

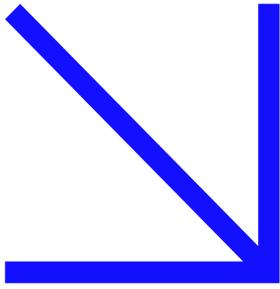


RELAZIONE D'IMPATTO 2023



DIGITALEXPERIENCECREATORS

Relazione d'impatto di Tiviz Italia S.r.l.
2023



INDICE

LETTERA AGLI STAKEHOLDER	3		
L'AZIENDA	4		
Chi siamo	5		
Le persone			
Cosa facciamo	7		
Il modello economico di Tiviz	8		
Società Benefit			
La premessa	9		
- La visione di fondo			
- Le finalità di Beneficio Comune statutarie di Tiviz			
- Metodologia			
- Il Modello di Riferimento			
L'AZIENDA E LA GOVERNANCE	13		
Autovalutazione rispetto alla governance	14		
IL BENEFICIO COMUNE: RENDICONTAZIONE E VALUTAZIONE D'IMPATTO	16		
Rendicontazione e valutazione d'impatto	17		
La mappa del valore condiviso			
Struttura del report	19		
La creazione del valore tramite il prodotto	20		
Innovazione tecnologica responsabile	22		
- Innovazione tecnologica			
Avanguardia sociale ed ambientale	26		
Cultura di impresa	27		
- Buona cultura imprenditoriale			
La creazione del valore con il lavoro	28		
Sviluppo della persona	30		
- Ambiente di lavoro			
Crescita professionale	33		
La creazione del Valore Economico	34		
- Fatturato, redditività e solvibilità			
- Solidità patrimoniale e indipendenza			
- Investimenti			
- Fiducia degli azionisti			
SOSTENIBILITÀ SOCIALE E AMBIENTALE: "FIRST DO NO HARM"	36		
Sostenibilità sociale e ambientale	37		
- La matrice di materialità			
- La sostenibilità sociale e ambientale			
- La sostenibilità ambientale			
- La sostenibilità sociale			
CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE: TIVIZ COME BUONA IMPRESA	42		
Considerazioni conclusive	43		
Il manifesto della Buona Impresa			
La creazione del Valore Economico			
La relazione con gli stakeholder			
La sostenibilità dell'impresa nel tempo			
VALUTAZIONE OBIETTIVI 2023	52		
Valutazione obiettivi 2023	53		
- Finalità 1			
- Finalità 3			
- Finalità 3			
Valore Economico e sostenibilità sociale e ambientale	55		
OBIETTIVI 2024	56		
Obiettivi 2024	57		
- Finalità 1			
- Finalità 3			
- Finalità 3			
- Valore Economico e sostenibilità sociale e ambientale			
LA VALUTAZIONE DELL'IMPATTO: gli obiettivi di sviluppo sostenibile	60		
La valutazione dell'impatto: gli obiettivi di sviluppo sostenibile	61		
L'impatto del Prodotto sullo Sviluppo Sostenibile			
L'impatto del Lavoro sullo Sviluppo Sostenibile			
L'impatto del Valore Economico sullo Sviluppo Sostenibile			
I rischi rispetto agli SDGs			
INFORMAZIONI GENERALI SULL'AZIENDA	63		

LETTERA AGLI STAKEHOLDER

*Gentili Stakeholder,
desidero dedicare questa lettera alla riflessione sul passato
anno e alla nostra collaborazione come Società Benefit.*

*Il 2023 è stato un periodo cruciale caratterizzato da sfide
e opportunità significative. In un contesto di continua
trasformazione come quello digitale, abbiamo rafforzato
il nostro impegno per promuovere l'innovazione
tecnologica con un impatto sociale positivo.*

*Desidero esprimere la mia profonda gratitudine a
ciascuno di Voi per il Vostro costante sostegno e la
Vostra fiducia nel nostro percorso. Grazie alla Vostra
collaborazione, siamo stati in grado di realizzare
progetti di valore e di far progredire la nostra missione
concreta di responsabilità sociale.*

*Il Vostro contributo ha svolto un ruolo fondamentale nel
plasmare il successo della nostra società e nell'orientare
le nostre iniziative verso risultati significativi. È grazie
alla Vostra fiducia che siamo in grado di perseguire la
nostra visione con determinazione e impegno.*

*Guardando avanti, ci impegniamo a mantenere
elevati standard di eccellenza e a rispondere alle sfide
emergenti con innovazione e resilienza.*

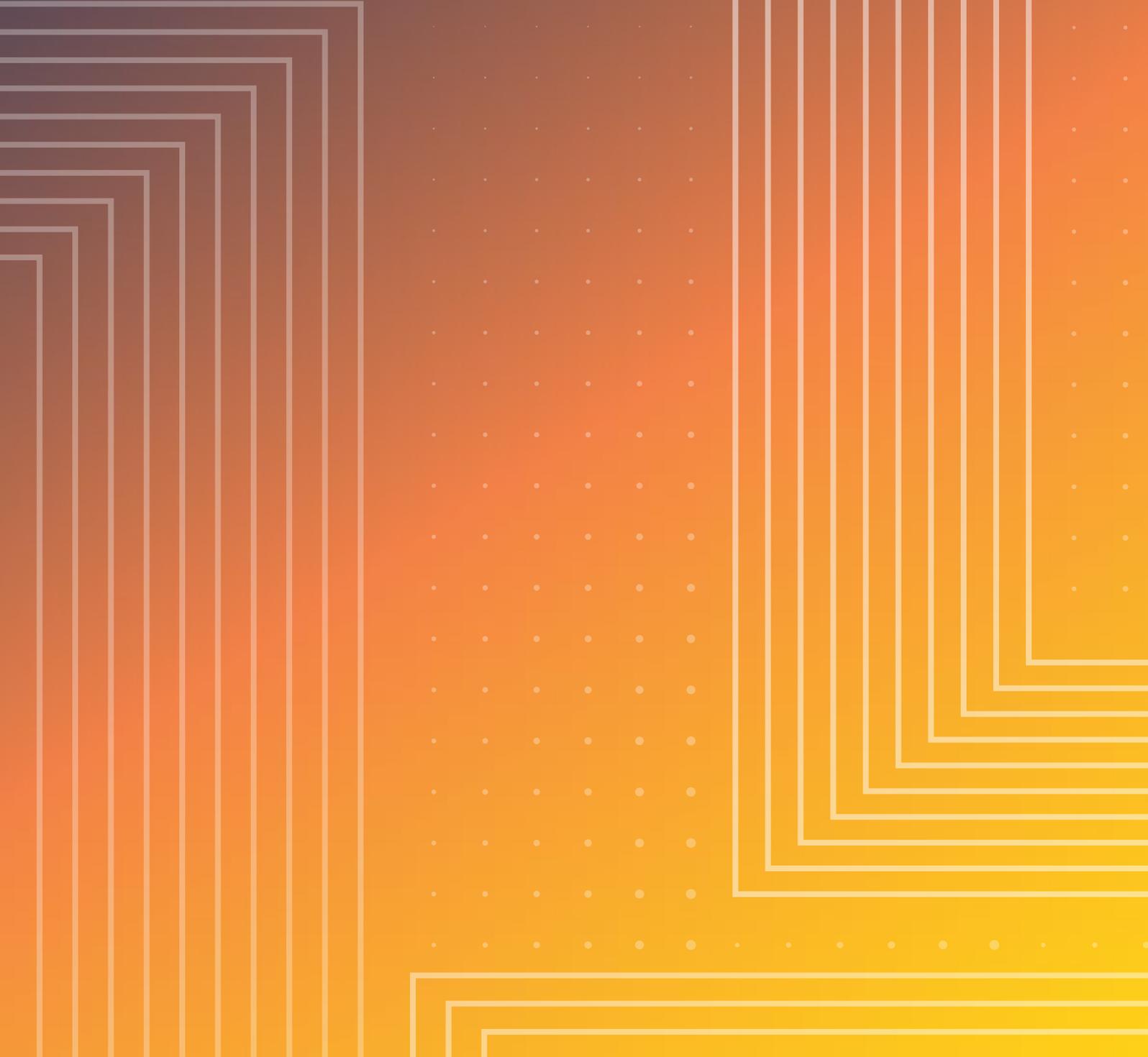
*Confido nel nostro continuo partenariato per perseguire
obiettivi comuni e per promuovere il benessere delle
comunità che serviamo.*

*Vi ringrazio sinceramente per la Vostra fiducia e la
Vostra collaborazione preziosa.
Con stima e riconoscenza,*

Silvio Fremura



L'AZIENDA



CHI SIAMO ↙

Tiviz Italia S.r.l. SB nasce nel 2005 come start-up specializzata nel **Digital Signage** e negli anni sviluppa le sue competenze nella comunicazione digitale, fino a definirsi **“Digital Experience Creators”**.

La mission è essere leader nella diffusione della tecnologia digitale più avanzata utilizzando il know-how e un team di esperti di comunicazione per creare valore, ottimizzando il modo di comunicare.

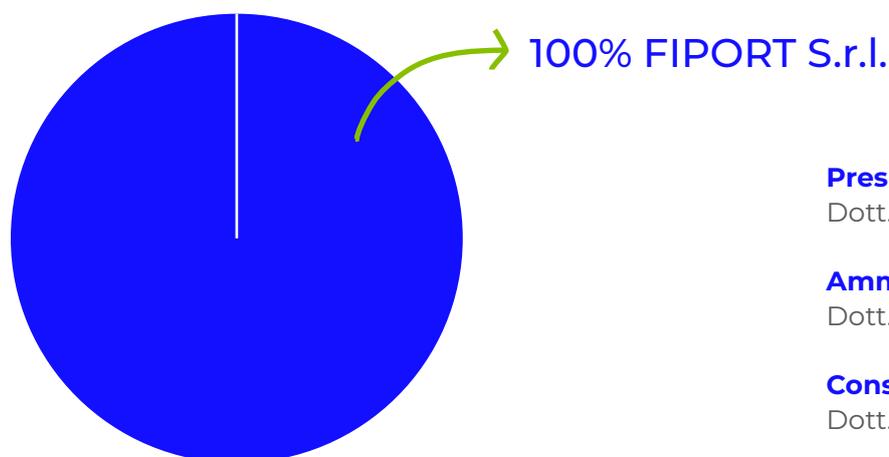
Alla **divisione tecnica** presso la sede legale di **Livorno** si affianca lo **studio grafico** basato nel centro di **Milano**, vicino a Porta Venezia. Le competenze dei due poli, tecnologico e grafico, consentono di offrire ai clienti una consulenza globale. L'obiettivo è abbracciare tutti gli aspetti coinvolti nei progetti per una visione completa volta ad assicurare i migliori risultati.

Con l'obiettivo di garantire il più elevato standard di qualità per tutti gli stakeholder, Tiviz nel 2022 ha ottenuto la certificazione **ISO 9001:2015**.

LE PERSONE ↙

La composizione societaria è così costituita:

Composizione societaria



Presidente del CdA

Dott. Silvio Fremura

Amministratore Delegato

Dott.ssa Monica Cecchi

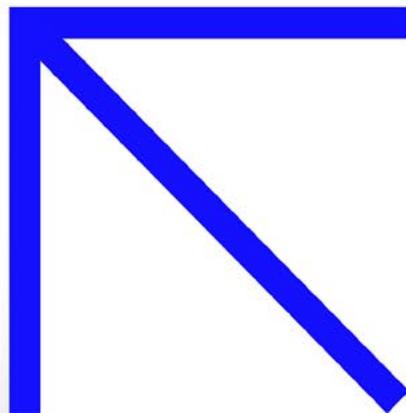
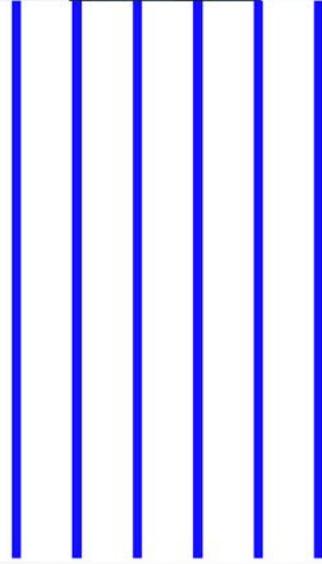
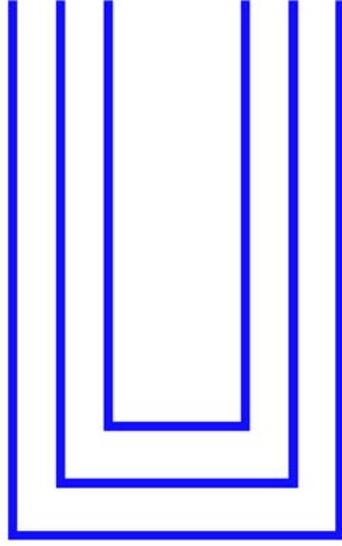
Consigliere

Dott. Riccardo Vitti

Il CdA viene convocato formalmente 2 o 3 volte l'anno, ma i suoi membri mantengono contatti informali costantemente. L'Assemblea dei soci, invece, si riunisce di solito una volta l'anno.

Nel 2023 l'organigramma di Tiviz presenta dieci dipendenti e cinque collaboratori, oltre al Presidente del CdA e all'Amministratore delegato.

Tiviz ed i suoi risultati sono frutto della professionalità e passione di tutti coloro che ne fanno parte: il contributo del singolo risulta fondamentale nel perseguimento della sua mission.



COSA FACCIAMO

Le **aree di attività** di Tiviz sono le seguenti:

• Digital Solution

Digital transformation

con soluzioni totalmente integrate e modulabili, che possono prevedere il coinvolgimento progressivo di tutte le attività e funzioni aziendali che si vogliono digitalizzare. La vera sfida è l'analisi e la comprensione dei processi aziendali che vi stanno alla base, al fine di assicurare una perfetta corrispondenza tra gestione interna e supporti digitali messi a disposizione delle attività aziendali. Le aree di applicazione possono essere: **Finance, Vendite, Website, Inventory & MRP, Risorse Umane, Marketing, Services e Productivity.**

Digital Signage, sale conferenze e meeting room

Con i suoi 19 anni di esperienza, Tiviz è un **System Integrator** che propone un servizio completo: definizione delle specifiche del progetto, installazione, gestione completa del servizio in SAAS, supporto e assistenza tecnica capillare. Possiede anche un importante know-how nell'allestimento di control room, sale riunioni e nello sviluppo di progetti di sale di regia e conference.

È partner di **YCD C-nario**, uno dei software di Digital Signage più utilizzati a livello mondiale.

Tiviz è, inoltre, in grado di fornire soluzioni di Digital Signage utilizzando tutti i maggiori software: **MagicInfo, Scala, Brightsign, Samsung Knox e Lg SuperSign.**

Sviluppo a progetto App/Web – AR/VR – Digital Customer Experience – Web

Tiviz progetta **applicazioni mobile** scalabili per dispositivi Android e iOS e siti web che rispecchino le esigenze del cliente, seguendo il progetto in tutte le sue fasi, dalla strategia, al design fino ai contenuti.

Realizza, inoltre, progetti che sfruttano la realtà aumentata e crea ambientazioni di realtà virtuale, una nuova frontiera tecnologica che permette all'utente di vivere un'esperienza multimediale e totalmente immersiva attraverso il suo smartphone, tablet o apposito visore.

• Multimedia Lab - Music & Sound Design

Tiviz offre soluzioni complete per l'implementazione, l'utilizzo e il controllo della piattaforma digitale **audio in-store**: installazione, definizione del mood per la selezione dei brani e creazione delle playlist con relativa diffusione e aggiornamento, produzione di comunicati audio personalizzati e gestione diritti d'autore.

Inoltre, Tiviz offre la consulenza di un **Sound Designer**: attraverso lo studio del brand ed in particolare del suo sistema valoriale, viene definito il mood per ispirare la selezione di brani in linea con la Brand Identity, creando playlist personalizzate. Possono anche essere composti brani personalizzati per il cliente.

• Multimedia Lab – Visual

Tiviz, valorizzando le peculiarità del linguaggio digitale per ottenere il massimo impatto comunicativo, è in grado di accompagnare i clienti nella produzione dei contenuti più adatti al brand e nella definizione dei messaggi più efficaci con una consulenza a 360° sulle strategie di comunicazione per tutte le funzioni aziendali. Crea nuovi contenuti, siano essi video, audio, contenuti interattivi, ma riesce anche ad ottimizzare quelli già esistenti, adattati in base alle esigenze del cliente.

Queste le produzioni e i loro contenuti:

- **Video**: produzione di video per tutte le esigenze e le diverse funzioni aziendali partendo dalla consulenza creativa, curando tutte le fasi della produzione, riprese e post-produzione.
- **Video per il Digital Signage**: creazione e declinazione di video ottimizzati per il Digital Signage, adattamento ai formati più diversi, sincronizzazione su schemi multipli etc.

- **Multimediali App/Web:** sviluppo di app eleganti e funzionali pensate per l'utilizzo da parte di migliaia di persone. Viene progettata la grafica e la user experience delle nostre app garantendo il rispetto della Brand Identity, anche per il mondo web.
- **Multimediali AR/VR:** realizzazione di video, animazioni immersive e cura della segnaletica necessaria per i progetti di realtà aumentata e virtuale.

Aree di attività

Digital Solution

Digital transformation
 Digital Signage, sale conferenze e meeting room
 Sviluppo a progetto App/Web – AR/VR – Digital Customer Experience – Web

Multimedia Lab - Music & Sound Design

Audio in-store
 Sound Design

Multimedia Lab – Visual

Video
 Video per Digital Signage
 Multimedia App/Web
 Multimedia AR/VR

IL MODELLO ECONOMICO DI TIVIZ

Tiviz, attraverso il proprio modello economico, tenta di superare la classica dicotomia **tra business e impegno sociale**, tra impresa “for profit” e impresa sociale, adottando un modello innovativo, che racchiude in sé entrambe le tipologie di attività.

Tutto ciò, pur non prescindendo dalla redditività, che rimane un obiettivo da perseguire, come è naturale che sia per una qualsiasi impresa che desideri proseguire e consolidare la propria attività nel corso del tempo.

Tuttavia, lo scopo dell'investimento del socio non è mai stato quello di remunerare il capitale, ma quello di **produrre un impatto**, apportando, così, il suo contributo alla crescita della società. Negli anni i profitti sono stati reinvestiti per garantire la solidità finanziaria della società così garantendo anche le finalità d'impatto.

SOCIETÀ BENEFIT

La finanziaria del 2016 ha introdotto in Italia la qualifica giuridica di **SOCIETÀ BENEFIT** per identificare quelle imprese che *“nell'esercizio di una attività economica, oltre allo scopo di dividerne gli utili, perseguono una o più finalità di Beneficio Comune e operano in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interesse.”*

Per la prima volta il Codice Civile italiano prevede la possibilità di associare al “fare impresa” scopi diversi dal profitto, introducendo così le **“Finalità di Beneficio Comune”**, che sono indicate nell'oggetto sociale della Società Benefit e diventano, quindi, parte integrante della sua identità e dei suoi obblighi.

Nel mese di **ottobre 2021 Tiviz assume la qualifica di Società Benefit** e nel mese di **novembre** dello stesso anno **aderisce ad Assobenefit**, che è *“la prima associazione rappresentativa delle Società Benefit in Italia”* e *“si propone di concorrere all'affermazione di un nuovo modello economico di sviluppo sostenibile sul territorio italiano basato sui principi costitutivi delle società benefit.”*

LA PREMESSA

La visione di fondo

Dal momento che l'attività di una qualsiasi azienda ha un impatto rilevante sulle persone e sul contesto in cui l'impresa è inserita, **la creazione di valore**, sia per i propri stakeholder diretti che per tutta la società, è l'obiettivo da perseguire. Questa non è affidata ad attività accessorie o alla sola gestione delle ricadute indirette del business, ma all'attività d'impresa stessa. Così, alla Responsabilità Economica viene affiancata la **Responsabilità Sociale d'Impresa**.

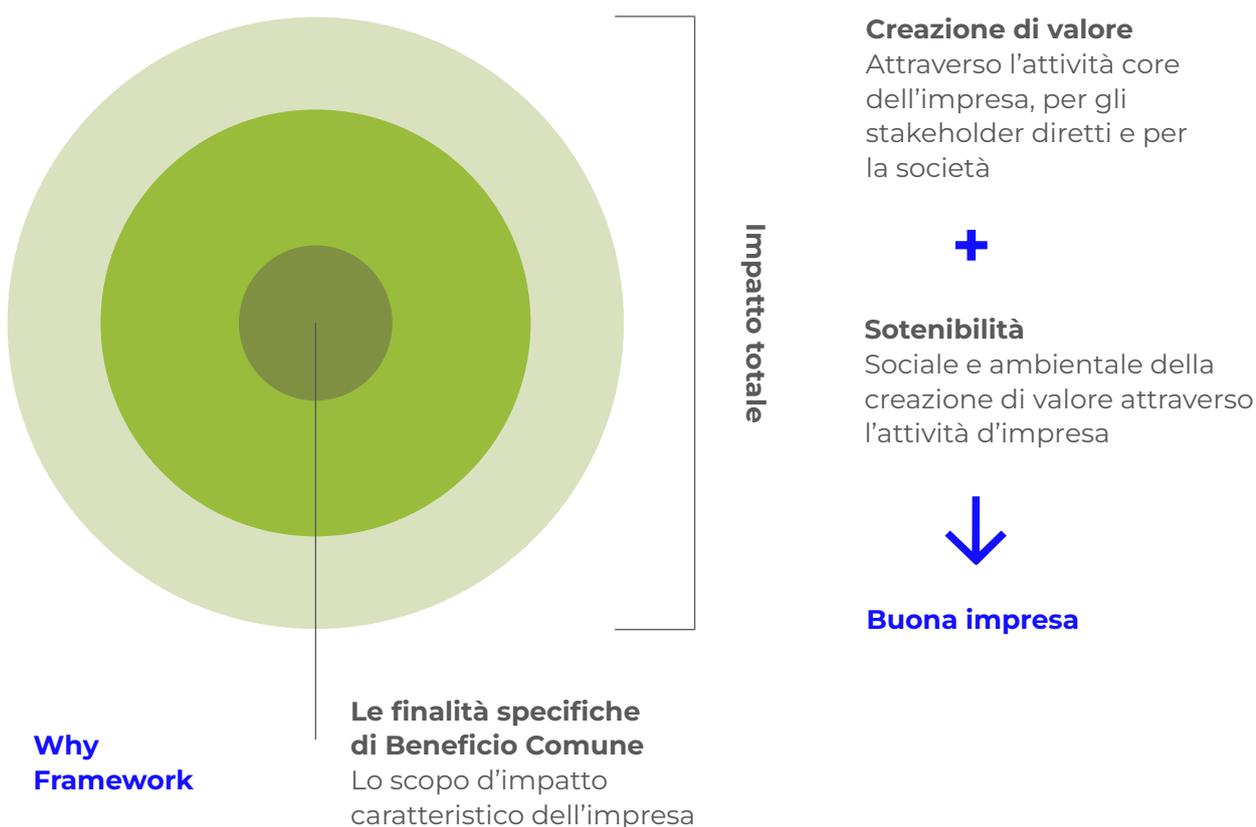
Infatti, come Società Benefit, Tiviz, nell'esercizio della propria attività economica, ha deciso di perseguire finalità specifiche di Beneficio Comune, intese come:

uno o più effetti positivi, o la riduzione degli effetti negativi, su una o più categorie di stakeholder

Art.2, comma 1, Decreto-Legge 1882 del 17 aprile 2015 sulle Società Benefit

Questo significa che Tiviz crea valore nell'ambito del suo core business, delle attività su cui essa stessa si fonda e non si limita semplicemente ad "aggiungere" al proprio business azioni che abbiano un impatto positivo su persone e contesto.

