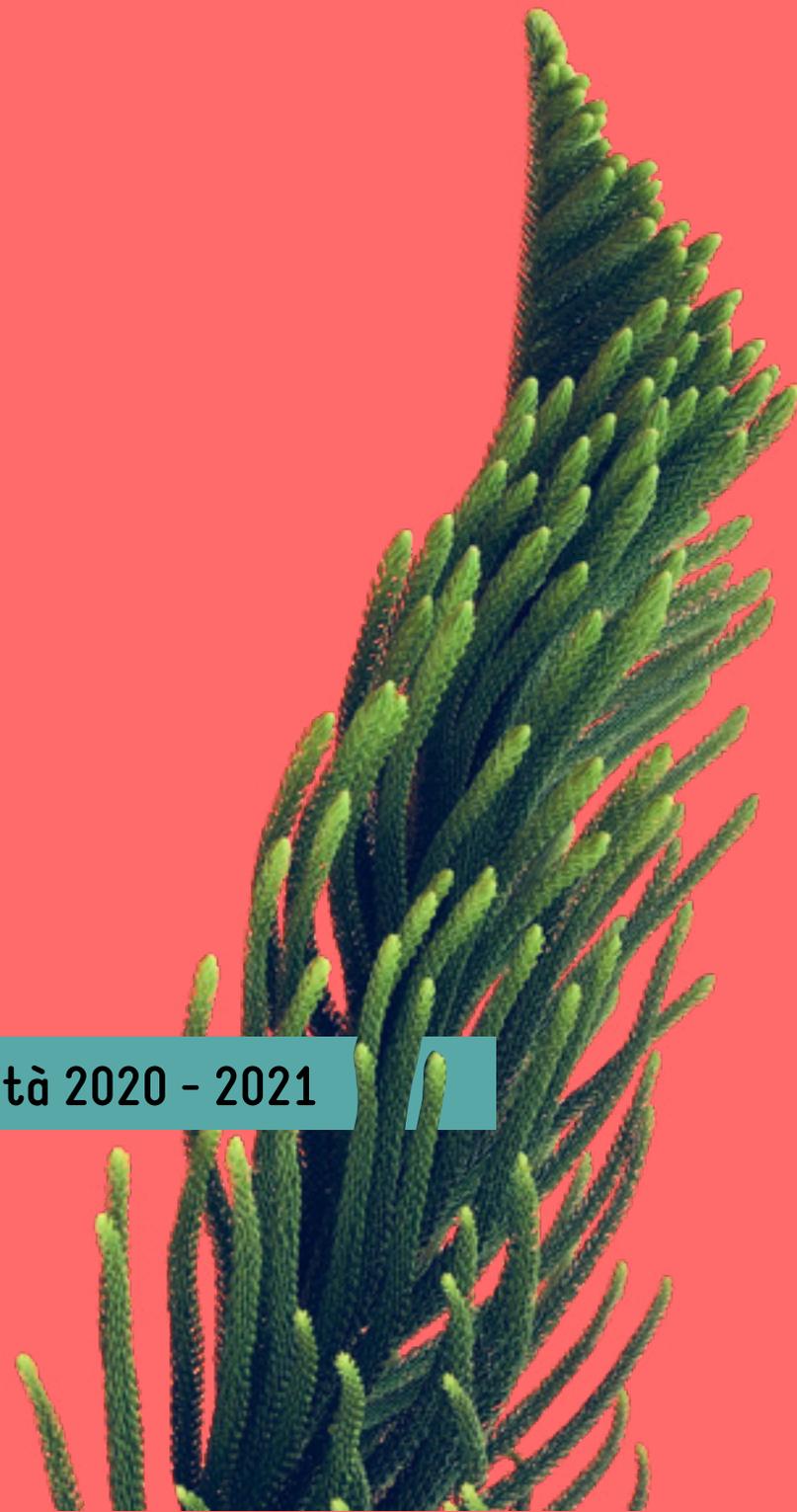


COMUNICHIAMO  
CON IL GIUSTO  
IMPATTO

Report di Sostenibilità 2020 - 2021



# HIGHLIGHTS

16000  
euro

di valore generato per la comunità e per la mobilità sostenibile

46

STAKEHOLDERS coinvolti nel network Sottosopra (di cui 46% gestite da donne)

