8. CAPITALE SOCIALE E RELAZIONALE

GRI 102-40
GRI 102-42
GRI 102-43

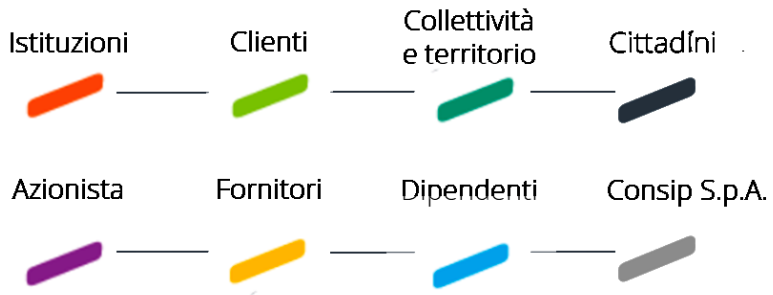
Le solide relazioni con i nostri principali *stakeholder* creano valore nel lungo periodo, sostenendo la crescita dell'ecosistema PA.

8.1 IL COINVOLGIMENTO DEGLI *STAKEHOLDER*

8.1.1 L'IDENTIFICAZIONE DEGLI STAKEHOLDER

Gli *stakeholder* di Sogei sono stati identificati in 8 principali categorie: Azionista - Clienti – Cittadini - Fornitori – Istituzioni – Collettività e territorio – Dipendenti – Consip S.p.A.

Gli *stakeholder* sono soggetti (individui o gruppi) espressione di interessi nei confronti di un'impresa e con i quali un'impresa interagisce nella gestione della propria attività. Sogei ritiene di importanza fondamentale sviluppare e mantenere relazioni efficaci e durature con i propri *stakeholder.* Il coinvolgimento ed il confronto con gli *stakeholder* (*stakeholder engagement*) è essenziale per definire gli obiettivi e favorire il processo decisionale.



8.1.2 STAKEHOLDER ENGAGEMENT

Il percorso di *stakeholder* engagement accompagna l'azienda durante l'intero ciclo di vita gestionale per garantirgli di essere reattiva ai costanti cambiamenti del contesto sociale, digitale, ambientale ed economico in cui opera.

L'attività di *stakeholder* engagement è diffusa all'interno della struttura di Sogei ed è presidiata costantemente con azione mirate a raccogliere interessi, bisogni ed aspettative degli *stakeholder*, nonché a comunicare loro i risultati raggiunti e i programmi promossi per uno sviluppo sostenibile delle attività di Sogei

Di seguito si riportano, in sintesi, le principali azioni ed iniziative realizzate nel corso dell'anno e gli strumenti di engagement adottati.

AZIONISTA	
AZIONI:	Incontri istituzionali - partecipazioni a tavoli di lavoro e cabine di regia.
STRUMENTI:	Audizioni, Atti di indirizzo, adunanze organi amministrativi, incontri presso le sedi istituzionali, partecipazioni a conferenze di settore.
INTERFACCIA:	Clienti, Collettività e territorio, Istituzioni
UNIDIREZIONALE/ BIDIREZIONALE:	Bidirezionale

CLIENTI	
AZIONI:	Indagini, dirette e indirette, sugli aspetti legati alla qualità dei prodotti / servizi, attraverso gruppi di lavoro a cui partecipano i Clienti, analisi dei risultati raccolti nel corso dell'erogazione dei servizi e rilevazioni su richiesta del Cliente, finalizzate alla verifica del livello di gradimento dei servizi erogati, eventi di *Open Innovation.*
STRUMENTI:	Meeting, *contact center*, *website, social media, customer events*, contrattualistica, contatto diretto, *e-mail.*
INTERFACCIA:	Clienti finali, Collettività e territorio, Istituzioni
UNIDIREZIONALE/ BIDIREZIONALE:	Bidirezionale

CITTADINI	
AZIONI:	Comunicazione
STRUMENTI:	Social media, Report integrato, sito istituzionale
INTERFACCIA:	Clienti
UNIDIREZIONALE/ BIDIREZIONALE:	Bidirezionale

FORNITORI	
AZIONI:	Sogei, per la selezione dei fornitori di beni e servizi, si avvale di Consip S.p.A. Per l'espletamento di tutte le attività e le procedure relative all'effettuazione di lavori su impianti di proprietà Sogei, o che ricadono comunque nella sua disponibilità, la Società si avvale del Provveditorato Interregionale per le Opere Pubbliche per il Lazio, l'Abruzzo e la Sardegna, che si attiene a quanto previsto dal Codice appalti.
STRUMENTI:	*Survey*, Codice Etico e contrattualistica, scambio di informazioni *on line*, Portale "Acquisti in rete PA", meeting e partnership collaborativa, *website.*
INTERFACCIA:	Consip S.p.A.
UNIDIREZIONALE/ BIDIREZIONALE	Bidirezionale

ISTITUZIONI	
AZIONI:	Audizioni Parlamentari in Camera e Senato (Commissioni Finanze, Bilancio e Commissione Parlamentare di Vigilanza sull'Anagrafe Tributaria), incontri istituzionali del management, partecipazione a tavoli di lavoro e cabine di regia, incontri individuali e di gruppo con rappresentanti di Istituzioni nazionali e internazionali, collaborazione e partnership con Università ed enti di ricerca, partecipazione a workshop, convegni ed eventi.

