

# Report di Sostenibilità 2020



*«Lo sviluppo sostenibile è quello sviluppo che soddisfa i bisogni del presente  
senza compromettere le capacità delle future generazioni di soddisfare i  
propri»*

*1987 - Report della Commissione mondiale per l'ambiente e lo sviluppo  
Commissione Brundtland*



## Sommario

<b>1. LETTERA DELLA DIREZIONE</b> .....	<b>5</b>
<b>2. NOTA METODOLOGICA</b> .....	<b>6</b>
2.1. A chi si rivolge .....	6
2.2. Periodo di reporting .....	6
2.3. Perimetro .....	6
2.4. Riferimento a framework internazionali .....	6
2.5. Eventuale verifica esterna .....	6
2.6. Ulteriori informazioni .....	7
<b>3. IL PROFILO DELL'ORGANIZZAZIONE</b> .....	<b>9</b>
3.1. Forma Giuridica .....	9
3.2. Breve Storia .....	10
3.3. Attività Principale .....	11
3.4. Sedi principali .....	11
3.5. Mercati principali .....	12
3.6. Fatturato .....	13
3.7. Numero di dipendenti .....	13
3.8. Investimenti in ricerca e sviluppo .....	14
3.9. Numero di brevetti .....	14
<b>4. GOVERNANCE</b> .....	<b>15</b>
4.1. Visione, missione, carta dei valori .....	15
4.2. Mappa degli stakeholder .....	17
4.3. Matrice di materialità .....	18
4.4. Contributo agli SDG's .....	20
4.5. Codice Etico, codice di condotta .....	21
4.6. Certificazioni .....	21
4.7. Adesione ad associazioni .....	21
4.8. Il sistema di Controllo Interno e di gestione dei rischi .....	21
4.9. Riconoscimenti e premi .....	22
<b>5. I RAPPORTI CON IL MERCATO</b> .....	<b>23</b>
5.1. Controllo della catena di fornitura .....	23
5.2. Prodotti e servizi sostenibili .....	23
5.3. Progetti di economia circolare .....	24
<b>6. I RAPPORTI CON I COLLABORATORI</b> .....	<b>25</b>
6.1. Numero di collaboratori .....	26
6.2. Suddivisione per genere e per età .....	26
6.3. Suddivisione per tipologia di contratto .....	26
6.4. Tasso di turnover .....	26
6.5. Tasso di assenteismo .....	26
6.6. Anzianità di servizio .....	28
<b>7. I RAPPORTI CON I COLLABORATORI</b> .....	<b>29</b>

7.1. Presenza di un piano di welfare aziendale .....	29
7.2. Formazione .....	29
7.3. Salute e sicurezza.....	29
7.4. Conciliazione vita lavoro .....	29
7.5. Servizi time saving .....	29
7.6. Servizi di cura .....	29
7.7. Politiche retributive .....	29
<b>8. I RAPPORTI CON LA COMUNITA.....</b>	<b>30</b>
8.1. Donazioni e sponsorizzazioni.....	32
8.2. Progetti con la comunità.....	32
8.3. Progetti di sostegno a una causa.....	32
8.4. Sostegno alla formazione .....	33
<b>9. TUTELA DELL'AMBIENTE .....</b>	<b>34</b>
9.1. Strategia ambientale .....	34
9.2. Consumi .....	34
9.3. Emissioni CO2 .....	38
9.4. Mobilità sostenibile .....	38
9.5. Gestione dei rifiuti .....	39
<b>10. COMUNICAZIONE .....</b>	<b>40</b>
10.1. Comunicazione Interna .....	40
10.2. Comunicazione Esterna .....	40
<b>11. PROSSIMI PASSI.....</b>	<b>43</b>
11.1. Indicare gli obiettivi .....	43
11.2. Indicare le tempistiche .....	44
<b>12. INDICE GRI .....</b>	<b>45</b>
. <b>ALLEGATO 1 .....</b>	<b>49</b>
. <b>ALLEGATO 2 .....</b>	<b>51</b>
. <b>ALLEGATO 3 .....</b>	<b>59</b>

## 1. LETTERA DELLA DIREZIONE

Il 2020 è l'anno dei nostri 20 anni, questo importante traguardo ci ha offerto uno stimolo per ripensare il nostro posizionamento e il nostro modello comunicativo. Intendiamo strutturare al meglio la nostra offerta, integrandola con le scelte che da sempre ci caratterizzano in termini sostenibili, tanto di moda in questi ultimi tempi, soprattutto in epoca di pandemia.

Uniweb da più di 10 anni opera scelte sostenibili e il nostro obiettivo è condividerle e comunicarle a clienti, partner, collaboratori, perché crediamo che il futuro possa essere sostenibile sotto tre aspetti: economico, ambientale e sociale. Come azienda, necessariamente vorremmo trasformare la sostenibilità anche in una leva commerciale e in un vantaggio competitivo.

Procederemo su due fronti, facendo una fotografia di quanto è già stato fatto, evidenziando cosa potremmo migliorare e organizzando al meglio il nostro piano comunicativo per condividere la nostra visione e la nostra offerta commerciale.

### **Uno sguardo ai Sustainable Development Goals (SDGs)**

In un'ottica di un maggior allineamento con la strategia di sostenibilità aziendale, Uniweb quest'anno ha deciso di redigere per la prima volta il Report di Sostenibilità e di integrare gli Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile (Sustainable Development Goals - SDGs), definiti all'interno dell'Agenda 2030 e adottati nel 2015 dall'Assemblea Generale delle Nazioni Unite.

Direzione Generale



A handwritten signature in black ink, which appears to read "Roberto Ghisla". The signature is fluid and cursive.

## **2. NOTA METODOLOGICA**

### **2.1. A chi si rivolge**

Il “Report di sostenibilità 2020” di Uniweb comunica ai propri stakeholder l’approccio e le politiche definite sulle tematiche di sostenibilità, descrivendo i risultati più significativi consuntivati nell’esercizio di riferimento in ambito di responsabilità socio-ambientale.

### **2.2. Periodo di reporting**

Il Report prende in considerazione eventi avvenuti successivamente al 31 dicembre 2019 che possano risultare significativi per la valutazione delle performance dell’Azienda da parte dei portatori di interesse.

### **2.3. Perimetro**

Il perimetro di rendicontazione comprende Uniweb Srl.

### **2.4. Riferimento a framework internazionali**

Alla sua prima edizione, il Report di Sostenibilità di Uniweb è stato predisposto in conformità ai “GRI Sustainability Reporting Standards” definiti nel 2016 dal Global Reporting Initiative (GRI) secondo l’opzione “in accordance - core”.

### **2.5. Eventuale verifica esterna**

Attualmente non è prevista alcuna verifica esterna.

## 2.6. Ulteriori informazioni

I 17 SDGs definiscono l'agenda globale più ambiziosa mai formalizzata per uno sviluppo sostenibile e sono stati sottoscritti da 193 Paesi.



Sulla base degli impegni presi dall'Azienda relativamente al raggiungimento dei target degli SDGs, Uniweb ha deciso di correlare i propri temi materiali con 8 obiettivi. Ciò rappresenta un primo passo verso una pianificazione strategica e standardizzata della sostenibilità in un orizzonte di medio-lungo termine (2020-2025).

Tali SDGs sono richiamati anche all'interno di ogni Capitolo del presente Report a seconda dei temi materiali trattati.