Oltre  
30

partecipazioni a workshop/convegni online su tematiche legate alla Sostenibilità

9%

del fatturato 2021 a favore di progetti per ONLUS

100%

del fabbisogno di energia elettrica soddisfatto con energia rinnovabile

1031  
euro

donati a supporto di iniziative benefiche

19

Anni di attività

25%

progetti realizzati per clienti no profit

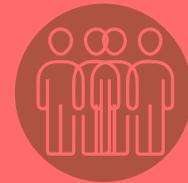
Governance

Lavoratori

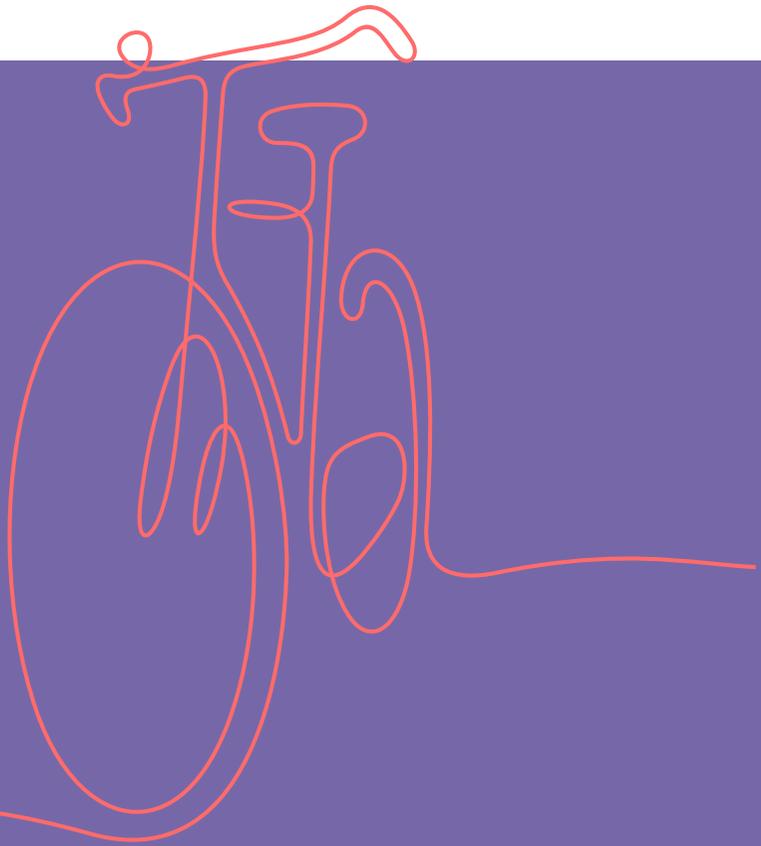
Comunità

Ambiente

Clienti



Sottosopra è on the road per diventare B Corp.



## VALORI

Il modo di fare impresa che vogliamo è pulito, trasparente, etico, economicamente positivo e sfacciatamente pluralista. Dal giorno 1 siamo un'impresa che non pensa solo al proprio tornaconto ma inventa sempre nuove idee per vivere meglio. Tutti. E senza andare sulla Luna.

PS. Il nostro modo di fare impresa si muove in bicicletta, ovvio.

## PURPOSE

Il nostro intento è aiutare le imprese, le istituzioni e le persone a farsi interpreti di uno stile di vita più sensato. E lo facciamo con quello che ci viene meglio, la creatività.

Sviluppiamo idee per promuovere un cambiamento comportamentale che sia positivo e non impositivo. Stimolante e non noioso. Soddisfacente per tutti. Creatività e autoironia sono la nostra comunico-sine-qua-non per favorire la mobilità attiva, per far conoscere modelli imprenditoriali sostenibili e più in generale per ricalibrare il profitto con il successo comune.