ISTITUZIONI	
STRUMENTI:	Audizioni, Atti di indirizzo, Convenzioni e Protocolli d'intesa, adunanze organi amministrativi, incontri presso le sedi istituzionali, partecipazioni a conferenze di settore.
INTERFACCIA:	Clienti, Azionista
UNIDIREZIONALE/ BIDIREZIONALE	Bidirezionale

COLLETTIVITA' E TERRITORIO	
AZIONI:	Stretta collaborazione con i Clienti per aumentare l'*engagement* dei cittadini, creare consapevolezza nella comunità sulle opportunità e sui rischi della *Digital Transformation*, mitigare i rischi legati alla digitalizzazione.
STRUMENTI:	*Social listening,* analisi *web, social network*, sito *web*, audizioni, *media relation*, Università.
INTERFACCIA:	Trasversale
UNIDIREZIONALE/ BIDIREZIONALE:	Bidirezionale

DIPENDENTI	
AZIONI:	Acquisire nuove competenze e creare un *digital workplace* per poter innovare e realizzare la convergenza digitale dell'Azienda, contribuendo al percorso di transizione al digitale della PA.
STRUMENTI:	*Survey*, Posta elettronica, Intranet, *Social Enterprise* aziendale, strumenti di collaborazione, corsi di sviluppo e formazione, sessioni informative e di incontro, sistema di ascolto HR, eventi per famiglie dei dipendenti, iniziative di *Open Innovation*, *Design Thinking.*
INTERFACCIA:	-
UNIDIREZIONALE/ BIDIREZIONALE:	Bidirezionale

CONSIP S.P.A.	
AZIONI:	Rapporto regolato da una convenzione
STRUMENTI:	Contrattualistica, contatto diretto, e-mail
INTERFACCIA:	Fornitori, Azionista
UNIDIREZIONALE/ BIDIREZIONALE:	Bidirezionale

GRI 102-44
GRI 102-47
GRI 102-49
GRI 103-1

8.2 L'ANALISI DI MATERIALITÀ

I temi materiali, così come definiti dai GRI *Standards*, sono gli aspetti che riflettono gli impatti economici, ambientali e sociali significativi di un'impresa e/o influenzano in modo sostanziale le valutazioni e le decisioni degli *stakeholder*. Per ciascun tema materiale individuato, lo Standard del *Global Reporting Initiative* ne prevede la rendicontazione secondo gli indicatori ad esso collegati.

Ai fini della redazione del presente documento, Sogei ha effettuato un'analisi di materialità a valle della quale sono stati identificati i c.d. "temi materiali", che sono stati inseriti e rendicontati nel Report integrato e che riflettono gli impatti economici, ambientali e sociali significativi dell'organizzazione, influenzando in modo sostanziale le decisioni degli *stakeholder*. La metodologia utilizzata è stata sviluppata tenendo in considerazione le linee guida di numerosi standard internazionali, tra cui il GRI, l'IIRC (*International Integrated Reporting Framework*) ma anche considerando la correlazione dei temi materiali agli obiettivi strategici dell'agenda 2030. Per completezza di analisi sono stati esaminati i temi materiali di settore suggeriti dal *Sustainability Accounting Standard Board* (SASB) - SASB Materiality Map®, per il settore "*Technology & Communications – Software & IT Services*". Il processo ha previsto anche un'analisi documentale di settore e *benchmarking*.

8.2.1 IL PROCESSO DI ANALISI DI MATERIALITÀ

I contenuti del Report integrato devono tenere conto delle aspettative, valutazioni ed influenza sull'organizzazione degli *stakeholder*, soggetti posti a monte e a valle della catena del valore.

Nel corso del 2021 l'analisi di materialità effettuata attraverso attività quali il confronto con il *top management*, l'analisi del contesto di riferimento, lo *stakeholder engagement* e il *benchmarking* con le più importanti realtà del settore, ha determinato un aggiornamento delle tematiche rilevanti identificate nel 2020, e il livello di priorità ad esse relative, considerato che non tutti gli aspetti materiali sono di uguale importanza. Nel presente Report integrato sono stati inseriti e rendicontati 19 temi materiali, rispetto ai 18 presenti nel Report del 2020 e in particolare:

- è stato introdotto il tema della creazione di valore condiviso che tiene conto del percorso di acquisizione della certificazione BCorp e di trasformazione di Sogei in Società Benefit avviato nel corso del 2021;
- è stata aggiunta la tematica relativa alla gestione integrata dei rischi, al centro del piano di investimenti realizzato dalla società nell'ultimo anno e che, ad oggi, costituisce un aspetto in continua evoluzione;
- è stata infine messa in evidenza la tematica specifica dell'Etica digitale che per Sogei rappresenta una componente essenziale della cultura organizzativa e dell'*execution* quotidiana.

Il processo ha anche comportato un'analisi di coerenza con gli indicatori di Benessere Equo e Sostenibile (BES) in precedenza richiamati.

I passaggi principali dell'analisi di materialità possono essere così sintetizzati:

8.2.2 I TEMI MATERIALI

I 19 temi materiali individuati sono ascrivibili alle diverse dimensioni della sostenibilità e sono stati suddivisi a partire da quanto sancito nell'IR *Framework dell'International Integrated Reporting Council* – IIRC, che richiama i "capitali" delle linee guida per la redazione del bilancio integrato dell'IIRC. Tuttavia l'analisi dei fattori che influenzano la capacità di Sogei stessa di creare valore sostenibile a favore dei propri *stakeholder* ha portato a creare, in coerenza con il suo nuovo modello di sostenibilità, 3 macro categorie: Sociale, Digitale e Ambientale.

Queste macro categorie sono significative all'interno e all'esterno per comprendere le attività di Sogei e gli impatti che esse generano nel contesto in cui Sogei opera.

Nella seguente tabella vengono indicate le ragioni per le quali i temi vengono ritenuti rilevanti, generando un impatto sulla pluralità degli *stakeholder*.