UNIWEB x il BUSINESS		
IMPEGNI/OBIETTIVI	PERFORMANCE 2020	SDG DI RIFERIMENTO
Proseguire nel percorso di digital transformation dei processi e individuare le priorità di digitalizzazione	Rivisto il portale Areaclienti.uniweb.it	
Mantenere e rafforzare il presidio sulle tematiche di Privacy, Cybersecurity, IOT, per garantire la miglior tutela dei dati e delle informazioni dei clienti (consumer ed enterprise)	Rafforzamento di processi e controlli	 
UNIWEB x L'AMBIENTE		
IMPEGNI/OBIETTIVI	PERFORMANCE 2020	SDG DI RIFERIMENTO
Migliorare l'efficienza energetica dell'infrastruttura di rete e aumento al 100% dell'utilizzo delle fonti rinnovabili	Fonti Rinnovabili Nel 2019 13,73%.	 
Ridurre l'uso della carta ed eliminare la plastica monouso. - 95% di rifiuti destinati al riciclo/recupero -10% produzione pro-capite di rifiuti indifferenziati	1421 Bottiglie PET	 
Mobilità sostenibile -10% produzione pro-capite di CO2 della flotta aziendale	11.780 Kg	  
UNIWEB x IL SOCIALE		
IMPEGNI/OBIETTIVI	PERFORMANCE 2020	SDG DI RIFERIMENTO
Far evolvere le competenze dell'azienda rispetto alla digitalizzazione e alle sfide di business in atto: Formazione dipendenti 5%(160X11x9)= 792 Tirocinante = 1060 Alternanza Scuola lavoro = 80 Stage = 160	Ore di formazione erogate totale: 250 1060 0 150	 
Raggiungere l'uguaglianza di genere (50%)	Attuale 37,50%	
Supporto alla comunità e alla solidarietà sociale (1,50% fatturato)	Progetto Giovani Cantù (0,30% sul fatturato) Amici di Como (0,70% sul fatturato) Hockey Como (0,10% sul fatturato)	
Introduzione di piano Welfare aziendale	Attualmente non è previsto alcun piano welfare.	

### 3. IL PROFILO DELL'ORGANIZZAZIONE



#### 3.1. Forma Giuridica

Uniweb nasce le 1999 con lo scopo di fornire servizi di Telecomunicazioni e soluzioni Digitali e Servizi WEB per clienti situati nell'area di Como e provincia. Ha un fatturato ad oggi di circa 1,7ML€ in costante crescita.

#### ORGANI SOCIALI:

**Il Consiglio di Amministrazione (CdA)** a cui competono le principali decisioni strategiche, gestionali e operative, nonché la costante verifica del corretto andamento aziendale. La gestione ordinaria è affidata all'Amministratore Delegato e al Presidente in firma disgiunta, la gestione straordinaria è affidata all' Amministratore Delegato e al Presidente in firma congiunta. Il Consiglio di Amministrazione, i cui rappresentanti sono eletti dai Soci, è attualmente composto da 2 membri: Presidente ing. Marco Broggi e Amministratore Delegato ing Fabio Luigi Ghioldi con un mandato della durata di 5 esercizi ed è rieleggibile. Le politiche di remunerazione del Consiglio di Amministrazione vengono decise in accordo con i Soci mentre le materie relative ai compensi per incarichi speciali e alle retribuzioni per il Management Board restano di competenza del Consiglio di Amministrazione.

**L'assemblea dei soci** a cui spetta la nomina degli amministratori, l'approvazione del bilancio, e le ulteriori funzioni previste dalla legge. La gestione contabile è fatta internamente con il controllo e il supporto dello Studio Associato Zamperetti.

La procedura per la nomina del Consiglio di Amministrazione prevede che l'assemblea nomini gli amministratori su proposta dei Soci. Tali nomine decadono alla data dell'assemblea convocata per l'approvazione del bilancio relativo all'ultimo esercizio in cui gli amministratori sono in carica. L'eventuale presenza di conflitti di interesse in capo a un Amministratore deve essere tempestivamente comunicata al Consiglio di Amministrazione.

#### COMITATI:

**Il Comitato Tecnico Esecutivo** composto dai membri del CONSIGLIO di AMMINISTRAZIONE (CdA), dalla DIREZIONE GENERALE (DG), dal RESPONSABILE di ASSISTENZA TECNICA (RAT), RESPONSABILE di PRODUZIONE (RPP), RESPONSABILE GESTIONE CLIENTI (RCL).

**Il Comitato Affari Pubblici e Istituzionali** composto dai membri del CONSIGLIO di AMMINISTRAZIONE (CdA), dalla DIREZIONE GENERALE (DG), dal RESPONSABILE MAKETING E COMUNICAZIONE (RMC) incaricato di discutere le maggiori questioni in materia regolamentare, legale, istituzionale e pubblica oltreché in materia di responsabilità sociale d'impresa e sostenibilità.

### 3.2. Breve Storia

Uniweb s.r.l. è realtà operante da vent'anni nel settore delle telecomunicazioni e dei servizi informatici alle imprese e, per vocazione dei soci, forte anche degli ottimi risultati di mercato ottenuti, prestando attenzione alle conseguenze economiche di qualsiasi scelta imprenditoriale, ha voluto offrire una partecipazione nell'ambito sociale alimentando e garantendo attività che, tuttavia, non hanno avuto un ritorno economico: welfare in ambito locale.

Non solo.

Uniweb s.r.l. ha fornito il proprio qualificato contributo, anche in materia ambientale, andando a bonificare una discarica ormai in disuso a Salsomaggiore Terme, installando un grande impianto fotovoltaico per la produzione di energia rinnovabile, dando così temporaneamente lavoro a circa un'ottantina di persone.

Vi è di più.

In questo periodo di crisi mondiale in cui tante aziende hanno avuto parecchie difficoltà economiche anche gravi di diverso impatto, Uniweb s.r.l. ha garantito il pieno stipendio a tutti i dipendenti, senza attingere ai sostegni di Cassa integrazione con, ancora una volta, una ricaduta sociale e meritoria.

In questo quadro Uniweb s.r.l. nel 2015 ha maturato la necessità di valutare i costi di acquisto di un immobile che fosse in Cantù vicino alla sede storica, sempre in una posizione di ampia visibilità, perché era importante associare un immobile prestigioso alla propria azienda per creare un parallelismo con i servizi di alta gamma e innovativi che la stessa propone ai suoi clienti.

Uniweb s.r.l. lavora a stretto contatto con altre aziende facenti parte di un grande e importante network, era sorta da parte di una di esse l'interesse nel potenziare la loro copertura territoriale sull'area canturina/comasca in quanto la sede di questa società era a Somma Lombardo in provincia di Varese, così come a Uniweb s.r.l. interessava coprire il loro territorio con una sede localizzata su Varese.

A seguito di tale necessità è stato acquisito nell'agosto 2017 un nuovo e prestigioso immobile di 1200 mq in Via Milano a Cantù allo scopo di farlo diventare un Network Operation Center in cui concentrare tutte le attività di sviluppo del polo di Como.

### 3.3. Attività Principale

Uniweb copre tre divisioni: **Settore Internet, Settore Intranet e Settore Communication.**

**Nel Settore Internet** vengono raggruppati tutti quei servizi che riguardano le attività esterne all'azienda, partendo dalla **interconnessione in fibra ottica** dell'azienda ad internet che alla **gestione in outsourcing dei servizi digitali c/o Datacenter**. Particolare importanza, oltre che al mantenimento dei servizi attraverso le infrastrutture di nostra proprietà, è anche la creazione di **contenuti legati ai siti web** o **applicazioni dedicate** più complesse e mirate ai singoli clienti che necessitano di un processo di analisi e stesura di specifiche tecniche.

In questa divisione rientra anche la gestione della **sicurezza informatica aziendale** attraverso soluzioni di **protezione perimetrale** e **filtraggio e archiviazione della posta elettronica** in Cloud.

**Nel Settore Intranet** sono contenuti quei servizi che riguardano **vendita di apparecchiature** informatiche e **manutenzione della rete aziendale** attraverso **l'impiego di personale altamente specializzato**.

L'ultimo ad essere nato è il **Settore Communication**. In quest'area abbiamo inserito tutto quanto riguardava i servizi di **comunicazione e collaborazione unificata** legati a soluzioni innovative di **centrali telefoniche VOIP** e **strumenti di videoconferenza**. Uniweb si pone come unico riferimento per il cliente per tutti i **servizi di comunicazione** dalla linea dati, alle **numerazioni telefoniche fisse e mobili**, al centralino virtuale.

### 3.4. Sedi principali

La sede operativa è situata a Cantù.

### 3.5. Mercati principali

Il mercato principale in cui lavoriamo è quello dei **servizi informatici** e **servizi di telecomunicazioni** orientato solo al **segmento Business**. Uniweb offre prodotti e servizi innovativi e personalizzati per le differenti esigenze espresse dai **quasi 2 mila clienti Business**.