Ne consegue che Tiviz deve creare valore, gestendo in modo responsabile e sostenibile tutte le ricadute che il fare impresa ha sulla comunità e sull'ambiente, lungo tutta la catena del valore, rispettando tutte le persone, direttamente e indirettamente coinvolte, e il pianeta.



Le finalità di Beneficio Comune statutarie di Tiviz

La realizzazione del Beneficio Comune si basa sulla cura e sulla ricerca dell'equilibrio tra le seguenti **tre finalità**, qui presentate con i relativi obiettivi di sviluppo sostenibile SDGs sviluppati dall'ONU. Da tale equilibrio dipende, nel lungo periodo, il bene dell'azienda e, al tempo stesso, l'impatto positivo sul contesto:

1. Innovazione tecnologica responsabile

Proporre prodotti e servizi di comunicazione di **alta qualità**, in grado di sostenere l'**innovazione tecnologica e digitale**, prestando attenzione a ridurre l'**impatto ambientale** delle attività di business umane.



2. Sviluppo della persona

Favorire lo **sviluppo dei collaboratori**, sia in termini di crescita personale che di piena realizzazione professionale.

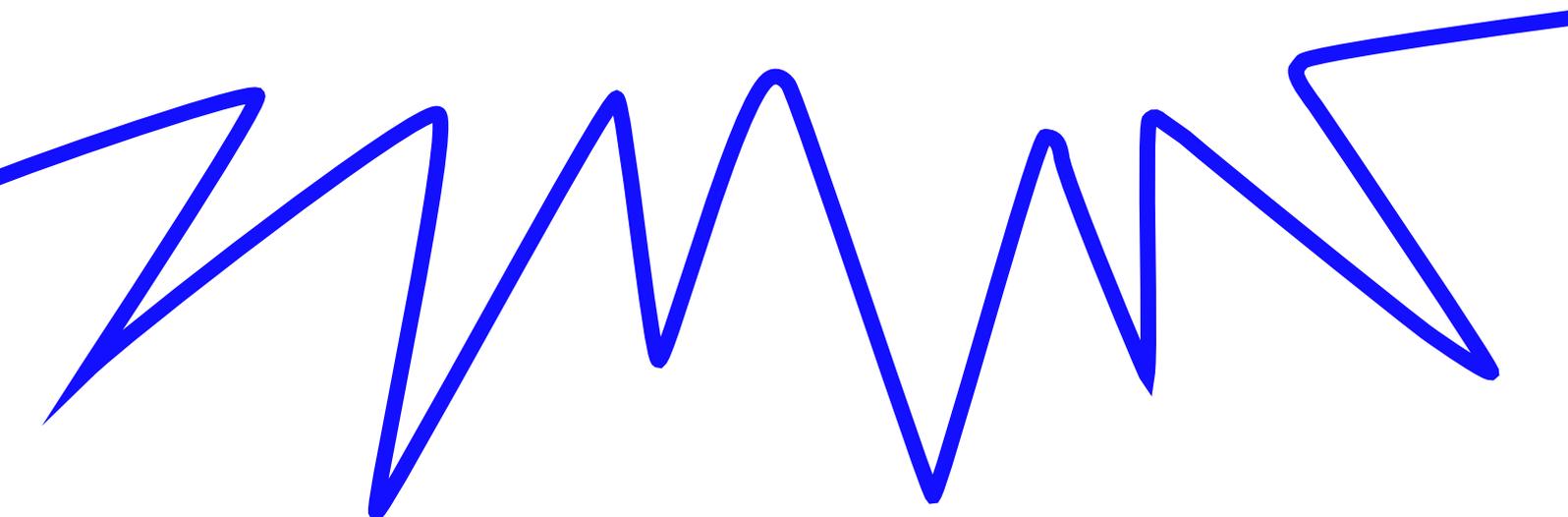


3. Cultura di impresa

Contribuire allo sviluppo di una cultura che valorizzi il ruolo dell'imprenditore e delle imprese quali attori capaci di generare **impatto positivo di lungo periodo nella società**.



In qualità di **Società Benefit**, ai sensi e per gli effetti l. 28 dicembre 2015, articolo unico, comma 376-384, la società intende perseguire tale **finalità di Beneficio Comune e operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni e attività culturali e sociali, enti ed associazioni ed altri portatori di interesse**.



Metodologia

Volendo rendicontare, in modo chiaro, completo e dettagliato, attraverso il presente documento, sulla capacità dell'impresa di Creare Valore in modo Sostenibile, Tiviz ha scelto di adottare, come standard di valutazione esterno, il **Modello della Buona Impresa®** (www.labuonaimpresa.it), promosso da **Fondazione Buon Lavoro** (www.fondazionebuonlavoro.it) in collaborazione con **PwC e Goodpoint**. Si tratta di un modello che aiuta le aziende a valutare e rendicontare le proprie performance e il valore che riescono a generare per tutti gli stakeholder, attraverso il proprio core business.

Il principio fondante di questa metodologia di reporting è la **“materialità”**: dal momento che ogni impresa crea valore in modo diverso, in base alle dimensioni, allo stadio di vita, all'attività e, in modo particolare, alle finalità e caratteristiche che la distinguono dalle altre imprese, questo principio individua i temi che sono tanto rilevanti – per l'azienda e per gli stakeholder – da dover essere presidiati, diventando oggetto di valutazione e rendicontazione.

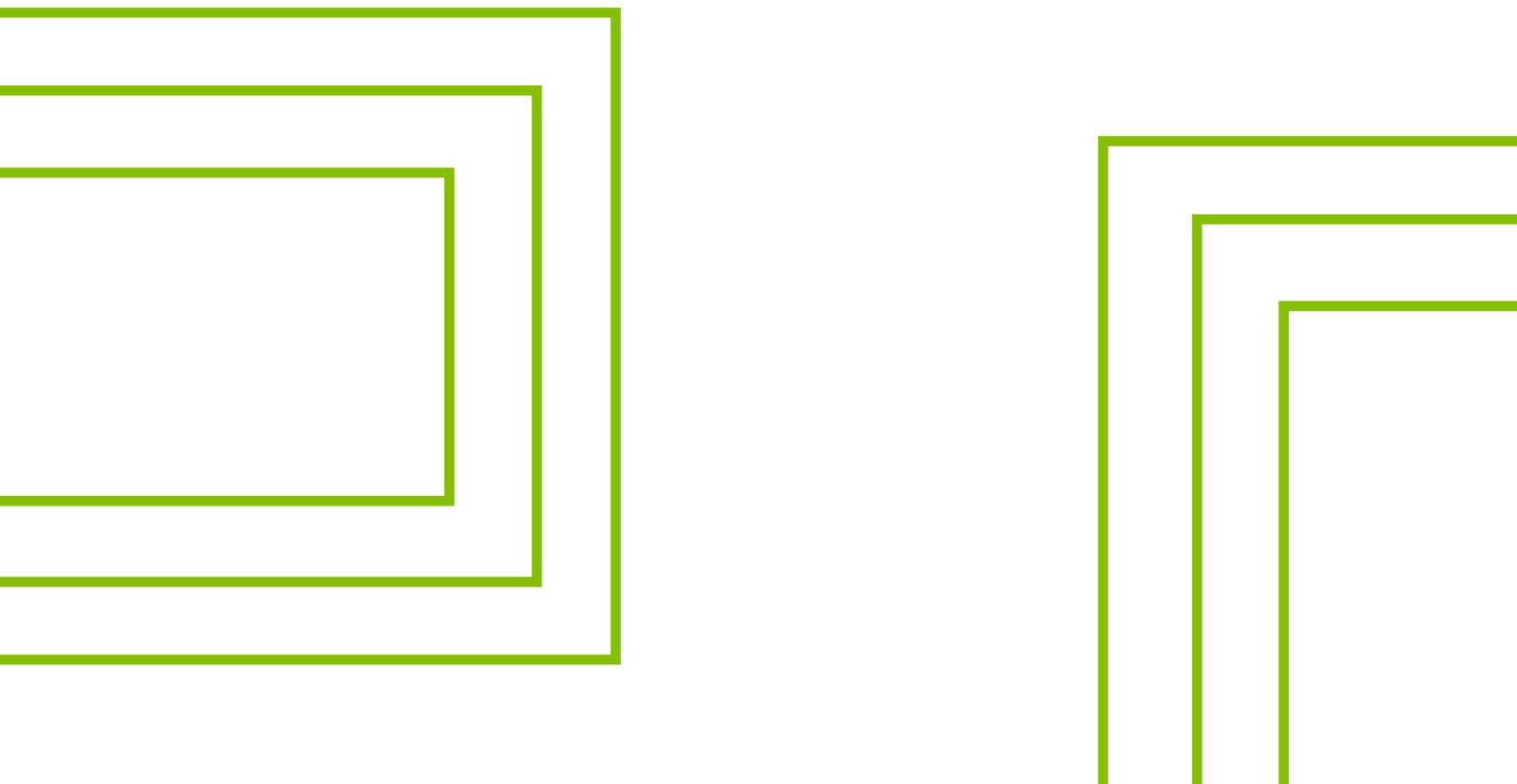
In questo modo, la valutazione viene declinata sulle peculiarità dell'azienda, proprio perché i risultati sono ponderati in base agli elementi più di rilievo per l'azienda stessa.

Pertanto, grazie a questo modello si costruiscono due diverse matrici, che sono originate dall'incrocio delle priorità dell'azienda con quelle degli stakeholder:

- **la mappa del valore condiviso**, che individua gli elementi attraverso i quali l'azienda genera un impatto positivo per i propri stakeholder, attraverso prodotto, lavoro e Valore Economico (pag. 17)
- la matrice di materialità rispetto ai **temi sociali e ambientali**, che determina gli elementi rilevanti relativamente al consumo di risorse e rischio di sostenibilità (pag. 37).

Il modello di reporting della Buona Impresa richiede che siano inclusi diversi tipi di informazioni, tutti correlati fra di loro e relativi ai temi individuati come rilevanti per l'azienda e per gli stakeholder:

- **la valutazione** da parte dell'impresa stessa e da parte degli stakeholder direttamente coinvolti, ove possibile
- **i dati**, quantitativi e qualitativi, su cui si basa la valutazione
- **i commenti**, che servono a giustificare le valutazioni inserendo i dati in un contesto specifico
- **gli obiettivi** per il futuro.



Il modello di riferimento

Il manifesto della Buona Impresa

La Buona Impresa (www.labuonaimpresa.it) è un approccio all'osservazione, valutazione e gestione dell'impresa come tentativo di **superare il diffuso pregiudizio rispetto al contrasto tra economia e bene comune**. Essa si fonda, infatti, sul principio che il bene dell'azienda e il bene della società, lungi dall'essere contrapposti, sono inscindibilmente legati.

La Buona Impresa, interpretando in modo coscienzioso e responsabile la natura stessa dell'impresa, definisce la propria finalità attraverso una visione sistemica.

Come impresa, persegue un **triplice scopo**, ricercando – con cura e responsabilità – la sinergia tra tre tipologie di obiettivi: **il successo dei propri prodotti o servizi, la creazione e organizzazione di buona occupazione, la creazione di Valore Economico**. Applicando tale visione, nessuno dei tre risultati è puramente strumentale, ma si qualifica in quanto deriva dagli altri due e a sua volta li influenza positivamente.

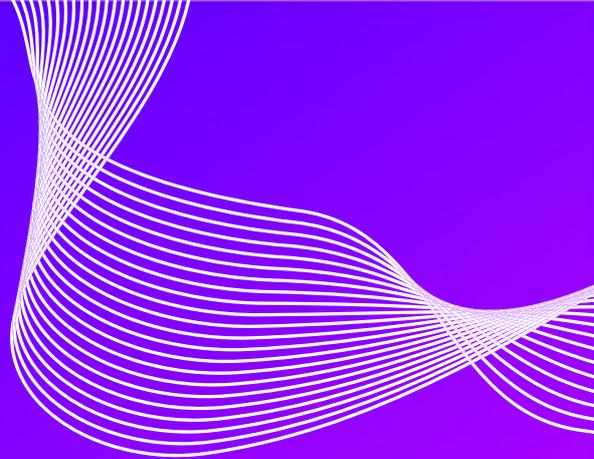
Come attore sociale, fa leva sulla **coincidenza di interessi con gli stakeholder**, perseguendo al tempo stesso il proprio scopo di lungo periodo e la creazione di valore per il contesto, consapevole che dallo stesso fare impresa deriva un rilevante impatto sociale: offrire prodotti e servizi che rispondono a bisogni della società, favorendone sviluppo e benessere; creare occupazione e occasione di soddisfazione professionale per le persone; condividere Valore Economico.

La Buona Impresa considera un prerequisito imprescindibile l'impegno a gestire in modo responsabile e sostenibile tutte le ricadute che l'attività d'impresa ha sulla comunità e sull'ambiente, monitorando e riducendo eventuali effetti negativi.

Infine, essa comunica con trasparenza il senso del proprio agire, per favorire la partecipazione al proprio interno e il riconoscimento e la fiducia da parte del contesto.



Così, perseguendo in modo responsabile i propri fini, ricercando coscienziosamente il proprio bene, la Buona Impresa produce al tempo stesso il bene del contesto in cui è inserita.

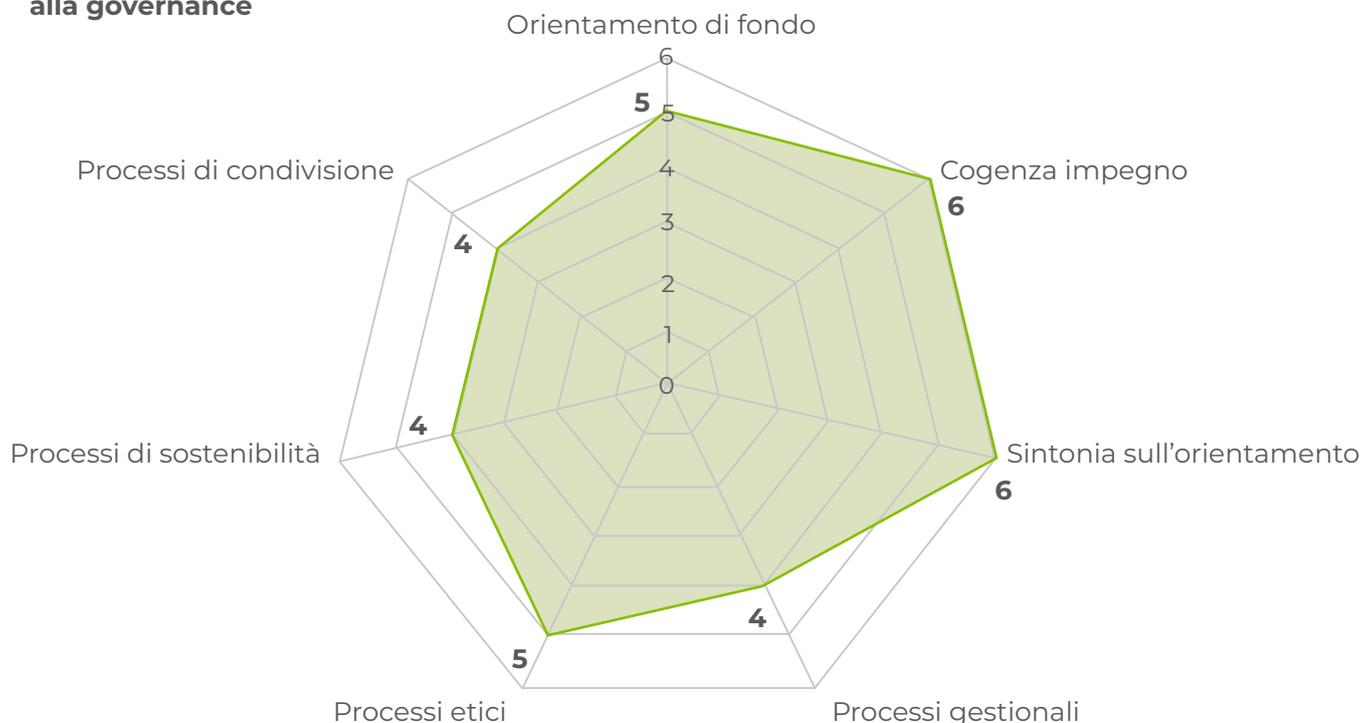


L'AZIENDA E LA GOVERNANCE



AUTOVALUTAZIONE RISPETTO ALLA GOVERNANCE ↙

Autovalutazione rispetto alla governance



Rispetto all'**orientamento di fondo** dell'impresa, Tiviz si prefigge lo scopo di:

proporre prodotti e servizi di comunicazione di alta qualità, in grado di sostenere l'innovazione tecnologica e digitale, prestando attenzione a ridurre l'impatto ambientale delle attività di business umane.

La realizzazione di tale **Beneficio Comune** è possibile soltanto ricercando e mantenendo l'equilibrio tra le sue componenti (Prodotto, Lavoro e Valore Economico). Ed è proprio da questo equilibrio che dipende, nel lungo periodo, il bene dell'azienda e, al tempo stesso, l'impatto positivo sul contesto.

L'orientamento di fondo è condiviso dai vertici dell'azienda; **l'impegno cogente** in questa direzione è stato inserito nello statuto di Tiviz e ciò vincola gli amministratori al suo perseguimento.

L'orientamento alla trasparenza, la condivisione del senso e l'ascolto degli stakeholder sono sempre più importanti per Tiviz.

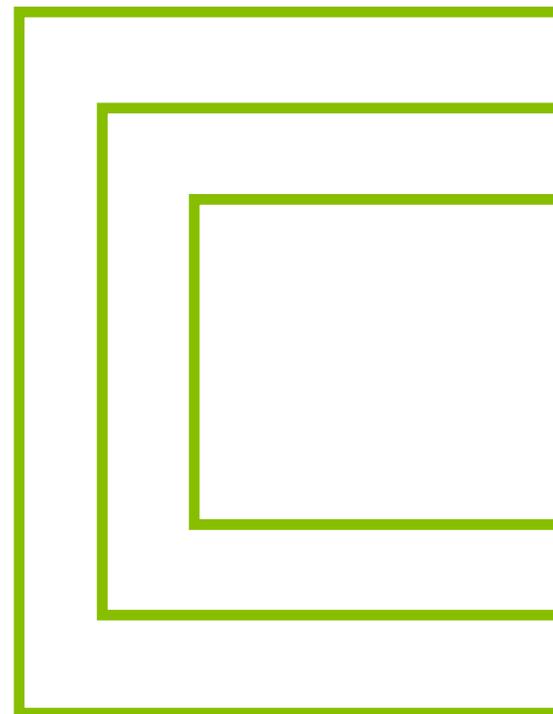
Per questo motivo si utilizzano mezzi, anche formali, per la raccolta di feedback da tutti gli stakeholder più rilevanti – ad esempio le survey i cui esiti sono parte integrante di questo documento.

Inoltre, vengono condivise anche con l'esterno tutte le principali informazioni relative all'impatto dei progetti e dell'azienda – ad esempio attraverso la presente relazione di impatto, pubblicata sul nostro sito.

Inoltre, con l'obiettivo di favorire maggiormente la trasparenza e condivisione, nel 2023 i risultati economico-finanziari sono stati oggetto di riunione annuale dedicata, in cui ha presenziato il personale chiave.

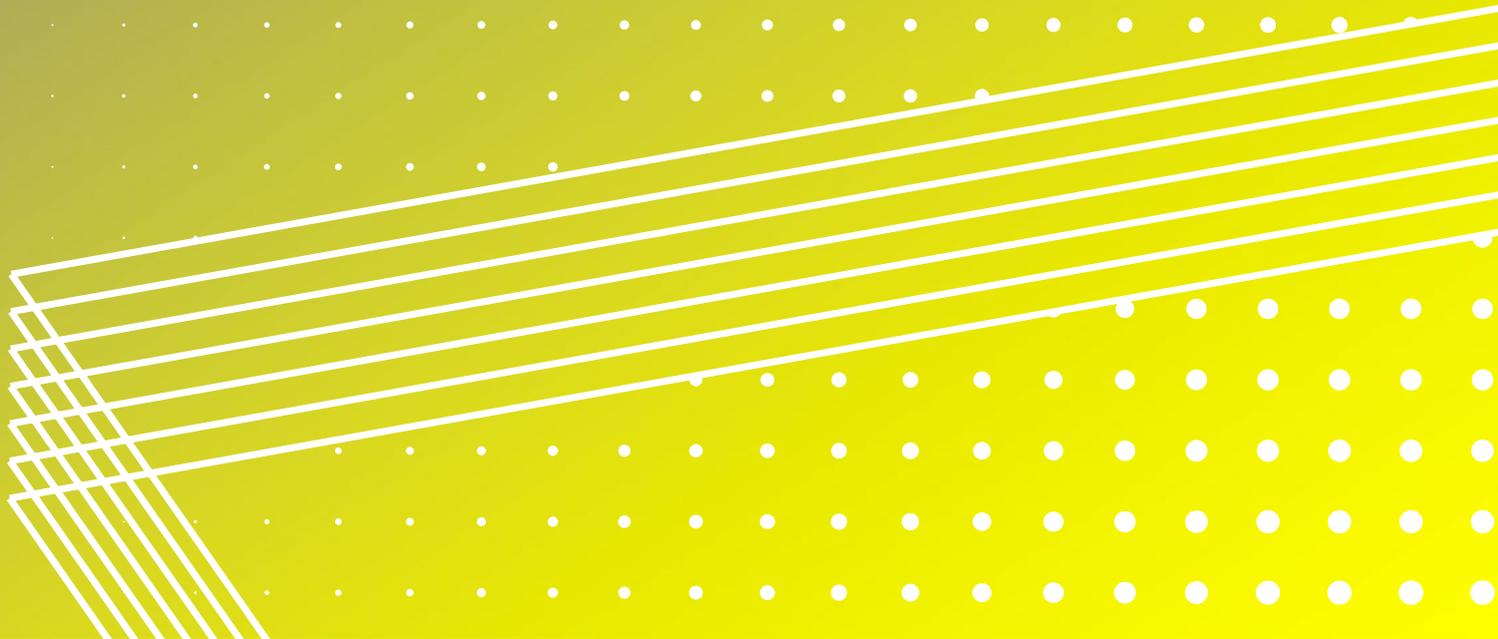
A livello di processi, l'impegno di Tiviz è quello di fare in modo che gli strumenti siano sempre più conformi all'orientamento strategico della "Buona Impresa".