- / Aiutiamo le imprese ad essere profit con rispetto e diventare i principali influenzatori del vivere sostenibile. La crescita sostenibile esiste e si può comunicare con grande originalità.
- / Aiutiamo le istituzioni ad accompagnare il cambiamento e coinvolgere attivamente i cittadini con strategie creative che arrivano alla gente.
- / Aiutiamo le persone a capire parole come “sostenibilità” ed “economia circolare” e a sviluppare maggiore senso critico per difendersi dai prodotti finto-green. Scegliere consapevolmente cosa e come consumare è la nuova emancipazione.



# VALORI

-  **Come as you are / Coerenza**  
Siamo come siamo, siate come siete. Vale per le nostre persone, i partner, i fornitori e i clienti. A costo di essere spettinati, ma questa è la prima condizione per costruire una felice relazione nel lavoro.
-  **Sweet dreams / Coraggio**  
Se non sogni non fai innovazione. Avere il coraggio di vagheggiare nuove prospettive ci porta a sviluppare soluzioni inedite, orientate a far coincidere gli interessi delle imprese con quelli dell'ambiente.
-  **Life on Mars / Pulsione al nuovo**  
Oltre lo spazio e il tempo. Crediamo nell'enorme potenziale di uscire dal confine del collaudato e sperimentare nuovi pensieri, nuove strategie, nuove sinergie per diffondere una cultura più sostenibile.

 **Chimes of freedom / Inclusività**  
C'è spazio per tutti in questa cellula creativa. Le nostre campane sono per i guerrieri, la cui forza è quella di non combattere, per i rifugiati sulla disarmante via della fuga...per il ribelle, per il miserabile, per i meno fortunati, gli abbandonati e i dimenticati per l'escluso, messo costantemente al rogo. (cit. Chimes of Freedom)

 **Come together / Biodiversità**  
Crediamo nella biodiversità, anche di vedute. Unire le forze tra pensatori di estrazioni diverse è una risorsa che ci ha resi grandi anche se siamo piccoli. Fare rete si usa poco in Italia, ma è il grande potenziale su cui non smetteremo mai di lavorare.

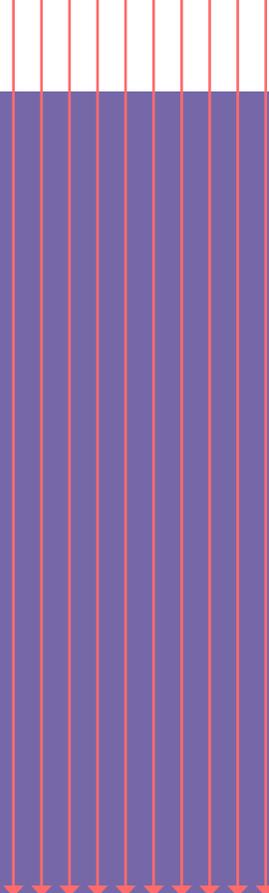
 **Respect / Rispetto**  
Parola d'ordine, rispetto. Per le persone, gli animali e l'ambiente. Facciamo del nostro meglio per ascoltare, rispettare e gratificare le persone che lavorano con noi e per allacciare collaborazioni con partner sensibili a ridurre l'impronta che insieme lasciamo sul pianeta.



# GOVERNANCE E TRASPARENZA

## DOVE SIAMO STATI BRAVI

- / Aggiornamento del Codice Etico.
- / Creazione del Report di Sostenibilità.
- / Incontri interni periodici di aggiornamento su gestione economica e strategica aziendale.
- / Brainstorming interni per migliorare l'impatto aziendale.
- / Trasformazione in Società Benefit.
- / Percorso per ottenere la certificazione B Corp entro il 2022.