Servizio	Fatturato €	%
HW	71.245	4.20 %
SW	20.147	1.20 %
CONNETTIVITA'	365.991	28.00 %
VOCE FISSO	92.042	5.50 %
VOCE MOBILE	516.691	30.00 %
SERVIZI WEB/DIGITALI	126.885	7.60%
ASSISTENZA TECNICA	54.303	3.20%
<b>TOTALE</b>	<b>1.247.304</b>	<b>74.6%</b>

Nei servizi di **CONNETTIVITA'** rientrano la rete in fibra ottica Dedicata, Ultra Broad Band. Sul fronte del mercato broadband, è stata lanciata la copertura delle utenze con tecnologia FttCab e FttH attraverso accordi specifici con Operatori primari TIM, Open Fiber, Irideos, seguita dalla creazione della nuova line-up attraverso il marchio di proprietà UNIGATE: un nuovo portafoglio semplice e chiaro, caratterizzato da una singola offerta di rete fissa, mobile e Unified Communication e Collaboration (Centralini Virtuali Evoluti) e una singola offerta convergente, garantendo sempre la massima velocità.

Nei servizi **VOCE FISSO** sono inclusi i servizi di Trunk SIP, Unified Communication e Collaboration, e Traffico Telefonico.

Nel corso del 2018 Uniweb ha rilanciato il brand UNIGATE, con l'obiettivo di ampliare l'offerta di soluzioni rilevanti per la trasformazione digitale di aziende piccole, medie e grandi, e della PA. Questa scelta ha posizionato Uniweb quale partner tecnologico a fianco delle imprese per affrontare le sfide della trasformazione digitale, grazie a soluzioni innovative.

Questi servizi vengono veicolati attraverso una divisione dedicata con il nome di UNIGATE UCC ([www.unigate.it](http://www.unigate.it)).

Nei servizi **VOCE MOBILE** sono inclusi tutti i servizi di Telefonia Mobile.

Nel settore della telefonia mobile si è registrato nell'anno un forte incremento della dinamica competitiva.

Nei servizi **WEB/DIGITALI**, rientrano lo sviluppo di Siti e Applicazioni web, i servizi Datacenter, La Sicurezza informatica (Cyber Security).

L'attività di **ASSISTENZA TECNICA** include l'impiego di personale qualificato sia in campo che in remoto per la gestione in outsourcing dei servizi verso il cliente finale.

Il servizio **HW e SW** include la fornitura ai clienti di Computer, Server, Networking, Licenze sia in vendita che noleggio.

Abbiamo un'altra divisione che sta nascendo e in cui rientrano i servizi di **Internet Of Things (IOT)** che includono la raccolta dei dati dal campo attraverso dei Gateway specializzati e sensori/attuatori dedicati. Stiamo inoltre facendo ricerca e sviluppo anche in collaborazione con altre aziende del settore e centri di ricerca. Il fatturato è ad oggi insignificante. Abbiamo comunque già creato una divisione specifica su cui far convergere queste attività UNITHINGS e un portale dedicato ([www.unithings.it](http://www.unithings.it)).

Le aree territoriali coperte da Uniweb sono la provincia di **Como, Monza/Brianza, Lecco, Milano e Varese**.

### 3.6. Fatturato

Il fatturato nel triennio 2017-2019 è rimasto stabile a 1,7 ML€/anno con una tendenza al rialzo del 7%. Lo stesso vale per la marginalità che non presenta flessioni.

Uniweb impegna 12 persone tra dipendenti, Consulenti e Collaboratori.

Uniweb ha anche partecipazioni in altre società che lavorano in altri settori.

### 3.7. Numero di dipendenti

Il numero di dipendenti è stabile a 9. Abbiamo voluto anche inserire due quote rosa in modalità part-time per andare incontro alle esigenze di donne che hanno famiglia e figli da accudire. In questo modo permettiamo di avere un reddito anche a chi avrebbe difficoltà a lavorare full-time.

### **3.8. Investimenti in ricerca e sviluppo**

Le attività in ricerca e sviluppo si sono focalizzate nelle seguenti aree:

#### **3.8.1. Sviluppo e integrazioni IOT per applicazioni Industria 4.0.**

Attraverso collaborazioni e partnership con altre realtà stiamo creando una piattaforma pronta per andare sul mercato che si possa interconnettere in maniera semplice, da una parte attraverso un gateway alla fabbrica, dall'altra, attraverso un MES, al gestionale.

#### **3.8.2. Integrazione alla piattaforma UNIGATE del servizio di Comunicazione e Collaborazione Unificata ad oggi veicolata con il software PBX 3CX e BROADCLOUD.**

#### **3.8.3. Abbiamo ripensato la nostra offerta in un'ottica di sostenibilità, partendo dal luogo in cui vengono erogati servizi "il Datacenter" agli apparati di terminazione "i telefoni" con l'obiettivo di ridurre l'impatto che i servizi erogati hanno sull'ambiente.**

#### **3.8.4. Aggiornamento della piattaforma AREACLIENTI.UNIWEB.IT per allinearla ai nuovi standard di sicurezza e compatibilità con i browser. La nuova piattaforma deve diventare uno strumento di collegamento tra l'azienda e il cliente, con l'aggiunta di funzionalità di creazione dell'offerta, acquisizione ordini, integrazione al sistema di billing aziendale ed ai portali di gestione e lavorazione interni.**

#### **3.8.5. Aggiornamento del portale UNIGATE.IT e UNIWEB.IT per allineare l'immagine dei servizi aziendali alla nuova visione.**

#### **3.8.6. Ricerca di soluzioni che potessero permettere ai dipendenti di lavorare in maniera efficiente anche lontano dalla sede aziendale. Si è pensato di coinvolgere dei consulenti esterni per l'attività di coaching e coinvolgendo i dipendenti stessi. Si è reso necessario ripensare ad alcuni processi e sottoprocessi, fino ad integrare il verticale di gestione delle "attività" al sistema GSU "Gestione Servizi Uniweb" attraverso il quale si possono indicare i ritmi di esecuzione dei processi, sottoprocessi e arrivando a stimare il tempo per ogni singola attività.**

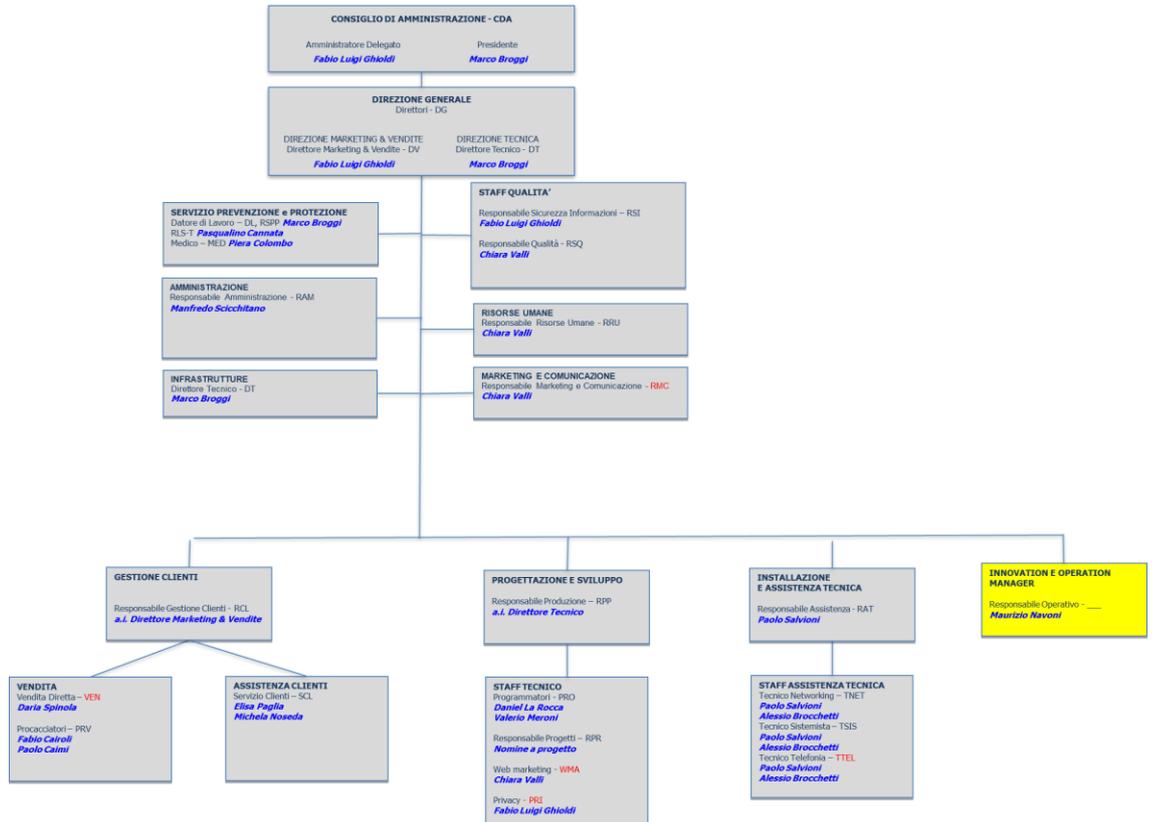
### **3.9. Numero di brevetti**

Nessun brevetto registrato. Abbiamo per il momento in consistenza tre marchi (non registrati) UNIGATE, UNITHINGS, UNISTORE con i quali andiamo sul mercato nella proposizione dei nostri servizi.

