilemma.

| Stakeholder                 | Frequenza                                 | Attività di coinvolgimento                                                                                                                 |
|-----------------------------|-------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Azionisti                   | Annuale                                   | - Presentazione del bilancio d'esercizio e della reportistica non finanziaria                                                              |
|                             | Trimestrale                               | - Presentazione dei risultati trimestrali                                                                                                  |
|                             | Ongoing                                   | - Confronto costante nel corso dell'anno                                                                                                   |
| Collaboratori e dipendenti  | Ongoing                                   | - Progress settimanale<br>- Comitato di direzione settimanale<br>- Aperitivi creativi bimestrali<br>- Attività formative<br>- Social media |
| Fornitori di beni e servizi | A inizio rapporto                         | - Condivisione della documentazione relativa ai valori e ai principi del Gruppo Dilemma per presa visione e accettazione                   |
|                             | Confronto costante nel corso dei progetti | - Incontri di briefing<br>- Relazione e monitoraggio periodici                                                                             |
|                             | Annuale                                   | - Fornitori Day                                                                                                                            |
| Clienti                     | Confronto costante nel corso dei progetti | - Incontro di briefing<br>- Relazione e monitoraggio periodici<br>- Social network<br>- Sito internet<br>- Clienti Day                     |



La gestione dei Fornitori

I nostri fornitori sono un asset fondamentale per la riuscita dei progetti. Lavoriamo insieme come un unico team, sicuri della loro affidabilità e capacità di garantire un servizio di altissimo livello. Li abbiamo selezionati nell’arco degli anni in base all’esperienza, alla qualità, al costo e alla capacità di trovare soluzioni e risolvere problemi. Il prossimo passo sarà quello di iniziare a considerare anche criteri di sostenibilità ambientale e sociale.

I fornitori con cui abbiamo una collaborazione più stretta sono quelli che ci assistono nella realizzazione di esperienze, eventi, stand e prodotti multimediali.

Tra loro ci sono copywriter, art director, registi, grafici, operatori video, esperti di post produzione, nonché allestitori, partner tecnici per i servizi

audio e video, catering e poi tutti gli altri fornitori che coinvolgiamo di volta in volta, in base al progetto. Il nostro obiettivo è essere il loro miglior cliente.

**Per collaborare con noi i fornitori sono tenuti ad approvare il nostro Codice Etico e comportarsi con la massima integrità.**

Inoltre, cerchiamo di scegliere i nostri fornitori secondo criteri di vicinanza alla comunità e ai territori dove siamo presenti. La prossimità geografica ci permette di promuovere un ritorno economico sul territorio e ridurre gli impatti ambientali legati a spostamenti e trasporti. Infine, i nostri fornitori possono essere sia nazionali che internazionali. Tuttavia, nel 2023, il 100% della spesa di approvvigionamento è avvenuta in Italia.

Il nostro obiettivo è essere il miglior cliente dei nostri fornitori.

| Spesa 2023                                                | Euro      | %   |
|-----------------------------------------------------------|-----------|-----|
| Totale spesa per fornitori                                | 1.231.803 | 100 |
| Totale spesa con fornitori lombardi                       |           | 80  |
| Totale spesa con fornitori italiani fuori dalla Lombardia |           | 20  |

## I nostri Clienti

Il Gruppo Dilemma ha circa 50 clienti, in Italia e all'estero, che operano in molteplici settori: food & beverage, banche, assicurazioni, beni di largo consumo, moda, bellezza, igiene e cura personale, energia e utilities.

Se prendiamo in considerazione il nostro fatturato 2023, l'85% dei nostri progetti e della nostra attività di consulenza ha riguardato clienti italiani e solo il 15% clienti stranieri. Dei clienti nazionali circa il 60% si trova in Lombardia.

Con i nostri clienti abbiamo rapporti stabili e duraturi, che si basano su fiducia e stima reciproca. Con i clienti storici, che lavorano con noi da più tempo, abbiamo costruito una **vera e propria sintonia**, che ci permette di capirci al volo e lavorare con grande efficienza, riuscendo a realizzare eventi spettacolari in pochissimo tempo.

La soddisfazione del cliente è una priorità.

Non è la solita frase fatta, ma un vero e proprio mantra che guida il nostro agire quotidiano. In ogni progetto, il primo passo per offrire un servizio eccellente è ascoltare i nostri clienti e comprendere le loro esigenze. Solo così riusciamo a dare nuove interpretazioni e nuovi significati alla relazione dei brand con i propri stakeholder.



Timberland, 50 years anniversary, 2023



# L'analisi di Materialità

L'analisi di materialità ci ha permesso di rafforzare la sintonia e la connessione con i nostri stakeholder e comprendere meglio le loro esigenze e priorità.

**L'obiettivo era duplice:**

Nel primo anno abbiamo preso in considerazione solo i nostri impatti, senza considerare gli impatti provocati dalla catena del valore e la valutazione dei rischi e delle opportunità provenienti dal contesto esterno, due fattori che possono avere una forte influenza sui risultati finanziari del Gruppo Dilemma.

1

**Identificare e valutare i temi prioritari dal punto di vista sociale, ambientale e di governance, quei temi su cui possiamo portare benefici concreti e generare valore nel presente e nel futuro.**

2

**Tracciare una matrice di materialità, cioè una mappatura gerarchica e strategica dei diversi temi materiali, in base agli indici di priorità identificati dai diversi stakeholder.**



I temi materiali

Per identificare i temi materiali da sottoporre alla valutazione dei diversi stakeholder, abbiamo:

- intervistato gli amministratori unici, nonché il direttore finanziario del Gruppo Dilemma, per approfondire la natura del business, le dinamiche di mercato e le relazioni con i principali stakeholder;
- preso in considerazione i principali trend in materia di sostenibilità, come evidenziati dalla nuova normativa europea in fatto di rendicontazione (CSRD), dall'Agenda 2030 delle Nazioni Unite e dai Dieci Principi del Global Compact;
- svolto un'analisi di benchmark con i principali player del settore impegnati in un percorso di sostenibilità.

In base a quest'analisi, la tabella di fianco evidenzia i principali temi materiali che possono influire sulla capacità del Gruppo Dilemma di avere un impatto positivo e creare valore nel breve, medio e lungo periodo.

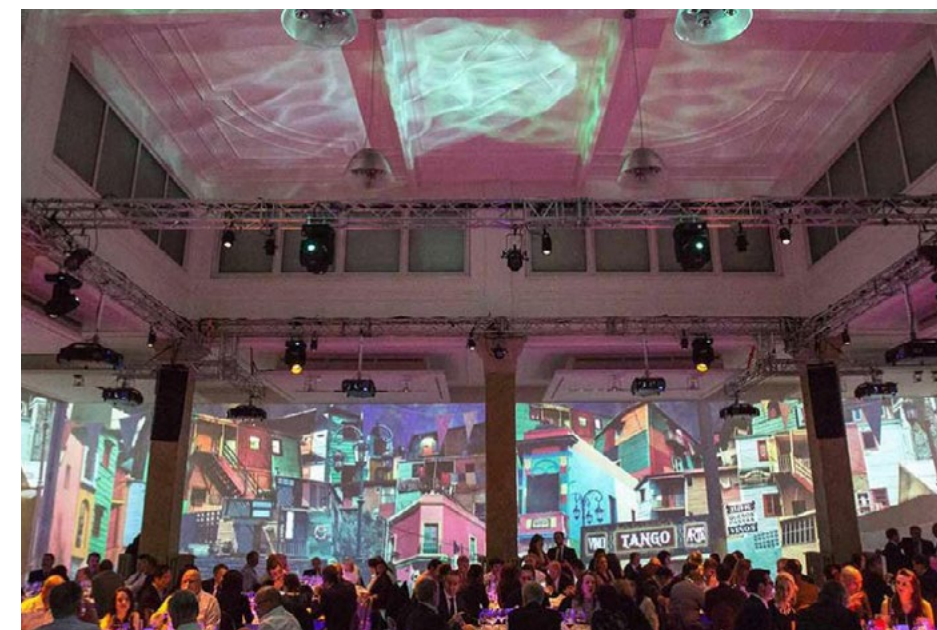
| Ambito ESG | Temi materiali                             | Azioni su cui Bonsaininja si sta impegnando                                                                                                                                                                                                 |
|------------|--------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ambiente   | Risparmio energetico e riduzione emissioni | - Costruire un impianto fotovoltaico sul tetto per autoconsumo<br>- Promuovere lo smart working<br>- Favorire la mobilità sostenibile<br>- Adeguare il sistema di illuminazione degli uffici                                                |
| Sociale    | Benessere dei dipendenti                   | - Progettare e realizzare ambienti di lavoro confortevoli<br>- Creare uno spazio di svago all'interno degli uffici<br>- Permettere ai dipendenti di usare gli ambienti di lavoro per necessità personali al di fuori dell'orario lavorativo |
|            | Welfare dei dipendenti                     | - Essere flessibili sugli orari di lavoro<br>- Smart working secondo le necessità di ogni dipendente                                                                                                                                        |
|            | Promuovere l'inclusione                    | - Stimolare la presenza femminile a tutti i livelli<br>- Promuovere la parità di genere all'interno del contesto lavorativo in cui il Gruppo opera                                                                                          |
| Governance | Qualità del servizio                       | Garantire la massima qualità dei servizi offerti e la cura del dettaglio progettuale                                                                                                                                                        |
|            | Attenzione al cliente                      | - Soddisfare le esigenze progettuali del cliente<br>- Rispettare i tempi di consegna                                                                                                                                                        |
|            | Creazione di valore nel tempo              | - Garantire risultati economici nel lungo periodo<br>- Aumentare la capacità del Gruppo di rispondere alle esigenze dettate dal contesto esterno                                                                                            |



## Coinvolgimento degli Stakeholder

Per valutare la rilevanza e la significatività dei vari temi materiali per i nostri stakeholder, abbiamo coinvolto 41 persone: 28 dipendenti, insieme a 7 fornitori e 6 clienti, individuati in base all'importanza strategica e alla durata della relazione.