Ambito Sociale	
Tema materiale	Perché il tema è materiale
1 - Creazione di valore condiviso (Società Benefit/Bcorp)	Interiorizzare nella propria *mission* obiettivi di beneficio comune per gli *stakeholder*, per l'ambiente e per la comunità, significa poter misurare concretamente gli impatti in termini di sostenibilità. Il Modello di misurazione di Sogei contribuisce a costruire un futuro sostenibile per il Pianeta e per le Persone, garantendo agli azionisti profitti di lungo periodo. Dinanzi ai cambiamenti sociali e al deterioramento ambientale, è stato dato il giusto risalto alla reale correlazione tra sostenibilità e *corporate reputation*. Questo non le rende le Aziende migliori "al" mondo, ma sicuramente le migliori "per" il mondo..
2 - Trasparenza, etica e integrità nella conduzione del business	La trasparenza dei dati e processi amministrativi è fondamentale per una relazione efficace tra PA e cittadini. Il principio di trasparenza è strettamente correlato all'evoluzione del modello di amministrazione pubblica verso l'op*en government/open data*, in quanto si pone come chiave per garantire l'apertura del patrimonio

Tema materiale	Perché il tema è materiale
	informativo pubblico permettendo un controllo costante dell'attività da parte dei cittadini e promuovendo al tempo stesso la responsabilità degli amministratori pubblici.
3 - Compliance normativa	Una condizione per l'esistenza stessa dell'organizzazione è il rispetto delle regole (leggi e regolamenti del settore di riferimento) nel governo delle attività aziendali.
4 - Generazione e distribuzione di valore economico / finanziario	Al fine di creare e distribuire valore economico e finanziario a tutti gli *stakeholder*, anche con l'obiettivo di assicurare la sostenibilità economica degli stessi, Sogei non può prescindere dal raggiungimento di una *performance* economica e finanziaria sostenibile.
5 - Gestione integrata dei rischi (minacce e opportunità)	Il modello di gestione integrata del rischio si impone non come semplice modello di gestione del rischio stesso, bensì come un nuovo approccio culturale che si traduce in una logica gestionale diretta all'introduzione graduale dell'attività di controllo in azienda supportandola nella creazione di un clima etico correttamente orientato.
6 - Capacità attrazione talenti	Il capitale umano e le sue relative competenze sono alla base della gestione e dello sviluppo di un'organizzazione. La capacità di attrarre talenti è quindi uno degli indicatori con cui misurare il valore di un'organizzazione e contribuisce a rafforzare l'identità ed il *purpose* della stessa. Pertanto la capacità di disporre, all'interno di Sogei, di "talenti" permette l'arricchimento delle competenze, il rafforzamento della cultura d'impresa e l'aumento del grado di coinvolgimento e del senso di appartenenza.
7 - Formazione e sviluppo competenze	La durata nel tempo e la sostenibilità di Sogei passano dalla necessità di investire concretamente nello sviluppo delle risorse umane con percorsi di formazione idonei a valorizzare le competenze e a disporre di un capitale umano in grado di consentire la creazione di valore da parte dell'organizzazione, anche con i servizi forniti.
8 – Welfare aziendale – Work-life balance	Il raggiungimento ed il miglioramento dell'equilibrio tra vita professionale e privata ha acquisito un'importanza concreta e imprescindibile per un'azienda. Un sistema di welfare adeguato può consentire un miglioramento complessivo della capacità delle risorse umane di contribuire allo sviluppo e rafforzamento delle performance di un'organizzazione.
9 - Diversity, contaminazione e pari opportunità	La creazione e il mantenimento di un ambiente di lavoro in grado di garantire e tutelare la diversità e l'inclusività sono fattori centrali per la gestione delle risorse umane di Sogei.
10 - Salute e sicurezza sul lavoro	Il monitoraggio costante dei processi sensibili, con particolare attenzione alla prevenzione di infortuni e malattie professionali, sia per il proprio personale sia per terze parti interessate, costituisce un tema imprescindibile per la gestione aziendale di Sogei.
Ambito Digitale	