## 4. GOVERNANCE



Uniweb adotta un sistema di governance di tipo tradizionale, caratterizzato dal Consiglio di Amministrazione e Assemblea dei Soci. La struttura organica del governo societario è rappresentata schematicamente nel modo seguente:



### 4.1. Visione, missione, carta dei valori

Da oltre 20 anni, la visione di Uniweb è sempre stata quella di essere al fianco dei Clienti per costruire insieme offerte digitali che potessero consentire di migliorare il loro business, attraverso la tecnologia.

Crediamo nell'innovazione digitale quale strumento per una crescita economica, nonché per migliorare e semplificare le attività delle imprese. Selezioniamo ed implementiamo costantemente i servizi migliori per assicurare ai nostri clienti innovazione continua e un adeguato ritorno degli investimenti. Siamo il partner giusto per aumentare la competitività dei nostri clienti, grazie alla competenza delle nostre persone, al continuo investimento in formazione e ricerca, al nostro approccio end-to-end e al nostro modello operativo.

Ci proponiamo alle imprese come riferimento tecnologico per la fornitura di soluzioni complete, anche complesse, tramite infrastrutture, tecnologie e

processi operativi tagliati su misura, assumendo la responsabilità di tutte le fasi di un progetto, che vanno dalla definizione della proposta, al dimensionamento dei servizi necessari, alla fornitura dei dispositivi, selezione dei fornitori migliori fino all'offerta dei contratti per l'assistenza e gestione della soluzione installata.

Riteniamo la digital transformation un processo fondamentale per traghettare le nostre imprese e la nostra società verso un futuro sostenibile.

Da più di 10 anni operiamo scelte strategiche, economiche e di partnership in linea con il concetto di sostenibilità a 360°, ovvero di sviluppo sostenibile a lungo termine:

- a. da un punto di vista **economico**, investendo su proposte e soluzioni in grado di produrre reddito e lavoro in maniera duratura;

L'impresa può essere protagonista di una nuova stagione di cambiamenti, di rinnovamenti, di una "economia giusta". Occorre rinnovare profondamente la sua ragion d'essere, la sua funzione, con radicale senso di responsabilità e visione. Da una parte è una "comunità", luogo di incontro, di conflitto e di interessi differenti, ma che sempre convergono.

Dall'altra è "competizione" cioè luogo in cui ci si muove verso obiettivi comuni per vincere rispetto al mercato e ai competitor esterni.

Occorre anche aggiungere che l'impresa deve essere "coesiva" caratterizzata cioè da scelte che includono **il welfare aziendale** e la **sostenibilità ambientale e sociale**.

L'impresa deve essere riformista ed egemone, in grado di indicare un via positiva di sviluppo economico e sociale.

Creare un'impresa che vada oltre l'orizzonte pur **indispensabile di fare profitti per i soci** e per l'imprenditore, ma che sia legata a valori di responsabilità sociale, ambientale, solidarietà e valori positivi.

- b. da un punto di vista **ambientale**, operando scelte a tutela dell'ecosistema e il rinnovamento delle risorse naturali;

**Sia l'efficienza energetica sia l'energia autoprodotta** con fonti rinnovabili riflettono la visione di Uniweb di un futuro sostenibile. Infatti, grazie a sistemi di pannelli solari fotovoltaici, stiamo già producendo più energia verde di quanta ne avremmo effettivamente bisogno nei nostri data center. Questo genera un'impronta di carbonio negativa in tutte le nostre operazioni e ci consente di supportare le nostre attività e quelle dei nostri clienti con un impatto ambientale pari a zero. **Scegliendo data center**

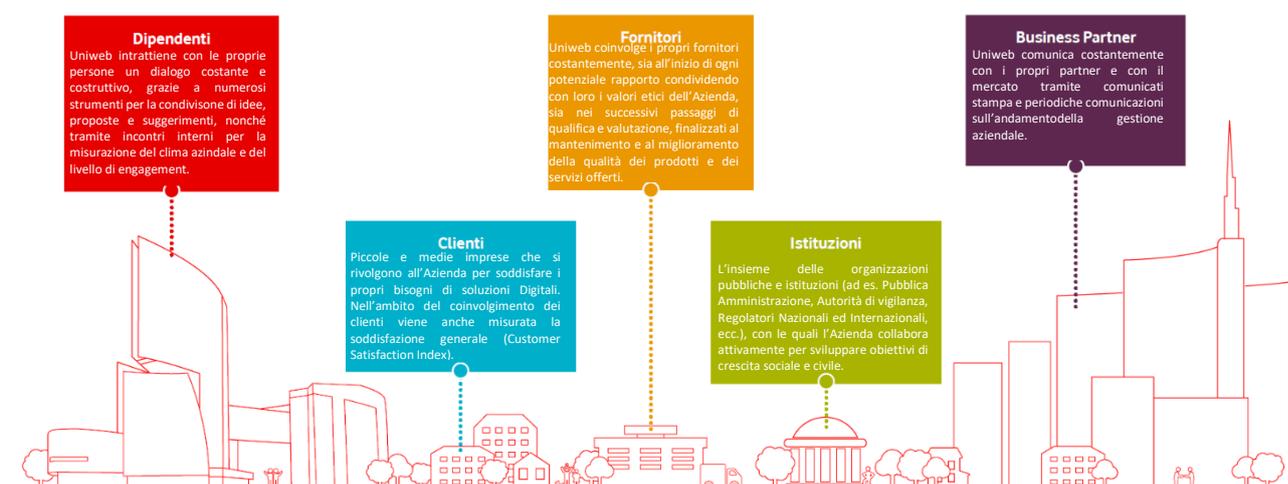
**climaticamente neutri, ora tutti possiamo contribuire attivamente al futuro del nostro pianeta.**

- c. da un punto di vista **sociale**, offrendo il nostro contributo a sostegno di iniziative benefiche, in particolar modo a livello locale, promuovendo un circolo virtuoso nel nostro sistema territoriale.

Un nuovo territorio sociale, ma anche fisico, in cui la novità culturale del fare impresa e dell'essere persone diverse vive nella dimensione locale, della vicinanza delle relazioni umane e del radicamento territoriale.

## 4.2. Mappa degli stakeholder

Dipendenti, Clienti, Fornitori, Business Partner, Istituzioni pubbliche.



### 4.1.1 Individuazione degli stakeholder

I principali portatori di interesse e/o interlocutori (c.d. stakeholder) di riferimento di Uniweb sono stati individuati sulla base di tre fondamentali fattori: la rilevanza dell'interazione, la capacità di essere influenzati dall'attività, la potenzialità di influenzare a loro volta tale attività.

La specifica attività di analisi condotta ha portato all'identificazione delle categorie sopra rappresentate.

### 4.1.2 Coinvolgimento degli Stakeholder

Uniweb lavora in una logica di miglioramento continuo (certificato dalla ISO 9001) per rafforzare la relazione di fiducia con i propri clienti e in generale con tutti i soggetti interessati dalle scelte dell'azienda.

Per questo motivo, dal 2018 l'azienda promuove un ascolto attivo delle istanze degli stakeholder attraverso interviste, sondaggi e questionari finalizzati a comprenderne il percepito, i bisogni e le aspettative verso l'azienda.

### 4.3. Matrice di materialità

(lista o grafico dei temi di maggior rilevanza in termini di impatto)

Adozione di misure specifiche per raggiungere l'impatto ZERO entro il 2030.