- In merito ai **processi gestionali**, la pianificazione strategica e le revisioni periodiche tengono già in considerazione tutte le componenti del business e non soltanto quella economica. Tuttavia, riteniamo ci sia ancora margine di miglioramento degli strumenti, soprattutto quelli relativi al monitoraggio e alla valutazione dei progetti e delle performance del personale, in modo da dare maggiore evidenza a tutti gli aspetti e alla capacità di gestirli in modo organico.
- **I processi di sostenibilità** sono, invece, già ben presidiati, soprattutto se teniamo conto che gli impatti materiali di Tiviz su società e ambiente sono oggettivamente abbastanza limitati. Si rimanda al paragrafo **SOSTENIBILITÀ SOCIALE E AMBIENTALE: "FIRST DO NO HARM"** (pag. 36) per la relativa valutazione.
- Infine, rispetto ai **processi** e strumenti che devono assicurare **etica e trasparenza** (ad esempio Codice Etico, reporting, audit finanziari, prevenzione della corruzione e del conflitto di interessi), a gennaio 2023, ai sensi dell'art. 2, comma 1, del Regolamento adottato dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato con delibera n. 28361 del 28 luglio 2020, Tiviz ha conseguito il **Rating di Legalità** con un punteggio di due stelle su tre. Si tratta di un sistema di valutazione che assegna un punteggio all'organizzazione che ne fa richiesta, in base al suo standard di legalità nonché alle pratiche etiche. Questo è motivo di soddisfazione e vanto per Tiviz, dal momento che si tratta di un riconoscimento che premia quelle aziende che rispettano la legge, che sono trasparenti e che operano secondo sani principi etici. Le attività di Tiviz risultano adeguate alla sua natura e dimensione. Persone e cultura interna sono deputati alla tutela dell'etica, più che i processi, anche se Tiviz ha approvato un proprio Codice Etico; mentre la trasparenza e, in particolare, il compito di diffondere in modo completo e accessibile le informazioni e il senso della nostra impresa, sono affidati a questo documento (pubblicato sul nostro sito), oltre che, naturalmente, alla relazione quotidiana con i nostri stakeholder.





IL BENEFICIO COMUNE: RENDICONTAZIONE E VALUTAZIONE DELL'IMPATTO



RENDICONTAZIONE E VALUTAZIONE D'IMPATTO

Oltre alla rendicontazione della creazione del Beneficio Comune per rispettare gli impegni statutari, Tiviz ha intrapreso un percorso di valutazione d'impatto generato dalla sua attività di impresa e documentato in collaborazione con un ente terzo, SABİ (Strumento di autovalutazione della Buona Impresa).

La mappa del valore condiviso

Per ciascuno dei 3 pilastri di rendicontazione sono stati identificati gli elementi più rilevanti, su cui si basa la capacità dell'impresa di generare un impatto positivo.

A ciascuno degli elementi del Modello della Buona Impresa è stata attribuita una rilevanza (da 0=non rilevante/non applicabile a 3 = molto rilevante), sia da parte del management aziendale, che da parte dei vari stakeholder. Questa valutazione ha dato origine ai seguenti dati, presentati nella tabella sottostante (con TV si intende Tiviz, quindi l'autovalutazione dell'impresa, con SH quella degli stakeholder):

	ELEMENTI MATERIALI	DESCRIZIONE	TV	SH
PRODOTTO				
Qualità dell'offerta	 Qualità del Prodotto	Offrire un prodotto/servizio che risponda ai bisogni del cliente e soddisfi le finalità per le quali è stato acquistato.	3	2,67
	 Qualità della relazione con i clienti	Prendersi cura del cliente affiancando alla qualità del prodotto/servizio anche una relazione caratterizzata da cordialità, disponibilità, fiducia reciproca.	3	2,73
	 Rapporto qualità/prezzo	Proporre un prezzo congruo rispetto alla qualità e al valore per il cliente del prodotto/servizio e al mercato di riferimento.	3	2,2
	 Sicurezza e tutela del cliente	Garantire al cliente i migliori standard di sicurezza per tutte le fasi di vita del prodotto o del servizio.	3	2,50
Contributo alla società	 Contributo al benessere delle persone	Realizzare in modo strutturale, attraverso l'offerta di beni e servizi, un impatto positivo nel breve e nel lungo periodo, sulla qualità della vita del cliente, (o, indirettamente sul benessere della società).	3	2,12
	 Innovazione di prodotto	Puntare sull'innovazione continua nell'ottica del miglioramento del servizio alle persone e alla società.	3	2,38
	 Contributo al benessere del pianeta	Offrire prodotti e servizi che, a partire dal processo di produzione e/o nell'arco del loro ciclo di vita, incidano il meno possibile sul consumo, la dispersione e/o il danneggiamento di risorse naturali e la cui offerta al cliente (in termini di qualità o prezzi) non comporti compromessi rispetto ai diritti umani e alla dignità del lavoro.	3	2,12
	 Cultura	Contribuire alla crescita culturale del settore di riferimento, e in generale della società, attraverso la condivisione di informazioni e saperi.	3	2,12
	 Progettazione Sostenibile	Il prodotto/servizio è progettato in modo da ridurre il più possibile gli impatti ambientali a monte e/o a valle (es. materie prime sostenibili, riciclabilità, processi produttivi sostenibili etc).	2	2,25

	ELEMENTI MATERIALI	DESCRIZIONE	TV	SH
	LAVORO			
Impegno contrattuale	 Creazione e remunerazione del lavoro	Creare lavoro a condizioni eque e trasparenti, correttamente retribuito e contrattualizzato, in modo congruo rispetto al settore, lo stadio di vita dell'azienda e le aspettative dei lavoratori (dipendenti, collaboratori, imprenditore stesso).	3	2,53
	 Qualità dei rapporti con i fornitori	Garantire ai fornitori condizioni contrattuali soddisfacenti, ricercando equità e correttezza.	3	2,71
	 Sicurezza sul posto di lavoro	Offrire un ambiente di lavoro sicuro, accogliente, pulito e curato. Garantire i massimi livelli di sicurezza possibili, adeguandosi alle normative esistenti.	3	2,29
	 Welfare aziendale e benefit	Prevedere misure volte a migliorare la vita privata e lavorativa dei collaboratori, e la conciliazione tra le due.	3	2,24
	 Prospettive e tutela dei lavoratori	Trasferire ai lavoratori un senso di sicurezza rispetto al loro lavoro e alla solidità dell'impresa, compatibilmente con lo stadio di vita dell'azienda. Prevedere, in fase di start up, in momenti di crisi aziendale o in situazioni di emergenza socio-economica, la massima trasparenza possibile e l'adozione di misure cautelative	3	2,29
Sviluppo individuale e partecipazione	 Coerenza ruolo-persona	Curare la coerenza tra il ruolo e le competenze, attitudini e aspirazioni delle persone, in modo da favorire la loro realizzazione professionale.	3	2,41
	 Formazione e sviluppo professionale	Fornire alle persone occasioni di sviluppo, pianificando e condividendo percorsi volti a sviluppare competenze e capacità, attraverso la formazione e l'esperienza qualificata.	3	2,56
	 Chiarezza organizzativa	Trasmettere alle persone il senso del loro ruolo all'interno del sistema azienda, definendo e comunicando con chiarezza e trasparenza ruoli, processi, scelte, obiettivi (sia individuali che aziendali) e le altre informazioni aziendali rilevanti.	3	2,25
	 Relazioni e collaborazione	Stimolare tra le persone collaborazione, solidarietà, spirito di squadra, valorizzando complementarità, confronto e dialogo sia tra pari che tra capo e collaboratori.	3	2,44
	 Riconoscimento	Riconoscere il contributo del lavoro dei singoli, valorizzando impegno e risultati ottenuti, in modo da favorire soddisfazione, motivazione e partecipazione al progetto.	3	2,38
	 Valorizzazione delle differenze e Inclusione	Garantire condizioni inclusive che favoriscano la piena espressione di ciascuna persona nella propria unicità e diversità; favorire l'accesso al lavoro e la qualità della partecipazione anche da parte di categorie che affrontano particolari difficoltà sul mercato del lavoro (giovani, donne, categorie fragili, etc).	3	2,31
	 Sostegno all'indotto	Rafforzare l'indotto, con particolare riferimento alle imprese di piccole dimensioni, attraverso la condivisione di competenze, la formazione, la creazione di strumenti economico-finanziari, etc.	2	2,46

	ELEMENTI MATERIALI	DESCRIZIONE	TV	SH
VALORE ECONOMICO				
Creazione di valore	 Fatturato	Accrescere la dimensione economica del business.	2	2
	 Redditività	Produrre un risultato economico (EBIT) positivo, consistente e coerente con dimensioni e stadio di vita dell'impresa.	3	3
	 Solvibilità	Disporre di liquidità sufficiente a far fronte ai propri impegni nei confronti dei creditori.	3	3
Sviluppo individuale e partecipazione	 Condivisione con i lavoratori	Curare la coerenza tra i risultati economici dell'azienda e il Valore Economico generato per i lavoratori.	3	3
	 Politiche di prezzo al cliente	Adottare politiche di prezzo orientate alla creazione di un margine equo per l'azienda.	3	3
	 Remunerazione del capitale	Creare Valore Economico per i soci attraverso la distribuzione di dividendi e l'aumento di valore delle quote.	2	2
	 Reinvestimento degli utili	Sostenere le esigenze di finanziamento dell'impresa attraverso il reinvestimento degli utili in azienda.	3	3
	 Remunerazione dei servizi pubblici	Pagare le tasse, evitando politiche fiscali aggressive o elusive.	3	3
	 Filantropia	Eventuale destinazione di una parte del valore prodotto dall'azienda a investimenti per comunità, sotto qualunque forma.	2	3

STRUTTURA DEL REPORT

Il report rappresenta uno studio analitico delle performance di Tiviz relative all'anno 2023, in merito alla creazione di valore per il contesto, attraverso i **3 pilastri** fondamentali dell'attività della **Buona Impresa: il Prodotto, il Lavoro e il Valore Economico**.

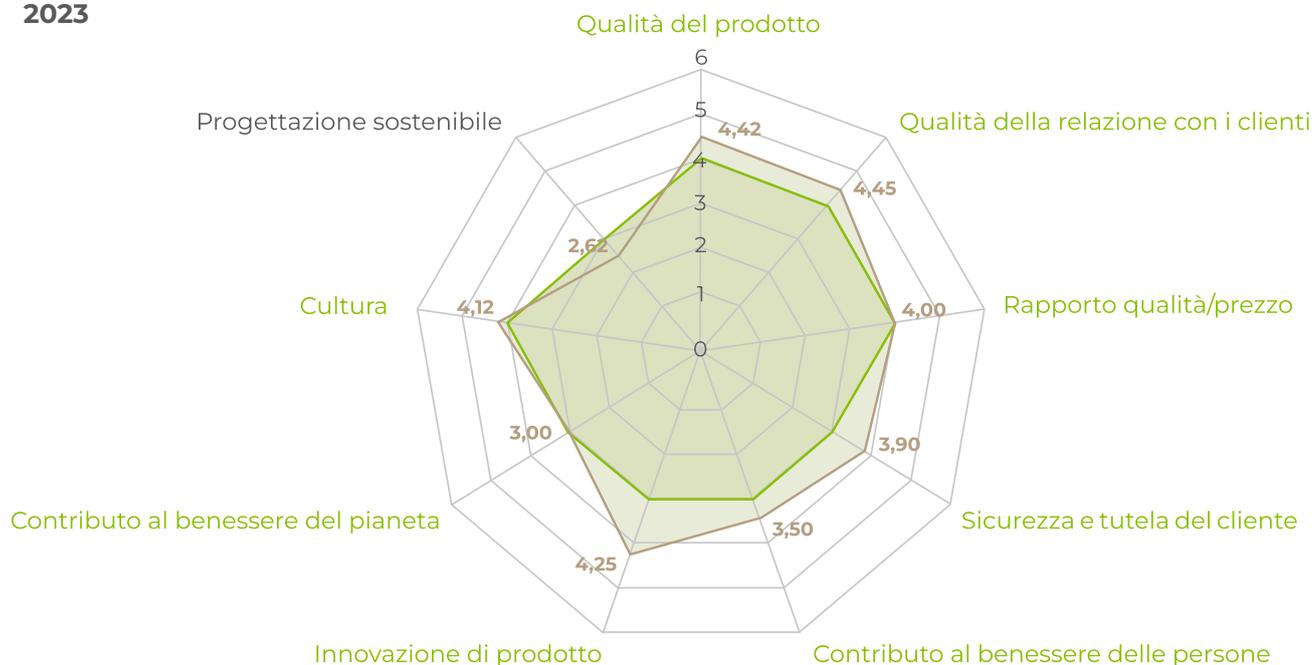
Ciascuna delle tre sezioni è introdotta da un grafico a ragnatela, che rappresenta la valutazione dell'impresa rispetto agli elementi che la qualificano, costruita attraverso lo Strumento di Autovalutazione partecipata della Buona Impresa, su una **scala da 1 a 6 (1=FORTE CRITICITÀ, 2=QUALCHE PROBLEMA, 3= OK MA MIGLIORABILE, 4=BEN PRESIDATO, 5=UN RISULTATO SPECIALE, 6=INSUPERABILE)**.

Per ciascun elemento vengono messe a confronto **l'autovalutazione dell'impresa e la valutazione degli stakeholder** di riferimento: **i clienti per il Prodotto, i lavoratori e i fornitori per il Lavoro, i soci per il Valore Economico**.

In questa struttura trovano collocazione anche le tre finalità di Beneficio Comune di Tiviz, con un'analisi dei relativi obiettivi strategici ed indici di performance.

LA CREAZIONE DEL VALORE TRAMITE IL PRODOTTO ↙

2023



2022



Legenda:

- Autovalutazione impresa
- Valutazione clienti

Gli elementi in verde sono quelli valutati molto rilevanti dall'impresa.

La valutazione è assegnata su una scala da 1 a 6:
 1= FORTE CRITICITÀ
 2= QUALCHE PROBLEMA
 3= OK MA MIGLIORABILE
 4= BEN PRESIDATO
 5= UN RISULTATO SPECIALE
 6= INSUPERABILE

La valutazione da parte degli stakeholder è la media delle risposte date da 8 clienti.

La rappresentazione analitica dei risultati ottenuti nell'area del **prodotto** è abbastanza soddisfacente, anche se si nota una riduzione dei valori di alcune voci rispetto all'anno precedente.

È buona dal punto di vista delle singole valutazioni, che restituiscono una visione d'insieme positiva: cinque elementi di valutazione ("qualità del prodotto", "qualità della relazione con i clienti", "rapporto qualità/prezzo", "innovazione del prodotto" e "cultura") sono considerati "ben presidiati", avendo raggiunto o, in quattro casi, addirittura superato la soglia del 4.

"Qualità del prodotto", "innovazione del prodotto" e "cultura" hanno superato, anche se di poco, i valori dello scorso anno. Invece, la **"qualità della relazione con i clienti"**, a cui era stato attribuito il valore di 5 nel 2022, quest'anno si ferma a 4,45: è, comunque, un buon risultato, perché è un elemento di valutazione ritenuto "ben presidiato" e, in ogni caso, superiore all'autovalutazione dell'impresa stessa, che gli ha attribuito il valore di 4.

Il valore relativo al **"rapporto qualità/prezzo"** è rimasto invariato: anche per il 2023 la valutazione è pari a 4, quindi è un elemento ritenuto ben presidiato. Si tratta di un risultato molto positivo, perché nonostante la situazione economica del periodo abbia registrato un aumento dei prezzi quasi del 6%¹, Tiviz è riuscita a mantenere prezzi competitivi.

Il **"contributo al benessere del pianeta"** ha raggiunto il valore di 3, migliorando nettamente la valutazione del 2022 (2,89).

Il valore relativo alla **"sicurezza e tutela del cliente"** è diminuito rispetto allo scorso anno ed è sceso di poco al di sotto del valore 4. È, comunque, valutato positivamente.

Anche il **"contributo al benessere delle persone"**, già al di sotto del valore 4 nel 2022, ha ricevuto quest'anno una valutazione di poco più bassa, continuando però ad essere valutato positivamente, avendo raggiunto il valore di 3,50.

Infine, l'ultimo elemento, **"progettazione sostenibile"**, emerso per la prima volta è l'unico fattore che presenta una certa criticità, essendo al di sotto del valore 3. Si tratta, però, di un elemento valutato dall'impresa come meno rilevante rispetto agli altri ma la cui evoluzione merita attenzione.

La rappresentazione analitica dei risultati ottenuti nell'area del **prodotto** è, inoltre, soddisfacente anche in merito **al rapporto tra l'autovalutazione dell'azienda e la valutazione dei clienti**: allineate per due elementi (**"rapporto qualità/prezzo"** e **"contributo al benessere del pianeta"**), la valutazione dei clienti è leggermente più bassa di quella dell'azienda soltanto in una voce, "progettazione sostenibile".

In merito alla **"progettazione sostenibile"**, Tiviz è consapevole di proporre servizi ma soprattutto prodotti, che richiedono il rilevante dispendio di energia elettrica. Sono, inoltre, caratterizzati da un'end of life che richiede, spesso, lo smaltimento di rifiuti RAEE (i.e. l'hardware, quindi, PC, monitor, ledwall, videowall).

Da un lato, Tiviz considera però che la sua attività core (il Digital Signage) permette il risparmio di materiale cartaceo in tutte le sue forme. Dall'altro, Tiviz ha accordi con società specializzate nel riutilizzo a scopi benefici (scuole, enti no profit ecc) dell'hardware dismesso per allungare il ciclo di vita e ridurre l'impatto ambientale.

L'azienda si propone di monitorare questo elemento di valutazione, al fine di scoprire metodologie e attività che migliorino il proprio impatto.

Per tutte le altre voci la valutazione dei clienti è decisamente migliore rispetto a quella di Tiviz: questi elementi, infatti, sono valutati con mezzo punto o anche con un punto in più. Questo è un fattore positivo, in quanto rappresenta la nostra volontà di non abbassare la guardia su ciò che riteniamo essere centrale nel nostro contributo al Beneficio Comune.

¹ Fonte ISTAT – Prezzi al Consumo dicembre 2023

(https://www.istat.it/it/archivio/293136#:~:text=In%20media%2C%20nel%202023%20i,%2C1%25%20nel%202022.)).

INNOVAZIONE TECNOLOGICA RESPONSABILE

Innovazione tecnologica

OBIETTIVO STRATEGICO - Sostenere le imprese nel processo di innovazione digitale, curando la qualità del prodotto e del servizio, proponendo le soluzioni più avanzate in termini di tecnologia, creatività, efficacia.

INDICATORI	2022	2023	ELEMENTO D'IMPATTO
Numero di nuove tecnologie portate sul mercato italiano	7	8	Innovazione di prodotto
% clienti che, grazie ai progetti, adottano per la prima volta una nuova pratica/strumento/... digitale	1%	1%	Innovazione di prodotto
% clienti che dichiarano di aver innovato le proprie performance di comunicazione digitale grazie a Tiviz	0	0	Cultura

Per la realizzazione di questo obiettivo, nel corso del 2023 Tiviz ha continuato ad organizzare **Tavoli di Scambio Interfunzionale periodici**, in cui sono stati coinvolti tutti i dipendenti e collaboratori per:

- promuovere la diffusione della conoscenza delle ultime novità tecnologiche digitali e delle tendenze presenti sul mercato, italiano ed estero, con particolare attenzione all'innovazione legata alla sostenibilità dei prodotti tecnologici e all'Intelligenza Artificiale;
- sviluppare l'interesse dei membri dell'azienda verso l'innovazione tecnologica;
- promuovere l'innovazione digitale nei processi dei nostri clienti, curando la qualità del prodotto e del servizio, proponendo le soluzioni più avanzate in termini di tecnologia, creatività, efficacia.

Il Tavolo si è svolto su base trimestrale: 25/05/23, 24/07/23, 31/10/2023 e 07/12/23.

Durante questi incontri l'IT Manager ha illustrato le nuove tecnologie, conosciute tramite ricerche online, mass media oppure a seguito della partecipazione di Tiviz a fiere di settore, lasciando, comunque, spazio anche all'iniziativa dei singoli colleghi, che hanno presentato altrettante interessanti soluzioni tecnologiche, case histories ed esperienze personali.

Per quanto concerne il primo indicatore riportato in tabella, nel corso del 2023 Tiviz è riuscita a proporre ai propri clienti queste "nuove" tecnologie:

- Proiezioni interattive
- Proiezioni su superficie sferica
- Totem con lettore RFID per interazioni tra contenuto e prodotto
- Stanze immersive
- Configuratore 3D
- Virtual Tour
- Web App Realtà Aumentata
- Contenuti AI-generated live durante un evento

Proiezioni interattive

Tramite l'utilizzo di **speciali proiettori** vengono presentate immagini o video su una **superficie che può essere toccata e manipolata dall'utente** per attivare diverse azioni, quali: l'accesso a informazioni, la modifica di immagini o il controllo di un gioco.

Questa tecnologia può trovare applicazione, ad esempio, in un **museo, per attivare informazioni relative ad un'opera d'arte.**

Proiezioni su superficie sferica

Grazie a **speciali proiettori**, immagini o video a 360° vengono proiettati su una superficie sferica, creando **un'esperienza immersiva per l'utente**, che può così "entrare" all'interno dell'immagine o del video.

Questa tipologia di proiezioni può essere utilizzata, ad esempio, in un **Planetario**, per riprodurre immagini immersive del cielo notturno.