## DOVE MIGLIORARE

### Obiettivi 2022

- / Migliorare l'impatto energetico.
- / Ottenere la Certificazione di Sostenibilità B Corp.



# LAVORATORI PERSONE

**ESSERE PICCOLI HA DEI VANTAGGI. DIALOGO, ASCOLTO, ATTENZIONE PER IL BENESSERE DI TUTTI, COLLABORATORI E PARTNER, È LA RAGIONE DI ESSERE SOTTOSOPRA.**

## BENESSERE \_ WELFARE

I nostri sforzi per trovare un equilibrio tra vita privata e lavoro rispettando le esigenze di ognuno:

- / Flessibilità degli orari di ingresso e uscita.
- / Smart Working.
- / Ufficio pet friendly e kid friendly.
- / Possibilità di utilizzare l'ufficio per pernottamenti durante i weekend per motivi personali/tempo libero.
- / Premio bike-to-work 3 giorni di ferie.
- / Gadget per chi fa bike-to-work o walk-to-work, tshirt, zainetti, coprisella.
- / Polizza assicurativa integrativa RC Bici e iscrizione a Fiab per i dipendenti.
- / Premio benessere in attività di yoga e terme di Milano (City Zen, QC Terme).
- / Popcorn e tisana time.



# LAVORATORI PERSONE

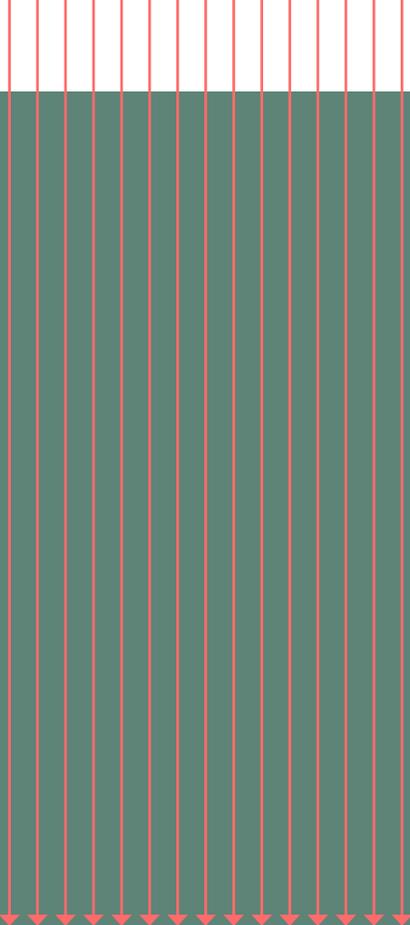
## SVILUPPO DELLE COMPETENZE

proprie competenze o introducendone di nuove.

- / Corsi di formazione mirati.
- / Partecipazione a webinar nazionali e internazionali.
- / Seminari e convegni in presenza e on-line.
- / L'uso di biblioteca interna con acquisto di libri di aggiornamento professionale.
- / Abbonamento alla newsletter formativa Bluenzima.
- / Abbonamento alla piattaforma di formazione di digital marketing Con Guido.

**Nel corso del 2020-2021, sono state seguiti:**

- / Oltre 60 tra corsi di formazione/webinars e seminari (69).
- / Oltre 30 tra webinar e eventi in ambito di sostenibilità.



## Obiettivi di miglioramento:

- / Generare una reportistica delle ore di formazione.
- / Maggiore selezione e personalizzazione dell'offerta formativa.
- / Condivisione interna di una strategia formativa in linea con le strategie aziendali.