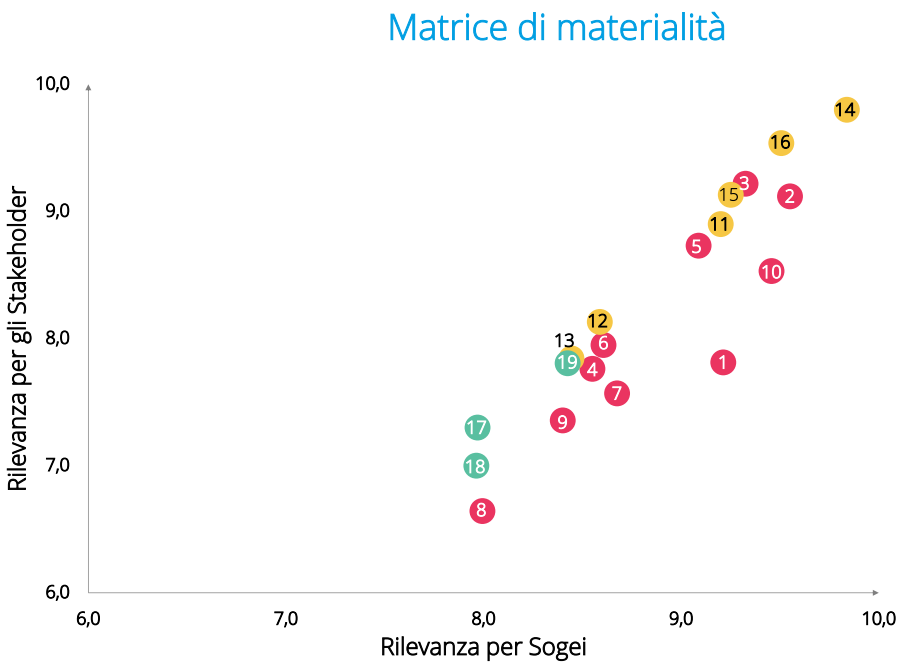
Tema materiale	Perché il tema è materiale
11 - Etica digitale	L'approfondimento del tema etico nei sistemi algoritmici, porta alla focalizzazione su otto tendenze tematiche chiave: privacy, responsabilità, sicurezza, trasparenza e spiegabilità, equità e non discriminazione, controllo umano della tecnologia, responsabilità professionale e promozione dei valori umani..
12 - Digitalizzazione ed inclusione digitale (*Digital inclusion*)	La digitalizzazione e l'inclusione digitale sono aspetti fondamentali del ruolo e della strategia di Sogei: l'inclusività e la cittadinanza digitale costituiscono uno strumento imprescindibile per consentire il raggiungimento dell'obiettivo di favorire, semplificare e migliorare le relazioni e le forme di collaborazione tra cittadino e PA.
13 - *User & Costumer eXperience*	Sogei non può prescindere dal mettere al centro delle soluzioni offerte e del proprio modello operativo le esigenze di clienti diretti e finali, al fine di garantire loro la piena rispondenza alle loro esigenze e un grado di soddisfazione adeguati.
14 – Sicurezza e *Data protection*	La protezione delle informazioni costituisce un tema fondamentale, oltre che un argomento di attenzione e di responsabilità, in riferimento al complesso sistema informativo gestito. Pertanto, l'attività di Sogei si deve svolgere considerando le attuali e potenziali conseguenze delle questioni inerenti la tutela della vita privata e la sicurezza dei sistemi informativi, che custodiscono informazioni sensibili di diversa natura di soggetti privati (persone fisiche e giuridiche) e pubblici.
15 – Sviluppo di sistemi e servizi ICT per il contrasto all'illegalità	I servizi che Sogei svolge hanno tra gli altri obiettivi il contribuire in modo strutturale ad assicurare la legalità e la *compliance* normativa che regola le attività svolte sul territorio nazionale e gli adempimenti collegati. Il controllo e monitoraggio del rispetto delle norme richiede sistemi infrastrutturali e servizi ICT capaci di fornire un supporto efficace ed efficiente in tal senso.
16 - Qualità ed affidabilità dei servizi	Qualità e affidabilità dei servizi sono condizioni di estrema rilevanza caratterizzanti la gestione sia dei rapporti con la clientela diretta che con gli utenti finali dei servizi. Per qualità si intende anche il livello di soddisfazione del cliente e la capacità dell'azienda di rispondere alle richieste sottostanti con adeguatezza e tempestività.

Ambito Ambientale

Tema materiale	Perché il tema è materiale
17 - *Green* ICT - utilizzo e gestione responsabile delle risorse:	Sogei è chiamata a contribuire attivamente alla riduzione dell'impatto dei sistemi ICT sull'ambiente attraverso un più efficiente utilizzo di risorse naturali e di materiali, anche attraverso una efficace gestione dei rifiuti ed una gestione sostenibile ed efficiente dei consumi delle risorse idriche a fini industriali.
18 - Consumi energia ed emissioni - mitigazione impatti *climate change*	Il profilo energetico di una infrastruttura ICT assume maggior rilievo in relazione agli effetti e impatti sull'ambiente delle proprie emissioni in relazione alla necessità di mitigare gli effetti negativi dei cambiamenti climatici.

Tema materiale	Perché il tema è materiale
19 - Gestione responsabile della *supply chain*	Sogei non può prescindere da una gestione della propria catena di fornitura per mantenere e assicurare un profilo realmente sostenibile. Ciò si fonda su meccanismi e strumenti che possano garantire, nel tempo, un pieno controllo della propria *supply chain* e una piena collaborazione e totale condivisione di una strategia di approvvigionamento complessivamente sostenibile.

La matrice di materialità rappresenta la sintesi grafica di tale processo ed evidenzia il posizionamento delle tematiche rispetto al livello di priorità della rilevanza e degli impatti valutati da Sogei rispetto alle valutazioni, interessi ed aspettative degli *stakeholder*.



Di seguito si rappresenta il ranking dei temi materiali combinato tra rilevanza per Sogei e per gli *stakeholder*.

Ranking	Ambito	Tema materiale
1	Digitale	14 - Sicurezza e *Data protection*
2	Digitale	16 - Qualità ed affidabilità dei servizi
3	Sociale	3 - *Compliance* normativa
4	Sociale	2 - Trasparenza, etica e integrità nella conduzione del *business*
5	Digitale	15 - Sviluppo di sistemi / servizi ICT per il contrasto all'illegalità
6	Digitale	11- Etica digitale

Ranking	Ambito	Tema materiale
7	Sociale	5 - Gestione integrata dei rischi (minacce e opportunità)
8	Sociale	10 - Salute e sicurezza sul lavoro
9	Digitale	12 - Digitalizzazione ed inclusione digitale (*Digital inclusion*)
10	Sociale	6 - Capacità attrazione talenti
13	Digitale	13 - *User & Costumer eXperience*
11	Ambientale	19 - Gestione responsabile della *supply chain*
12	Sociale	1 - Creazione di valore condiviso (Società *Benefit/Bcorp*)
14	Sociale	4 - Generazione e distribuzione di valore economico / finanziario
15	Sociale	7 - Formazione e sviluppo competenze
16	Sociale	9 – *Diversity*, contaminazione e pari opportunità
17	Ambientale	17 - *Green* ICT - utilizzo e gestione responsabile delle risorse
18	Ambientale	18 - Consumi energia ed emissioni - mitigazione impatti *climate change*
19	Sociale	8 - *Welfare* aziendale - *Work life balance*

8.2.3 I TEMI MATERIALI: LA RENDICONTAZIONE E LE RELAZIONI CON GLI SDGS E I BES

Il modello di rendicontazione di sostenibilità e trasparenza di Sogei prevede l'identificazione di alcuni ulteriori indicatori, rispetto ai GRI *Standards,* che si ritiene possano consentire una misurazione più puntuale della *performance* di Sogei rispetto ai temi materiali identificati.