Totem con lettore RFID per interazioni tra contenuto e prodotto

Con l'utilizzo di questa tecnologia, vengono combinati **schermi digitali** con **lettori RFID** per consentire agli utenti di interagire con i prodotti in modo più coinvolgente. Inquadrando un prodotto con il lettore RFID, l'utente può visualizzare sullo schermo informazioni specifiche, immagini o video. Questa soluzione può essere sfruttata all'interno di un **negozio** per visualizzare informazioni su un prodotto in base al suo **RFID tag.**

Stanze immersive

Tramite alcuni **pannelli modulari**, questa tecnologia permette di ricreare un **ambiente virtuale a 360°** in cui l'utente può immergersi completamente, interagendo sia con l'ambiente che con gli oggetti virtuali presenti. La sua applicazione in un **parco a tema**, ad esempio, permette di far vivere agli utenti l'esperienza di un'avventura virtuale.

Configuratore 3D

Permette all'utente di creare **modelli 3D di oggetti o prodotti**, personalizzandoli in base alle proprie esigenze, direttamente da smartphone o PC – da casa o in store.

Questa tecnologia può essere utilizzata, ad esempio, per arricchire un **sito web di arredamento**, permettendo all'utente di creare il proprio articolo o complemento d'arredo personalizzato.

Virtual Tour

Tramite **visore o da mobile/PC** viene offerta all'utente la possibilità di esplorare virtualmente uno spazio, come un edificio o una città, come se l'utente si trovasse effettivamente nell'ambiente visualizzato.

Questa tecnologia trova applicazione, ad esempio, nel **sito web di una città turistica**, per permettere all'end user di esplorare la città in anteprima.

Web App Augmented Reality

Trattasi di un **app navigabile via web**, senza quindi necessità di download. Le app di questo tipo utilizzano la **Realtà Aumentata** per sovrapporre informazioni digitali al mondo reale, offrendo un'esperienza interattiva e coinvolgente.

La web App AR può trovare applicazione in realtà come **Musei**, ad esempio, per sovrapporre modelli 3D a vari elementi esposti.

Contenuti AI-generated live durante un evento

Questa tecnologia **crea contenuti multimediali in tempo reale**, come immagini o video, basandosi su immagini, video e/o informazioni raccolte durante un evento e proiettate su un display per essere fruite live dal pubblico.

Può essere usata, ad esempio, in un **evento promozionale**, in cui i partecipanti si prestano per una foto/video. Questo contenuto viene poi **elaborato tramite AI** per aggiungere sfondi o altri elementi brandizzati. Infine, viene proiettato istantaneamente su un display, evitando le tempistiche dovute alla post-produzione.

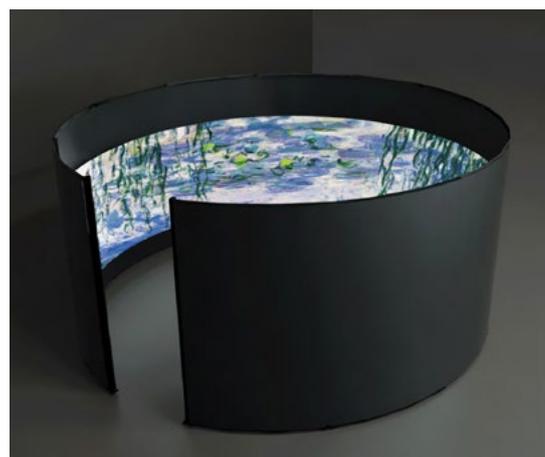
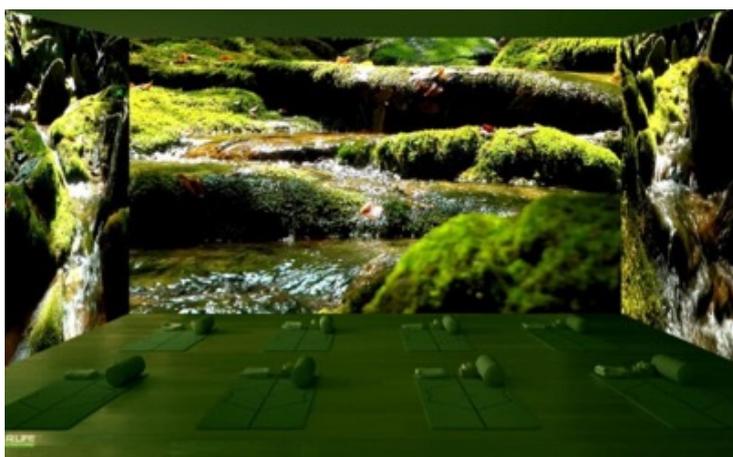
Tiviz sta ideando, progettando e curando lo sviluppo, la **User Experience e la User Interface della WebApp di Realtà Aumentata YouAR** per il cliente **BNL BNP Paribas**. La caratteristica principale di questa soluzione sarà la possibilità di usufruire delle funzionalità di un'App di Realtà Aumentata,

senza occupare spazio sul dispositivo del cliente, in quanto non sarà necessario scaricare un App Nativa. Questa soluzione ha l'obiettivo di facilitare l'esperienza dell'Utente finale e quindi l'utilizzo stesso dell'App.



Tiviz ha presentato varie soluzioni immersive per arricchire l'esperienza di collaboratori e lavoratori per la Sede Italiana di un'importante azienda di Consulting. Tra queste anche la creazione di una **Stanza Immersiva**, da posizionare nella Hall dell'Edificio.

Questa tecnologia può essere applicata alle superfici già esistenti, ma (come nella figura esemplificativa a destra) possono essere previsti pannelli di dimensioni e curvatura dedicati. L'obiettivo è dar vita ad **un'esperienza di "distacco" dall'ambiente esterno e di completa immersività**.



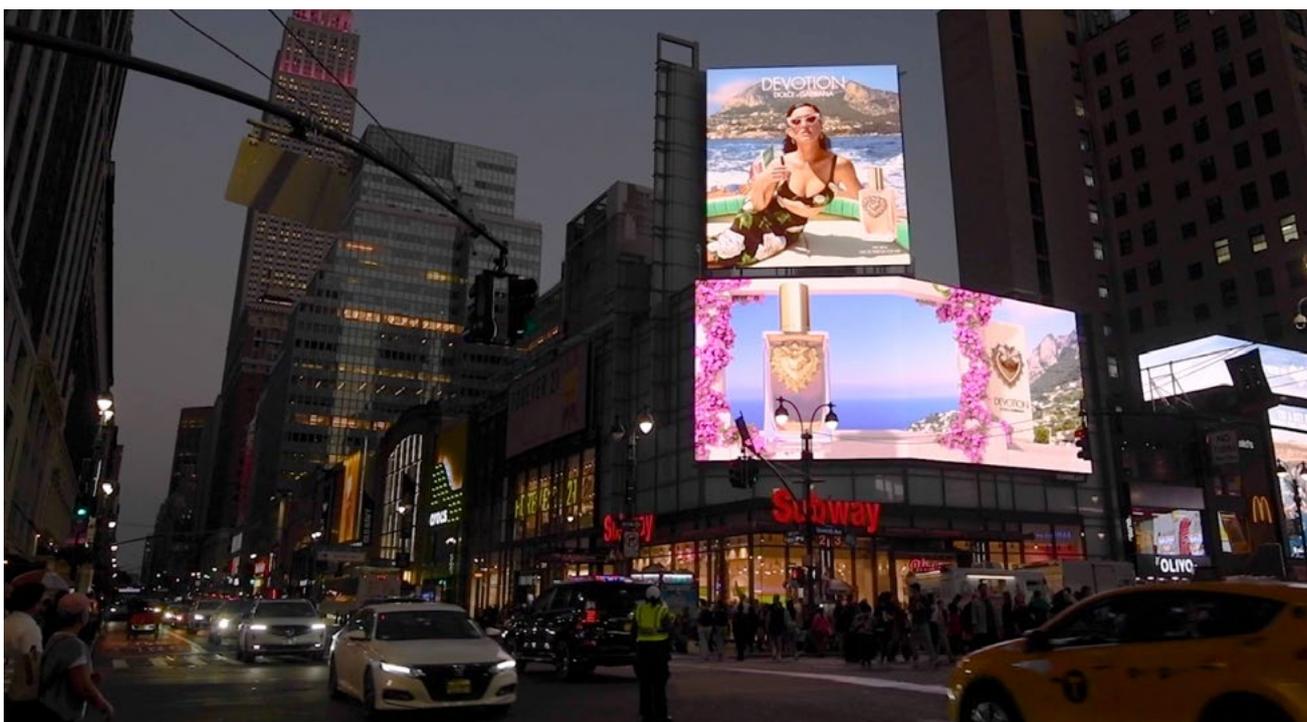
Pur essendo Tiviz partner della digitalizzazione e innovazione per tutti i propri clienti, al secondo e terzo indicatore è stata attribuita una valutazione bassa.

Per quanto concerne il secondo indicatore, nel 2023 uno dei nostri clienti, grazie ad un nostro progetto, ha adottato per la prima volta un nuovo strumento digitale. Dalla partnership creativa tra Tiviz e il team **Dolce & Gabbana** è nato il **video Anamorfico per il lancio della fragranza "Devotion"**. Il contenuto è stato realizzato e trasmesso sul Ledwall presente presso Piccadilly Circus a Londra e su quello presente presso la Penn Station di New York City.

Piccadilly Circus – Londra (UK)



Penn Station – New York (USA)



Abbiamo, comunque, inserito il valore simbolico di 1% per evidenziare il nostro contributo alla digitalizzazione dei nostri clienti, con la consapevolezza di dover, però, sviluppare un metodo di valutazione puntuale.

Per il terzo indicatore, abbiamo deciso, anche quest'anno, di inserire la valutazione 0, in quanto non siamo ancora riusciti a sviluppare un metodo di valutazione quantitativa che rispecchi appieno questa valutazione. È nostra intenzione sviluppare e implementare al più presto un metodo di valutazione specifico per entrambi gli indicatori.

Ad esempio, per l'ultimo indicatore potremmo sottoporre ai nostri clienti un questionario, nell'ottica di valutare l'impatto di Tiviz proprio sulla loro innovazione tecnologica.

AVANGUARDIA SOCIALE ED AMBIENTALE

OBIETTIVO STRATEGICO - Integrare nell'offerta soluzioni migliorative dal punto di vista dell'impatto sociale e ambientale, coinvolgendo fornitori e clienti nel presidio dell'intero ciclo di vita dei prodotti tecnologici utilizzati: dalla selezione di fornitori e prodotti più performanti dal punto di vista sociale e ambientale, allo smaltimento sostenibile (stimolando il riciclo e/o il riutilizzo di singole componenti).

INDICATORI	2022	2023	ELEMENTO D'IMPATTO
% di proposte che prevedono soluzioni "sostenibili"	1%	30%	Contributo al benessere del pianeta
Numero o % di aziende che hanno aderito a tali proposte	0	0	Cultura
Numero di macchine recuperate/riutilizzate	0	0	Contributo al benessere del pianeta

Nel 2023 Tiviz ha utilizzato lo stesso questionario dello scorso anno per la rilevazione di informazioni sulla sostenibilità dei fornitori. Questa volta, però, il questionario è stato digitalizzato e ai dieci fornitori chiave selezionati è stato inviato a mezzo e-mail il link per poter accedere direttamente alle domande. Purtroppo, anche quest'anno il numero delle risposte è rimasto al di sotto delle aspettative: soltanto due fornitori hanno restituito il questionario debitamente compilato. Un piccolo passo avanti rispetto al 2023 quando aveva risposto un solo fornitore, ma assolutamente non sufficiente né soddisfacente. Per il 2024 sarà necessario valutare se apportare modifiche alla tipologia di domande oppure solo alla struttura del questionario, rendendolo più snello e ancora più semplice; continueremo invece, a proporre la stessa modalità di invio che ci sembra la più veloce e intuitiva, in linea con le metodologie del nostro tempo.

Nel 2022 Tiviz ha lavorato anche alla costruzione di soluzioni «standard» da proporre ai clienti per gestire il fine vita dei prodotti, finalizzate alla creazione di modelli di riciclo/riuso, nei quali i prodotti destinati a smaltimento potessero essere, invece, recuperati e destinati a nuovi utilizzi.

Non è stato semplice riuscire ad individuare un partner fidato, ma dopo mesi di ricerca nel 2022 siamo riusciti a concludere un accordo con un'impresa sociale, che aiuta esclusivamente le organizzazioni Non Profit ad ottenere, a costi accessibili, PC fissi e portatili, smartphone, stampanti e molto altro, tutti rigenerati.

L'accordo prevede che i dispositivi elettronici usati del cliente siano acquistati dalla suddetta società a prezzi concorrenziali, vengano, poi, rigenerati e destinati ad organizzazioni non profit italiane.

Dopo il ricondizionamento, i prodotti vengono caricati in un portale dedicato, al quale possono accedere solo organizzazioni non profit, per il loro acquisto a condizioni di favore.

Il cliente può anche segnalare organizzazioni non profit di sua conoscenza, alle quali destinare i propri dispositivi, ma devono essere accreditate dalla suddetta società secondo la sua policy e l'acquisto deve, comunque, avvenire tramite accesso al portale di cui sopra.

Purtroppo, anche nel 2023 non abbiamo finalizzato il riutilizzo di alcuna macchina, nonostante abbiamo proposto questa soluzione non solo a clienti già acquisiti, ma anche in fase di offerta iniziale (segnalando questa possibilità nelle Condizioni di Vendita di ciascun preventivo per clienti e prospect), presentando questo progetto di «economia circolare», senza vincoli e proponendo la condivisione di un impegno per l'ambiente con una soluzione «chiavi in mano».

L'intento di Tiviz è sempre quello di riuscire a raggiungere questo obiettivo al più presto, anche se ci rendiamo conto che non è di semplice attuazione.

CULTURA DI IMPRESA

Buona cultura imprenditoriale

OBIETTIVO STRATEGICO - Impegnarsi nella diffusione dei principi della Buona Impresa, impegnata a soddisfare i bisogni di clienti, a creare una buona occupazione e alla ricerca di un equo profitto, in modo sostenibile dal punto di vista sociale e ambientale.

INDICATORI	2022	2023	ELEMENTO D'IMPATTO
Numero di imprese raggiunte dalle attività culturali	Contatti clienti e prospect	Contatti clienti e prospect	Cultura
Numero di soggetti che hanno chiesto approfondimenti su SB / BI	4	6	Cultura
Numero di clienti/ fornitori che dichiarano di aver implementato nuove pratiche di sostenibilità o resp. ambientale o sociale	0	0	Cultura

Anche nel corso del 2023 Tiviz ha cercato di raccontare al pubblico la propria attività di Società Benefit e di Buona Impresa, sia utilizzando i propri strumenti e canali di comunicazione ordinari, sia cogliendo e ricercando opportunità per dialogare con nuovi pubblici.

Carta intestata, biglietti da visita, firma sui messaggi di posta elettronica, presentazioni aziendali, su cui è riportato un contenuto "base" creato ad hoc, raccontano quotidianamente che Tiviz è una Società Benefit.

Sul sito aziendale e sui vari social (Facebook, Instagram, LinkedIn) sono stati pubblicati post per pubblicizzare la sua attività come Società Benefit.

Inoltre, anche nel 2023 l'A.D. di Tiviz, Monica Cecchi, ha tenuto un corso presso la Scuola Alma Artis Scuola delle Belle Arti di Pisa intitolato "Etica della Comunicazione d'Impresa", che continua ad essere una preziosa occasione di trasferimento dell'approccio di Tiviz a questi temi.

Infine, all'associazione ad Assobenefit avvenuta nel novembre 2021, si è aggiunta **nel 2022 l'adesione al United Nations Global Compact** – network italiano per implementare localmente gli obiettivi di sviluppo sostenibile, rinnovata anche per il 2023.

Quattro dei nostri clienti e due clienti prospect hanno richiesto maggiori informazioni sulle Società Benefit in generale ed anche sulle attività che Tiviz porta avanti come Società Benefit.

Anche nel 2023 abbiamo riscontrato forte interesse e apprezzamento per questo percorso di Tiviz. Sempre un maggior numero di nostri clienti e fornitori sta intraprendendo percorsi e azioni concrete per quanto concerne la sostenibilità.

Molti dei nostri clienti e fornitori sono considerati come grandi player; quindi, già fortemente impegnati in azioni CSR con numerose e importanti iniziative sempre nuove; per questo per il 2023 abbiamo inserito 0 come numero relativo al terzo indicatore, sperando di poter contribuire con le nostre attività e proposte all'impatto di queste aziende e utilizzandole come esempio per la nostra crescita interna su queste tematiche.



LA CREAZIONE DEL VALORE CON IL LAVORO ↙

2023

Qualità dei rapporti con i fornitori



2022

Qualità dei rapporti con i fornitori



Legenda:

- Autovalutazione impresa
- Valutazione collaboratori

Gli elementi in verde sono quelli valutati molto rilevanti dall'impresa.

La valutazione è assegnata su una scala da 1 a 6:

- 1= FORTE CRITICITÀ
- 2= QUALCHE PROBLEMA
- 3= OK MA MIGLIORABILE
- 4= BEN PRESIDATO
- 5= UN RISULTATO SPECIALE
- 6= INSUPERABILE

La rappresentazione analitica dei risultati ottenuti nell'area del Lavoro anche quest'anno, purtroppo, non è molto vicina alle aspettative.

Da una prima analisi si nota che sono solo tre i fattori per i quali la valutazione degli stakeholder è superiore all'autovalutazione dell'azienda: **“formazione e sviluppo professionale”, “qualità dei rapporti con i fornitori” e “sicurezza sul posto di lavoro”**.

Quindi si riconosce all'azienda una **particolare attenzione alla crescita del personale e della formazione**. Viene riconosciuto, inoltre, **un ottimo rapporto di supporto e collaborazione con i nostri fornitori**, con molti dei quali si è instaurata negli anni una **partnership solida e duratura**.

Anche l'aspetto di **“sicurezza sul posto di lavoro”** è ben **presidiato**.

Tutti gli altri elementi hanno ricevuto dagli stakeholder una valutazione più bassa rispetto all'autovalutazione dell'impresa, in alcuni casi con una differenza maggiore di un punto.

“Creazione e remunerazione del lavoro”, “welfare aziendale e benefit”, “prospettive e tutela dei lavoratori”, “coerenza ruolo persona”, “chiarezza organizzativa”, “relazione e collaborazione”, “riconoscimento”, “valorizzazione delle differenze e inclusione” e “sostegno all'indotto”: molto rilevanti per l'azienda e valutati dall'azienda stessa con valori piuttosto alti, 4 e 5 (su un massimo di 6), hanno ricevuto dagli stakeholder una valutazione che va dal 3 al 3,77. Si tratta di una **valutazione sufficiente**, che non denota una criticità oggettiva, ma è lontana dall'idea che Tiviz ha di sé.

Rispetto all'anno precedente, alcuni elementi di valutazione **sono migliorati**, anche se lievemente: **“qualità dei rapporti con i fornitori”, “coerenza ruolo persona”, “chiarezza organizzativa”, “relazione e collaborazione”, “riconoscimento” e “sostegno all'indotto”**. Un piccolo segnale che, comunque, ci fa ben sperare: l'impegno profuso per superare gli ostacoli incontrati nel corso del 2022, non ha dato i risultati sperati, ma in ogni caso gli stakeholder sembrano percepire che esista la volontà da parte dell'impresa di migliorare ciò che ancora non funziona come si vorrebbe.

Risultano, invece, peggiorati (al massimo di mezzo punto) i seguenti elementi di valutazione: **“Creazione e remunerazione del lavoro”, “welfare aziendale e benefit”, “prospettive e tutela dei lavoratori”, “formazione e sviluppo professionale”, “valorizzazione delle differenze e inclusione”**.

Per quanto riguarda **“formazione e sviluppo professionale”**, il calo è stato lieve. Quindi, come detto precedentemente, viene comunque riconosciuta all'azienda una certa attenzione alla crescita del personale e della formazione. Inoltre, ribadiamo che il dato della valutazione degli stakeholder è, comunque, superiore alla valutazione dell'impresa. Tiviz sta valutando nel dettaglio le richieste e necessità dei collaboratori, al fine di organizzare attività formative nel futuro prossimo.

Anche per **“valorizzazione delle differenze e inclusione”**, si è registrato un calo molto lieve pari allo 0,08. Pertanto, si può considerare quasi come invariato.

Le valutazioni per **“creazione e remunerazione del lavoro”, “welfare aziendale e benefit”, “prospettive e tutela dei lavoratori”**, sono calate rispettivamente di 0,35, 0,40 e 0,39. Restano al di sopra del valore 3, che rappresenta la sufficienza, ma sicuramente Tiviz dovrà effettuare un'attenta analisi dei risultati e cercare soluzioni che possano portare ad aumentare il livello di soddisfazione dei propri stakeholder.

Nel complesso, pertanto, l'analisi relativa all'area di Lavoro continua a richiedere un'attenzione particolare e una riflessione importante sui singoli elementi che la compongono.

SVILUPPO DELLA PERSONA

Ambiente di lavoro

OBIETTIVO STRATEGICO - Creare un ambiente di lavoro stimolante, coinvolgente e funzionale al benessere, in cui ciascun collega possa portare proattivamente il proprio contributo alla vita della società e trovare spazio di ascolto e confronto.