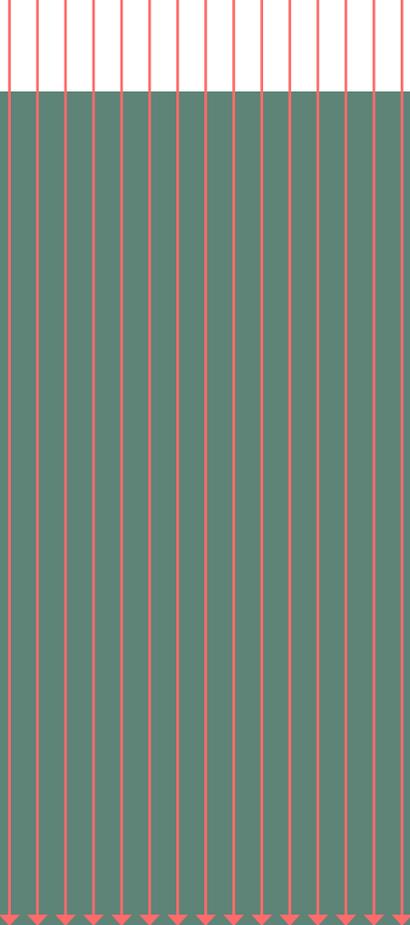


## ENGAGEMENT INTERNO

Il confronto interno è sempre attivo, ed è ulteriormente stimolato da quattro momenti di feedback tra i collaboratori su obiettivi personali di sviluppo.

### Nel 2021 abbiamo svolto:

- / Incontri di aggiornamento e confronto in presenza e on-line sugli orientamenti professionali e formativi delle persone in agenzia.
- / 4 incontri di valutazione su aspetti di criticità e analisi obiettivi di miglioramento.



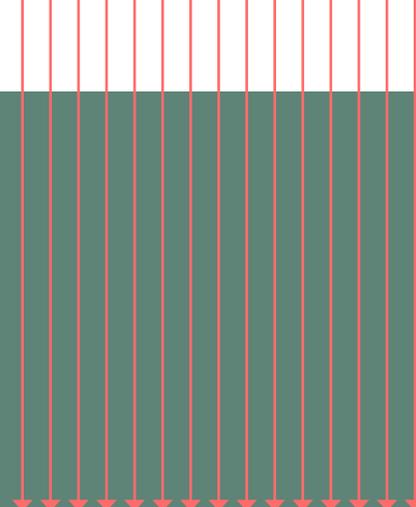
### Obiettivi di miglioramento:

- / Introdurre una cadenza formalizzata più frequente e costante per i feedback interni.
- / Prevedere almeno 4 incontri di valutazione su aspetti di criticità e analisi obiettivi.



## I NOSTRI PROGETTI ESTERNI PER IL WELFARE AZIENDALE-TERRITORIALE - 2021

- / Stakeholders engagement e realizzazione fundraising a favore di Emergency per l'emergenza Covid.
- / Creazione e coordinamento di una rete di stakeholders specializzati in Economia Circolare, Sostenibilità, Nudge, Metabolismo urbano per progettare momenti di formazione interna ai dipendenti .



### RIFERIMENTI AI SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS ONU - SDGS:

#### Nuovi obiettivi 2022

Istituzionalizzare momenti per l'ascolto dei fabbisogni di Welfare dei dipendenti con appositi modelli.

- / Sviluppo di competenze con nuovi corsi.
- / Uso flessibile ed equilibrato di lavoro in Smart Working.
- / Abbonamento mensile per trasporti pubblici casa-lavoro.
- / Abbonamento noleggio bici per Bike-to-Work.



# COMMUNITY

**COME MICRO AGENZIA DI COMUNICAZIONE CERCHIAMO DI SOSTENERE VARIE REALTÀ DEL TERRITORIO, SIA LOCALE CHE INTERNAZIONALE, CON PROGETTI SPECIALI CHE RISPONDONO A OBIETTIVI DI SOSTENIBILITÀ.**

## **SUPPORTO ALLE COMUNITÀ E VOLONTARIATO D'IMPRESA**

Nel 2020-21 abbiamo sostenuto e sviluppato ad hoc diversi progetti di valorizzazione territoriale e sociale:

- / Progetto di crowd-funding Cambialogoperilcovid a favore di Emergency per emergenza Covid negli ospedali di Bergamo e Brescia.
- / Ideazione e sviluppo del progetto Sindaco Pedala! a favore della mobilità ciclabile nei Comuni italiani.
- / Sviluppo dell'identità e della comunicazione di Fondazione Lugar, nata da ANFFAS Milano Onlus e Consorzio SIR – Solidarietà in Rete per accompagnare le famiglie di persone con disabilità nella scelta più adeguata per garantire il futuro dei propri familiari.
- / Sostegno economico a Sottosopra Onlus con sede in Malawi per la realizzazione di scuole, abitazioni, pozzi, ambulatori, borse di studio.
- / Partecipazione al progetto no-profit Ciclopolis per la divulgazione di nuove visioni per il futuro ciclabile di Milano.
- / Acquisto panettoni, colombe, uova di Pasqua e regali aziendali a favore di LIFC ed Emergency.
- / Supporto creativo per le campagne soci e di fundraising dell'associazione Genitori Antismog.

**Sottosopra sostiene diverse Ong internazionali e locali impegnate per i Diritti Umani, e la divulgazione delle conoscenze:**

- / Opera Cardinal Ferrari
- / LIFC - Lega Italiana Fibrosi Cistica
- / Consorzio SIR – Solidarietà in Rete / ANFFAS
- / So.De (start-up di delivery solidale rispettoso dei diritti dei lavoratori)



## FORNITORI

- / Il 100% dell'energia elettrica consumata da Sottosopra è rinnovabile e certificata da LifeGate Energy.
- / Corriere in bicicletta UMB Urban Bike Messengers.
- / Riduzione del 100% dell'acquisto di carta, buste negli ultimi 2 anni.
- / Acquisto di prodotti biologici sfusi per la pulizia dell'ufficio presso fornitori green.
- / Acquisto di prodotti dolciari da Onlus LIFC e da Onlus Fiocco di Mais.
- / Acquisto regali aziendali e ai dipendenti da Emergency.



## I NOSTRI PROGETTI ESTERNI DI COMMUNITY ENGAGEMENT



Cambialogoperilcovid, coinvolgimento agenzie e professionisti della comunicazione per supportare Emergency negli ospedali Covid di Bergamo e Brescia.



### SINDACO PEDALA!

Coinvolgimento attivo dei Sindaci e Sindache italiane per promuovere la mobilità ciclabile attraverso il progetto Sindaco Pedala! in collaborazione con la Associazione Comuni Virtuosi.



Partecipazione e divulgazione del progetto CICLOPOLIS a favore della ciclabilità milanese.

Realizzazione di progetti di comunicazione, cooperazione e ricerca a favore della mobilità attiva proposti a aziende profit, imprese sociali, associazioni di volontariato e Comuni italiani.

#### Obiettivi di miglioramento:

- / Facilitare nuovi processi di Stakeholder Engagement su azioni in linea con gli SDGs attraverso format divulgativi innovativi.
- / Accompagnare Enti pubblici e imprese a definire, attuare e comunicare progetti di sostenibilità con percorsi di Stakeholder Engagement.



# ENVIRONMENT

**FACCIAMO DEL NOSTRO MEGLIO PER RIDURRE I NOSTRI IMPATTI AMBIENTALI PER L'ENERGIA, I RIFIUTI, GLI ACQUISTI E I TRASPORTI. PRIVILEGIAMO ACQUISTI DI PRODOTTI ECO-CERTIFICATI, TRASPORTO CICLABILE O PEDONALE, RIUSO CREATIVO E PRECEDENZA SEMPRE AI MATERIALI DUREVOLI.**

## **ENERGIA RINNOVABILE**

Sottosopra ha selezionato Lifegate Energy per la fornitura di energia elettrica per il 100% di energia da fonti rinnovabili.

## **MATERIALI DUREVOLI**

Da molti anni utilizziamo asciugamani, tovaglie, bicchieri, borracce, tazze, bottiglie in materiali durevoli come tessuto, vetro e ceramica.