A tale scopo sono stati utilizzati, quali fonti metodologiche di riferimento, studi di settore, analisi interne ed i principi contenuti nel documento *Software IT Services Standard 2018* pubblicato dal SASB – *Sustainability Accounting Standard Board*.

Nella tabella successiva, oltre ai temi materiali ed ai relativi indicatori di misurazione, vengono inoltre evidenziate le interconnessioni dei temi con gli SDG e i BES identificati da Sogei.

Ambito Sociale				
Tema materiale	GRI Specific Standard	Altri indicatori	SDGs	BES
1-Creazione di valore condiviso (Società *Benefit/Bcorp*)	GRI 203-1		8 - Lavoro dignitoso e crescita economica. 9 - Imprese, innovazione e infrastrutture. 16 - Pace, giustizia e istituzioni solide.	11 – Innovazione, Ricerca e Creatività, 2– Istruzione e Formazione, 8 – Benessere Soggettivo,

Ambito Sociale				
Tema materiale	GRI Specific Standard	Altri indicatori	SDGs	BES
				10 - Ambiente
2 - Trasparenza, etica e integrità nella conduzione del *business*	GRI 205-1 GRI 205-2 GRI 205-3	GOV-1 GOV-2 GOV-3 GOV-4	16 - Pace, giustizia e istituzioni solide.	12 – Qualità dei servizi
3 - *Compliance* normativa	GRI 307-1 GRI 419-1		16 - Pace, giustizia e istituzioni solide.	
4 - Generazione e distribuzione di valore economico / finanziario	GRI 201-1 GRI 203-1	ECO -1	8 - Lavoro dignitoso e crescita economica.	4 – Benessere Economico
5- Gestione integrata dei rischi (minacce e opportunità)	GRI 102-15 GRI 403-2		8 - Lavoro dignitoso e crescita economica. 16 - Pace, giustizia e istituzioni solide.	
6 - Capacità attrazione talenti	GRI 401-1	PVT-1 PVT-2 PVT-3 PVT-4 PVT-5	4 - Istruzione di qualità. 8 - Lavoro dignitoso e crescita economica.	2– Istruzione e Formazione, 3 – Lavoro e Conciliazione Tempi di Vita
7 - Formazione e sviluppo competenze	GRI 404-1 GRI 404-2 GRI 404-3	PVF-1 PVF-2 PVF-3 PVF-4 PVF-5	4 - Istruzione di qualità.	2 – Istruzione e Formazione
8- *Welfare* aziendale - *Work life balance*	GRI 401-2 GRI 401-3	PVW-1 PVW-2 PVW-3	5 - Parità di genere. 8 - Lavoro dignitoso e crescita economica.	3 – Lavoro e Conciliazione Tempi di Vita
9 – *Diversity*, contaminazione e pari opportunità	GRI 405-1 GRI 406-1		5 - Parità di genere.	3 – Lavoro e Conciliazione Tempi di Vita
10 - Salute e sicurezza sul lavoro	GRI 403-8 GRI 403-9		8 - Lavoro dignitoso e crescita economica.	3 – Lavoro e Conciliazione Tempi di Vita

Ambito Digitale				
Tema materiale	GRI Specific Standard	Altri indicatori	SDGs	BES
11- Etica digitale	GRI 102-17		16 - Pace, giustizia e istituzioni solide.	12 – Qualità dei servizi

Ambito Digitale				
Tema materiale	GRI Specific Standard	Altri indicatori	SDGs	BES
12 - Digitalizzazione ed inclusione digitale (*Digital inclusion*)		DIG-1 DIG-2 DIG-3 DIG-4 DIG-5	8 - Lavoro dignitoso e crescita economica. 9 - Imprese, innovazione e infrastrutture. 17 -Partnership per gli obiettivi.	11 – Innovazione, Ricerca e Creatività
13 - *User & Costumer eXperience*	GRI 102-43		8 - Lavoro dignitoso e crescita economica. 9 - Imprese, innovazione e infrastrutture.	11 – Innovazione, Ricerca e Creatività
14 - Sicurezza e *Data protection*	GRI 418-1	SDP-1 SDP-2 SDP-3 SDP-4 SDP-5 SDP-6 SDP-7 SDP-8 SDP-9 SDP-10	16 - Pace, giustizia e istituzioni solide.	11 – Innovazione, Ricerca e Creatività
15 - Sviluppo di sistemi / servizi ICT per il contrasto all'illegalità		ILL-1 ILL-2	16 - Pace, giustizia e istituzioni solide.	11 – Innovazione, Ricerca e Creatività, 9 – Paesaggio e Patrimonio Culturale
16 - Qualità ed affidabilità dei servizi		QAS-1 QAS-2 QAS-3	9 - Imprese, innovazione e infrastrutture.	11 – Innovazione, Ricerca e Creatività