A ognuno di loro abbiamo chiesto di valutare i temi materiali su una scala compresa tra 1 (meno importante) e 4 (indispensabile). Pur non avendo valore statistico, perché il campione è limitato, i risultati dell'indagine ci hanno permesso di indicare delle priorità per l'impegno del Gruppo Dilemma.



Candy Group Milano Design Week, 2016

## I Risultati dell'Analisi di Materialità

**Tutti i temi materiali hanno ricevuto un punteggio superiore a 3**, che significa che sono estremamente importanti e vitali per lo sviluppo, il successo e la reputazione del Gruppo Dilemma. E per la sua capacità di attrarre e mantenere i migliori talenti.

La matrice di materialità rispecchia gli ambiti su cui possiamo avere un impatto effettivo, dalla gestione etica del business, alla creazione di relazioni positive fuori e dentro il Gruppo Dilemma, all'offerta di servizi innovativi e di qualità.

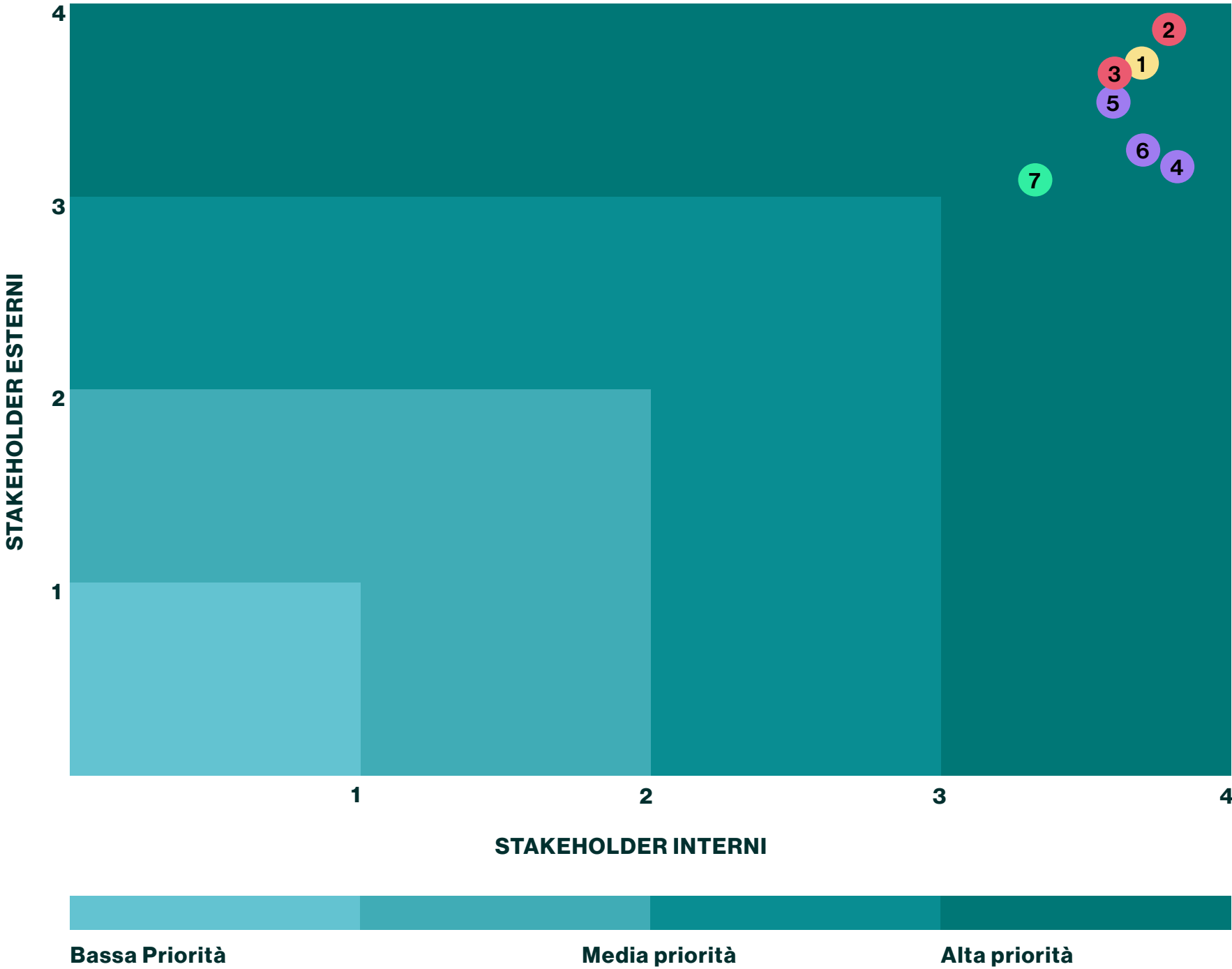
Come vedete i nostri temi materiali sono quasi tutti G (Governance) e S (Social), perché per una realtà della nostra dimensione, che opera nel settore dei servizi, gli aspetti ambientali sono meno rilevanti rispetto a tanti altri temi, come la cura delle relazioni, l'ambiente di lavoro, l'inclusione e il rispetto dell'unicità, solo per citarne alcuni.

Questo non significa trascurare le tematiche ambientali, ma essere consapevoli che l'impatto che potremo generare sarà meno significativo.

**Il risultato è una visione chiara delle questioni materiali che vanno affrontate per assicurare una gestione sostenibile ed efficace dell'organizzazione.**

Matrice di Materialità

La matrice di materialità permette di visualizzare la rilevanza e la priorità dei diversi temi a colpo d'occhio. L'elenco della pagina seguente presenta i nostri temi materiali in ordine di rilevanza, in base alle indicazioni dei diversi stakeholder.



GOVERNANCE

1 Creazione di valore nel tempo

CLIENTI

- 2 Qualità del Servizio
- 3 Attenzione al cliente

PERSONE

- 4 Promuovere l'inclusione
- 5 Benessere dei dipendenti
- 6 Welfare dei dipendenti

AMBIENTE

7 Risparmio energetico



GOVERNANCE

1 CREAZIONE DI VALORE NEL TEMPO

Per continuare a crescere e generare valore per tutti gli stakeholder bisogna garantire i risultati economici. E per riuscirci è indispensabile essere creativi, innovativi e capaci di emozionare e coinvolgere l'immaginario delle persone.

CLIENTI

2 QUALITÀ DEL SERVIZIO

È fondamentale non solo per clienti e fornitori ma anche per i dipendenti. L'eccellenza del servizio è il primo fronte su cui impegnarsi per continuare a generare valore e avere la forza e la credibilità per lavorare sui temi ESG.

3 ATTENZIONE AL CLIENTE

Questo tema è molto importante non solo per i clienti, ma anche per i dipendenti che sanno bene che dalla soddisfazione del cliente dipende tutto (o almeno tanto): la reputazione dell'agenzia, la possibilità di ottenere nuovi incarichi, il passa parola positivo, la crescita del fatturato e la possibilità di lavorare sulla sostenibilità.

PERSONE

4 PROMUOVERE L'INCLUSIONE

Per i nostri stakeholder l'inclusione è la prima priorità sociale. Significa vincere i pregiudizi, eliminare ogni forma di discriminazione. Va molto oltre la parità di genere e la presenza femminile a tutti i livelli dell'organizzazione. Significa accogliere ogni persona con il suo talento e la sua unicità. Sempre più ricerche sostengono che team di lavoro eterogenei migliorano il coinvolgimento dei dipendenti, aumentano la produttività e possono condurre a un maggior grado di innovazione.

**5 BENESSERE DEI DIPENDENTI**

È un concetto più ampio ed evoluto del welfare aziendale, significa considerare un dipendente e un collaboratore non solo dal punto di vista della produttività, ma come una persona che ha bisogno di sentirsi bene quando lavora. Per essere creativi c'è bisogno di stimoli, vibrazioni positive e sintonia tra i diversi membri del team. C'è bisogno di uno spazio piacevole e accogliente, che nutre la creatività.