INDICATORI	2022	2023	ELEMENTO D'IMPATTO
Grado di soddisfazione dei dipendenti rispetto alla qualità dell'ambiente e del lavoro	Abbastanza positivo	Sufficiente, ma non pienamente soddisfacente	<ul style="list-style-type: none"> - Creazione e remunerazione del lavoro - Sicurezza sul posto di lavoro - Prospettive e tutela dei lavoratori - Riconoscimento - Relazione e collaborazione

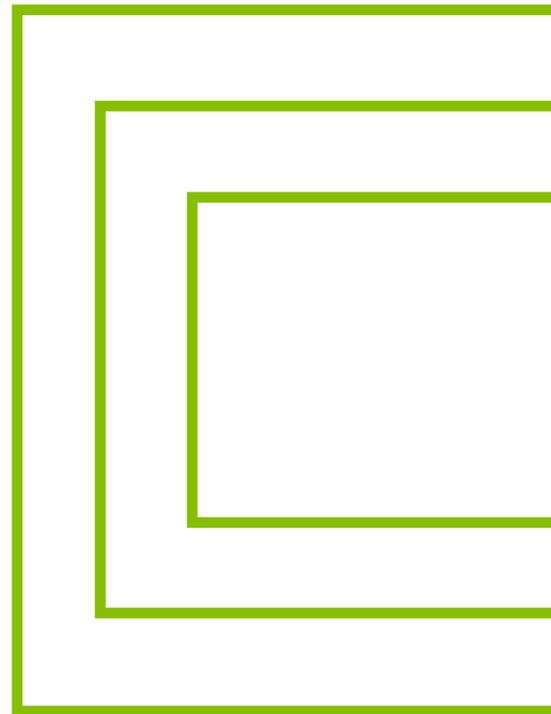
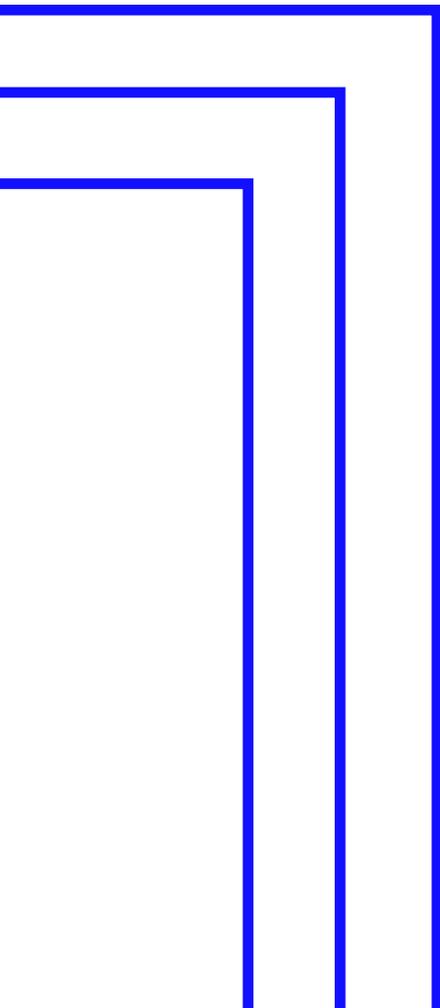
Nel 2023 Tiviz ha continuato a mettere in atto attività già avviate l'anno precedente con lo scopo di far sì che l'ambiente di lavoro favorisca il benessere personale e professionale dei collaboratori. Innanzitutto, è stato mantenuto quasi inalterato il piano di **welfare aziendale**, ossia una serie di benefici che integrano il trattamento economico, improntati a integrare con attività e servizi la vita privata e lavorativa dei dipendenti. L'unica modifica apportata è stata la sospensione dello smart working; una decisione presa dalla Direzione Tiviz per motivi organizzativi aziendali.

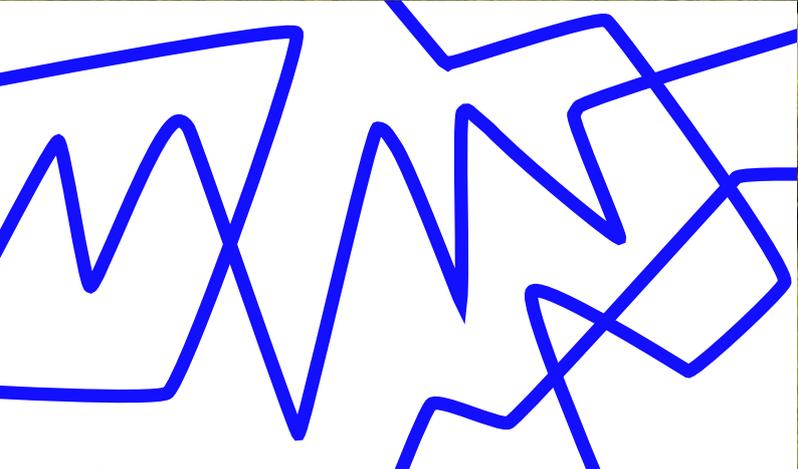
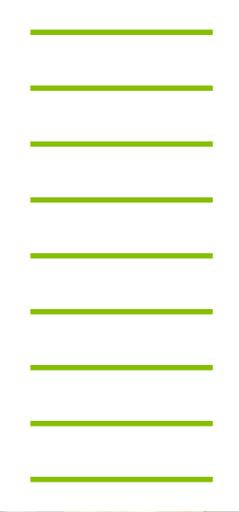
Inoltre, sono state organizzate **attività di Team Building**, con lo scopo di consolidare i rapporti tra i lavoratori, creare un clima aziendale sereno e aumentare la coesione dei gruppi di lavoro, con risultati positivi per l'intera impresa:

- Nella **piccola cucina** dotata di tutti i comfort, realizzata all'interno dell'azienda, i collaboratori possono trascorrere le loro pause durante le ore lavorative e consumare il pasto all'ora di pranzo, per chi lo desidera. Qui si festeggiano anche i compleanni dei dipendenti e le festività comandate, oppure momenti o risultati particolarmente importanti o positivi per l'azienda. Ciò ha dato vita a momenti di incontro e confronto tra tutti i collaboratori, anche e soprattutto tra dipendenti che lavorano in reparti diversi.
- Il **13 maggio 2023** è stata organizzata una giornata di **Team Building all'aperto**. La Direzione di Tiviz ha pensato ad una **lezione collettiva di golf** con due maestri del Circolo Golf cittadino, tenutasi la mattina, seguita da un'esibizione di gioco in campo, dal pranzo tutti insieme e da una gara a squadre con premiazione delle squadre vincitrici e di tutti i partecipanti. È stata per tutti una giornata divertente, trascorsa in serenità e allegria, durante la quale tutti i colleghi hanno avuto l'occasione di conoscersi in un ambiente diverso da quello lavorativo, di collaborare e sfidarsi amichevolmente nel momento del gioco e di accostarsi ad una disciplina del tutto nuova per la maggior parte dei colleghi. Il momento della premiazione è stato motivo di "orgoglio" per le squadre e per i singoli che si sono dimostrati i più capaci in campo, ma anche per coloro che hanno ottenuto risultati meno soddisfacenti, in quanto tutti hanno ricevuto un premio in ricordo della giornata. Non sono neanche mancati momenti di ilarità, quando sono stati consegnati alcuni premi con motivazioni ironiche senza essere offensive, che sono riuscite a strappare una risata a tutti.
- Anche nel 2023 è stata organizzata una **cena** nei giorni che precedono il **Natale**. Per l'occasione la Direzione ha acquistato anche una torta su cui è stato scritto un breve messaggio di ringraziamento rivolto a tutto il team Tiviz. Una piccola sorpresa molto apprezzata da tutti.
- Sempre nei giorni precedenti il Natale è stato organizzato quello che viene chiamato il **"Secret Santa"**, cioè lo scambio di piccoli doni simbolici tramite sorteggio, una sorta di lotteria natalizia dei regali.
- Nello stesso periodo, durante l'orario lavorativo la Direzione ha predisposto nella sala riunioni

principale un semplice **brindisi per lo scambio degli auguri di Natale**, che ha rappresentato un altro momento di coesione tra tutti i colleghi.

- Per facilitare la coesione del gruppo di lavoro in modo da permettere alle persone di lavorare più efficacemente in team e, di conseguenza, migliorare i risultati conseguiti, è stato creato anche **un gruppo su Whatsapp**, su cui vengono scambiate non solo informazioni relative all'attività lavorativa ma anche informazioni e foto che riguardano argomenti personali e ludici.





CRESCITA PROFESSIONALE

OBIETTIVO STRATEGICO - Investire sulla crescita e lo sviluppo professionale, anche attraverso attività di formazione dedicate, con particolare riferimento ai giovani.

INDICATORI	2022	2023	ELEMENTO D'IMPATTO
% di raggiungimento degli obiettivi prefissati per dipendente	-	-	Riconoscimento
% di giovani in azienda rispetto agli anni precedenti	+0	+1	Valorizzazione delle differenze e inclusione
% di dipendenti che afferma di avere acquisito competenze, responsabilità, autonomia	90%	95%	Coerenza ruolo-persona

Per quanto riguarda il raggiungimento degli obiettivi prefissati per dipendente, stiamo cercando la formula perfetta per gestire in maniera equa la definizione e la valutazione degli obiettivi. Per questo nel 2023 continuiamo a lavorare su un'analisi qualitativa con l'obiettivo di raggiungere una valutazione oggettiva e quantitativa nel più breve tempo possibile.

In generale gli obiettivi raggiunti si concentrano su una maggiore autonomia del singolo e su risultati di particolare rilevanza dal punto di vista commerciale e operativo. Dal punto di vista organizzativo alcune figure e strumenti, informatici e non, sono stati chiave per una crescita in questa direzione.

Per quanto concerne la percentuale di giovani in azienda rispetto all'anno precedente, abbiamo inserito il valore 1 perché, anche se non sono state fatte assunzioni, Tiviz ha instaurato un rapporto di stretta collaborazione con una **nuova forza lavoro, un giovane di 26 anni**, proprio nell'ottica di **investire sulla crescita e lo sviluppo professionale, con particolare riferimento ai giovani**.

Oltre al **questionario** previsto dal **SABI**, Strumento di Autovalutazione della Buona Impresa, l'Amministratore Delegato di Tiviz, anche nel 2023, ha effettuato **incontri individuali** con tutti i dipendenti e i collaboratori, per verificare il loro grado di soddisfazione rispetto alla qualità del lavoro, con **domande** riferite, in modo particolare, agli obiettivi raggiunti, a quelli futuri, alla propria crescita professionale, al clima aziendale e alla formazione professionale.

Da questi momenti di confronto è emersa in tutti una buona soddisfazione per la crescita individuale ed il desiderio di continuare ad acquisire nuove skill.

Quasi tutti hanno presentato proposte per migliorare il clima aziendale con momenti di incontro e confronto dal punto di vista lavorativo ed umano, pur riconoscendo un sensibile miglioramento rispetto all'anno precedente, a dimostrazione del fatto che l'attenzione di Tiviz nei confronti dei propri collaboratori sta dando i suoi frutti. L'obiettivo non è stato ancora raggiunto, ma siamo sulla buona strada.

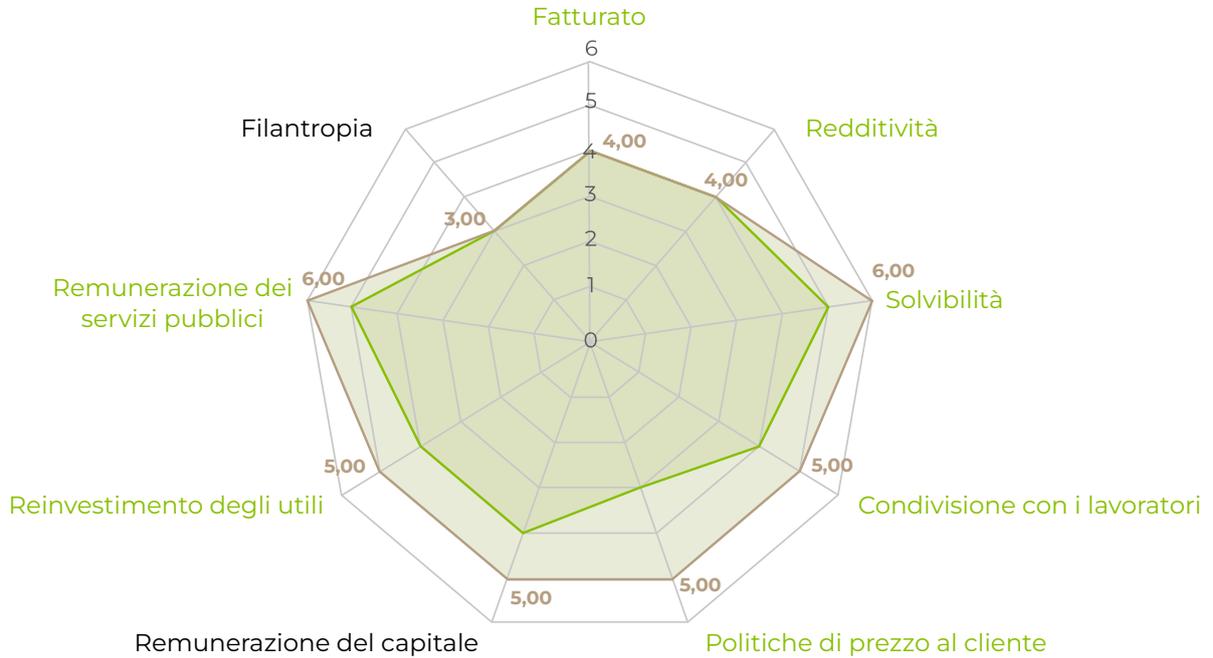
Da questi colloqui individuali sono emersi interessanti suggerimenti per attività attinenti alla formazione del personale, che verranno analizzati dalla Direzione di Tiviz per il 2024.

Nel 2023 sono state effettuate un numero di ore di formazione leggermente inferiore al 2022: 108 ore nel 2023, contro le 112 ore del 2022 per un totale di 5 corsi, di cui uno relativo a formazione obbligatoria e tre di formazione specifica. Un buon risultato considerato anche le attività lavorative quotidiane, che hanno fortemente impegnato i collaboratori di Tiviz.

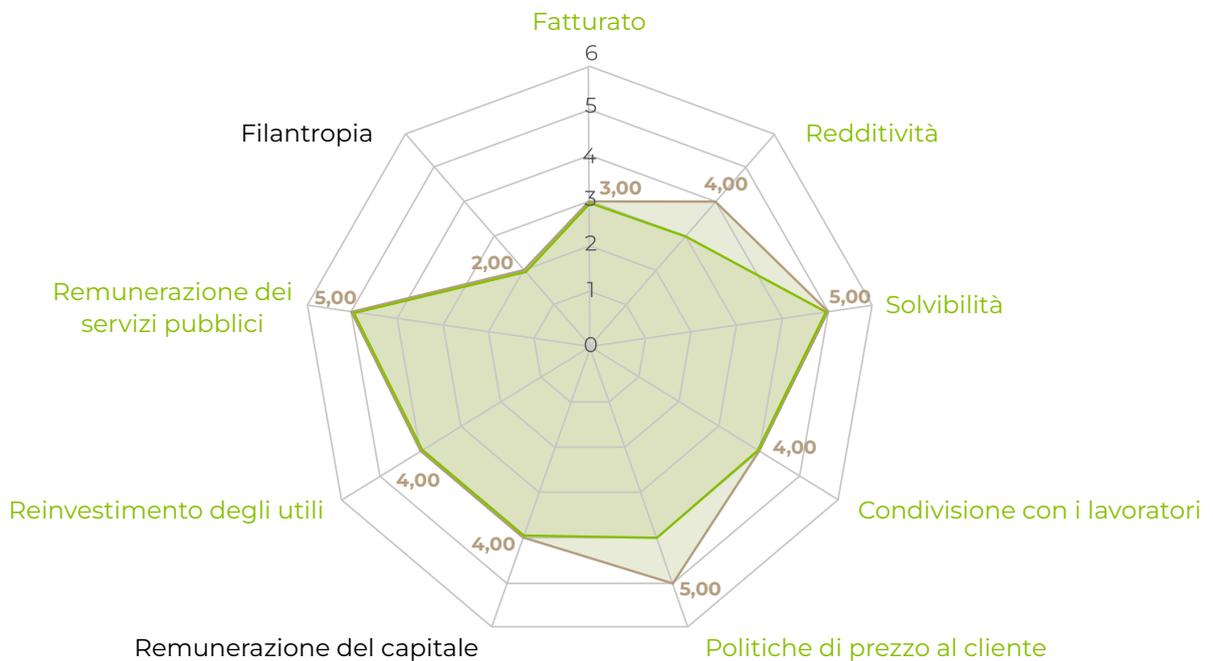
Nel 2024 l'obiettivo di Tiviz sarà quello di migliorarsi ancora, organizzando altri corsi formativi specifici che andranno ad affiancarsi alla formazione obbligatoria.

LA CREAZIONE DI VALORE ECONOMICO ↙

2023



2022



Legenda:

- Autovalutazione impresa
- Valutazione soci

Gli elementi in verde sono quelli valutati molto rilevanti dall'impresa.

La valutazione è assegnata su una scala da 1 a 6:

- 1= FORTE CRITICITÀ
- 2= QUALCHE PROBLEMA
- 3= OK MA MIGLIORABILE
- 4= BEN PRESIDATO
- 5= UN RISULTATO SPECIALE
- 6= INSUPERABILE

La rappresentazione analitica dei risultati ottenuti nell'area del Valore Economico è molto soddisfacente, in quanto l'autovalutazione dell'azienda e la valutazione del socio sono coincidenti per tre fattori: "fatturato", "redditività" e "filantropia". Per tutti gli altri la valutazione del socio è superiore a quella dell'azienda, anche di due punti.

Fatturato, redditività e solvibilità

I risultati economici dell'anno si confermano soddisfacenti. Il fatturato previsto in fase di stesura del budget è stato raggiunto, confermando anche quanto indicato nella relazione dello scorso esercizio. Gli interventi sui processi produttivi hanno contribuito come programmato.

La solvibilità dell'azienda è solida grazie alla decisione di reinvestire una parte significativa dei profitti e alla qualità della clientela, oltre alla scrupolosa gestione del credito. Questo approccio ha un impatto positivo anche sui nostri fornitori, che vengono saldati puntualmente secondo i termini contrattuali stabiliti.

Solidità patrimoniale e indipendenza

Il risultato dell'anno consente di confermare l'alto livello di solidità patrimoniale, ciò che sarà propedeutico per i futuri progetti di sviluppo. Come previsto lo scorso anno il finanziamento di medio termine in essere è stato rimborsato anticipatamente per una quota significativa. Questo al fine di garantire il miglior rating possibile in funzione dei piani di investimento per il futuro.

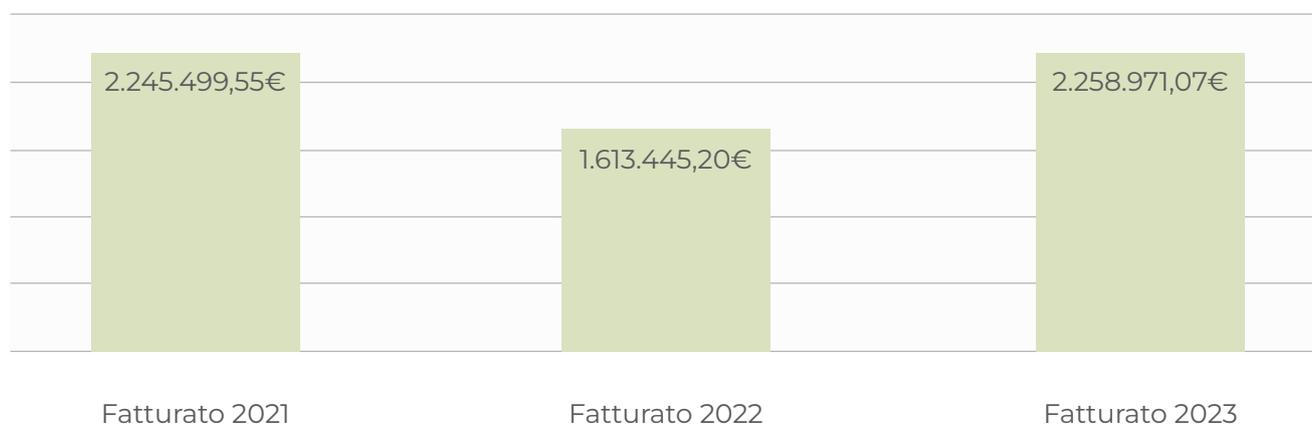
Investimenti

Tiviz, grazie alla propria solidità patrimoniale ed alla propria reputazione nel settore, conferma la volontà di investimento in nuove soluzioni tecnologiche funzionali alla propria clientela, in particolare riguardo all'AI.

Fiducia degli azionisti

Confermata in pieno la fiducia degli azionisti nei confronti della società e del management.

Adattamento del fatturato





SOSTENIBILITÀ SOCIALE E AMBIENTALE: “FIRST DO NO HARM”



SOSTENIBILITÀ SOCIALE E AMBIENTALE ↙

La Buona Impresa, coerentemente con le sue caratteristiche e dimensioni, gestisce in modo responsabile, sostenibile e trasparente le ricadute che ha sulla comunità e sull'ambiente.

L'impegno di Tiviz non è soltanto quello di **creare valore attraverso i tre pilastri** fondamentali del suo business, ma è anche quello di **presidiare le relative ricadute sociali e ambientali**.

Viste le sue dimensioni modeste e soprattutto la tipologia di attività (azienda di servizi), non è questa l'area in cui Tiviz produce il suo maggiore impatto. È, comunque, importante che si impegni per danneggiare il meno possibile l'ecosistema e i suoi abitanti.

In questa area non esistono, infatti, per Tiviz vere e proprie "aree di rischio". Le valutazioni che seguono hanno il solo scopo di fornire un'analisi più approfondita.

La matrice di materialità

La Matrice di Materialità introduce anche questa sezione. Qui vengono evidenziati gli elementi ritenuti rilevanti sia da Tiviz che dagli stakeholder. Questi ultimi hanno espresso una loro valutazione solo relativamente all'importanza che gli elementi hanno per una società che presenti le stesse caratteristiche di Tiviz e che per questo devono essere presidiati. Non è prevista una loro valutazione di merito, cioè una valutazione puntuale di come l'impresa gestisce tali impatti, poiché si ritiene che non disponga di sufficienti informazioni per poterla effettuare.

Dal momento che, come già anticipato, gli impatti sono modesti e talvolta irrilevanti proprio a causa del tipo di attività svolta e delle dimensioni contenute della nostra impresa, abbiamo valutato alcuni elementi proposti dal modello della Buona Impresa come "non applicabili / non rilevanti" (=0). E sono i seguenti: "materie prime", "emissioni", "acqua e scarichi idrici" e "sistema di gestione ambientale".