Ambito Ambientale				
Tema materiale	GRI Specific Standard	Altri indicatori	SDGs	
17 - *Green* ICT - utilizzo e gestione responsabile delle risorse	GRI 303-3 GRI 306-2		8 - Lavoro dignitoso e crescita economica. 12 - Consumo e produzione responsabili. 13 - Lotta contro il cambiamento climatico.	10 - Ambiente
18 - Consumi energia ed emissioni -	GRI 302-1 GRI 302-3 GRI 302-4	PUE	7 - Energia pulita e accessibile.	10 - Ambiente

Ambito Ambientale				
Tema materiale	GRI Specific Standard	Altri indicatori	SDGs	
mitigazione impatti *climate change*	GRI 302-5 GRI 305-1 GRI 305-2 GRI 305-4 GRI 305-5		8 - Lavoro dignitoso e crescita economica. 12 - Consumo e produzione responsabili. 13 - Lotta contro il cambiamento climatico.	
19 - Gestione responsabile della *supply chain*	GRI 308-1 GRI 414-1	GSC-1 GSC-2 GSC-3	8 - Lavoro dignitoso e crescita economica. 12 - Consumo e produzione responsabili.	10 - Ambiente

8.3 LA RESPONSABILITÀ DELLA CATENA DI FORNITURA

GRI 102-9
GRI 103-1
GRI 103-2
GRI 103-3
GRI 308-1

8.3.1 IL CODICE ETICO ED I PRINCIPI BASE DEL RAPPORTO CON LA CATENA DI FORNITURA

Il rapporto tra Sogei e i fornitori è regolato in primo luogo dai principi contenuti nel Codice Etico, parte integrante del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D.Lgs 231 e dalle procedure aziendali che disciplinano i processi di approvvigionamento, secondo i principi di pubblicità, trasparenza, economicità, buona fede, parità di trattamento e non discriminazione tra concorrenti, richiamati nelle clausole contrattuali e in specifici impegni ad osservarli, che vengono fatti sottoscrivere e che si basano su una serie di standard internazionali, requisiti espressi dei Clienti e caratteristiche del settore. La collaborazione con partner affidabili è indispensabile per la creazione di valore, per garantire l'innovazione, il miglioramento continuo e per tutelare l'integrità e la reputazione di Sogei sul mercato. La gestione degli acquisti rappresenta, inoltre, un ulteriore strumento, a disposizione di Sogei, per ridurre gli impatti ambientali ed anche le ricadute sociali, in coerenza rispetto agli obiettivi di uno sviluppo sostenibile.

8.3.2 LA PROCUREMENT POLICY DI SOGEI ED IL RUOLO DI CONSIP

Sogei acquista beni, servizi e lavori necessari a garantire:

a) le attività produttive svolte a favore dei propri Clienti Istituzionali, regolate da contratti ed aventi l'obiettivo di soddisfare le esigenze specifiche delle amministrazioni pubbliche;

b) il funzionamento interno della struttura aziendale.

L'approvvigionamento avviene mediante il ricorso ai seguenti strumenti:

- Convenzione Acquisti stipulata con Consip e rinnovata il 4 febbraio 2019;
- Convenzione Lavori, stipulata con il Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti - Provveditorato Interregionale per le OO.PP. per il Lazio, l'Abruzzo e la Sardegna (di seguito Provveditorato)
- in modo diretto, ma in via residuale.

Nel 2021, i contratti stipulati su procedimenti di acquisto gestiti da Consip o avvalendosi degli strumenti di acquisto messi a disposizione sempre da Consip ammontano al 94,33% del totale stipulato.

L'ammontare complessivo degli affidamenti risulta così ripartito:

- procedimenti gestiti da Consip pari a 58,53%;
- ricorso a strumenti di acquisto messi a disposizione da Consip pari a 35,80%;
- procedimenti gestiti da Provveditorato pari a 0,02%;
- procedimenti gestititi direttamente da Sogei pari a 5,65% di cui integrazioni, proroghe e varianti pari a 5,18%.

Le fasi di progettazione e affidamento degli acquisti di Sogei vengono gestite prevalentemente da Consip, che garantisce la rispondenza delle procedure di acquisto al codice appalti e a tutta la normativa di riferimento, comprese le misure necessarie a ridurre gli impatti ambientali, ogni qualvolta previsti dalla legge.

Per la fase di esecuzione dei contratti di appalto, Sogei si è dotata di strumenti di gestione e controllo, al fine di garantire la regolare esecuzione delle attività, ma anche al fine di presidiare la responsabilità solidale nei confronti dei dipendenti dell'appaltatore e di eventuali subappaltatori.

In particolare, per le richieste di subappalti o sub-affidamenti, ambito molto sensibile dal punto di vista della catena di approvvigionamento, si sono consolidate delle linee guida aziendali che descrivono nel dettaglio le attività e il flusso del processo, sia nella fase di autorizzazione delle varie istanze di subappalto o sub-affidamento, sia nella fase di esecuzione degli stessi, prevedendo anche la verifica dei pagamenti nei confronti dei subappaltatori da parte degli appaltatori.

Sempre in tema di responsabilità, è stato attivato un processo di verifica verso i fornitori, che si concretizza in una richiesta periodica di certificazione degli adempimenti relativi alla regolarità dei trattamenti retributivi dei dipendenti impiegati nell'appalto e in una verifica del pagamento delle ritenute fiscali, mediante la certificazione rilasciata dall'Agenzia delle Entrate (DURF). Nel caso di esito negativo, si procede con la sospensione dei pagamenti verso il fornitore fino al momento del ripristino della regolarità dei pagamenti verso i dipendenti.