**6 WELFARE PER I DIPENDENTI**

Se prendiamo in considerazione solo le risposte dei dipendenti, questo è il tema più importante, più della qualità del servizio o di creare valore nel tempo. Con il termine welfare s'intendono tutte quelle azioni, quei beni e quei servizi che promuovono il benessere e migliorano l'equilibrio vita-lavoro dei propri dipendenti.

**AMBIENTE**

**7 RISPARMIO ENERGETICO**

Per i nostri stakeholder è il tema meno rilevante, perché in questo ambito il nostro impatto è meno forte e incisivo. Ma è comunque importante, perché con la nuova Corporate Sustainability Due Diligence Directive molti nostri clienti saranno obbligati ad applicare i criteri di dovuta diligenza per promuovere la sostenibilità lungo tutta la catena del valore. E per questo motivo cercheranno sempre di più partner attenti agli impatti ambientali e in grado di proporre soluzioni sostenibili.



# Noi e l'Agenda 2030

**Quali sono gli obiettivi di sviluppo sostenibile che coltiviamo nelle nostre società?**

**Dei 17 obiettivi delle Nazioni Unite, ne abbiamo selezionati 6 su cui possiamo dare un contributo più significativo.**



## **SALUTE E BENESSERE**

Assicurare la salute e il benessere per tutti e per tutte le età.

Non si può parlare di sviluppo sostenibile senza impegnarsi per garantire una vita sana e promuovere il benessere di tutti i popoli della Terra. Il Gruppo Dilemma contribuisce a quest'obiettivo prendendosi cura dei propri dipendenti e collaboratori. Prima di tutto offrendo un ambiente di lavoro sereno, allegro e collaborativo, che favorisce il benessere psicologico delle persone che lavorano con noi. Ma anche con azioni concrete, come dipingere gli uffici con una **vernice speciale che assorbe CO2** e decompone virus e batteri per migliorare la qualità dell'aria e offrire un ambiente di lavoro più sano.



## **PARITÀ DI GENERE**

Raggiungere l'uguaglianza di genere e l'empowerment (maggior forza, autostima e consapevolezza) di tutte le donne e le ragazze.

Per il Gruppo Dilemma la parità di genere non è solo un diritto umano fondamentale, ma la condizione necessaria per un mondo prospero, sostenibile e in pace. Nel 2023 il **55% del nostro team è donna**. Negli anni ci siamo impegnati per creare un ambiente inclusivo e valorizzare il talento delle donne che lavorano con noi. E oggi, con soddisfazione, possiamo dire che le donne ricoprono ruoli chiave per il successo del Gruppo, come quello di direttore creativo, regista, project manager e office manager. Prima di tutto da noi contano il merito, l'impegno, l'intraprendenza e la capacità di trovare nuove soluzioni per i nostri clienti. E in questo le donne sono straordinarie!



## **LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA**

Incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva e un lavoro dignitoso per tutti.

Per noi il compito principale di chi fa impresa è creare posti di lavoro di qualità, che stimolino l'economia e al tempo stesso non danneggino l'ambiente. Nel 2023 il **95% dei dipendenti** del Gruppo Dilemma è **assunto a tempo indeterminato**. Offriamo ruoli interessanti e di qualità, in cui le persone hanno la possibilità di crescere, sfidarsi e imparare ogni giorno. Vogliamo che i nostri dipendenti e collaboratori si sentano felici e realizzati. E per facilitare l'equilibrio tra casa e lavoro lasciamo la più ampia flessibilità: il **60% delle ore lavorate** nel 2023 è avvenuto in **smart working**. Inoltre, ci confrontiamo con i nostri clienti e fornitori per generare valore condiviso e promuovere un lavoro dignitoso.



### CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI

Rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, duraturi e sostenibili.

Le città sono centri per nuove idee, per il commercio, la cultura, la scienza, la produttività, lo sviluppo sociale e molto altro. In molti casi hanno permesso alle persone di migliorare la loro condizione sociale ed economica. Tuttavia, per avere città che siano luoghi di lavoro e prosperità, che non danneggino il territorio e le risorse, ci sono ancora molte sfide da vincere. Nel suo piccolo il Gruppo Dilemma vuol **dare un contributo alla qualità della vita urbana**. Lo facciamo con i nostri uffici che offrono un ampio giardino, dove appena il tempo lo permette si può lavorare all'aperto tra piante e fiori. Inoltre, durante il fine settimana, mettiamo a disposizione i nostri spazi verdi, per organizzare serate, feste o semplicemente leggersi un libro nel più assoluto silenzio.



### LOTTA AL CAMBIAMENTO CLIMATICO

Adottare misure urgenti per combattere il cambiamento climatico e le sue conseguenze.

Il riscaldamento della Terra sta provocando forti cambiamenti che minacciano le foreste, i terreni agricoli, gli oceani e la sopravvivenza di migliaia di persone nei paesi più vulnerabili. Certo, il contributo che possiamo dare è piccolo, ma anche noi vogliamo fare la nostra parte. Per questo **tutta l'energia che utilizziamo proviene da fonti rinnovabili**, grazie anche all'impianto fotovoltaico sul nostro tetto. Inoltre, favoriamo lo smart working per ridurre gli spostamenti dei nostri dipendenti e collaboratori e incoraggiamo i nostri clienti a compensare le emissioni di eventi, fiere ed esperienze.



### PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI

Rafforzare i mezzi di attuazione e rinnovare il partenariato mondiale per lo sviluppo sostenibile.

Per avere successo l'Agenda per lo sviluppo sostenibile richiede la **piena collaborazione di tutte le forze sociali**. Per questo il Gruppo Dilemma ha deciso di collaborare con i propri dipendenti, fornitori e clienti per ridurre la propria impronta carbonica sul pianeta e promuovere una cultura inclusiva, trasparente e gentile.

**SUSTAINABLE  
DEVELOPMENT  
GOALS**



# La Governance

## Trasparenza e partecipazione

Ci sono due parole al centro della nostra attività e della nostra strategia di crescita e sviluppo: trasparenza e partecipazione.

**Trasparenza** significa essere chiari e comportarsi con integrità. Agire alla luce del sole, fornire informazioni complete e mantenere la parola data. È il baricentro della relazione con i nostri stakeholder e la bussola per il futuro.

**Partecipazione** è come ci piace lavorare. Siamo aperti, curiosi e sempre pronti a migliorarci.

Per noi il confronto con i nostri collaboratori, clienti, fornitori e tutti gli altri stakeholder ha un valore immenso. È una fucina di idee, ci aiuta ad ampliare gli orizzonti e creare una bella energia e uno spirito di collaborazione fruttuoso e positivo.

Crediamo nelle relazioni vere, perché alla base di ogni business ci sono sempre le persone. E nel nostro lavoro questo è ancora più importante, perché entrano in gioco l'immaginazione, le idee e le emozioni.

## Efficienza e organizzazione

La nostra è un'organizzazione agile, che coniuga solidità, velocità nelle decisioni e un buon flusso di comunicazione per creare spirito di team e una visione condivisa.

### **Assemblea degli azionisti**

Gli azionisti sono l'anima del Gruppo Dilemma e delle sue attività. Comprendono i fondatori delle tre società che fanno parte del Gruppo, l'amministratore unico e il direttore finanziario. L'Assemblea degli Azionisti si riunisce in modo ufficiale una volta all'anno per approvare il bilancio d'esercizio, ma i diversi attori hanno uno scambio quasi quotidiano per aggiornarsi sull'andamento del mercato e discutere la strategia delle singole società e le nuove opportunità che si profilano all'orizzonte.

### **Gli amministratori unici e il direttore finanziario.**

Il Gruppo Dilemma ha due amministratori unici: Davide della Pedrina e Federico Sogaro. Il primo si occupa di Dilemma, il secondo gestisce Bonsaininja Studio e Orione Eventi ed è il CFO di tutto il Gruppo. Insieme agli altri soci operativi, **condividono gli stessi valori e la stessa visione del mercato e del futuro.** Hanno rapporti quotidiani e collaborano in piena sinergia. L'amministratore unico dispone di poteri molto ampi per poter amministrare la società, definire le strategie e firmare i contratti. Inoltre, ha il compito di redigere il bilancio e convocare l'assemblea dei soci per la sua approvazione. Il direttore finanziario monitora l'andamento delle attività, supervisiona e approva i preventivi da presentare ai clienti e insieme all'assemblea dei soci decide gli investimenti e le acquisizioni.

Reparti e funzioni

Il Gruppo Dilemma comprende i seguenti reparti:

**Strategia e creatività:** è il regno delle idee e dell’immaginazione. Sono loro a sviluppare la strategia di comunicazione dei brand, lo story telling delle campagne pubblicitarie, i contenuti audio e video di tutti i canali social e TV, l’idea e l’immagine coordinata di eventi e stand. Le parole d’ordine sono: **coinvolgere, emozionare e stupire.**

**Gestione progetto:** qui ci sono i fatidici account, i re e le regine della relazione con il cliente. La loro prima preoccupazione è garantire un servizio ineccepibile. **Sono i veri organizzatori del lavoro di tutti i giorni:** ascoltano le richieste del cliente, le approfondiscono e passano le informazioni al team creativo e alla produzione per soddisfarle. Inoltre, gestiscono il budget e le risorse che lavorano sui singoli progetti.