Un anno dopo l'**adozione del Green Deal europeo**, i principali provider di infrastrutture cloud e operatori di data center hanno creato il **Patto per la neutralità climatica dei data center**: 25 società e 17 associazioni hanno concordato un'iniziativa di autoregolamentazione per rendere i data center in Europa neutri dal punto di vista climatico entro il 2030. Le società che aderiscono al Patto rappresentano gli attori più importanti del settore cloud e dei data center in Europa. Si tratta di un impegno storico e senza precedenti da parte di un'industria per guidare in modo proattivo la transizione verso un'economia neutra dal punto di vista climatico.

#### I temi rilevanti per Uniweb

L'azienda ha svolto un assessment sulla lista dei temi rilevanti dello scorso anno per verificarne e confermarne la consistenza e la completezza con lo scopo di identificare e aggiornare i trend di sostenibilità e le pressioni per il settore delle telecomunicazioni.

Successivamente, i temi di sostenibilità emersi dall'analisi sono stati valutati secondo le modalità previste dallo standard di rendicontazione, ovvero considerando la rilevanza degli stessi per l'azienda e per gli stakeholder.

#### Responsabilità di Business

##### a. Performance economica e creazione di valore per gli stakeholder.

gestione responsabile del business che garantisce solidità e un discreto livello di redditività in rapporto al contesto economico-finanziario contingente al fine di contribuire favorevolmente agli interessi degli investitori e di tutti gli stakeholder;

##### b. Correttezza ed innovazione nelle relazioni con i clienti.

comunicazione trasparente e capacità nel costruire e consolidare il rapporto fiduciario con il cliente nello svolgimento dell'attività operativa, oltre alla capacità di mappare e analizzare la soddisfazione della clientela;

##### c. Sviluppo del Capitale umano dell'azienda.

formazione e sviluppo dei dipendenti con l'obiettivo di potenziare le competenze tecniche, manageriali e organizzative e consolidare la professionalità richiesta dal ruolo coperto. Garantire percorsi di crescita professionale e di retention dei talenti attraverso politiche e sistemi di incentivazione del personale e sviluppo di carriera basati su

meccanismi trasparenti e meritocratici di valutazione delle performance;

#### **Responsabilità Sociale**

**d. Vicinanza al territorio e alla comunità.**

supporto allo sviluppo sociale e culturale dei territori in cui l'Azienda opera, attraverso il sostegno diretto e indiretto a iniziative, attività, progetti;

**e. Politiche di welfare aziendale: Le persone al centro**

attenzione alla conciliazione degli impegni professionali e familiari (work-life balance) e supporto ad attività rivolte ai dipendenti;

**f. Salute e sicurezza sul lavoro.**

migliorare continuamente i propri sistemi di gestione relativi alla salute e sicurezza sul lavoro. Si impegna inoltre a sensibilizzare e formare i dipendenti sui principali rischi a cui sono esposti;

#### **Responsabilità Ambientale**

**g. Efficienza energetica.**

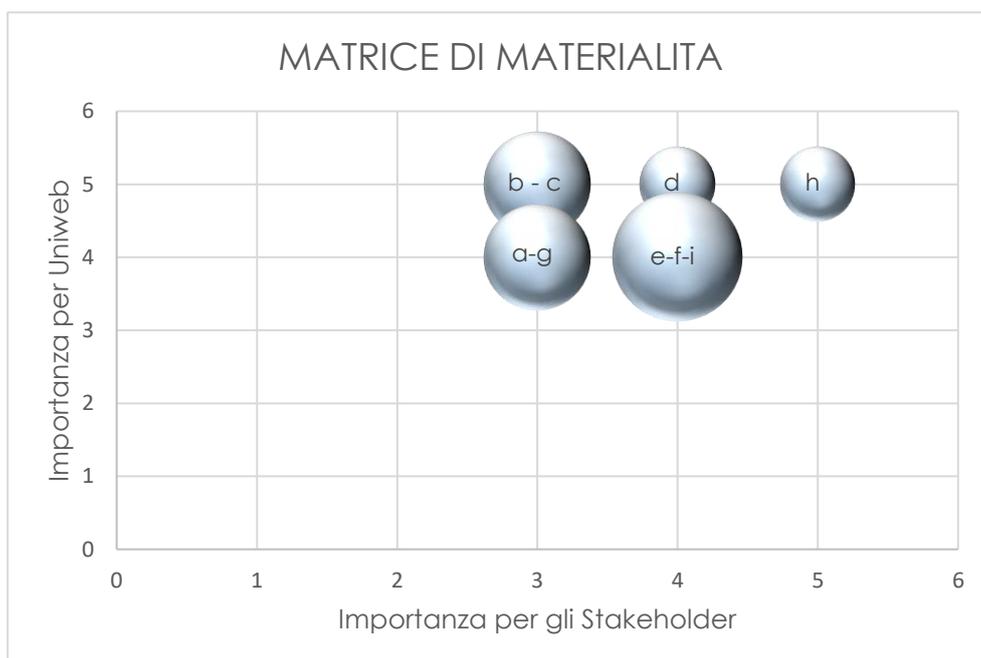
promuove la crescita innovativa della propria infrastruttura di servizi digitali, implementando nuove tecnologie in grado di ridurre il fabbisogno energetico.

**h. Riduzione degli impatti ambientali diretti.**

gestione dei potenziali rischi e impatti ambientali diretti, ovvero generati dalle attività dell'Azienda;

**i. Riduzione degli impatti ambientali indiretti.**

gestione dei potenziali rischi e impatti ambientali indiretti, ovvero con riferimento a servizi e prodotti offerti oppure legati alla "catena di fornitura";



La modalità di raccolta dati per la valorizzazione dei punti è descritta nell'ALLEGATO 1

#### 4.4. Contributo agli SDG's

Iniziativa di autoregolamentazione creata in collaborazione con la Commissione europea, il Patto per la neutralità climatica dei data center supporta sia il **Green Deal europeo**, che punta a rendere l'Europa il primo continente al mondo neutro dal punto di vista climatico entro il 2050, sia la **Strategia europea in materia di dati**, rendendo i data center dell'Ue neutri dal punto di vista climatico entro il 2030.

Il progetto fissa traguardi ambiziosi che semplificheranno la transizione essenziale dell'Europa verso un'economia più verde. Inoltre, impegna i firmatari a garantire che i rispettivi data center siano neutri dal punto di vista climatico, fissando obiettivi misurabili ambiziosi per il 2025 e il 2030.

I progressi verso la realizzazione di data center neutri dal punto di vista climatico saranno monitorati dalla Commissione europea due volte l'anno.

#### Uniweb si impegna nelle seguenti aree:

- Formazione inclusiva e apprendimento per tutti;
- Uguaglianza di genere;
- Promuovere una crescita economica duratura, piena e produttiva occupazione e lavoro dignitoso per tutti;

- l'efficienza energetica con obiettivi misurabili;
- acquistare energia 100% priva di carbonio;
- garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo;
- industrializzazione sostenibile e innovazione;
- rendere la città e gli insediamenti umani inclusivi, duraturi e sostenibili.
- Promuovere azione a tutti i livelli per combattere i cambiamenti climatici;

#### 4.5. Codice Etico, codice di condotta

E' stato redatto il Codice Etico pubblicato sul sito internet e riportato nell'ALLEGATO 2 e ogni modifica viene tempestivamente comunicata a tutti i dipendenti, mentre ai neoassunti viene inviata una mail informativa sul Codice Etico e viene richiesto di effettuare il corso di formazione entro due mesi dal loro ingresso.

#### 4.6. Certificazioni

**ISO 9001, ISO 27001** e utilizzo della metodologia agile Abbiamo una certificazione ISO 27001 per la gestione della sicurezza e del rischio. Abbiamo cercato di ridurre al minimo i rischi per il personale anche in occasione dell'attuale emergenza COVID.

#### 4.7. Adesione ad associazioni

Siamo iscritti all'unione industriali della provincia di Como, ma la nostra iscrizione non è solo formale. Fabio Ghioldi è impegnato personalmente nel comitato PMI.

#### 4.8. Il sistema di Controllo Interno e di gestione dei rischi

Il Sistema di Controllo Interno e di gestione dei rischi rappresenta l'insieme delle regole, delle procedure e delle strutture organizzative volte a consentire l'identificazione, la misurazione, la gestione e il monitoraggio dei principali rischi aziendali.