8.3.3 I CRITERI DI AFFIDAMENTO

GSC-1

Al fine di rafforzare i criteri di sostenibilità e di qualità del servizio per la selezione dei fornitori si è privilegiato, ove le condizioni di mercato lo consentano, di proporre alla propria stazione appaltante, compatibilmente con i vincoli normativi, l'affidamento sulla base di criteri che prevedano l'aggiudicazione sulla base del criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa (EV) e non del prezzo più basso (PB). Tale criterio intende favorire la selezione di fornitori dotati di elementi di qualità più elevati anche sui temi della sostenibilità. Nel 2021 sono state aggiudicate gare con il criterio EV nella misura dell'88,29% del valore complessivo delle gare aggiudicate nello stesso anno. Sempre in tema di qualità delle prestazioni dei fornitori, nel 2021 sono state contestate penali per un valore di circa lo 0,01% rispetto all'utilizzo complessivo dei contratti in essere.

8.3.4 LA SOSTENIBILITÀ DEL PROCUREMENT DI CONSIP

GRI 414-1

Gli Acquisti verdi, o *Green Public Procurement* (GPP), rappresentano uno dei cardini del Programma Consip per la razionalizzazione degli acquisti in quanto coniugano la sostenibilità in termini di riduzione degli impatti ambientali e la razionalizzazione dei costi in un'ottica di ciclo di vita dei beni e servizi.

Compatibilmente con il quadro normativo di riferimento in materia ed il Codice degli Appalti, Consip ha iniziato un percorso che ha l'obiettivo di adottare politiche di acquisto pubbliche che includano, in tutte le fasi del processo di approvvigionamento, non solo aspetti ambientali, ma anche sociali ed economici, per raggiungere un adeguato bilanciamento delle tre dimensioni della sostenibilità.

Relativamente agli aspetti ambientali, il riferimento è rappresentato dal *Sustainable Public Procurement*, introdotto nel 2015 dall'UNEP (Programma delle Nazioni Unite per l'ambiente), "approccio in base al quale le amministrazioni pubbliche integrano i criteri ambientali in tutte le fasi del processo di acquisto, incoraggiando la diffusione di tecnologie ambientali e lo sviluppo di prodotti validi sotto il profilo ambientale, attraverso la ricerca e la scelta dei risultati e delle soluzioni che hanno il minore impatto possibile sull'ambiente, lungo l'intero ciclo di vita". Consip, in qualità di centrale acquisti nazionale, ha posto negli anni una crescente attenzione alle tematiche ambientali, adottando il nuovo approccio "*sustainable*" per diverse iniziative.

L'impegno di Consip trova riscontro anche nel modello di valorizzazione della sua azione di supporto agli acquisti sulle componenti innovazione, acquisti verdi, dematerializzazione documentale e gli interventi di efficientamento energetico sugli immobili. Consip misura il valore economico dell'integrazione di criteri ambientali nelle proprie iniziative attraverso l'indicatore dell'erogato "*green*", ovvero il valore degli acquisti effettuati sui diversi strumenti di *e-procurement* in conformità ai Criteri ambientali minimi (CAM) definiti dal Ministero

dell'Ambiente e a ulteriori criteri ambientali e sociali valorizzati da Consip in un'ottica di ciclo di vita.

A tale scopo Consip si avvale di strumenti che prevedono l'inserimento nelle procedure di affidamento dei requisiti e criteri ambientali e sociali quali i Criteri Ambientali Minimi (CAM) e ulteriori criteri ambientali e sociali. L'ultimo dato disponibile, riferito al 2020, evidenzia come l'erogato "*green*" gestito da Consip nel complesso delle proprie attività, abbia raggiunto un valore complessivo di 6 miliardi di euro (contro i 5,5 miliardi del 2019), con una crescita del 9% rispetto al 2019,

8.4 IL VALORE DELLE RELAZIONI

Le relazioni di Sogei verso l'esterno permettono di rappresentare la Società, i suoi valori e il crescente impegno a vantaggio dei diversi *stakeholder*. Il valore del capitale relazionale di Sogei dipende dalla forte capacità di collaborazione e dalla comunanza di obiettivi con i propri interlocutori. La consapevolezza e il senso di responsabilità rispetto al proprio ruolo portano Sogei a privilegiare un approccio inclusivo e di predisposizione all'ascolto. La cura nella gestione dei rapporti istituzionali, anche attraverso il costante monitoraggio della normativa e delle attività del Governo, del Parlamento, dei Clienti e dei principali organi istituzionali, garantisce una puntuale informativa alla Società e favorisce una capacità di risposta alle sfide di mercato in modo più veloce, efficiente ed efficace. Per questa ragione, Sogei considera di grande importanza il capitale di relazioni di cui dispone e che poggia sulla fiducia quale valore aggiunto imprescindibile per la *brand reputation* della Società.

8.4.1 LE RELAZIONI CON I CLIENTI

La Sogei, oggi più che mai centro dello scenario di trasformazione digitale in atto, ha favorito una comunicazione trasparente e integrata con i Clienti al fine di sostenere la diffusione dei nuovi modelli di sviluppo e abilitazione per semplificare la vita dei cittadini, professionisti, imprese.

La Società, in un anno di continua emergenza sanitaria, ha assicurato la continuità dei servizi gestiti, sfruttando il lavoro da remoto, mantenendo il principio dell'inclusività, ascoltando i Client e gli *stakeholder*.

I recenti eventi hanno imposto alle Amministrazioni Pubbliche di dotare le proprie organizzazioni, nel loro complesso, di servizi digitali agili, tecnologicamente avanzati, pienamente in linea con gli obiettivi dell'Agenda Digitale Europea e dell'Agenda Digitale Italiana, rendendo gli schemi precedenti obsoleti.