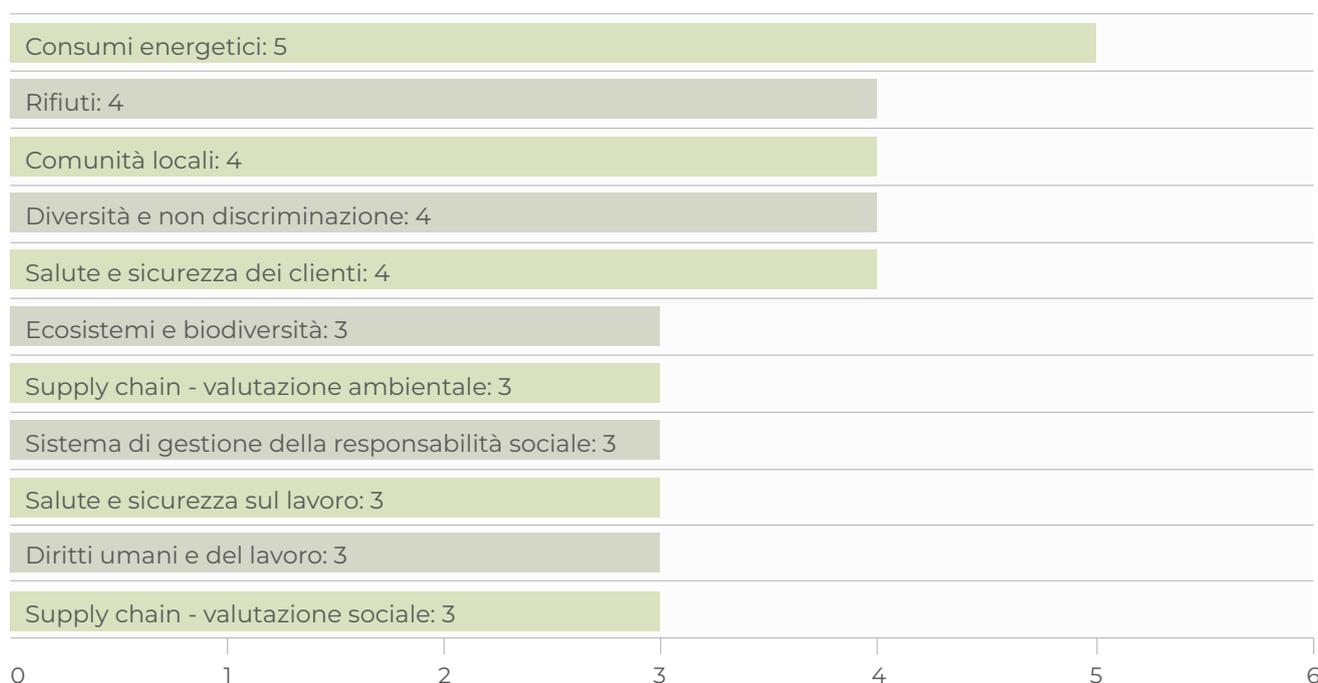
ELEMENTI MATERIALI		DESCRIZIONE	TV	SH
SOSTENIBILITÀ SOCIALE E AMBIENTALE				
●	Consumi energetici	Osservare e gestire i consumi energetici prodotti dall'azienda ai fini di ridurre i potenziali impatti negativi sull'ambiente.	3	2,25
●	Ecosistema e biodiversità	Osservare e gestire i potenziali impatti negativi che l'impresa può avere sull'ecosistema (terreni, flora e fauna e biodiversità) in ottica di riduzione degli stessi.	3	1,73
●	Rifiuti	Osservare e gestire la produzione e lo smaltimento di rifiuti all'interno dell'impresa, in un'ottica di riduzione delle potenziali ricadute ambientali.	3	2,18
●	Supply chain valutazione ambientale	Osservare e gestire, attraverso un sistema di controllo e/o monitoraggio, l'operato dei fornitori riguardo alle tematiche ai punti precedenti.	3	2,31

ELEMENTI MATERIALI	DESCRIZIONE	TV	SH	
SOSTENIBILITÀ SOCIALE E AMBIENTALE				
●	Sistema di gestione della responsabilità sociale	Osservare e gestire le ricadute sociali dei processi dell'impresa, in un'ottica di miglioramento delle stesse.	3	2,34
●	Salute e sicurezza sul lavoro	Osservare e gestire le tematiche di salute e sicurezza dei lavoratori ai fini di garantire un ambiente di lavoro salubre e sicuro per tutti i lavoratori.	3	2,58
●	Comunità locali	Osservare e gestire i potenziali impatti negativi che l'operato dell'impresa può avere nei confronti delle comunità locali nei territori in cui opera.	3	2,16
●	Diversità e non discriminazione	Osservare e gestire i temi legati alla diversità e non discriminazione che si possono presentare all'interno dell'impresa.	3	2,48
●	Diritti umani e del lavoro	Osservare e gestire i potenziali rischi legati alla tutela dei diritti umani e del lavoro.	3	2,53
●	Supply chain - valutazione sociale	Osservare e gestire le potenziali ricadute negative di natura sociale legate all'operato dei fornitori, nei confronti delle tematiche sopra citate.	3	2,28
●	Salute e sicurezza dei clienti	Osservare e gestire i potenziali rischi legati ai prodotti o alle attività dell'impresa sulla salute e sicurezza dei clienti.	3	2,55

La sostenibilità sociale e ambientale

Nel grafico a barre riportato di seguito vengono rappresentati i risultati delle valutazioni date agli elementi relativi all'area Sostenibilità ambientale e Sostenibilità sociale, ordinati in scala decrescente. Si tratta di un grafico di sintesi che presenta solo l'autovalutazione di Tiviz e si basa sulla stessa scala di valutazione utilizzata negli altri pilastri **(1=FORTE CRITICITÀ, 2=QUALCHE PROBLEMA, 3= OK MA MIGLIORABILE, 4=BEN PRESIDATO, 5=UN RISULTATO SPECIALE, 6=INSUPERABILE)**.

Come già evidenziato, per questi elementi non è prevista la valutazione di merito degli stakeholder su ciascun elemento di sostenibilità, cioè una valutazione puntuale di come l'impresa gestisce tali impatti, poiché si ritiene che non dispongano di sufficienti informazioni per poter valutare.



La sostenibilità ambientale

L'impatto principale di Tiviz sull'ambiente è, probabilmente, costituito dai consumi energetici. Tiviz, infatti, dispone di due uffici, uno a Livorno e uno a Milano, che sono dotati di illuminazione, riscaldamento, bagni, una cucina (solo la sede di Livorno), quotidianamente frequentati da dipendenti e collaboratori.

L'autovalutazione di Tiviz è piuttosto alta (5 punti su 6), in quanto, non solo viene tenuto un comportamento corretto e responsabile, ma Tiviz ha implementato anche alcune misure straordinarie. In futuro cercherà di aggiungerne altre per migliorare ulteriormente la sua sostenibilità ambientale.

All'utilizzo responsabile di illuminazione e condizionamento, si aggiunge il fatto che Tiviz si è dotata di **pannelli fotovoltaici**, che forniscono una parte rilevante delle fonti di approvvigionamento energetico specialmente, come ovvio, nei mesi tra aprile e ottobre.

Inoltre, negli ultimi anni sono stati **sostituiti tutti gli infissi degli uffici, per ridurre al minimo la dispersione termica, ed i climatizzatori per ridurre consumi ed emissioni. I climatizzatori** sono tutti alimentati con il **gas refrigerante R-32**, che garantisce elevate prestazioni con un impatto ambientale estremamente ridotto e il cui utilizzo sarà obbligatorio a partire dal 2025, ad ulteriore dimostrazione dell'attenzione che Tiviz ha nei confronti dell'ambiente.

Anche Tiviz, come qualunque altra impresa, produce emissioni di CO2 e di altre sostanze. Nel 2023 non ha monitorato le proprie emissioni, né le ha compensate. È ancora in fase di ricerca di un partner per l'avvio di tale procedura, con la speranza di riuscire in tale intento nel prossimo futuro.

Intanto, ha introdotto diverse attività per ridurre, o non aumentare, le emissioni di CO2. Tra queste, ad esempio, non vengono utilizzati **piatti, bicchieri e posate** in plastica usa e getta, ma in **carta compostabile e metallo**; viene effettuata un'attenta **raccolta differenziata, i rifiuti pericolosi** (come batterie e apparecchiature elettroniche non più utilizzabili) **vengono smaltiti in modo responsabile**. Per quanto riguarda il consumo di acqua potabile, si predilige l'acquisto di **bottiglie in vetro**. La nostra sede di Livorno, inoltre, è situata nel centro della città, vicino ai mezzi di trasporto; questo incentiva l'uso dei mezzi pubblici o la bicicletta per raggiungere i nostri uffici. Si favorisce l'utilizzo delle tecnologie di **meeting virtuale** per diminuire le riunioni di tipo tradizionale ed i relativi spostamenti. Ed ancora, viene utilizzata l'**archiviazione digitale** per ridurre ai minimi termini il consumo di carta per la stampa dei documenti.

Infine, ogni anno Tiviz, **per festeggiare il compleanno** di ciascun dipendente e membro della Direzione, **acquista un albero attraverso un progetto di forestazione, realizzato su aree messe a disposizione da enti pubblici italiani o da privati, assicurando il rispetto dei criteri di biodiversità, specificità territoriale, sostenibilità socioeconomica e permanenza delle nuove aree verdi**. Gli alberi regalati vanno a riqualificare delle aree verdi che si trovano in zone urbane o in aree parco accessibili in Italia, con la finalità di garantire la fruibilità da parte della comunità locale e di ottenere un significativo miglioramento paesaggistico rispetto alla situazione di partenza.

La sostenibilità sociale

Tiviz favorisce l'adozione di politiche e misure volte a promuovere il **rispetto e l'integrazione delle diversity, anche nel campo dell'orientamento sessuale e dell'identità di genere**. Il tema della rappresentanza, al momento, non è formalmente presidiato, ma la questione è gestita nei fatti: esiste **un buon equilibrio tra lavoro femminile e maschile in azienda**; una delle figure apicali dell'azienda, **l'amministratore delegato, è una donna; le ultime due figure assunte in azienda sono donne under 30**, segno che Tiviz considera la molteplicità e le differenze come valori e risorse preziose per l'azienda.

A tal proposito Tiviz ha come **obiettivo** per il 2024 di ottenere **la certificazione UNI/PdR 125:2022**, che definisce le modalità per la misura, la rendicontazione e la valutazione dei dati relativi alla parità di genere nelle organizzazioni tramite specifici KPI (Key Performance Indicator), con lo scopo di monitorare il livello di maturità dell'azienda, individuare i gap eventualmente esistenti e provvedere a colmarli attraverso la predisposizione e l'attuazione di un piano d'azione. Infatti, a fine dicembre

2023 Tiviz ha presentato la richiesta per la concessione di contributi per servizi di assistenza tecnica, accompagnamento e certificazione della Parità di Genere. Non appena ricevuti detti contributi Tiviz provvederà a dare avvio alle procedure per l'ottenimento di detta certificazione.

Inoltre, condividendo la visione secondo la quale qualsiasi azienda, nell'esercizio della propria attività di impresa, svolge un ruolo sociale con un impatto significativo sulle persone e sul contesto (*“la Buona Impresa produce al tempo stesso il bene del contesto in cui è inserita”*), **Tiviz si è adoperata per l'acquisto di un defibrillatore**, che è stato **donato alla propria città**: collocato in uno spazio esterno, vicino agli uffici Tiviz, è a disposizione della cittadinanza in caso di necessità.

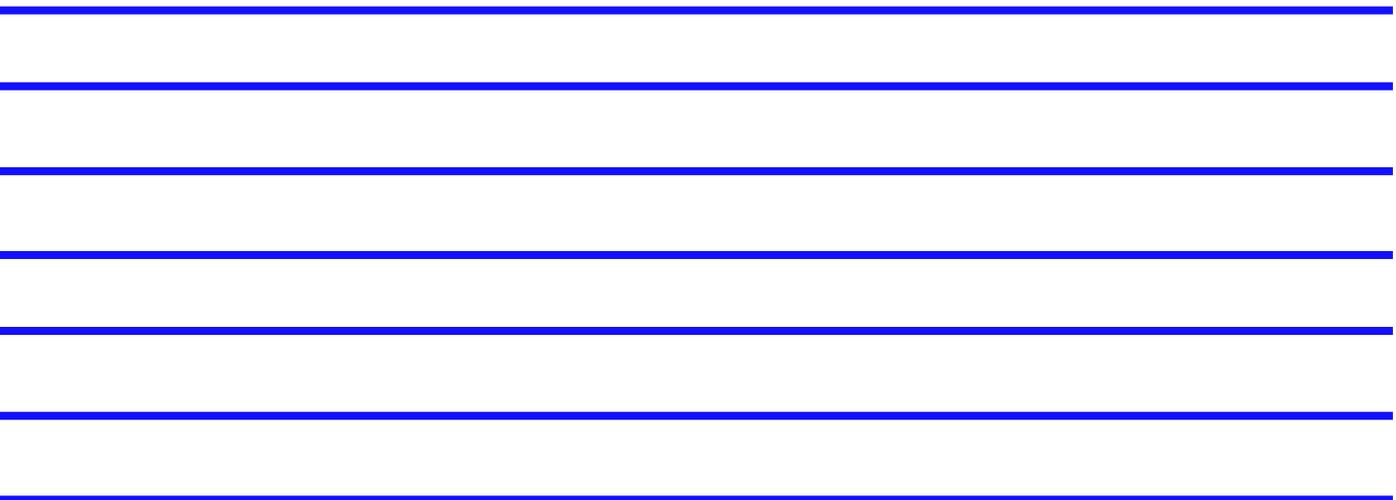
Il 7 febbraio 2023 l'A.D. di Tiviz ha consegnato il DAE al Sindaco di Livorno, Luca Salvetti, che ha riconosciuto la notevole importanza della presenza di un defibrillatore nel centro della città, anche considerando che quella in cui è stato sistemato, è un'area molto frequentata, tra uffici, residenti, scuole, negozi e servizi.

Tiviz ha, inoltre, inviato i dati del dispositivo salvavita, donato alla città, all'ufficio competente della USL Nordovest Toscana, in modo che potesse essere censito e mappato. Questo per consentire al servizio di Emergenza Territoriale, ma anche al privato cittadino, di localizzare velocemente il dispositivo più vicino.

Un gesto importante, quello di Tiviz, che contribuisce a favorire un intervento tempestivo dall'insorgenza dell'arresto cardiaco in attesa dell'arrivo dei soccorsi specializzati, ottimizzare il tasso di sopravvivenza e ridurre gli esiti neurologici invalidanti.

Inoltre, **è stata offerta la possibilità a tutti i dipendenti di partecipare ad un corso specifico per “Esecutori BLS/DAE Adulto e Pediatrico per Laici”**, il cui obiettivo è quello di formare i cittadini “comuni” per consentire loro di mettere in pratica manovre di primo soccorso, incluso l'utilizzo del defibrillatore, in caso di necessità.

Il 70% dei dipendenti ha aderito all'iniziativa, ottenendo un'attestazione di frequenza e superamento dell'esame finale con conseguente autorizzazione all'utilizzo del defibrillatore semi-automatico esterno, cosa che è stata molto apprezzata anche dallo stesso Sindaco.



La notizia è stata data ai cittadini sulla rete televisiva locale e riportata sulle testate giornalistiche cittadine.

In piazza Cavour un defibrillatore a disposizione della città

Martedì 7 Febbraio 2023 - 15:49



A consegnarlo al primo cittadino è stata l'A.D della società Tiviz Monica Cecchi. Il dispositivo salvavita è stato collocato in piazza Cavour 12, all'esterno del "Palazzo Rosso"

Il sindaco Luca Salvetti ha ricevuto in rappresentanza della città un defibrillatore che è stato collocato in una nuova postazione a disposizione della città, in piazza Cavour.

Ad effettuare la donazione la società Tiviz, specializzata nella comunicazione digitale, diventata Società Benefit nel 2021, anno in

cui ha celebrato i 16 anni dalla sua fondazione. Il dispositivo salvavita è stato collocato in piazza Cavour 12, all'esterno del "Palazzo Rosso", sede degli uffici di Tiviz, posto in uno spazio esterno e pronto ad essere utilizzato dalla cittadinanza in caso di emergenza. A consegnarlo al primo cittadino è stata l'A.D della società **Monica**

Cecchi che ha spiegato come la donazione rientra a pieno titolo tra le finalità della Società Benefit (introdotte nel nostro Ordinamento con la Legge di Stabilità 2016) le quali, non hanno soltanto l'obiettivo di produrre utili, ma perseguono anche l'interesse comune mediante una condivisione con la collettività del valore creato. Il sindaco ha riconosciuto come un defibrillatore nel centro della città sia da considerarsi di notevole importanza, trattandosi di un'area molto frequentata. Ed ha apprezzato il fatto che molti componenti dello staff Tiviz abbiano aderito al corso di formazione BLS/D per l'utilizzo del defibrillatore, il cui obiettivo è quello di formare i cittadini

"comuni" per consentire loro di mettere in pratica manovre di primo soccorso in caso di necessità.

Sempre nell'ottica secondo la quale "la Buona Impresa produce al tempo stesso il bene del contesto in cui è inserita", Tiviz ha partecipato alla campagna "Un click per la scuola" sostenuta da un Liceo Scientifico cittadino.

Si tratta di un'iniziativa per raccogliere crediti virtuali da utilizzare per l'acquisto di prodotti e strumenti utili per le classi e gli Istituti in generale.

Dopo aver aderito all'iniziativa su apposito sito indicato dall'istituto scolastico e accettato i termini di partecipazione, l'1% di ogni acquisto su Amazon.it effettuato da Tiviz è stato riversato in un portafoglio virtuale, per un periodo definito, attraverso il quale la scuola ha potuto acquistare materiale di varia natura.

Un piccolo gesto che denota, però, quanto Tiviz sia attenta alle realtà cittadine e ai giovani in particolare.





CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE: TIVIZ COME BUONA IMPRESA



CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE ↙

Nel modello della Buona Impresa® (www.labuonaimpresa.it), l'**approccio alla relazione** è ciò che rende più o meno **"buona" un'azienda:**

il modo con cui collega tra di loro i pilastri della sua attività (relazione tra gli elementi) e il modo con cui interpreta la relazione con i suoi portatori di interesse (relazione con la società)", nell'ottica di creare valore condiviso nel lungo periodo.

Pertanto, le pagine seguenti sono dedicate alle nostre considerazioni conclusive in merito a questi tre elementi:

- la capacità di creare sinergie tra le dimensioni di Prodotto, Lavoro e Valore Economico, non solo evitando che gli uni prevalgano sugli altri, ma facendo anche in modo che si influenzino positivamente a vicenda;
- la capacità di fare leva sulla coincidenza di interessi con gli stakeholder e di creare valore per tutti, costruendo con ciascuno relazioni di fiducia;
- la sostenibilità dell'impresa e della sua capacità di creare valore per sé e per gli altri nel lungo periodo, nel rispetto della società e dell'ambiente.

Infine, seguiranno due sezioni, nelle quali verranno definiti gli obiettivi di miglioramento, sui quali si baserà la strategia di sviluppo per il 2024, e ricapitolati gli SDGs su cui l'impresa produce un impatto positivo attraverso la sua attività.

Le persone sempre anche come fini, mai solo come mezzi.

Immanuel Kant

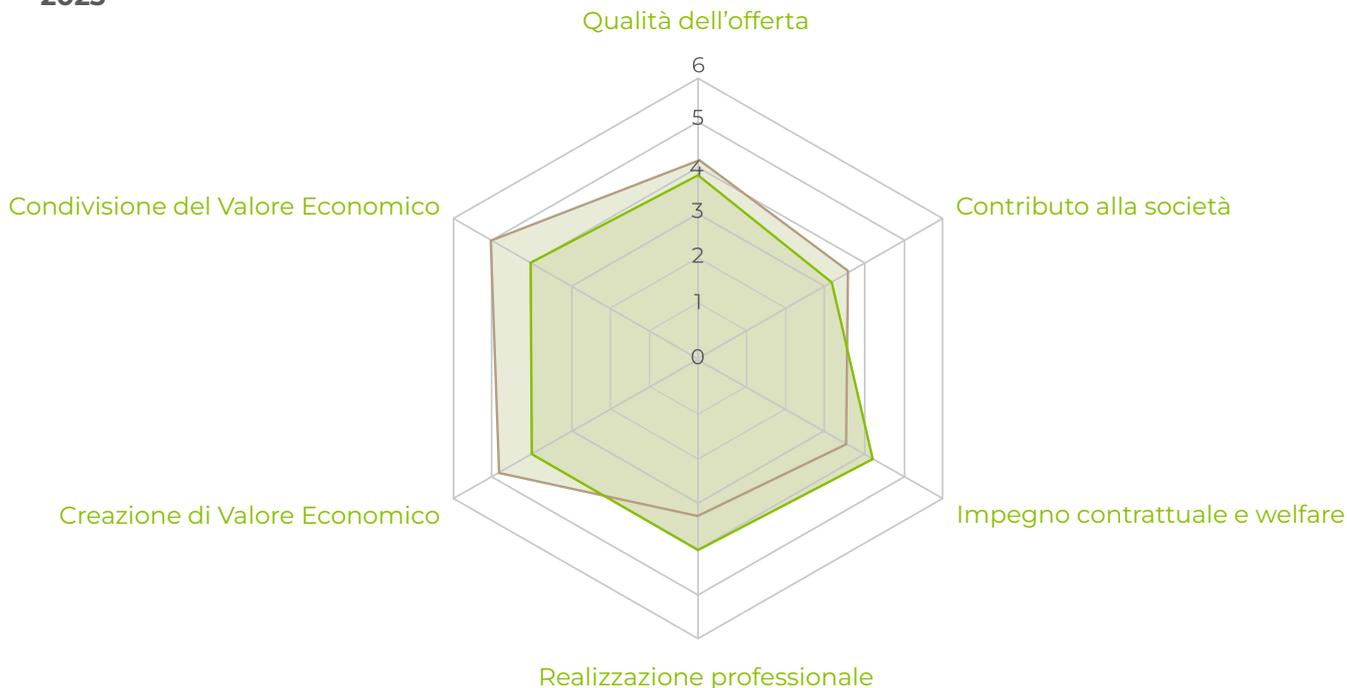
Lo sviluppo sostenibile è lo Sviluppo che soddisfa i bisogni del presente senza compromettere la capacità delle generazioni future di soddisfare i loro fabbisogni.