Uniweb si è inoltre dotata di una **Politica di Qualità**, di una **Politica di Sicurezza delle Informazioni**, di una **Politica Aziendale**, **Codice Etico** e di politiche per identificare, analizzare, monitorare e mitigare i rischi aziendali. La funzione Compliance & Risk Management, ha l'obiettivo di mantenere questo modello e di progettare e gestire cicli di Risk Assessment periodici, realizzati con la collaborazione delle diverse funzioni aziendali coinvolte. Per ogni rischio individuato è identificato un Risk Owner che detiene la responsabilità della

definizione del piano delle misure di mitigazione o dell'accettazione del rischio stesso.

#### **4.9. Riconoscimenti e premi**

Per i dipendenti è previsto un piano di incentivazione legato ad una serie di parametri che misurano la produttività.

Il premio di produzione si basa sulla valutazione dei seguenti punti:

- Autonomia e organizzazione nel portare a termine i progetti
- Precisione nella gestione delle attività assegnate
- Acquisizione di nuove competenze
- Propositività di nuove idee/soluzioni e successiva concretizzazione
- Rapidità nella gestione delle attività assegnate
- Rapporti interpersonali
- Capacità di comunicazione
- Rispetto degli orari lavorativi

## 5. I RAPPORTI CON IL MERCATO



### IL DIGITALE, UN'OFFERTA PER SUA NATURA SOSTENIBILE – SOSTENIBILITÀ UNIWEB.

La nostra offerta è caratterizzata dall' essere sostenibile per sua natura, trattandosi in buona parte di servizi digitali. Tuttavia già da 10 anni ci siamo posti il problema che il semplice tener accesa la nostra proposition, in termini di server, data center, device, richiede una grandissima quantità di energia. L'offerta non materiale in realtà spreca tantissima 'materia' per funzionare.

#### 5.1. Controllo della catena di fornitura

Consapevole della centralità di temi quali integrità e responsabilità applicati nella propria catena di fornitura, Uniweb sottopone tutti i propri partner commerciali ad un processo di valutazione e controllo annuale.

Il sistema di verifica, prevede che il 100% dei fornitori, secondo un piano di campionamento elaborato in funzione del numero di attività assegnate, sia sottoposto ad audit per la verifica della conformità alle procedure aziendali e ai requisiti in ambito salute, sicurezza ed ambiente. Tale sistema ha consentito di ridurre le non conformità rilevate e di individuare le aree specifiche, ove esse risultino più ricorrenti, in modo da definire mirate azioni di miglioramento da condividere con i fornitori.

Uniweb si pone come elemento sostenibile nella catena di fornitura.

Acquisto di materiale riciclato e dismissione dispositivi End Of Life attraverso Partner che ne garantiscono il riutilizzo in percentuale.

#### La dimensione della Supply-Chain di Uniweb

Nel corso del FY 2020, il valore complessivo delle forniture è stato pari a circa 1,116 milioni di euro.

Per quanto riguarda la suddivisione dei prodotti acquistati, Uniweb ha registrato una quota di spesa da fornitori con sede sul territorio italiano oltre all' 80%, confermando quindi la radicata presenza dell'Organizzazione in Italia.

#### 5.2. Prodotti e servizi sostenibili

Offerta digitale e per sua natura sostenibile. Fotovoltaico per compensare energia utilizzata e CO2 prodotta per erogare i servizi. Utilizzo di apparati il più possibile ri-generabili per la riduzione dei rifiuti indifferenziati.

Le scelte di Uniweb sono sempre state volte alla ricerca di proposte commerciali dettate dalla volontà di proporre soluzioni tecnologiche innovative, in grado di produrre valore a lungo termine per i propri clienti e garantire loro servizi e soluzioni in grado di migliorare il loro business, risparmiare e ottenere un adeguato ritorno degli investimenti. Garantiamo validità e attualità delle soluzioni proposte, non solo nell'immediato.

La descrizione dei prodotti e servizi Uniweb è riportata nell'ALLEGATO 3.

### **5.3. Progetti di economia circolare**

Uniweb erogando prevalentemente Servizi Digitali, ha un basso impatto sulla produzione di materiale indifferenziato, non riutilizzabile o non riciclabile, ma nell'ottica di Economia Circolare ha comunque attivato una gestione sostenibile dei dispositivi di Telefonia Fissa: attraverso il recupero dei telefoni a noleggio guasti, obsoleti, in fine vita, riesce a garantire un riciclo dei pezzi fino al 40% tramite un partner tecnologico selezionato.

## 6. I RAPPORTI CON I COLLABORATORI



### I COLLABORATORI: IL NOSTRO PRINCIPALE ASSET COMPETITIVO

Gli accordi collettivi coprono tutto il personale di Uniweb. Gli impiegati e i dirigenti Uniweb sono coperti da Accordi collettivi nazionali di primo livello (Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro delle Imprese Esercenti Servizi di Telecomunicazione), secondo livello (Contratto Integrativo Aziendale) e terzo livello (Contratto Integrativo Personale).

La scelta e l'organizzazione delle risorse umane è un fattore critico di successo per qualsiasi impresa. Il suo successo e consolidamento nel mercato non dipendono solo da un'idea imprenditoriale, per quanto buona possa essere. Altrettanto fondamentale è la collaborazione con coloro che contribuiscono a concretizzarla.

Decidere di investire tempo e risorse nella scelta, gestione, motivazione e coinvolgimento dei collaboratori, concepire la formazione come asset competitivo e non come costo misura, in qualche modo, la maturità di un'impresa e le sue potenzialità di crescita.

Investire anche e soprattutto in formazione manageriale è fondamentale ma anche spesso difficile per un imprenditore, il cui tempo è spesso eroso dalla gestione dell'operatività.

Per creare valore, abbiamo iniziato ad introdurre dei meccanismi operativi:

- la **ricerca e la selezione** delle risorse umane;
- la **formazione** delle risorse umane
- un **sistema di incentivazione economica** delle risorse umane, con un sistema a bonus legate agli obiettivi di rendimento e soddisfazione del cliente.
- **valutazione performance**: in parte il metodo è già operativo per le persone che lavorano su progetto, con un sistema che incentiva a lavorare principalmente su commesse cliente e non interne; è invece in pianificazione per il personale che non lavora su commessa. Il progetto è legato anche alla gestione di una proposta di smartworking strutturata attraverso un corso finanziato dalla Camera di Commercio su un gruppo di tre persone inizialmente con l'obiettivo di cambiare la modalità di lavoro spostandola da una valutazione a tempo a una valutazione degli obiettivi raggiunti. Per questo verranno introdotti in azienda nuove modalità di

misurazione delle performance che permetteranno di poter far lavorare i collaboratori in Smart Working.

Attraverso la scelta dell'utilizzo della metodologia "agile", abbiamo dato un'impostazione del lavoro che favorisca la collaborazione: aspetto fondamentale è la creazione di un team di lavoro e riuscire a coinvolgere le risorse, adottando uno stile partecipativo, per stimolare la collaborazione e la condivisione di responsabilità.

Per tale ragione abbiamo operato scelte significative in termini di part-time, contratti flessibili, smartworkig, personale femminile, over 50.

### 6.1. Numero di collaboratori

4 Consulenti esterni che ci supportano su ISO 9001/27001, GDPR, Marketing Manager, Strategy Manager, Senior web App Developer, 3 Agenti, 7 Agenzie/Rivenditori.

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Collaboratori	4	5	4	4	5	6	5	6	7	8	8

### 6.2. Suddivisione per genere e per età

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Donne	1	2	1	1	2	1	1	2	3	3	3
Percentuale Donne	25%	40%	25%	25%	40%	16,67%	20%	33,33%	42,86%	37,50%	37,50%
Under 30	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Percentuale Under 30	25%	20%	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Over 50	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Percentuale Over 50	0	0	0	0	0	0	0	0	0	12,50%	12,50%

### 6.3. Suddivisione per tipologia di contratto

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Part Time	1	1	2	2	2	2	2	3	4	3	3
Percentuale Part Time	25%	20%	50%	50%	40%	33,33%	40%	50%	57%	37,50%	37,50%

### 6.4. Tasso di turnover

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Assunti	0	1	1	0	1	3	2	1	1	1	0
Dimessi/Licenziati	0	0	2	0	0	2	3	0	0	0	0
Tasso turnover complessivo (ca)	0	25%	75%	0	25%	100%	100%	17%	16%	17%	0

### 6.5. Tasso di assenteismo

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
GG Malattia	0	0	0	1	2	12	20	38	13	10	25

GG Assenze ingiustificate	0	0	0	0	0	0	75	0	0	0	0
Tasso assenteismo (ca)	0	0	0	0	0	1%	8%	3%	1%	0,50%	1%

---



## 6.6. Anzianità di servizio

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Under 30	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Percentuale Under 30	25%	20%	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Over 50	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Percentuale Over 50	0	0	0	0	0	0	0	0	0	12,50%	12,50%

## 7. I RAPPORTI CON I COLLABORATORI



### 7.1. Presenza di un piano di welfare aziendale

Non è presente un piano di welfare aziendale.