## **ACQUISTO E CONSUMO MATERIALI GREEN E SOCIAL**

Cerchiamo di ridurre al minimo il consumo di materiali acquistando ed utilizzando solamente ciò che è essenziale alle nostre attività di impresa.

Riduciamo il consumo di carta e toner evitando di stampare documenti e presentazioni, proposte sempre in via digitale, e quando è indispensabile stampiamo in bianco e nero su carta riciclata. La stampante è normalmente spenta.

Acquisto di carta riciclata.



## MOBILITÀ SOSTENIBILE

Abbiamo ridotto dell' 81,80 % le emissioni di CO2 imputabili agli spostamenti casa-lavoro dei dipendenti attraverso l'utilizzo in primis della bicicletta. Nella nostra scala di priorità, utilizziamo 1. la bicicletta 2. camminiamo 3. mezzi pubblici e treni 4. auto in sharing 5. auto privata dove non sia possibile utilizzare altro mezzo.

## GESTIONE RIFIUTI

All'interno dei nostri uffici tutte le frazioni di rifiuti prodotti sono differenziati ed il 95% di essi sono avviati a riciclo attraverso l'AMSA - Azienda Milanese Servizi Ambientali. Non sono generati rifiuti pericolosi durante le attività di impresa.

## ALTRE SCELTE ETICO-AMBIENTALI

Non fumiamo e non utilizziamo delivery non eticamente corretti. Abbiamo sostenuto il crowdfunding a favore di So.De, il delivery sociale che garantisce un contratto equo, formazione ed equipaggiamento ai riders.

## ECONOMIA CIRCOLARE

Creazione di un brand di t-shirt (Do Not Iron) legato alla moda sostenibile, con l'utilizzo di scampoli di tessuti destinati alla discarica. Riuso creativo di materiali come pezzi di bicicletta, tavoli, legno, polistirolo, ecc. per la creazione di accessori e arredamento dell'ufficio. Sindaco Pedala nudge.

## Obiettivi di miglioramento:

Riferimento ai Sustainable Development Goals:

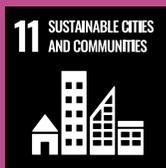
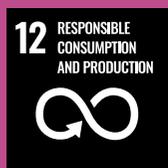
- / Valutare nuovi fornitori secondo criteri di sostenibilità ambientale certificati (server, prodotti sfusi, ufficio).
- / Sostenere azioni di tutela della biodiversità e Climate Action (adozione alveare a distanza, ripiantumazione).
- / Assistere le imprese e gli enti pubblici a sviluppare strategie di comunicazione e sostenibilità.



# CLIENTI

OGNI CLIENTE È UN MICROCOSMO A SÉ. LE ESIGENZE SONO PRINCIPALMENTE TRE: VALORIZZARE IL PROPRIO IMPEGNO, DISTINGUERSI ATTRAVERSO AZIONI DI SOSTENIBILITÀ, AFFRONTARE LA TRASFORMAZIONE SOSTENIBILE. PER OGNI CLIENTE SVILUPPIAMO STRATEGIE PERSONALIZZATE, IDEE CREATIVE E PIANI DI AZIONE SECONDO I CRITERI ESG (ENVIRONMENTAL, SOCIAL, GOVERNANCE) E SDGS ONU.