United Nations

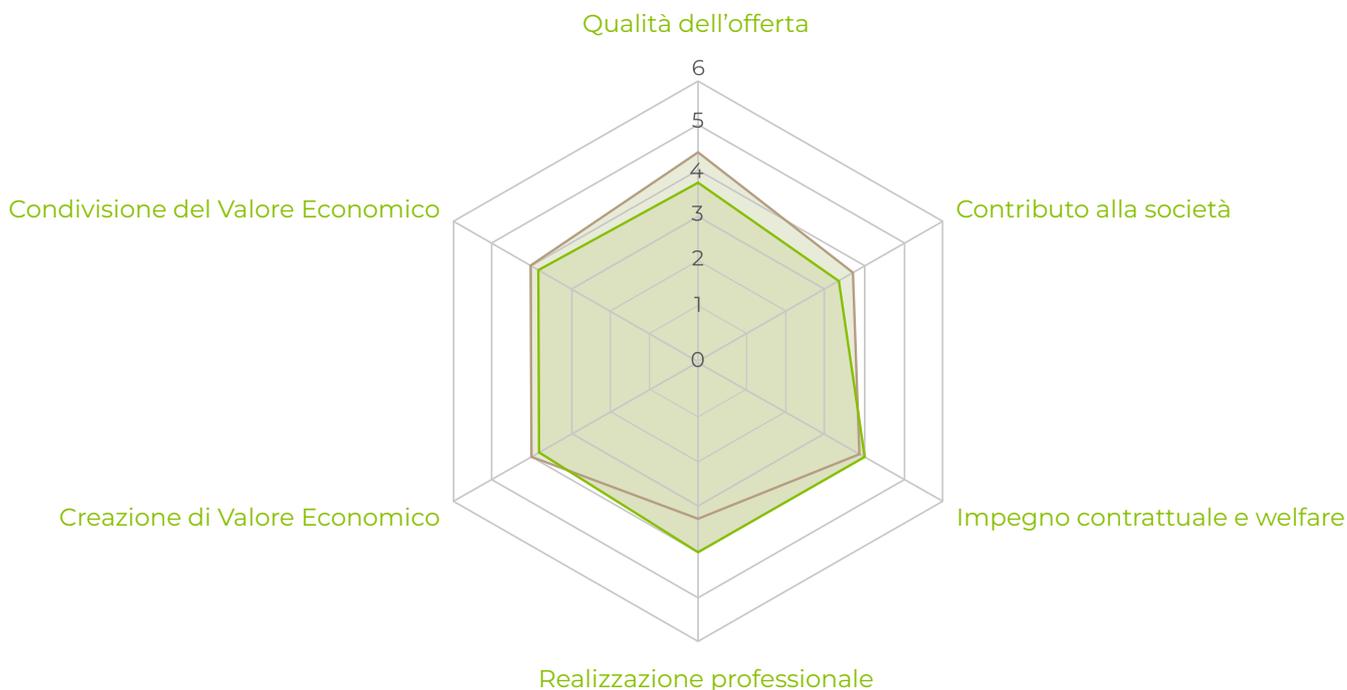


La creazione di valore economico

2023



2022



Legenda:

- Autovalutazione impresa
- Valutazione stakeholder

Gli elementi in verde sono quelli valutati molto rilevanti dall'impresa.

La valutazione è assegnata su una scala da 1 a 6:

- 1= FORTE CRITICITÀ
- 2= QUALCHE PROBLEMA
- 3= OK MA MIGLIORABILE
- 4= BEN PRESIDATO
- 5= UN RISULTATO SPECIALE
- 6= INSUPERABILE

Il grafico rappresenta in sintesi la creazione di valore attraverso i principali pilastri dell'attività di impresa: **Prodotto, Lavoro e Valore Economico**.

Vengono raffigurate le prime due dimensioni di ciascun pilastro (elementi che creano valore ed elementi che qualificano una "buona" creazione di valore):

- **"qualità dell'offerta" e "contributo alla società" per il Prodotto,**
- **"impegno contrattuale e welfare" e "realizzazione professionale" per il Lavoro,**
- **"creazione di Valore Economico" e "condivisione del Valore Economico" per il Valore Economico.**

La valutazione di sintesi per ciascuna dimensione (linea verde per l'impresa, linea marrone per lo stakeholder di riferimento) corrisponde alla media delle valutazioni assegnate ai singoli elementi che compongono quella dimensione, ponderata in base alla rilevanza assegnata a ciascun elemento.

Nella visione della Buona Impresa

l'impresa è gestita con un approccio sistemico: nessun elemento prevarica sugli altri e tutti si avvantaggiano del buon funzionamento complessivo del sistema

Ogni elemento, pertanto, deve poter raggiungere i propri obiettivi grazie al contributo degli altri pilastri e, a sua volta, contribuire al loro miglioramento.

Dal grafico emerge una **valutazione** di Tiviz **abbastanza equilibrata**: non ci sono picchi, né in senso negativo né in senso positivo; su tutte le dimensioni i risultati sono abbondantemente superiori al 3 ("ok ma migliorabile"), raggiungendo il 4 ("ben presidiato") per due dimensioni ("realizzazione professionale" e "creazione del Valore Economico"). Una terza dimensione, "impegno contrattuale e welfare", ha superato il valore di 4.

La valutazione degli stakeholder è superiore a quella di Tiviz per quasi tutte le dimensioni; per la "condivisione del Valore Economico" è maggiore addirittura di un punto. Solo per due dimensioni la valutazione di Tiviz supera quella degli stakeholder: si tratta della "realizzazione professionale" e dell'"impegno contrattuale e welfare", che riguardano il pilastro del Lavoro.

Rispetto allo scorso anno è migliorata la valutazione degli stakeholder in relazione alla "creazione del Valore Economico" e alla "condivisione del Valore Economico".

Per quanto riguarda la "realizzazione professionale", il risultato può essere considerato coerente con lo schema che dettaglia la creazione di valore tramite il Lavoro.

Si rinnova, quindi, la necessità di presidiare in maniera attenta e puntuale soprattutto i percorsi dei singoli collaboratori. Sarà uno degli obiettivi per il 2024.

Per quanto concerne "impegno contrattuale e welfare" la valutazione degli stakeholder ha subito una lieve riduzione, anche se il suo valore rimane, comunque, abbondantemente sopra 3, risultando, ancora ben valutato. È evidente che l'impegno contrattuale rappresenta una base solida e percepita come tale dai collaboratori nel loro rapporto con l'azienda. Questo fa sì che nel complesso la relazione tra azienda/collaboratore abbia delle fondamenta solide e un'attenzione al personale riconosciuta dai collaboratori stessi. Tiviz dovrà, tuttavia, analizzare e cercare di capire le motivazioni che hanno spinto gli stakeholder a fornire una valutazione più bassa rispetto al 2022.

In generale, possiamo definire **la valutazione degli stakeholder molto positiva** per quanto riguarda la parte del Valore Economico, che è ulteriormente migliorata rispetto al 2022, così come quella relativa al Prodotto. In entrambe le situazioni, la valutazione degli stakeholder è superiore a quella dell'impresa. Questo può derivare dalla volontà di Tiviz di mantenere standard elevati, senza ritenersi soddisfatti dei risultati raggiunti. Il focus di Tiviz è e deve rimanere l'attenzione e il monitoraggio di ciò che va migliorato.

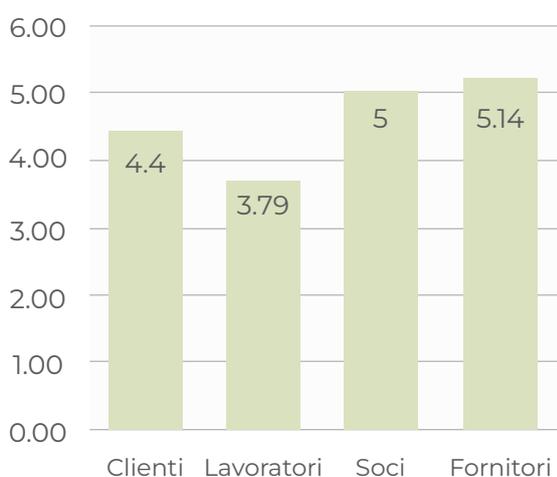
Emerge chiaramente uno dei **punti di forza** di Tiviz, che è la **“qualità dell’offerta”**.

La nostra **attenzione al cliente nel pre e post-vendita**, così come il **supporto costante** sono chiaramente apprezzati dai nostri stakeholder.

Infine, è importante evidenziare come questi risultati positivi devono, nel complesso, rappresentare per Tiviz un ottimo risultato, ma emerge la necessità di importanti riflessioni sulla dimensione del Lavoro. Nonostante questo, la qualità del prodotto e il Valore Economico generato non vengono impattati negativamente. Sembra, quindi, emergere un’esigenza di carattere manageriale e umano, su cui Tiviz deve lavorare internamente con i suoi collaboratori.

La relazione con gli stakeholder

2023



2022



Questo tipo di grafico rappresenta la valutazione complessiva data dagli stakeholder sulla capacità dell’impresa di svilupparsi in armonia con la società nel suo complesso. È forse l’indicatore più rilevante rispetto alla capacità dell’impresa di crescere in armonia con il contesto, facendo leva su quella che la Buona Impresa chiama “la sostanziale coincidenza di interessi” con gli interlocutori prioritari.

La Buona Impresa ideale, nostro modello di riferimento, è **“uno strumento al servizio delle persone”**, con le quali instaura uno scambio “ben più articolato del puro passaggio di denaro e in questa ricca articolazione, trova lo spazio per coltivare la **reciproca soddisfazione**”.

Scambio tra impresa e clienti

“I clienti comprano un prodotto che per loro vale di più del prezzo che pagano”. Il “buon prodotto”, infatti, oltre ad appagare una necessità del cliente, deve contribuire al progresso della società.

Scambio con i collaboratori

I collaboratori forniscono all’impresa, oltre al loro tempo, anche il loro talento, quando si realizzano le giuste condizioni. Una Buona Impresa fornisce, invece, una congrua remunerazione insieme alla possibilità di **realizzarsi professionalmente**. Questo avviene indipendentemente dalla tipologia di attività lavorativa. Infatti, anche in caso di un’attività molto operativa che non consentirebbe un adeguato appagamento del bisogno di realizzazione, possono essere soddisfatte esigenze relazionali, di autonomia, riconoscimento e appartenenza.

L’impresa, che è in grado di organizzare il lavoro in modo tale da mettere ciascun collaboratore nella condizione di **sfruttare a pieno i propri talenti**, ottiene una migliore partecipazione alla missione produttiva e l’avvio del circolo virtuoso tra Lavoro, Prodotto e Profitto.

La Buona Impresa dialoga anche con gli investitori

L'impresa fornisce agli investitori, oltre ad un'adeguata remunerazione, anche un ritorno in termini di contributo allo sviluppo positivo della società. In cambio riceve fiducia, che costituisce un grande sostegno nei momenti di difficoltà che ogni impresa può incontrare.

Questi scambi avvengono in un contesto sociale e ambientale, che la Buona Impresa cerca di tutelare come può e la sensazione di influenzare positivamente il sistema sociale di cui tutti facciamo parte, è una gratificazione e una forte motivazione per ogni persona che entra in rapporto con Tiviz.

I valori che emergono dal grafico relativo all'anno 2023 sono indubbiamente positivi: il dato che riguarda i clienti (4,4) testimonia il **buon rapporto che Tiviz è riuscita ad instaurare e continua a mantenere con i propri clienti**. Anche se il valore è in lieve calo rispetto al 2022 (4,64), la relazione tra Tiviz ed i propri clienti è ritenuta "ben presidiata".

Ottima la relazione anche con i soci, notevolmente migliorata rispetto all'anno precedente: si è passati da 4 ("ben presidiato") a 5 ("un risultato speciale"), segno che l'operato di Tiviz è adeguato alle aspettative dei soci, che ricambiano con grande fiducia.

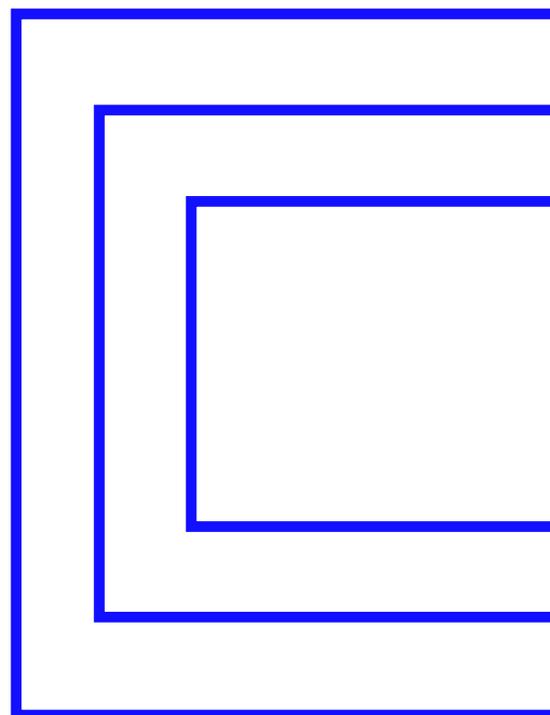
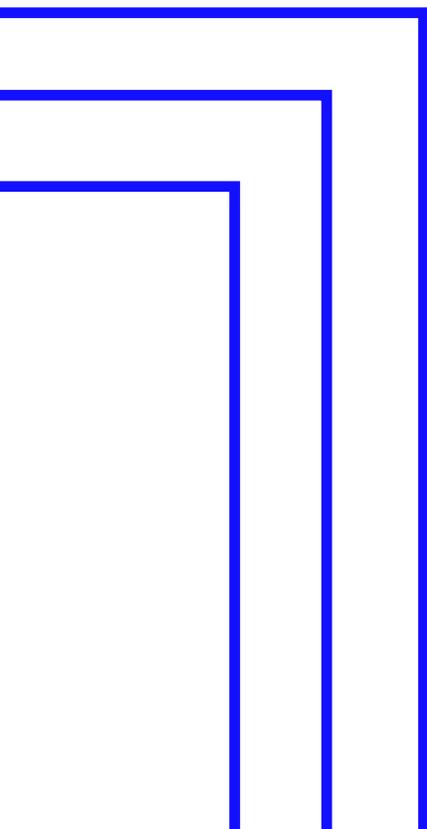
Il rapporto con i fornitori è quello che ha ottenuto il risultato migliore: 5,14, in crescita rispetto al 2022 (5,06). Di nuovo viene riconosciuto un **ottimo rapporto di supporto e collaborazione con i nostri fornitori**.

In alcuni casi, infatti, sono state create e sussistono importanti e durature partnership che hanno dato vita a **sinergie di grande rilevanza**.

Tutto ciò, se da una parte ci gratifica, dall'altra ci motiva a fare ancora meglio in futuro.

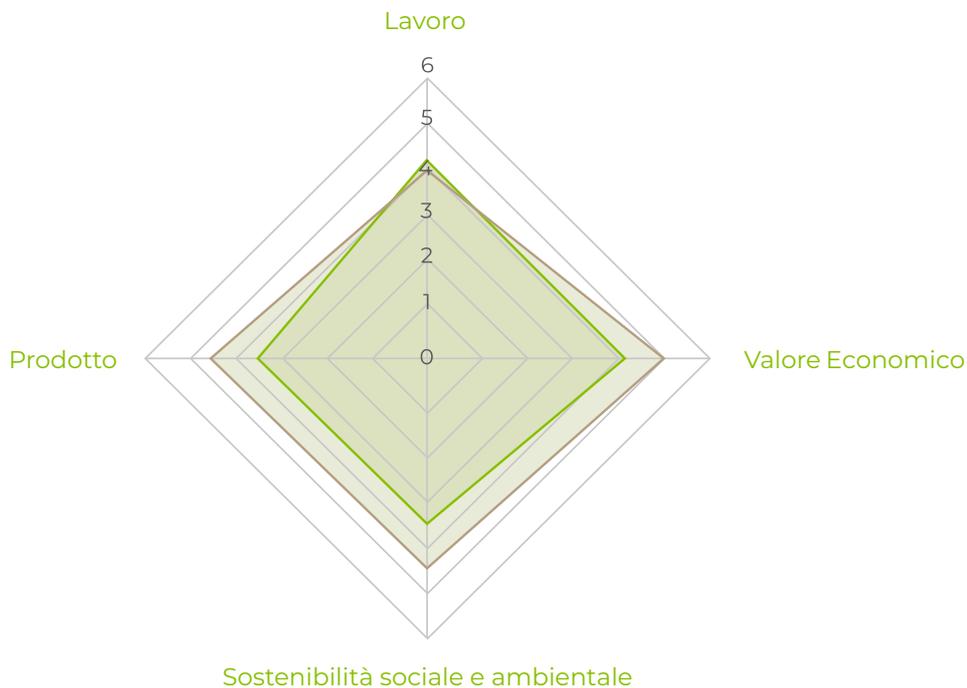
Il valore più basso è quello che riguarda i lavoratori: si è passati da 4,13 "ben presidiato" del 2022 al 3,79 "ok ma migliorabile" del 2023.

È sicuramente un rapporto ancora positivo, ma si conferma quanto già espresso nella sezione dedicata al pilastro del Lavoro, nella quale è stato sottolineato che Tiviz dovrà effettuare un'attenta analisi dei risultati e cercare soluzioni che possano portare ad aumentare il livello di soddisfazione dei propri stakeholder.

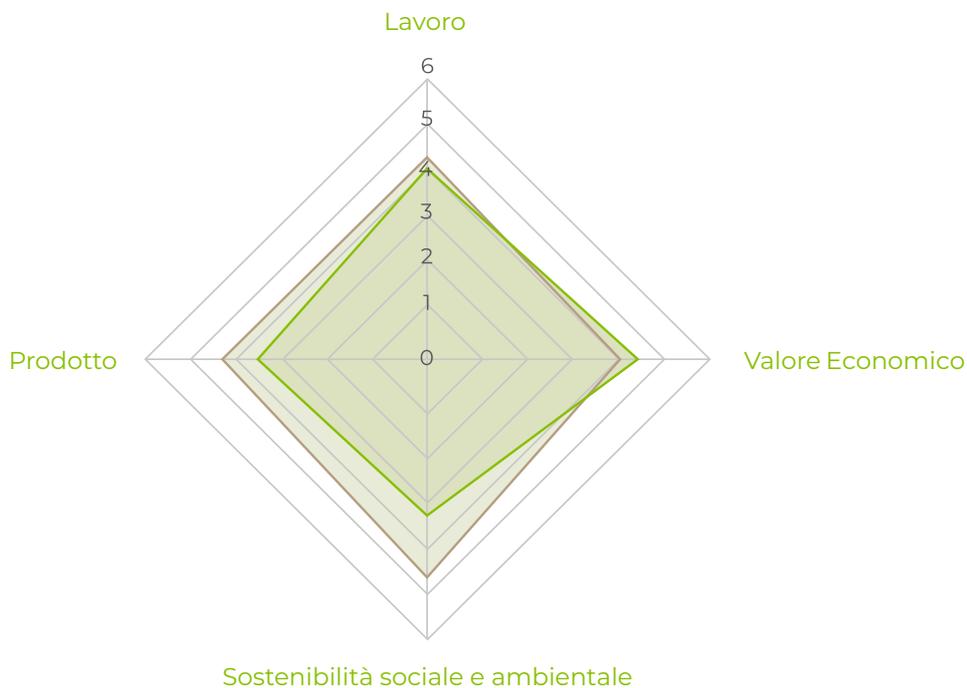


La sostenibilità dell'impresa nel tempo

2023



2022



Legenda:

- Autovalutazione impresa
- Valutazione stakeholder

Gli elementi in verde sono quelli valutati molto rilevanti dall'impresa.

La valutazione è assegnata su una scala da 1 a 6:

- 1= FORTE CRITICITÀ
- 2= QUALCHE PROBLEMA
- 3= OK MA MIGLIORABILE
- 4= BEN PRESIDATO
- 5= UN RISULTATO SPECIALE
- 6= INSUPERABILE

Questa tipologia di grafico fornisce una visione complessiva della capacità di continuare a generare valore per la società nel lungo periodo, che è uno degli elementi peculiari del modello della Buona Impresa. Ancora una volta vengono messe a confronto la visione aziendale (in verde) e quella degli stakeholder (in marrone).

Nei tre vertici superiori, vengono rappresentate le “terze dimensioni” relative a **Prodotto, Lavoro e Valore Economico** e in particolare:

- **sostenibilità dell’offerta:** autonomia e indipendenza produttiva (2), intercettazione e reazione ai bisogni (3) e fidelizzazione dei clienti (5);
- **sostenibilità organizzativa:** coesione con i lavoratori (5) e fornitori (4), presidio delle competenze distintive (3) e innovazione organizzativa (4);
- **sostenibilità economica:** solidità patrimoniale (5), investimenti (4), indipendenza (3) e fiducia degli investitori (5).

Per l’impresa viene espressa la media ponderata delle valutazioni negli elementi selezionati come rilevanti.

La valutazione degli **stakeholder**, invece, è rappresentata dalla media delle risposte fornite alle domande rispetto al futuro della relazione con l’impresa ed in particolare:

- **intenzione d’acquisto futuro da parte dei clienti;**
- **prospettive di restare in azienda per i lavoratori;**
- **continuità dell’investimento per i soci.**

Il vertice inferiore, invece, rappresenta la valutazione di sintesi rispetto alla **Sostenibilità Sociale e Ambientale**, interpretata come un fattore determinante per garantire il successo nel tempo dell’attività di impresa:

- **sostenibilità sociale e ambientale:** supply chain – valutazione ambientale (3), sistema di gestione della responsabilità sociale (3), salute e sicurezza sul lavoro (3), comunità locali (4), diversità e non discriminazione (4), diritti umani e del lavoro (3), supply chain - valutazione sociale (3), salute e sicurezza dei clienti (4), consumi energetici (5) e rifiuti (4).

Ancora una volta, per l’impresa viene espressa la media ponderata delle valutazioni negli elementi selezionati come rilevanti.

La valutazione degli **stakeholder**, invece, è la media delle risposte fornite dall’insieme degli stakeholder alla domanda sullo:

- **sviluppo armonico dell’impresa con il contesto.**

Anche in questo caso, il risultato complessivo di Tiviz è buono. Ancora da segnalare che la valutazione degli stakeholder è superiore a quella dell’impresa in tre pilastri su quattro: Prodotto, Valore Economico e Sostenibilità Sociale e Ambientale. Inferiore quella relativa al Lavoro, anche se, comunque, positiva. Situazione simile a quella del 2022, dove però la valutazione degli stakeholder era inferiore per il Valore Economico.

Emerge, quindi, la necessità di un’attenzione particolare di Tiviz per la creazione di valore con il Lavoro nel lungo periodo, nonostante la valutazione degli stakeholder sia di poco inferiore a 4, cioè “ben presidiato”.

Sicuramente **Tiviz dimostra di avere solidità patrimoniale e fiducia da parte degli investitori**. Possiamo considerare anche come “ben presidiata” l’“indipendenza economica”, anche se occorre sempre più focalizzarsi sulla diversificazione delle fonti di entrata per Tiviz. Questo soprattutto per quanto concerne il roster dei clienti. Da anni Tiviz collabora con grandi Gruppi: ciò comporta una concentrazione di fatturato, così come di risorse, su pochi player chiave.

Da questo deriva una possibile instabilità, nel caso venisse meno la relazione con uno di questi clienti. Questo elemento non influisce sulle capacità di Tiviz di intercettare e reagire ai bisogni dei propri clienti e, come evidenziato, il grado di **fidelizzazione dei nostri clienti** è uno dei nostri **punti di forza**.

Per quanto riguarda il Lavoro, si rinnova una valutazione complessiva buona ed emerge come **l'azienda ben presidi la coesione con i lavoratori e i fornitori**, nonostante siano emersi elementi di miglioramento.