### 7.2. Formazione

(n. persone in formazione, n. ore /giorni di formazione, ore medie per persona, % per persona)

Categoria	n. persone in formazione 2020	n. ore/gg di formazione 2020
Dipendenti	9	250 ore
Tirocinante	2	1060 ore
alternanza scuola-lavoro	0	0 ore
stage	2	150 ore

### 7.3. Salute e sicurezza

(n. casi di infortunio, indice di gravità/di frequenza, ore formazione per la sicurezza)

N° Casi	Indice di Gravità 2020	Frequenza 2020	ore formazione per la sicurezza 2020
Nessuno	n.a.	n.a.	16 ore

### 7.4. Conciliazione vita lavoro

(orari flessibili, smart working, congedi parentali)

in caso di necessità, sono concessi tutti gli incentivi necessari alla gestione di esigenze personali non differibili (malattia bambini, cura anziani, congedi...). Con il supporto di un ente formatore esterno, abbiamo provveduto all'organizzazione di un piano di gestione del passaggio dal semplice telelavoro allo smartworking, con specifiche sessioni per dipendenti e direzione.

### 7.5. Servizi time saving

(mensa, servizio lavanderia, raccolta pacchi da corrieri, pratiche amministrative)

Raccolta pacchi corriere.

### 7.6. Servizi di cura

(asilo aziendale, convenzione asili, contributo assistenza famigliari, campus estivi, ecc.)

Non presente

### 7.7. Politiche retributive

(benefit, piano pensionistico, contributo alla mobilità sostenibile, convenzione acquisti)

Bonus, incentivi e utilizzo convenzioni con Confindustria.

## 8. I RAPPORTI CON LA COMUNITA



### IL SISTEMA TERRITORIALE e la SOSTENIBILITA' SOCIALE UNIWEB

Nel 2001 la Commissione Europea presentava il Libro Verde sulla responsabilità sociale d'impresa, strumento per la promozione dello sviluppo sostenibile, descrivendola come:

"..l'integrazione volontaria delle preoccupazioni sociali ed ecologiche delle imprese nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate."

In particolare, dunque, intraprendere azioni utili per affermare i diritti economici, sociali, politici, culturali, equità di genere e di razze tra le persone che abitano le regioni interessate dall'azione di chi intende perseguire tali obiettivi.

Obiettivo primario della sostenibilità sociale è perseguire l'equità, che significa tendere verso l'eliminazione della povertà, la sperequazione dei benefici dello sviluppo e la realizzazione di condizioni di dignità per la vita di ogni uomo.

L'idea di sostenibilità sociale implica, quindi, il diritto di vivere in un contesto che possa esprimere le potenzialità di ogni individuo, la possibilità dei cittadini di agire nei processi decisionali. Significa anche sostenere azioni utili al mantenimento delle tradizioni e dei diritti delle comunità locali rispetto al proprio territorio di appartenenza.

Non solo. Nell'era della globalizzazione e dell'economia internazionale quella che tradizionalmente viene indicata come "competizione" non passa più solo tra le singole aziende, ma anche tra sistemi territoriali e, soprattutto, tra catene di valore.

Risulta, pertanto, fondamentale creare valore condiviso tra aziende, realtà no profit, scuole, università, società civile ed istituzioni. Riteniamo che la nostra strategia non possa prescindere dal contribuire ad un'economia e una società più sana, basate anche su una più equa suddivisione economica, utile anche a ridurre i conflitti sociali, nonché dalla creazione di una rete di partnership per poter competere in modo intelligente nel mondo globale al fine di trarre (e allo stesso tempo dare) giovamento.

Abbiamo, contemporaneamente, iniziato ad approssciare un piano di marketing territoriale, cioè ad intraprendere collaborazioni, partnership, partecipazione ad

associazioni per accrescere, anche, la nostra competitività aziendale grazie alla collaborazione con altre realtà.

Lavoriamo per contribuire alla creazione di un sistema territoriale, cercando di coinvolgere diverse realtà, per provare a creare, ognuno in base al proprio ruolo e alle proprie competenze, innovazione e competitività.

Offriamo sostegno ad associazioni sportive e culturali locali, perché crediamo nella valorizzazione del territorio e perché la condivisione di un obiettivo 'altro' dal proprio business facilita lo sviluppo di relazioni con altre realtà locali, ci permette di essere più credibili e visibili ai propri stakeholder. Legare la nostra immagine anche ad iniziative no profit ci aiuta ad essere più credibili e ad aumentare la propria competitività aziendale.

**COLLABORATORI:** preferiamo assumere persone del luogo, che possono trarre vantaggio dal lavorare vicini a casa.

**ISTITUZIONI:** Comitato PMI Confindustria Como - UNIONE INDUSTRIALI, non solo a livello formale, ma con un impegno preciso nel comitato, al fine di individuare eventuali collaborazioni tra diverse realtà e accrescere la competitività aziendale, integrando servizi a corollario. Scuole e università.

**PARTNERSHIP** con aziende e professionisti per arricchire la nostra offerta aziendale, completandola con competenze esterne (sviluppo software e applicazioni, marketing, privacy, GDPR, gestione bandi).

<b>Responsabilità di Business</b>	<b>Responsabilità Sociale</b>	<b>Responsabilità Ambientale</b>
Circa 2.000 clienti	Presenza nel <b>Comitato PMI Confindustria Como</b>	Dal 2012 Impianto fotovoltaico attraverso la società NEP.
Ricavi dalle Vendite 1,7 ML €	Dal 2007 2021 sosteniamo l'Associazione Sportiva Dilettantistica " <b>Progetto Giovani Cantù</b> "	Dal 2019 Impianto fotovoltaico aziendale nuova sede Uniweb.
EBITDA 227 K€	Dal 2010 sosteniamo l'associazione di	Nel 2021 sostituzione salviette di carta con asciugatori elettrici.

	mecenati " <b>Amici di Como</b> "	
	Dal 2015 sosteniamo l'associazione " <b>Hockey Como</b> "	
	Dal 2019 siamo soci della <b>Cassa Rurale ed Artigiana di Cantù BCC Soc. Coop.</b>	
	<b>Alternanza scuola-lavoro:</b> attività che ha coinvolto sino ad oggi 10 studenti	
	<b>Smart working:</b> continua l'impegno nella promozione di un ambiente di lavoro inclusivo, permettendo alle persone di usufruire di una giornata a settimana di telelavoro.	

### 8.1. Donazioni e sponsorizzazioni

(% del fatturato destinata, n. progetti, n. di associazioni)

- Dal 2007: Progetto Giovani Cantù (0,30% sul fatturato)
- Dal 2010: Amici di Como (0,70% sul fatturato)
- Dal 2015: Hockey Como (0,10% sul fatturato)

### 8.2. Progetti con la comunità

(n. progetti, n. partecipanti)

Progetto Giovani Cantù (donazione degli zainetti a tutti i partecipanti al PGC)

Hockey Como

### 8.3. Progetti di sostegno a una causa

(durata, modalità e importo sostegno)

- Dal 2012 progetto NEP SRL (14% sul fatturato)

#### 8.4. Sostegno alla formazione

(n. apprendisti, n. stagisti, n. visite scuole, n. altri progetti con enti formativi)

<b>Convenzioni 2020</b>	<b>N'Apprendisti</b>	<b>N° Stagisti</b>	<b>N° Tirocinante</b>
Università degli studi dell'Insubria	0	1	1
Politecnico di Milano	0	1	0
Istituto Jean Monet			1

- Abbiamo attivato altri Rapporti di formazioni con enti formativi quali:
- ECOLE
- GREEN BOCCONI

## 9. TUTELA DELL'AMBIENTE



La sostenibilità ambientale corrisponde a un ritmo di sfruttamento delle risorse e di emissione di inquinanti tale da poter essere continuato a tempo indeterminato. È un tipo di interazione con l'ambiente responsabile, cioè tale da mantenere una qualità ambientale alta a lungo termine.