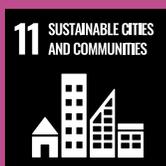




## SINGOLE AZIENDE

- / Supporto alla definizione di strategie, azioni e obiettivi strategici su ambiti di Sostenibilità.
- / Implementazione di strategie di sostenibilità e comunicazione per clienti acquisiti e prospect.
- / Divulgazione formativa di tematiche sostenibili, di economia circolare e nudge attraverso il nostro blog (35 articoli sul tema della sostenibilità/economia circolare/mobilità dolce negli anni 2020-2021).
- / Scouting ed engagement imprese del territorio per lo sviluppo di strategie di CSR in ambito locale e con focus sulla mobilità sostenibile.
- / Supporto all'introduzione del bike-to-work come politica di Responsabilità Sociale d'Impresa
- / Sviluppo di 8 progetti di comunicazione focalizzati sulla green mobility: (Challenge SINDACO PEDALA! • Ricerca "Bike Personas" • Campagna "Le buone regole di convivenza" • Progetto educational per le scuole • VOLTINBICI • BIKE Webinar • CICLAMI • Campagna Bici Donna FIAB).
- / Progetto di riqualificazione urbana dell'area extra-urbana a Sud Est di Milano (SEM).
- / Strategia di Economia Circolare e comunicazione per il settore sport outdoor.
- / 2 strategie di comunicazione per supportare la parità di genere e per sensibilizzare sulla violenza sulle donne (Panchine Rosse, La Città delle Donne).

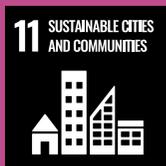




## RETI DI IMPRESE E NETWORKS MULTISTAKEHOLDER

- / Facilitazione dei processi di co-design di 8 progetti su diversi temi di sostenibilità in partnership.
- / Attivazione e partecipazione a gruppi di stakeholders per la diffusione di cultura green via social network .
- / Partecipazione bando Horizon 2020 per la realizzazione di una app di tracciamento della supply chain.





## ENTI PUBBLICI

- / Sviluppo di un network multistakeholder locale sul tema welfare aziendale e territoriale
- / Coordinamento di un processo di Engagement per l'Agenda 2030 per il Comune di Milano.
- / Realizzazione di Piano di Azione di mobilità attiva per il Comune di Milano
  - Facilitazione di una cooperazione pubblico-privato su scala locale (Città Metropolitana di Milano).
  - Bando Cariplo: progetto a favore della pedonalità in collaborazione con l'associazione Genitori Antismog.
  - Supporto alla comunicazione del progetto CICLOPOLIS promosso da AssoBici (Associazione dei negozi di biciclette di Confesercenti Milano).



## UNIVERSITÀ

- / Coinvolgimento di Politecnico di Milano, Scuola Sant'Anna di Pisa per lo sviluppo di progetti di ricerca nell'ambito della mobilità sostenibile (Bike Personas).
- / Proposte di coinvolgimento di IED e NABA per lo sviluppo di iniziative culturali/comunicative per favorire l'utilizzo della bicicletta.
- / Collaborazione con il Laboratorio "Mapping and Urban Data Lab" e l'unità di ricerca "cTc - Cycling & Cycling Territories Laboratory" del Dipartimento di Architettura e Studi Urbani del Politecnico di Milano nell'ambito del progetto CICLOPOLIS.

## DIALOGO E CONFRONTO CON I CLIENTI - CUSTOMER ENGAGEMENT

Parlare di modelli tradizionali di Customer Satisfaction sembra anomalo per una piccola agenzia che punta sull'ascolto e sul rapporto diretto con i suoi clienti. Il dialogo non si interrompe mai nel corso della progettazione, sviluppo, go-live e follow up. Al termine di ogni progetto valutiamo i risultati insieme al cliente, raccogliamo le sue valutazioni e partendo da qui sviluppiamo la strategia futura.

## Nuovi obiettivi 2022

- / Continuare a proporre idee e soluzioni innovative a clienti diversificati, per integrare meglio criteri ESG nelle loro strategie e piani strategici.
- / Proporre nuove strategie di comunicazione ed engagement per rafforzare l'integrazione di criteri ESG e SDGs ONU.
- / Sperimentare nuove modalità per creare sinergie efficaci tra imprese e pubblica amministrazione per promuovere comportamenti virtuosi sia a livello aziendale che privato.





**TUTTI LASCIANO  
UN'IMPRONTA.  
NOI ABBIAMO  
SCELTO QUESTA.**



SOTTOSOPRA s.a.s SOCIETÀ BENEFIT  
Via S. Francesco d'Assisi, 6 • 20122 Milano  
+39 02 36587134

[sottosopracomunicazione.it](http://sottosopracomunicazione.it)