**Produzione:** le idee da sole non bastano, bisogna realizzarle. Qui entra in gioco il nostro team di produzione che rende tutto

possibile. **Organizzano, gestiscono, tengono sotto controllo i tempi e tirano le fila.** Sono loro a produrre i materiali di comunicazione e i contenuti multimediali, a organizzare la logistica e seguire i progetti sul territorio. Uniscono tutti i tasselli del puzzle: senza di loro nessun progetto diventerebbe realtà.

**Digital:** giovani e innovatori, curano la comunicazione digitale dei brand, la produzione di contenuti multimediali e i contenuti speciali. Progettano e realizzano **esperienze digitali coinvolgenti e polisensoriali**, che coniugano mondi virtuali e intrattenimento reale.

**Servizi generali:** il controllo e la gestione amministrativa e finanziaria sono comuni alle tre società, così come tutti i servizi generali che vengono coordinati da una struttura dedicata, che si occupa di comunicazione, formazione e gestione delle risorse umane.





## Scambio e Partecipazione

Nel nostro lavoro la condivisione di idee e punti di vista è la cosa più importante. Fa parte del nostro DNA. È una grande ricchezza, non solo perché permette di lavorare in modo più fluido ed efficiente, ma perché unisce e ci fa sentire parte di una bella e allegra famiglia. **Crea fiducia e spirito di squadra.** Ci rende resilienti e pronti a vincere e superare insieme ogni sfida. Per questo nel tempo abbiamo dato vita a diversi momenti di incontro per aggiornarci e mettere a fattor comune le esperienze.

### Progress

È l'appuntamento del lunedì mattina. Può cascare il cielo, ma il nostro incontro non salta. **È un momento di aggiornamento sui progetti** che coinvolge la direzione, il team commerciale, i responsabili di produzione e i creativi. Ci serve per distribuire nel modo migliore i carichi di lavoro, prevenire le criticità e valutare insieme come soddisfare al meglio i nostri clienti. Valutiamo insieme le priorità, condividiamo gli obiettivi e ci mettiamo ai blocchi di partenza.

### Comitato di direzione

È la riunione in cui si parla di nuovi e potenziali clienti, di come far crescere il business e di tutto quello che può succedere. **Opportunità e rischi che provengono dal mondo là fuori:** tendenze in atto nella società, dinamiche di mercato, nuove gare, oppure giri di poltrona nelle aziende con cui collaboriamo. È un incontro che coinvolge tutte e tre le società del Gruppo Dilemma. Oltre alla direzione, partecipano il responsabile delle risorse umane e il responsabile digital. È il momento in cui ci concentriamo su quello che può capitare e su quali prospect potrebbero iniziare a lavorare con noi.

### Momenti di contaminazione

Li chiamiamo così, sono gli incontri mensili tra i nostri diversi reparti, quello creativo e quelli che si occupano della gestione dei progetti e della relazione con i clienti. Si tratta di una riunione in cui si condividono i progetti su cui si è lavorato o si sta lavorando, con l'obiettivo di capitalizzare l'esperienza e ispirare nuove idee. **Momenti di**

**scambio e confronto** che stimolano la crescita delle persone e ci aiutano a creare una cultura comune. Ma, soprattutto, momenti d'ibridazione da cui nascono innovazione, coraggio e capacità di pensare fuori dagli schemi.

### Incontro di inizio e fine progetto

Per essere efficienti e organizzati, ogni progetto ha un "kick off meeting". Chiamiamo così l'incontro d'inizio progetto, che facciamo con tutto il team per condividere la strategia, organizzare il lavoro e suddividerci i compiti. Non lasciamo nulla al caso, tutto deve scorrere alla perfezione. E poi, al termine del progetto, facciamo una nuova riunione con tutto il team di lavoro per analizzare e commentare il risultato e **far tesoro delle aree di miglioramento per i prossimi progetti.** Tutti possono dire la loro, indipendentemente dall'età e dall'esperienza, perché tutti sono chiamati in causa quando si tratta di imparare e migliorarsi.

### Aperitivi creativi

Infine, c'è la riunione generale, quella che unisce tutti, dai giovani in erba appena entrati a far parte del team, agli amministratori unici e aisoci fondatori. La organizziamo ogni due mesi ed è un momento in cui gli amministratori unici danno una **visione più ampia e di lungo periodo** sull'andamento del mercato e delle tre agenzie che compongono il Gruppo Dilemma. Non immaginatevi una riunione noiosa, ogni volta creiamo un evento a tema, con giochi, quiz e imitazioni. L'obiettivo è fare squadra, sentirsi accolti e divertirsi. In una parola partecipazione, perché da noi ogni persona è importante.

La riunione culmina sempre con musica e aperitivo. Una vera festa per celebrarci, fare team building e brindare insieme ai successi e al futuro!

### Il giardino

Nel Gruppo Dilemma la comunicazione tra le persone va molto oltre questi momenti, è pervasiva. Vive ogni giorno nei nostri spazi comuni e nel nostro bellissimo giardino, dove

chi lavora con noi può rilassarsi e raccontarsi di fronte a una birra, mangiare al sole appena finisce l'inverno, sgranchirsi le gambe o le idee, fare brainstorming, concentrarsi o trovare l'ispirazione. Chi lavora con noi entra a far parte di un'allegria famiglia, dove ognuno è libero di esprimere il proprio talento e **tutti vogliono farti sentire bene**. Due concetti fondamentali per diventare ogni giorno migliori e rendere più forte e partecipata la nostra governance

## Un modello di Business Responsabile

Per il Gruppo Dilemma  
**l'etica è al centro del business.**

Per questo abbiamo avviato un percorso per l'adozione di un modello di organizzazione, gestione e controllo allineato al D. Lgs. 231/2001 e ci siamo dotati di un Codice Etico che abbiamo in programma di condividere con tutti i nostri stakeholder.

Siamo convinti che l'etica nella conduzione degli affari sia una condizione imprescindibile per il nostro successo e per rafforzare e proteggere la reputazione del Gruppo Dilemma. I nostri vertici aziendali sono tenuti a essere un esempio per gli altri colleghi, collaboratori e partner.

### In base al Codice Etico, ogni dipendente del Gruppo Dilemma è tenuto a:

- Rispettare i principi di correttezza, buona fede, trasparenza, fedeltà e lealtà nei confronti dei colleghi e di tutte le persone con cui viene in contatto o lavora;
- Astenersi dal perseguire interessi in conflitto con quelli del Gruppo Dilemma, oppure dal divulgare o utilizzare informazioni riservate che riguardano la società;
- Evitare qualsiasi situazione di conflitto di interesse e di influenzare le strategie e le scelte

aziendali per fini personali, facendo leva sulla propria posizione;

- Astenersi in modo chiaro e inequivocabile da ogni progetto o anche semplice suggerimento legato a turismo sessuale, turismo in aree geografiche dichiarate pericolose dalla Farnesina, turismo "extreme".

### Inoltre, i dipendenti del Gruppo Dilemma non possono:

- Accettare o offrire, beni, servizi, o benefici di qualsiasi natura, in nome della società o a titolo personale, al fine di indurre, remunerare, impedire, o comunque influenzare, un'azione o un fatto nell'interesse del Gruppo Dilemma;
- Sollecitare o accettare denaro, beni, servizi o benefici di qualsiasi natura dai fornitori o dai clienti con cui collabora;



- Erogare contributi o finanziamenti a partiti e candidati politici, oppure ad altre organizzazioni di varia natura da cui il Gruppo può trarre vantaggio.

Chi viene a conoscenza della violazione di uno di questi principi è tenuto a informare immediatamente i vertici aziendali o, se non sono disponibili, chi ne fa le veci in quel momento.



### Organismo di Vigilanza e Controllo

Il Gruppo Dilemma s'impegna per creare cultura sulla necessità di **combattere la corruzione in tutte le sue forme** e per diffondere il Codice Etico.

Per garantire il rispetto del Codice Etico è stato istituito un Organismo di Vigilanza al momento composto dagli amministratori unici e dall'office manager.

L'Organismo di Vigilanza avrà il compito di:

- monitorare costantemente il rispetto del Codice Etico
- valutare e gestire eventuali segnalazioni di violazioni
- esprimere pareri vincolanti in caso di revisioni per garantire la coerenza del documento.

### Politica di whistleblowing

Per segnalare episodi di violazione, o anche semplici sospetti di violazione, le persone che lavorano nel Gruppo Dilemma possono parlare con i vertici aziendali, oppure inviare un messaggio a: [office@bonsaininja.com](mailto:office@bonsaininja.com).