Infine, gli stakeholder di Tiviz valutano in maniera ben più positiva dell'azienda stessa i temi di sostenibilità sociale e ambientale.

Tiviz si ritiene molto soddisfatta di questo risultato, con lo sguardo sempre rivolto ad un miglioramento costante.





VALUTAZIONE OBIETTIVI 2023



VALUTAZIONE OBIETTIVI 2023

Finalità 1

Innovazione tecnologica

OBIETTIVO STRATEGICO - Sostenere le imprese nel processo di innovazione digitale, curando la qualità del prodotto e del servizio, proponendo le soluzioni più avanzate in termini di tecnologia, creatività, efficacia.

OBIETTIVI	INDICATORI	2023	ELEMENTO D'IMPATTO	VALUTAZIONE
Portare ulteriori tre nuove tecnologie	Numero di nuove tecnologie portate sul mercato italiano	8	Innovazione di prodotto	 Raggiunto
Accrescere trend positivo	% clienti che, grazie ai progetti, adottano per la prima volta una nuova pratica/strumento/...digitale	1%	Innovazione di prodotto	 Raggiunto
Accrescere trend positivo (+2%)	% clienti che dichiarano di aver innovato le proprie performance di comunicazione digitale grazie a Tiviz	0	Cultura	 Non raggiunto

Avanguardia sociale ed ambientale

OBIETTIVO STRATEGICO - Integrare nell'offerta soluzioni migliorative dal punto di vista dell'impatto sociale e ambientale, coinvolgendo fornitori e clienti nel presidio dell'intero ciclo di vita dei prodotti tecnologici utilizzati: dalla selezione di fornitori e prodotti più performanti dal punto di vista sociale e ambientale, allo smaltimento sostenibile (stimolando il riciclo e/o il riutilizzo di singole componenti).

OBIETTIVI	INDICATORI	2023	ELEMENTO D'IMPATTO	VALUTAZIONE
Accrescere trend positivo	% di proposte che prevedono soluzioni "sostenibili"	30%	Contributo al benessere del pianeta	 Raggiunto
Accrescere trend positivo	Numero o % di aziende che hanno aderito a tali proposte	0	Cultura	 Non raggiunto
Implementare il ricondizionamento delle macchine, concretizzando gli effort e la partnership sviluppata nel 2022	Numero di macchine recuperate/ riutilizzate	0	Contributo al benessere del pianeta	 Non raggiunto

Finalità 2

Ambiente di lavoro

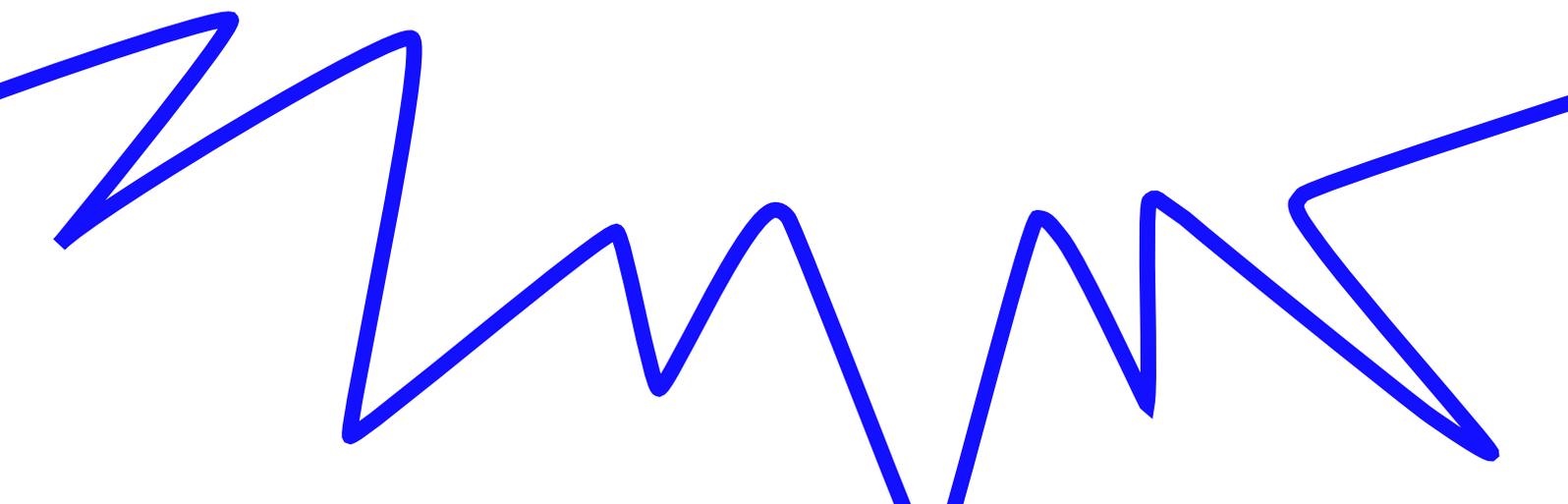
OBIETTIVO STRATEGICO - Creare un ambiente di lavoro stimolante, coinvolgente e funzionale al benessere, in cui ciascun collega possa portare proattivamente il proprio contributo alla vita della società e trovare spazio di ascolto e confronto.

OBIETTIVI	INDICATORI	2023	ELEMENTO D'IMPATTO	VALUTAZIONE
Definire uno strumento quantitativo per la misurazione del grado di soddisfazione	Grado di soddisfazione dei dipendenti rispetto alla qualità dell'ambiente e del lavoro	-	<ul style="list-style-type: none"> - Creazione e remunerazione del lavoro - Sicurezza sul posto di lavoro - Prospettive e tutela dei lavoratori - Riconoscimento - Relazione e collaborazione 	 Non raggiunto

Crescita professionale

OBIETTIVO STRATEGICO - Investire sulla crescita e lo sviluppo professionale, anche attraverso attività di formazione dedicate, con particolare riferimento ai giovani.

OBIETTIVI	INDICATORI	2023	ELEMENTO D'IMPATTO	VALUTAZIONE
Miglioramento del sistema di misurazione e definizione degli obiettivi	% di raggiungimento degli obiettivi prefissati per dipendente	-	Riconoscimento	 Non raggiunto
Mantenere la predilezione di assunzione di giovani	% di giovani in azienda rispetto agli anni precedenti	+1	Valorizzazione delle differenze e inclusione	 Parzialmente raggiunto
Consolidare la crescita di competenze, responsabilità e autonomia a tutti i livelli	% di dipendenti che afferma di avere acquisito competenze, responsabilità, autonomia	95%	Coerenza ruolo-persona	 Raggiunto
Organizzare e implementare almeno un'attività di formazione dedicata ai giovani	N. di attività di formazione individuale con focus specifico sui giovani	0	Formazione e sviluppo professionale	 Non raggiunto



Finalità 3

Buona cultura imprenditoriale

OBIETTIVO STRATEGICO - Impegnarsi nella diffusione dei principi della Buona Impresa, impegnata a soddisfare i bisogni di clienti, a creare una buona occupazione e alla ricerca di un equo profitto, in modo sostenibile dal punto di vista sociale e ambientale.

OBIETTIVI	INDICATORI	2023	ELEMENTO D'IMPATTO	VALUTAZIONE
Rafforzare e diffondere i valori della SB e i principi della Buona Impresa	Numero di imprese raggiunte dalle attività culturali	Contatti clienti e prospect	Cultura	 Raggiunto
Continuare ad accrescere il trend positivo (raggiungere quota 8)	Numero di soggetti che hanno chiesto approfondimenti su SB/BI	8	Cultura	 Raggiunto
Riuscire a raggiungere almeno un cliente/fornitore che dichiara di aver implementato nuove pratiche di sostenibilità o resp. ambientale o sociale per diretta interazione con Tiviz	Numero di clienti/fornitori che dichiarano di aver implementato nuove pratiche di sostenibilità o resp. ambientale o sociale	0	Cultura	 Non raggiunto

VALORE ECONOMICO E SOSTENIBILITÀ SOCIALE E AMBIENTALE ↙

Pur non essendo due elementi d'impatto direttamente connessi con le nostre finalità di Beneficio Comune, i risultati rappresentano per Tiviz un'importante occasione di riflessione nel nostro percorso come Buona Impresa. Questa riflessione deve sempre e comunque tenere conto delle dimensioni della società e, di conseguenza, delle relative possibilità di impatto.

Al contempo Tiviz è consapevole di quanto anche un piccolo contributo sia importante. Guardiamo al futuro consapevoli delle strade percorse e di quelle ancora da percorrere.

Valore Economico

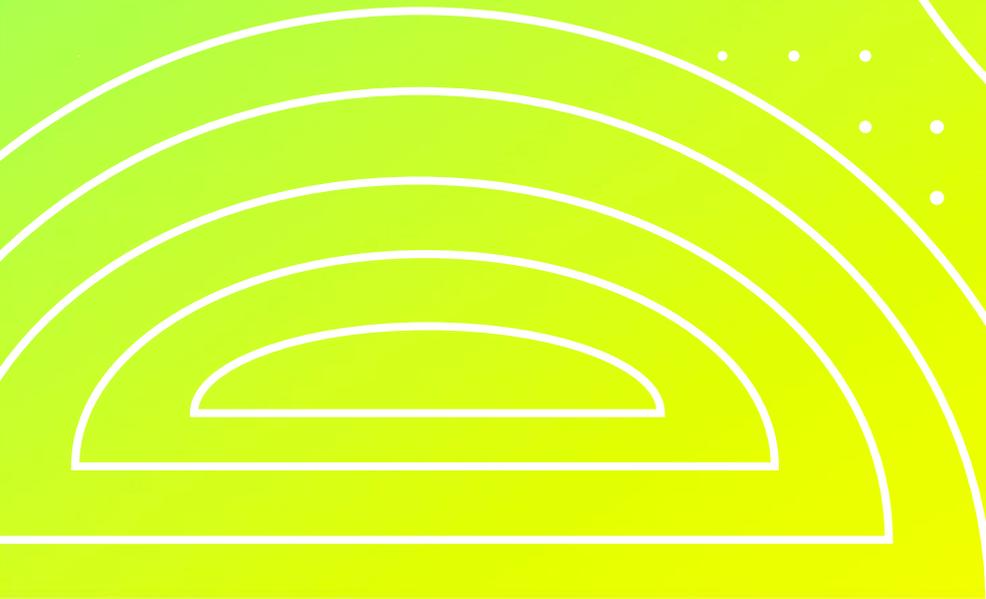
OBIETTIVI	INDICATORI	2023	ELEMENTO D'IMPATTO	VALUTAZIONE
Fatturato (30 % in più rispetto al 2022)	Variazione rispetto all'anno precedente (%)	+40%	Fatturato	 Raggiunto

Sostenibilità sociale e ambientale

OBIETTIVI	INDICATORI	2023	ELEMENTO D'IMPATTO	VALUTAZIONE
Realizzare almeno una attività di filantropia	N. nuove attività filantropiche	1	Fatturato	 Raggiunto



OBIETTIVI 2024



OBIETTIVI 2024

Finalità 1

Innovazione tecnologica

OBIETTIVO STRATEGICO - Sostenere le imprese nel processo di innovazione digitale, curando la qualità del prodotto e del servizio, proponendo le soluzioni più avanzate in termini di tecnologia, creatività, efficacia.

OBIETTIVI	INDICATORI	ELEMENTO D'IMPATTO
Portare ulteriori tre nuove tecnologie	Numero di nuove tecnologie portate sul mercato italiano	Innovazione di prodotto
Accrescere trend positivo	% clienti che, grazie ai progetti, adottano per la prima volta una nuova pratica/strumento/...digitale	Innovazione di prodotto
Accrescere trend positivo (+1%)	% clienti che dichiarano di aver innovato le proprie performance di comunicazione digitale grazie a Tiviz	Cultura

Avanguardia sociale ed ambientale

OBIETTIVO STRATEGICO - Integreare nell'offerta soluzioni migliorative dal punto di vista dell'impatto sociale e ambientale, coinvolgendo fornitori e clienti nel presidio dell'intero ciclo di vita dei prodotti tecnologici utilizzati: dalla selezione di fornitori e prodotti più performanti dal punto di vista sociale e ambientale, allo smaltimento sostenibile (stimolando il riciclo e/o il riutilizzo di singole componenti).

OBIETTIVI	INDICATORI	ELEMENTO D'IMPATTO
Portare ulteriori tre nuove tecnologie	% di proposte che prevedono soluzioni "sostenibili"	Contributo al benessere del pianeta
Accrescere trend positivo	Numero o % di aziende che hanno aderito a tali proposte	Cultura
Implementare il ricondizionamento di almeno una macchina, concretizzando gli effort e la partnership sviluppata nel 2022	Numero di macchine recuperate / riutilizzate	Contributo al benessere del pianeta

Finalità 2

Ambiente di lavoro

OBIETTIVO STRATEGICO - Creare un ambiente di lavoro stimolante, coinvolgente e funzionale al benessere, in cui ciascun collega possa portare proattivamente il proprio contributo alla vita della società e trovare spazio di ascolto e confronto.

OBIETTIVI	INDICATORI	ELEMENTO D'IMPATTO
Definire uno strumento quantitativo per la misurazione del grado di soddisfazione	Grado di soddisfazione dei dipendenti rispetto alla qualità dell'ambiente e del lavoro	<ul style="list-style-type: none"> - Creazione e remunerazione del lavoro - Sicurezza sul posto di lavoro - Prospettive e tutela dei lavoratori - Riconoscimento - Relazione e collaborazione

Crescita professionale

OBIETTIVO STRATEGICO - Investire sulla crescita e lo sviluppo professionale, anche attraverso attività di formazione dedicate, con particolare riferimento ai giovani.

OBIETTIVI	INDICATORI	ELEMENTO D'IMPATTO
Miglioramento del sistema di misurazione e definizione degli obiettivi	% di raggiungimento degli obiettivi prefissati per dipendente	Riconoscimento
Mantenere la predilezione di assunzione di giovani	% di giovani in azienda rispetto agli anni precedenti	Valorizzazione delle differenze e inclusione
Consolidare la crescita di competenze, responsabilità e autonomia a tutti i livelli (mantenere almeno percentuale dell'anno precedente)	% di dipendenti che afferma di avere acquisito competenze, responsabilità, autonomia	Coerenza ruolo-persona
Organizzare e implementare almeno un'attività di formazione dedicata ai giovani	N. di attività di formazione individuale con focus specifico sui giovani	Formazione e sviluppo professionale

Finalità 3

Buona cultura imprenditoriale

OBIETTIVO STRATEGICO - Impegnarsi nella diffusione dei principi della Buona Impresa, impegnata a soddisfare i bisogni di clienti, a creare una buona occupazione e alla ricerca di un equo profitto, in modo sostenibile dal punto di vista sociale e ambientale.

OBIETTIVI	INDICATORI	ELEMENTO D'IMPATTO
Rafforzare e diffondere i valori della SB e i principi della Buona Impresa	Numero di imprese raggiunte dalle attività culturali	Cultura
Continuare ad accrescere il trend positivo (raggiungere quota 10)	Numero di soggetti che hanno chiesto approfondimenti su SB/BI	Cultura
Riuscire a raggiungere almeno un cliente/fornitore che dichiara di aver implementato nuove pratiche di sostenibilità o resp. ambientale o sociale per diretta interazione con Tiviz	Numero di clienti/fornitori che dichiarano di aver implementato nuove pratiche di sostenibilità o resp. ambientale o sociale	Cultura

Valore Economico e sostenibilità sociale e ambientale

Pur non essendo due elementi d'impatto direttamente connessi con le nostre finalità di Beneficio Comune, i risultati rappresentano per Tiviz un'importante occasione di riflessione nel nostro percorso come Buona Impresa. Questa riflessione deve sempre e comunque tenere conto delle dimensioni della società e, di conseguenza, delle relative possibilità di impatto.

Al contempo Tiviz è consapevole di quanto anche un piccolo contributo sia importante. Guardiamo al futuro consapevoli delle strade percorse e di quelle ancora da percorrere.

Valore Economico

OBIETTIVI	INDICATORI	ELEMENTO D'IMPATTO
Fatturato (20% in più rispetto al 2023)	Variazione rispetto all'anno precedente (%)	Fatturato

Sostenibilità sociale e ambientale

OBIETTIVI	INDICATORI	ELEMENTO D'IMPATTO
Realizzare almeno una attività di filantropia	N. nuove attività filantropiche	Fatturato



LA VALUTAZIONE DELL'IMPATTO: GLI OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE



LA VALUTAZIONE DELL'IMPATTO: GLI OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE ↙

L'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile è un **programma d'azione per le persone, il pianeta e la prosperità**, sottoscritto nel settembre 2015 dai governi dei **193 Paesi membri dell'ONU**, tra cui l'Italia, con lo scopo di **condividere l'impegno a garantire un presente e un futuro migliore al nostro Pianeta e alle persone che lo abitano**.

L'Agenda definisce **17 Obiettivi di sviluppo sostenibile (Sustainable Development Goals – SDGs nell'acronimo inglese)** da raggiungere entro il 2030, articolati in 169 "target" o traguardi, che fanno riferimento a diversi domini dello sviluppo, relativi a tematiche di ordine ambientale, sociale, economico ed istituzionale, per porre l'Italia e il mondo su un sentiero sostenibile.

Il processo di cambiamento del modello di sviluppo viene monitorato attraverso i Goal, i Target e oltre 240 indicatori. Rispetto a tali parametri ciascun Paese viene valutato periodicamente in sede ONU e dalle opinioni pubbliche nazionali e internazionali.

Qui di seguito vengono ricapitolati gli SDGs su cui l'impresa produce un impatto positivo attraverso la sua attività, con i dettagli degli elementi che lo hanno generato, così come emergono da SABI – Strumento di Autovalutazione della Buona Impresa.

È considerato impatto positivo se la valutazione media complessiva dell'elemento data dall'impresa e dalle 4 categorie di Stakeholder è superiore a 3,5.

L'impatto del Prodotto sullo Sviluppo Sostenibile

Attraverso il suo Prodotto, l'azienda contribuisce direttamente al perseguimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda ONU 2030.

	Istruzione di qualità: attività di continua ricerca e divulgazione dell'innovazione tecnologica.
	Lavoro dignitoso e crescita economica: per la promozione di una crescita economica inclusiva, sostenuta e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva e un lavoro dignitoso per tutti.
	Industria, innovazione e infrastrutture: attraverso il supporto allo sviluppo e alla crescita dell'innovazione in tutti i settori del business.
	La vita sulla terra: attraverso l'acquisto di alberi per i compleanni dei dipendenti, supportando un progetto di forestazione per riqualificare le aree verdi che si trovano in zone urbane o in aree parco accessibili in Italia.
	Pace, giustizia e istituzioni forti: per l'impegno per una società complessivamente più responsabile, sostenibile e consapevole

L'impatto del Lavoro sullo Sviluppo Sostenibile

Attraverso il modo in cui organizza il Lavoro, l'azienda contribuisce direttamente al perseguimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda ONU 2030.

	Lavoro dignitoso e Crescita Economica: per la Qualità dei rapporti con i fornitori.
	Ridurre le disuguaglianze: per la Qualità dei rapporti con i fornitori.
	Consumo e Produzione Responsabili: per Sostegno all'indotto.

L'impatto del Valore Economico sullo Sviluppo Sostenibile

Attraverso la creazione e condivisione di Valore Economico, l'azienda contribuisce direttamente al perseguimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda ONU 2030.

	Lavoro dignitoso e Crescita Economica: per Fatturato, Solvibilità, Condivisione con i Lavoratori, Remunerazione del Capitale, Reinvestimento degli utili.
--	---

I rischi rispetto agli SDGs

Quest'anno Tiviz non presenta rischi rispetto agli SDGs.

Nel 2022, invece, uno degli obiettivi di sviluppo sostenibile era impattato dagli elementi a cui l'impresa, o una categoria di stakeholder, aveva dato una valutazione media non soddisfacente (inferiore a 3): impatto, dunque, potenzialmente negativo per l'ambiente o per la società. Si trattava dell'SDG 11 "Città e comunità sostenibili" ed era impattato per la Filantropia.

Nel 2023 Tiviz si è impegnata molto su questo tema con l'acquisto di un defibrillatore, donato alla propria città e collocato in uno spazio esterno, vicino agli uffici Tiviz, a disposizione della cittadinanza in caso di necessità. È stato censito e mappato dalle autorità cittadine competenti, per consentire al servizio di Emergenza Territoriale, ma anche al privato cittadino, di localizzarlo velocemente.

Inoltre, è stata offerta la possibilità ai dipendenti di partecipare ad un corso specifico per "Esecutori BLS/A Adulto e Pediatrico per Laici", il cui obiettivo è quello di formare i cittadini "comuni" per consentire loro di mettere in pratica manovre di primo soccorso quando necessario.

Il 70% dei dipendenti ha aderito all'iniziativa, ottenendo un'attestazione di frequenza e superamento dell'esame finale con conseguente autorizzazione all'utilizzo del defibrillatore semi-automatico esterno.

Infine, Tiviz ha partecipato alla campagna "Un click per la scuola" sostenuta da un Liceo Scientifico cittadino; un'iniziativa nata per raccogliere crediti virtuali da utilizzare per l'acquisto di prodotti e strumenti utili per le classi e l'istituto in generale.

Così, l'1% di ogni acquisto su Amazon.it effettuato da Tiviz è stato riversato in un portafoglio virtuale attraverso il quale la scuola ha potuto acquistare materiale di varia natura.

Entrambe queste attività dimostrano l'impegno di Tiviz nelle attività filantropiche a sostegno della realtà cittadina dove l'azienda ha sede, così come il focus sui giovani, soggetti centrali dell'impegno di Tiviz come Società Benefit.



INFORMAZIONI GENERALI SULL'AZIENDA

Nome della società: Tiviz Italia S.r.l. Società Benefit

Sede legale: Piazza Cavour 12 – 57123 Livorno

Sede Operativa: Via Gioacchino Rossini 3 – 20122 Milano (MI)

Forma giuridica: S.r.l.

Data di costituzione: 22/12/2005

Data di assunzione della qualifica SB: 19/10/2021

Settore Merceologico: 73.11 agenzie pubblicitarie

Numero di dipendenti: < 15 dipendenti

Responsabile dell'impatto: Dott. Silvio Fremura

Fatturato 2023: € 2.258.971,07

Sito web: <https://www.tiviz.it/>

Contatti: info@tiviz.it

Telefono: +39 0586 1881802 / +39 02 4548 2510

Tiviz Italia S.r.l. Società Benefit

Il Responsabile dell'Impatto

Dott. Silvio Fremura

www.tiviz.it