In tale contesto la Sogei, partner dell'Amministrazione economico-finanziaria e modello di riferimento per le soluzioni di *e-Governement* e dei progetti strategici delle Amministrazioni ha

realizzato un ecosistema digitale sempre più ampio, che include *start*-up, PMI, imprenditori, università e istituti di ricerca, società civile e cittadini con l'obiettivo di trovare soluzioni innovative alle sfide delle politiche pubbliche, adottando nuove logiche di gestione e per adeguarsi ai nuovi paradigmi digitali.

Ad oggi, siamo proiettati verso una evoluzione basata sulla semplicità e la disponibilità dei dati in una visione ecosistemica che vede sempre più stretta l'interazione tra cittadini, imprese e PA, dove la sensibilità e la criticità dei dati gestiti ha richiesto una attenzione costante per garantire alte misure di sicurezza e protezione a tutti i livelli.

Le caratteristiche che descrivono l'unicità di Sogei, quali riservatezza, sicurezza, centralizzazione dei flussi di interscambio dati, gestione di servizi essenziali, infrastruttura strategica di interesse nazionale, si sono dunque rafforzate, permettendo di tradurre l'innovazione tecnologica in benefici tangibili per la collettività.

Le attività svolte a favore della Clientela diretta sono riportate in modo analitico nella sezione "Capitale Produttivo", al quale si rinvia. In tale sezione, insieme alla natura e alle specifiche tecniche dell'attività, vengono richiamati, per i diversi progetti, gli obiettivi e le esigenze dei mercati, driver essenziali nello sviluppo delle strategie di Sogei.

8.4.2 LE RELAZIONI INDUSTRIALI

GRI 102-41

Sebbene l'anno 2021 sia stato caratterizzato dal perdurare dello stato di emergenza sanitaria, sono state svolte le consuete attività di confronto con le rappresentanze sindacali interne e le relative componenti territoriali, con il supporto e la partecipazione dell'associazione datoriale Unione Industriali, utilizzando le ormai note piattaforme di collegamento a distanza.

I principali temi trattati hanno riguardato la gestione dell'emergenza sanitaria in azienda, con un importante contributo dei Rappresentanti per la Sicurezza dei Lavoratori (RLS), e la gestione dei piani di rientro.

L'azienda ha inoltre partecipato costantemente ai tavoli di lavoro promossi da Confindustria per analizzare le implicazioni operative, organizzative e gestionali delle normative emanate durante il periodo dell'emergenza sanitaria.

Anche nel corso del 2021, nonostante il contesto emergenziale, un cospicuo numero di colleghi ha aderito all'iniziativa aziendale "Valore Generazionale", potendo così usufruire di una uscita anticipata a fronte di un incentivo all'esodo.

8.4.3 LA COMUNICAZIONE ESTERNA E LE RELAZIONI CON IL TERRITORIO

La Comunicazione esterna e le relazioni con gli *stakeholder* hanno un ruolo strategico nella costruzione della *reputation* e nella diffusione della conoscenza e consapevolezza sulla qualità

dei servizi, sui valori aziendali, sugli obiettivi di *business*, sulle caratteristiche distintive dell'organizzazione.

Sul valore delle relazioni Sogei basa, ogni giorno, il proprio lavoro e, attraverso la comunicazione, promuove all'interno e all'esterno la creazione di valori condivisi e atteggiamenti improntati a un maggior senso di rispetto, ascolto e collaborazione riguardo agli obiettivi comuni.

Comunicare Sogei richiede una metodologia che coniughi elementi di analisi multilivello (*sentiment*, predittive) a tecniche di progettazione continua e partecipata, il tutto seguendo un approccio integrato che permei le varie azioni a sostegno e rilancio del posizionamento della Società.

La comunicazione esterna di Sogei si sviluppa attraverso un mix di canali *online* e *off-line*, in maniera coordinata e strutturata, in modo da massimizzare l'efficacia di ciascun canale di comunicazione, oltre che valorizzare le opportunità derivanti dal mondo esterno, assecondandole al raggiungimento degli obiettivi di comunicazione, ovvero promuovendo l'esistenza e il valore aggiunto di Sogei nel processo di modernizzazione e digitalizzazione della PA italiana.

Tutto ciò con una particolare attenzione alla semplificazione dei messaggi, alla accessibilità delle informazioni e all'*engagement* degli *stakeholder* nelle attività che hanno un impatto sulla progettazione e realizzazione di soluzioni.

Attraverso la periodica realizzazione di piani di comunicazione esterna, l'implementazione di campagne di comunicazione, l'organizzazione e gestione di eventi, le *media relation* e lo sviluppo di attività mirate di relazioni esterne e rapporti istituzionali, Sogei punta a perseguire i seguenti obiettivi:

- incrementare la visibilità di Sogei e dei relativi obiettivi strategici futuri;
- valorizzare le singole iniziative strategiche internamente ed esternamente;
- facilitarne la diffusione delle diverse iniziative previste in modo coerente verso i vari *stakeholder*.

Il fulcro delle attività si basa su azioni che sfruttano le caratteristiche specifiche di ciascun *media* e la strategia utilizzata per la comunicazione resta organica, ovvero senza prevedere investimenti economici nelle opportunità di pubblicità a pagamento messe a disposizione dalle varie piattaforme.

Nonostante il livello di notorietà del marchio, risulta utile sottolineare come il *brand* 'Sogei' sia percepito positivamente dagli *stakeholder* coinvolti e ascoltati attraverso la lettura della rete e dei *social*.

Sogei comunica il proprio compito: mettere al centro il dialogo tra tutti gli attori del cambiamento anche attraverso i prodotti e i servizi che realizza.