I vertici aziendali e l'office manager s'impegnano ad analizzare e approfondire la segnalazione, ascoltando l'autore e il responsabile della presunta violazione. Inoltre, **garantiranno l'anonimato della persona che ha effettuato la segnalazione**, per proteggerla ed evitare qualsiasi forma di ritorsione, discriminazione o penalizzazione.



# Privacy e Sicurezza dei Dati

Per il Gruppo Dilemma il tema della privacy e della sicurezza dei dati ha un'importanza cruciale. Nella nostra attività gestiamo un ampio numero di informazioni sensibili, non solo di clienti e fornitori, ma anche delle persone che partecipano ai nostri eventi. Garantire la privacy e la sicurezza di questi dati per noi non è solo un obbligo di legge, ma un requisito fondamentale per confermare la qualità dei servizi offerti, mantenere la fiducia dei clienti e proteggere la nostra reputazione. I dati che trattiamo si suddividono in quattro categorie:

- 1. Dati di clienti e prospect:** sono raccolti direttamente dagli interessati per fini fiscali, per poter erogare il servizio, o semplicemente per comunicare con loro;
- 2. Dati dei fornitori:** sono quelli richiesti ai nostri fornitori per motivi fiscali, per avere il quadro della situazione economica, per mettersi in contatto o avviare una corrispondenza;
- 3. Dati di soci, dipendenti e candidati:** sono i dati ricevuti dagli stessi interessati per attivare il rapporto di lavoro, per la reperibilità e la corrispondenza, per fini fiscali e previdenziali, oppure dati bancari o relativi allo stato di salute;
- 4. Dati di consumatori:** nelle nostre attività ci capita di raccogliere indirizzi mail per concorsi, oppure perché organizziamo photo boot che danno la possibilità di ricevere la foto via mail. Queste mail, di cui veniamo semplicemente a conoscenza, vengono archiviate e gestite sui server dei nostri clienti. Il Gruppo Dilemma ha sviluppato una politica di protezione dei

dati personali che prevede **misure di sicurezza organizzative, fisiche e logiche**. L'obiettivo è assicurare una gestione conforme alla normativa europea sulla privacy (GDPR 2016/679), nel rispetto dei diritti e delle libertà fondamentali, nonché della riservatezza e della protezione dei dati personali.

## Casi di non conformità riguardanti comunicazioni marketing

Nel corso del 2023 non si sono verificati casi di non conformità che comportino un'ammenda o una sanzione, oppure che non siano conformi alla normativa europea per la protezione dei dati personali.

# Le Persone

**Il vero valore di un'azienda sono le persone, con le loro storie, esperienze e sensibilità.**

**Ciascuna importante e  
ciascuna diversa.**

**Nel Gruppo Dilemma ne siamo convinti, e per chi come noi svolge un lavoro creativo questo è ancora più vero. Prenderci cura delle persone che lavorano con noi e del loro benessere è il nostro modo di ringraziarle per l'energia, la passione e le idee brillanti con cui ci sorprendono ogni giorno.**





## Uno sguardo da vicino al Team

**Siamo un team affiatato di 38 persone: 21 donne e 17 uomini**, compresi quattro giovani in stage, tre ragazze e un ragazzo. Il 95% delle persone è assunto con un contratto a tempo indeterminato, con riferimento al contratto collettivo nazionale del commercio (CCNL) per aziende del terziario, della distribuzione e dei servizi.

Due sole persone hanno un contratto part time, sono la nostra collega che lavora in amministrazione e l'account director del team digital. Abbiamo accolto queste due richieste di part time per venire incontro alle loro esigenze familiari, favorire il loro benessere e facilitare la loro vita quotidiana.

I due amministratori unici, di cui uno è anche il direttore finanziario del Gruppo Dilemma, sono uomini, ma in tutte e tre le società i ruoli chiave sono in mano alle donne, come le due direttrici creative e la responsabile operation e risorse umane di Bonsaininja, il direttore clienti di Dilemma, le managing director di Orione, e l'office manager e la direttrice amministrativa del Gruppo.

Le nostre donne sono una forza: determinate, curiose e creative. Hanno un sesto senso e, in ogni situazione, sono sempre capaci di essere propositive.





Opportunità per i giovani

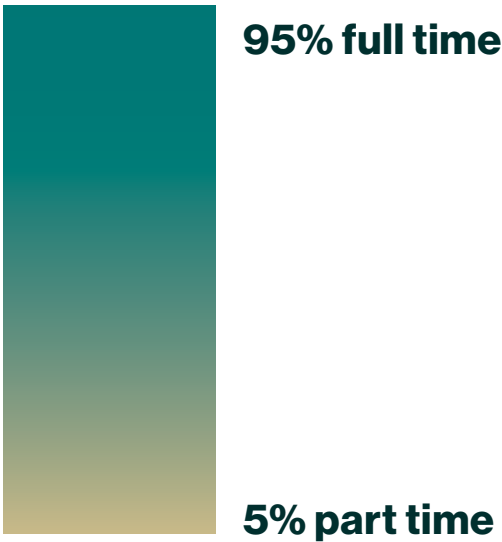
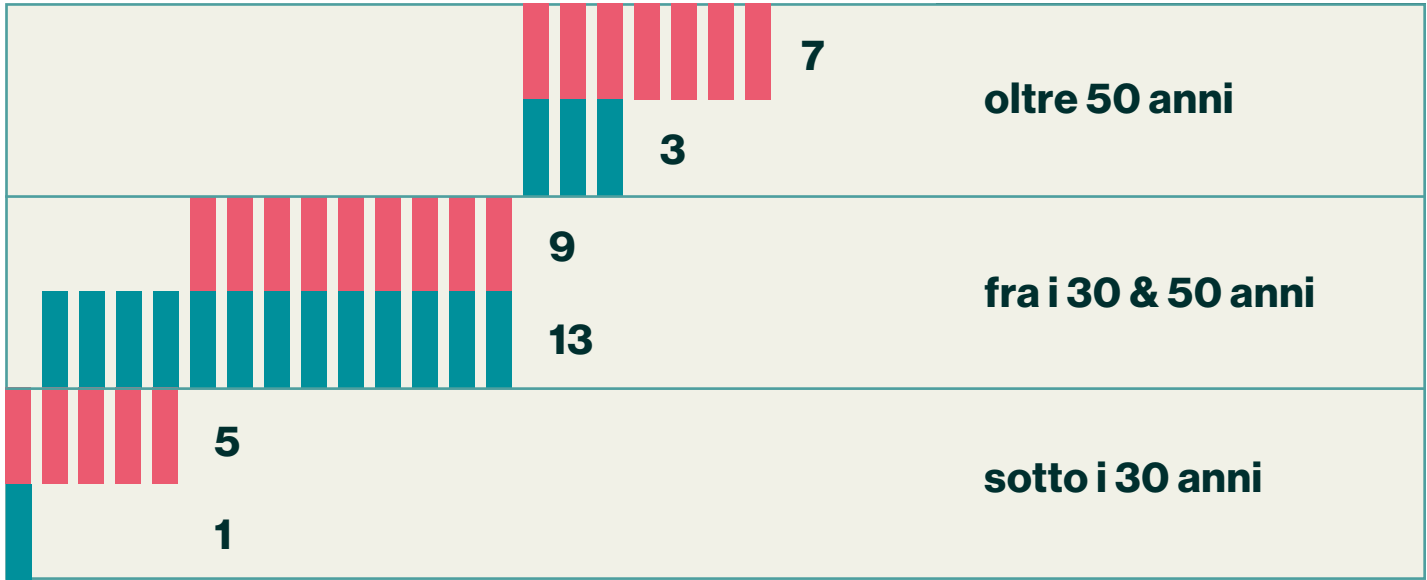
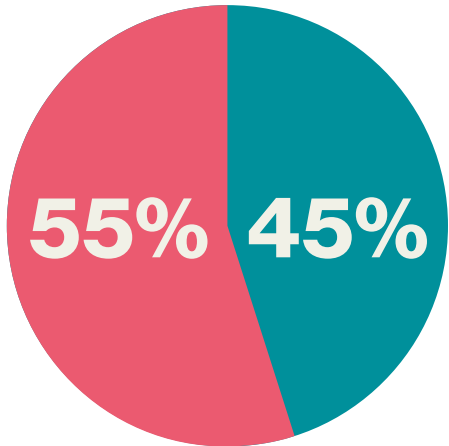
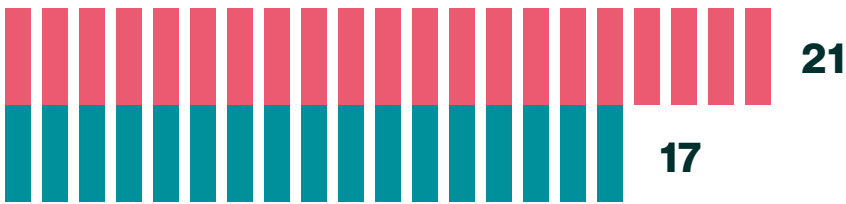
Con noi lavorano sempre dei giovani in stage o che partecipano a progetti di alternanza scuola-lavoro. Ci piace dare ai ragazzi e alle ragazze che escono da scuole d'arte, design o dall'università la possibilità di scoprire il nostro lavoro e il mondo dell'agenzia.

Nel Gruppo Dilemma chi fa uno stage è accolto in un ambiente inclusivo e collaborativo, in cui è incoraggiato a condividere le proprie idee e contribuire attivamente ai progetti dell'agenzia.

Ogni tirocinante è seguito da un tutor dedicato che lo accompagna per tutto il percorso di apprendimento, consigliandolo e sostenendolo.

E chi dimostra capacità, entusiasmo e si integra bene nel team ha quasi sempre la possibilità di rimanere e firmare un vero e proprio contratto di collaborazione.

I nostri dipendenti:  
● Donne  
● Uomini



95%  
contratti a tempo indeterminato

## Diversi e multiculturali: ognuno a modo suo

**Il Gruppo Dilemma crede in una cultura inclusiva, che rispetta la natura unica e speciale di ogni persona.**



Una cultura del rispetto, che **incoraggia la curiosità, l'ascolto e la gentilezza**, perché per creare una bella relazione con gli altri prima di tutto bisogna essere aperti e interessati a conoscerli.

Ne siamo convinti: i vantaggi di una cultura inclusiva sono immensi. Poter contare su team variegati e multiculturali promuove l'innovazione e aiuta a raggiungere risultati più creativi. Solo se le persone sono libere di essere sé stesse ed esprimere le proprie idee tirano fuori il meglio di sé.

Dal nostro punto di vista la diversità arricchisce la società e la nostra esperienza quotidiana, ci apre a nuove prospettive, idee e modi di pensare. Ci aiuta a diventare persone migliori sotto tutti i punti di vista. Nel Gruppo Dilemma tutto questo è una realtà. Sicuramente ci aiuta il fatto che tra noi ci siano molti giovani e che le nostre persone abbiano

background culturali variegati, che rendono il confronto interessante. Inoltre, provenire da diverse città ed essere abituati a viaggiare ci porta ad essere naturalmente curiosi. Nei nostri uffici si è creato spontaneamente un ambiente accogliente e libero da pregiudizi, un melting pot di temperamenti, pensieri e modi di essere, dove l'importante è che tutti si sentano bene e in armonia con gli altri.

**Per noi la diversità abbraccia tutte le differenze**, non solo quella di genere.

Ci impegniamo per creare una cultura del merito e dell'equità, indipendentemente da ogni caratteristica fisica, culturale o personale. Per offrire pari opportunità di crescita e sviluppo e una sempre maggior equità retributiva, affinché le persone siano motivate e orgogliose di lavorare con noi diano il meglio di sé.



## Bonus, benefit, premi 2023

Il successo di un progetto e la soddisfazione del cliente sono merito delle persone che hanno lavorato insieme per il risultato finale. Per questo nel Gruppo Dilemma, al termine dei progetti più rilevanti, riconosciamo un premio alle persone che hanno lavorato meglio e con più impegno, raggiungendo risultati straordinari. Inoltre, a fine anno, viene dato un premio a tutti i dipendenti in base ai risultati raggiunti dall'agenzia.

I premi vengono decisi dagli amministratori unici, insieme al responsabile operation e risorse umane. Nel 2023 il Gruppo Dilemma ha distribuito 70.000 euro in premi ai propri dipendenti e collaboratori, **pari al 13% dell'Ebida**. Tutti hanno ricevuto il premio di fine anno e inoltre il 36% delle persone ha ricevuto anche un premio di fine progetto per celebrare il successo di una campagna o di un evento.

## Valorizzazione e sviluppo delle risorse

Vogliamo che le persone che lavorano con noi siano soddisfatte e possano esprimere a pieno i loro talenti e il loro potenziale. Per questo ci impegniamo per promuovere lo sviluppo delle nostre risorse, offrendo opportunità di formazione e perfezionamento.

Nel 2023, tra formazione obbligatoria e non obbligatoria, abbiamo organizzato 7 corsi di formazione, che hanno coinvolto 20 persone **per un totale di 200 ore**. L'obiettivo è arricchire il know-how personale e aziendale, rendendo il Gruppo più capace e competitivo sul mercato. I corsi hanno affrontato due temi complessi e di grande attualità come la **transizione ecologica e digitale**, offrendo ai nostri team la possibilità di aggiornare le loro competenze digitali, accrescere la loro sensibilità e cultura della sostenibilità e imparare a promuovere sul mercato beni e servizi a ridotto impatto ambientale.

Inoltre, durante l'anno gli amministratori unici organizzano degli incontri one-to-one con tutte le persone per sondare richieste, esigenze, desideri e criticità con l'obiettivo di definire meglio il percorso di crescita professionale.

### DIVARIO RETRIBUTIVO DI GENERE



## Flessibilità

Da noi la flessibilità è la regola. Cerchiamo di venire incontro alle esigenze dei nostri dipendenti, offrendo loro un'ampia flessibilità oraria in ingresso e in uscita e lasciando libertà di smart working. L'obiettivo è aiutarli a **gestire in modo più flessibile il proprio tempo**, per promuovere un migliore equilibrio tra vita personale e vita lavorativa. Senza contare che lo smart working porta anche un altro beneficio: aiuta a ridurre gli spostamenti casa - lavoro dei dipendenti e quindi il nostro impatto ambientale. Nel 2023, con 3 giorni di smart working a settimana, i nostri dipendenti hanno potuto **lavorare da casa per il 60% del tempo**, organizzandosi con la massima libertà nel modo per loro più comodo. E alcuni di noi, ad esempio chi vive più lontano oppure ha bambini piccoli da accudire, ha avuto la possibilità di lavorare in smart working per l'80% del tempo. Poi c'è anche chi ama così tanto l'ufficio che non ne può fare a meno! Flessibilità è anche questo.

## Salute e sicurezza sul lavoro

Per il Gruppo Dilemma la salvaguardia dell'integrità, della salute e del benessere dei nostri dipendenti è una priorità. A questo scopo lavoriamo per creare consapevolezza dei rischi e promuovere comportamenti responsabili da parte di tutto il personale. Mettiamo particolare enfasi sulla sicurezza nei luoghi di lavoro e sulla tutela della salute dei lavoratori. Assolviamo a tutti gli obblighi di legge e assicuriamo condizioni di lavoro che proteggono l'integrità fisica di ogni persona.

### Ci guidano i seguenti principi:

- **Valutare i rischi di incidente e malattie professionali per ridurli al minimo, grazie a misure di protezione individuali e collettive;**
- **Impegnarsi per migliorare continuamente le condizioni di sicurezza;**

- **Coinvolgere tutti i dipendenti nella promozione di una cultura sempre più attenta alla sicurezza, attraverso attività di formazione e sensibilizzazione;**

- **Garantire che i materiali che utilizziamo e i servizi che acquistiamo rispettino gli standard di sicurezza;**

- **Definire le modalità operative corrette e le relative responsabilità, comunicandole in modo adeguato affinché siano comprese da tutti i dipendenti.**

Tutti i dipendenti sono seguiti dal medico competente con visite periodiche e abbiamo nominato il rappresentante dei lavoratori per la sicurezza e il responsabile del servizio di prevenzione e protezione. Ogni anno redigiamo il documento di valutazione dei rischi, uno strumento di gestione che ci aiuta a identificare e affrontare i rischi per la salute e la sicurezza sul lavoro, riducendo

il rischio di incidenti e infortuni e promuovendo un ambiente di lavoro sicuro e salutare per tutti i dipendenti. Nel corso del 2023 **non abbiamo registrato infortuni** e nessuna malattia professionale è stata segnalata.





# L'Ambiente



Reed, Mostra Convegno Expocomfort, 2022

Quando pensiamo al nostro futuro vogliamo crescere e svilupparci in modo sostenibile, facendo la nostra parte per prenderci cura del pianeta e preservare il capitale naturale per le generazioni future.

La Terra che abitiamo pone dei limiti alle attività umane e nel nostro piccolo vogliamo contribuire a non superarli, impegnandoci a

ridurre l'inquinamento, lo spreco di risorse e la dispersione di materiali non biodegradabili, che non si possono inserire in un processo di economia circolare.

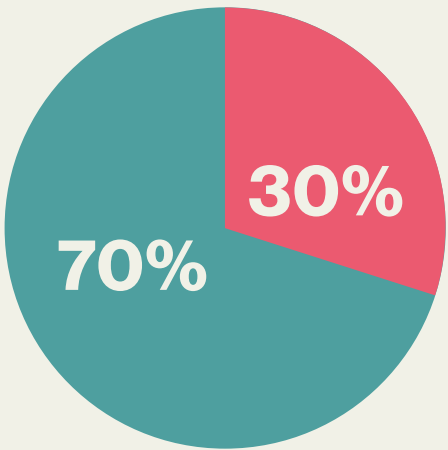
Per ora ci siamo impegnati nella nostra agenzia e nei nostri spazi di lavoro, avviando diverse azioni per contribuire alla salvaguardia dell'ambiente.

## Impianto fotovoltaico

Nel 2023 sui tetti dell'edificio che ospita la nostra società, abbiamo installato un sistema di pannelli fotovoltaici che ci **forniscono il 70% dell'energia necessaria** per l'illuminazione e per il funzionamento degli hardware presenti nei nostri uffici. Il restante 30% viene fornito da Enegan Luce e Gas, con cui abbiamo un contratto per la fornitura di energia rinnovabile con garanzia di origine.

Grazie a queste due soluzioni possiamo dire che la nostra illuminazione giornaliera è a impatto zero. In totale il Gruppo Dilemma ha utilizzato 68.874 KWh di energia rinnovabile, **evitando 36,5 tonnellate di CO2**.

100% energia rinnovabile



- Energia rinnovabile con garanzia d'origine
- Impianto fotovoltaico

## Impronta carbonica

La nostra impronta carbonica di **scope 1 e 2** dipende essenzialmente dal metano che utilizziamo per il riscaldamento degli spazi di lavoro. Nel 2023 abbiamo utilizzato **2.226 smc di gas naturale** che corrispondono a **4,4 tonnellate di CO2**.

Per quanto riguarda lo **scope 3**, per ora abbiamo preso in considerazione solo gli spostamenti per raggiungere l'ufficio e incontrare i nostri clienti. A questo proposito, molti nostri dipendenti si muovono con i mezzi pubblici o in bicicletta e i nostri tre giorni di smart working a settimana ci aiutano a ridurre i trasferimenti in auto e **contenere le emissioni del 60%**. Per quanto riguarda i clienti, molte riunioni ormai si svolgono da remoto, mentre ci si incontra solo nei momenti in cui è davvero importante vedersi di persona.

Infine, stiamo anche iniziando a misurare la nostra impronta carbonica completa, con l'obiettivo di sviluppare un piano per ridurla progressivamente nei prossimi anni.

**I nostri consumi annuali di metano corrispondono a poco più di un volo di andata e ritorno da Francoforte a New York.**

EMISSIONI DIRETTE  
(gas naturale)

SCOPE 1

CONSUMI

**2.226**  
smc

FATTORE EMISSIONE\*

**1.972**  
t CO2/1.000 mc

\*fonte Ministero Ambiente

**CO2 emessa:**  
**4,4t CO2 /anno**

EMISSIONI INDIRETTE  
(elettricità)

SCOPE 2

CONSUMI

**68.874**  
kWh

**ENERGIA  
RINNOVABILE**

**36,5 t/anno  
di CO2 evitate**

**Per assorbire 4,4t di CO2 è necessario un ettaro di foresta mista di conifere e latifoglie**



## Depuratore di acqua

Nei nostri spazi è presente un purificatore d'acqua, collegato alla rete idrica, che rende disponibile acqua filtrata per tutto l'ufficio, **evitando così il consumo di bottiglie di plastica** dannose per l'ambiente.

## Paperless

Coerenti con la nostra anima digitale, all'interno dei nostri ambienti di lavoro abbiamo cercato di adottare una politica Paper Less. L'obiettivo è **scoraggiare l'uso di stampanti e documenti in formato cartaceo** e preferire uno scambio di informazioni e procedure attraverso i canali digitali presenti all'interno dell'organizzazione.

Come, per esempio, la presenza di cartelle condivise all'interno delle quali sono salvate le procedure, sempre disponibili per ogni lavoratore. Nei nostri uffici è presente una sola stampante condivisa con tutti gli utenti.

## Plastic Less

All'interno dell'ambiente di lavoro è stata implementata una strategia "Plastic Less", quasi plastic zero, in quanto non vengono utilizzati bottigliette, bicchieri e posate in plastica o single use, che abbiamo sostituito con stoviglie lavabili, biodegradabili o in vetro. Inoltre, per quanto riguarda gli acquisti, il Gruppo Dilemma cerca sempre di privilegiare materiali biodegradabili, o che comunque permettano un utilizzo costante e duraturo nel tempo, **evitando l'utilizzo di materiali monouso** dannosi per l'ambiente.

## Illuminazione a LED

Abbiamo sostituito tutte le luci degli uffici con un'illuminazione a LED che offre numerosi vantaggi: **riduce i consumi di energia elettrica**, ha una grande longevità in termini di utilizzo (10 volte superiore) e non utilizza materiali tossici o nocivi per l'uomo e per l'ambiente.

## Raccolta differenziata

La sostenibilità è fatta anche di piccoli gesti quotidiani. Nei nostri uffici da anni facciamo la **raccolta differenziata di carta, plastica, vetro e umido**. I rifiuti che non possono essere smaltiti con la differenziata – come toner, apparecchi elettronici e lampadine – vengono portati nell'oasi ecologica più vicina.

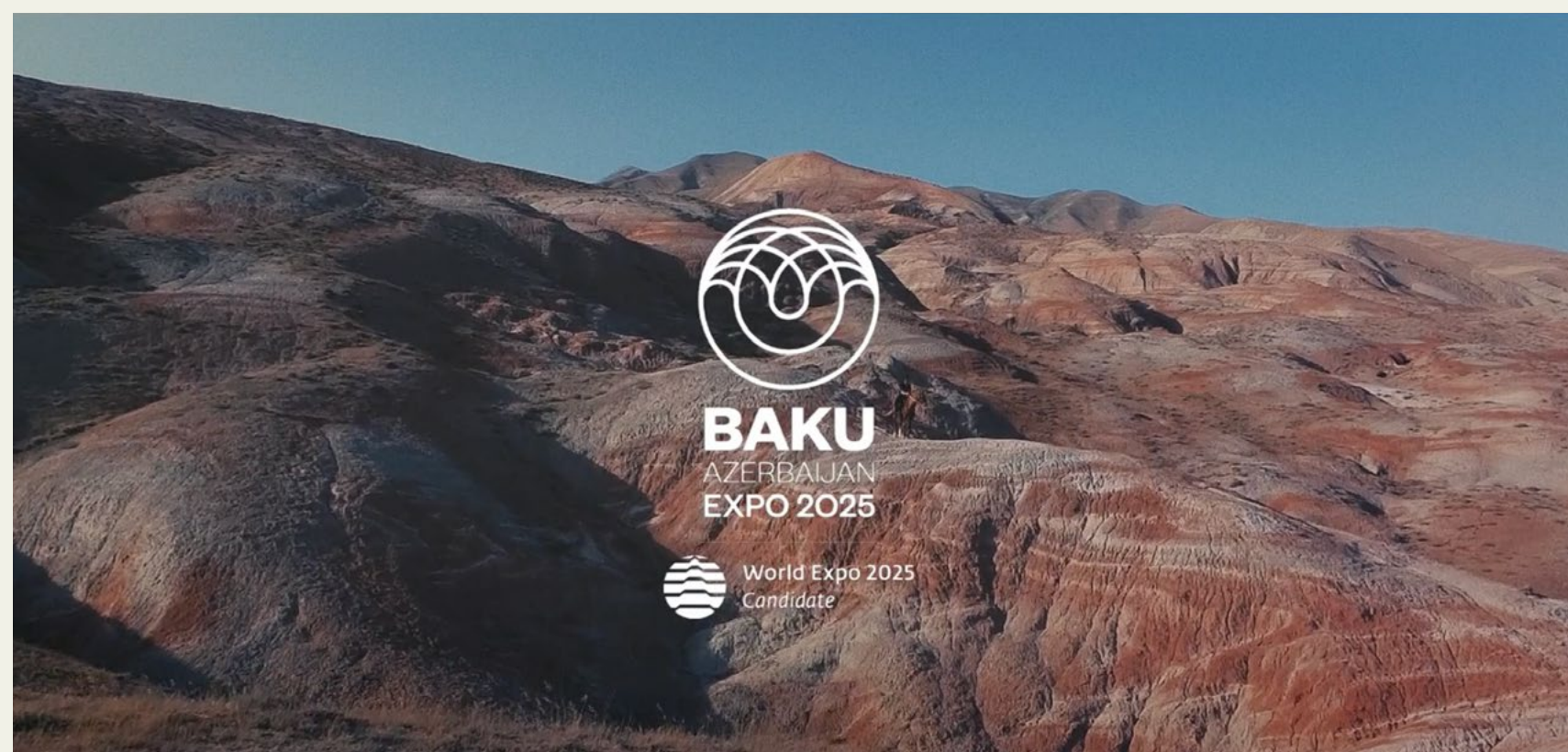


## Salubrità ambienti

Per garantire e migliorare la salubrità degli ambienti di lavoro, abbiamo dipinto gli uffici con Reair, una vernice innovativa e atossica che dura due anni e **permette di decomporre CO<sub>2</sub>**, ma anche microrganismi come virus, batteri, funghi e muffe. Questa soluzione ci permette di **abbattere gli agenti inquinanti (NOX)** e promuovere la salute e il benessere dei nostri dipendenti e collaboratori.

Grazie ai sensori installati presso la nostra sede, abbiamo la possibilità di monitorare diversi parametri ambientali, tra cui: la presenza di CO<sub>2</sub> e di composti organici volatili, la temperatura, l'umidità e il livello di pressione. Per migliorare il comfort e la produttività è importante tenere sotto controllo il biossido di carbonio (CO<sub>2</sub>). L'aria con alti livelli di CO<sub>2</sub> infatti può causare difficoltà di concentrazione, diminuzione delle capacità cognitive e affaticamento.

Un altro parametro importante è il livello di umidità dell'aria, che deve sempre essere compreso tra il 30% e il 60%. Un aspetto molto importante per chi soffre di allergie, asma o altre malattie respiratorie. Mantenere l'umidità entro questi livelli contribuisce a ridurre al minimo la crescita e la diffusione di muffe, virus e batteri.



Azerbaijan state, Pitch video for Expo Baku candidature, 2018



# Progetti per il futuro

Lavorare a questo primo report di sostenibilità ci ha permesso di riflettere sul nostro impatto nel mondo in cui viviamo e operiamo. È un primo passo importante di un percorso che vogliamo portare avanti in futuro. Ci siamo resi conto dell'impronta che lasciamo con la nostra attività e degli ambiti in cui possiamo portare i benefici maggiori ai nostri stakeholder e creare valore

condiviso. La direzione è tracciata: vogliamo continuare a migliorarci e lavorare con rispetto e responsabilità, in armonia con l'uomo e la natura. A volte procederemo spediti, a volte saremo più lenti, a causa degli impegni e delle pressioni del mercato. L'importante è avere chiara la meta.

**Per il futuro vogliamo mettere in cantiere le seguenti aree di lavoro:**

## Compensare la CO2

Certo, la miglior soluzione sarebbe produrre eventi ed esperienze sostenibili che non producono CO2, ma nel nostro lavoro non è sempre possibile. A volte non si possono evitare spostamenti e trasferimenti di persone, materiali e attrezzature, oppure non si possono utilizzare solo materiali biodegradabili o riciclabili. Quello che però si può fare è compensare le emissioni di

CO2 provocate dall'evento o dall'esperienza creata per i nostri clienti. A questo proposito, in partnership con una società specializzata, stiamo sviluppando un catalogo di progetti di compensazione da proporre ai nostri clienti, in modo da incoraggiarli a compensare almeno le emissioni.

## Allestimenti e materiali sostenibili

Vogliamo lavorare con i nostri partner per identificare materiali e soluzioni di allestimento sostenibili, in modo da proporre sempre ai nostri clienti anche un progetto con il minor impatto possibile sull'ambiente e sulle persone. Abbiamo una relazione forte con i nostri fornitori e siamo abituati a lavorare insieme per risolvere i problemi e trovare nuove soluzioni. Inoltre, siamo pronti a valutare nuovi fornitori capaci di offrire soluzioni più sostenibili.



## Creare cultura della sostenibilità

Il primo passo per diventare sostenibili è creare consapevolezza. Ci impegniamo a formare le nostre persone, affinché possano essere validi ambasciatori della sostenibilità con i nostri clienti e avere argomenti per incoraggiarli a scegliere soluzioni sostenibili.

## Equità e parità di genere

I concetti di equità e parità di genere fanno già parte della nostra cultura aziendale e delle nostre pratiche quotidiane. Tuttavia, per misurare effettivamente il nostro impegno a sostegno delle donne, stiamo valutando di intraprendere l'iter per ottenere la certificazione sulla parità di genere (UNI/PdR 125:2022).

## Eventi sostenibili: ISO 20121

Per testimoniare il nostro impegno per la gestione sostenibile degli eventi, e dimostrare che è possibile coniugare il successo aziendale con la responsabilità ambientale e sociale, pensiamo di prendere la certificazione ISO 20121. Acquisire la certificazione ci aiuterà a:

- analizzare l'impatto ambientale degli eventi che organizziamo e identificare le aree chiave dove è possibile ridurre l'impronta ecologica;
- sviluppare e implementare strategie per la gestione sostenibile di ogni aspetto dell'evento, dalla scelta dei fornitori alla gestione dei rifiuti;

L'acquisizione di questa certificazione è utile anche per rafforzare ulteriormente la nostra reputazione.

- Formare il nostro team sul tema della sostenibilità e coinvolgere tutti gli stakeholder nell'adozione di pratiche sostenibili, creando un senso di responsabilità condivisa.

Con queste iniziative non vogliamo solo **essere un motore di cambiamento** e portare la sostenibilità all'interno del nostro modello di business, ma anche aiutare i nostri clienti ad avere un maggior controllo sulla sostenibilità della loro catena di fornitura, a monte e a valle dei prodotti che propongono sul mercato.

# Indice dei contenuti GRI

Il primo report di sostenibilità del Gruppo Dilemma è stato redatto su base volontaria, in conformità ai GRI Universal Standard 2021, opzione in accordance del Global Reporting Initiative (RRI).

Il perimetro di rendicontazione del report comprende le tre società che fanno parte del Gruppo Dilemma: Bonsaininja, Dilemma e Orione Eventi. Il periodo di riferimento è rappresentato dall'esercizio 2023, che coincide con l'anno solare che va dal 1° gennaio 2023 al 31 dicembre 2023. La pubblicazione avrà frequenza annuale.

**Per informazioni relative al report di sostenibilità e al processo di reporting adottato potete scrivere a: [office@bonsaininja.com](mailto:office@bonsaininja.com).**



| Standard GRI                        | Informativa                                                      | Pagina e capitolo            |
|-------------------------------------|------------------------------------------------------------------|------------------------------|
| GRI 2:<br>INFORMATIVA GENERALE 2021 | 2-1<br>Dettagli organizzativi                                    | 5<br>Nota Metodologica       |
|                                     | 2-2<br>Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità     | 5<br>Nota Metodologica       |
|                                     | 2-3<br>Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto | 5<br>Nota Metodologica       |
|                                     | 2-6<br>Attività, catena del valore e altri                       | 6<br>Il Gruppo Dilemma       |
|                                     | 2-7<br>Dipendenti                                                | 35<br>Le Persone             |
|                                     | 2-9<br>Struttura e composizione della governance                 | 27<br>La Governance          |
|                                     | 2-22<br>Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile    | 3<br>Lettera agli Stakholder |
|                                     | 2-30<br>Contratti collettivi                                     | 34<br>Le Persone             |

| Standard GRI                                    | Informativa                                                         | Pagina e capitolo                             |
|-------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| GRI 3:<br>INFORMATIVA SU TEMI MATERIALI 2021    | 3-1<br>Processo di determinazione dei temi materiali                | 19–21<br>Analisi di Materialità               |
|                                                 | 3-2<br>Elenco temi di materialità                                   | 22–24<br>Analisi di Materialità               |
| GRI 201:<br>PERFORMANCE ECONOMICHE 2016         | 201-1<br>Valore economico direttamente generato e distribuito       | 13<br>Valore Economico generato e distribuito |
| GRI 204:<br>PRATICHE DI APPROVVIGIONAMENTO 2016 | 204-1<br>Proporzione di spesa verso fornitori locali                | 17<br>La relazione con gli Stakeholder        |
| GRI 302:<br>ENERGIA 2016                        | 302-1<br>Energia consumata all'interno dell'organizzazione          | 40<br>L'Ambiente                              |
| GRI 305:<br>EMISSIONI 2016                      | 305-1<br>Emissioni dirette di GHG (Scope 1)                         | 40<br>L'Ambiente                              |
|                                                 | 305-2<br>Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2) | 40<br>L'Ambiente                              |

| Standard GRI                                           | Informativa                                                                                                    | Pagina e capitolo |
|--------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| <b>GRI 403:<br/>SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO 2018</b> | 403-1<br>Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro                                               | 38<br>Le Persone  |
|                                                        | 403-3<br>Servizi di medicina del lavoro                                                                        | 38<br>Le Persone  |
|                                                        | 403-5<br>Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro                                 | 38<br>Le Persone  |
|                                                        | 403-9<br>Infortuni sul lavoro                                                                                  | 38<br>Le Persone  |
|                                                        | 403-10<br>Malattie professionali                                                                               | 38<br>Le Persone  |
| <b>GRI 404:<br/>FORMAZIONE E ISTRUZIONE 2016</b>       | 404-1<br>Ore medie di formazione annua per dipendente                                                          | 38<br>Le Persone  |
|                                                        | 404-2<br>Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione | 37<br>Le Persone  |



| Standard GRI                                  | Informativa                                                                                                                | Pagina e capitolo   |
|-----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|
|                                               | 404-3<br>Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale | 37<br>Le Persone    |
| GRI 405:<br>DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ 2016 | 405-1<br>Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti                                                              | 35<br>Le Persone    |
|                                               | 405-2<br>Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini                                     | 37<br>Le Persone    |
|                                               | 417-3<br>Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing                                                     | 32<br>La Governance |
|                                               | 418-1<br>Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita dei dati dei clienti             | 32<br>La Governance |

**GRAZIE!**