Herman Daly, candidato al premio Nobel per la pace, identifica 3 indicatori per la sostenibilità ambientale

1. La velocità con cui si sfruttano le risorse rinnovabili deve essere inferiore a quella con cui si rigenerano.
2. L'immissione di particelle inquinanti e scorie nell'ambiente non supera la sua capacità di assimilarle, cioè la sua capacità di carico.
3. L'esaurimento di risorse non rinnovabili si compensa passando a risorse rinnovabili sostitutive.

### 9.1. Strategia ambientale

(descrizione degli obiettivi che si intendono raggiungere)

Uniweb da molti anni dedica particolare attenzione alla tutela ambientale, sia attraverso scelte strategiche, volte all'individuazione di una sales proposition sempre più legata alla sostenibilità anche ambientale, individuando prodotti e soluzioni in grado di risolvere necessità ai clienti e garantire loro un risparmio non solo economico ma anche in termini di emissioni, quali:

- **UCC** – telefonia e video conference, in grado di limitare gli spostamenti del proprio personale e di quello dei clienti, risparmiando tempo e riducendo le emissioni. Scelta di device rigenerati e riciclaggio device
- **IOT** – sviluppo sistemi di efficientamento energetico
- **Marketing digitale** – riduzione pubblicità cartacea e ottimizzazione posizionamento sul web

### 9.2. Consumi

(quantità di materiali usati, di energia e di acqua)

**Consumo energetico per erogazione Servizi Datacenter anno 2020:**

Consumo annuale disponibile contrattualizzato: 92.856 KWh

Consumo annuale effettivo: 26.000 KWh

CO2 annuale prodotta: 16,84 Ton

Produzione annuale Progetto NEP: 72.169 KWh

CO2 evitata annuale: 46,75 Ton

Produzione totale dal 21/12/2012 Progetto NEP: 576.461 KWh

CO2 evitata totale dal 21/12/2012: 374,46 Ton

Impatto compensato sulla CO2: **Riduzione di 29,91 Ton**

### Consumo energetico per Uffici anno 2020:

Consumo annuale effettivo: 30.417 KWh

CO2 annuale prodotta: 19,772 Ton

Produzione annuale fotovoltaico Uffici: (33.577 – 16.466) 17.111 KWh

CO2 evitata annuale: (21,825 – 10,702) 11,123 Ton

CO2 evitata totale dal 20/06/2019: 23,228 Ton

Impatto compensato sulla CO2: **Aumento di 8,649 Ton**

Impatto Totale compensato sulla CO2: **Riduzione 21,261 Ton**

### INFORMATIVA SULLA COMPOSIZIONE DEL MIX INIZIALE NAZIONALE UTILIZZATO PER LA PRODUZIONE DELL'ENERGIA ELETTRICA IMMESSA IN RETE NEL 2018 E NEL 2019

In ottemperanza all'articolo 6, comma 5, del decreto del Ministero dello Sviluppo Economico del 31 luglio 2009, recante "Criteri e modalità per la fornitura ai clienti finali delle informazioni sulla composizione del mix energetico utilizzato per la produzione dell'energia elettrica fornita, nonché sull'impatto ambientale della produzione", si indica di seguito la composizione del mix iniziale nazionale dell'energia elettrica immessa in rete e la composizione del mix energetico utilizzato per la produzione dell'energia elettrica venduta dall'impresa, per gli anni di produzione 2018 e 2019, come pubblicato dal Gestore dei Servizi Energetici (GSE).

	Composizione del mix energetico utilizzato per la produzione di energia elettrica venduta dall'impresa nell'anno 2018 e 2019		Composizione del mix iniziale nazionale utilizzato per la produzione di energia elettrica immessa nel sistema elettrico italiano nell'anno 2018* e 2019**	
	Anno 2018 * dato consuntivo	Anno 2019 ** dato pre consuntivo	Anno 2018 * dato consuntivo	Anno 2019 ** dato pre consuntivo
Fonti primarie utilizzate	%	%	%	%
Fonti rinnovabili	11,29	13,73	40,80	41,51
Carbone	18,33	12,48	12,34	8,52
Gas naturale	59,44	63,47	39,19	42,86
Prodotti petroliferi	0,77	0,74	0,53	0,51
Nucleare	5,64	4,99	4,14	3,50
Altre fonti	4,54	4,59	3,00	3,10

## Caffè e Boccioni acqua

Consumi di Caffè ed Acqua nel triennio 2018/2020.

2018	PV 313968 (Caffè)				PB 313969 (Acqua)	
	Quantità	0,36363636	Quantità	0,38181818	Quantità	0,36363636
gen	38 €	13,82	91 €	34,75	87 €	31,64
feb	60 €	21,82	132 €	50,40	89 €	32,36
mar	45 €	16,36	121 €	46,20	126 €	45,82
apr	17 €	6,18	58 €	22,15	65 €	23,64
mag	37 €	13,45	116 €	44,29	152 €	55,27
giu	50 €	18,18	126 €	48,11	171 €	62,18
lug	25 €	9,09	155 €	59,18	189 €	68,73
ago	10 €	3,64	41 €	15,65	62 €	22,55
set	31 €	11,27	94 €	35,89	160 €	58,18
ott	49 €	17,82	157 €	59,95	139 €	50,55
nov	68 €	24,73	200 €	76,36	163 €	59,27
dic	56 €	20,36	117 €	44,67	83 €	30,18
<b>Totale</b>	<b>486</b>	<b>€ 176,73</b>	<b>1408</b>	<b>€ 537,60</b>	<b>1486</b>	<b>€ 540,36</b>

2019	PV 313968 (Caffè)				PB 313969 (Acqua)	
	Quantità	0,36363636	Quantità	0,38181818	Quantità	0,36363636
gen	104 €	37,82	188 €	71,78	200 €	72,73
feb	123 €	44,73	198 €	75,60	145 €	52,73
mar	80 €	29,09	211 €	80,56	199 €	72,36
apr	37 €	13,45	120 €	45,82	134 €	48,73
mag	68 €	24,73	196 €	74,84	212 €	77,09
giu	56 €	20,36	272 €	103,85	236 €	85,82
lug	55 €	20,00	201 €	76,75	267 €	97,09
ago	0 €	-	0 €	-	85 €	30,91
set	74 €	26,91	216 €	82,47	189 €	68,73
ott	92 €	33,45	219 €	83,62	201 €	73,09
nov	119 €	43,27	239 €	91,25	134 €	48,73
dic	90 €	32,73	144 €	54,98	140 €	50,91
<b>Totale</b>	<b>898</b>	<b>€ 326,55</b>	<b>2204</b>	<b>€ 841,53</b>	<b>2142</b>	<b>€ 778,91</b>

2020	PV 313968 (Caffè)				PB 313969 (Acqua)	
	Quantità	0,36363636	Quantità	0,38181818	Quantità	0,36363636
gen	99 €	36,00	217 €	82,85	127 €	46,18
feb	154 €	56,00	273 €	104,24	164 €	59,64
mar	59 €	21,45	101 €	38,56	114 €	41,45
apr	€	-	€	-	€	-
mag	57 €	20,73	135 €	51,55	160 €	58,18
giu	64 €	23,27	153 €	58,42	108 €	39,27
lug	80 €	29,09	184 €	70,25	179 €	65,09
ago	0 €	-	0 €	-	87 €	31,64
set	68 €	24,73	211 €	80,56	175 €	63,64
ott	90 €	32,73	261 €	99,65	163 €	59,27
nov	73 €	26,55	253 €	96,60	144 €	52,36
dic	€	-	€	-	€	-

Totale	744	€	270,55	1788	€	682,69	1421	€	516,73
--------	-----	---	--------	------	---	--------	------	---	--------

Bioplastica è una plastica che deriva da risorse rinnovabili o è biodegradabile o entrambi.

**Risorsa rinnovabile:** che non si esaurisce

**Biodegradabile:** suscettibile di biodegradazione, che è la completa assimilazione del materiale frammentato da parte dei microrganismi (es. batteri e funghi) come se fosse cibo.

Considerando un arco temporale infinito tutto è biodegradabile.



	1	2	3	4	5
DESCRIZIONE PRODOTTO	Biochiena Plastica	Biochiena Hybrid (PS)	Biochiena Septarctica	Biochiena Carta + Coating PE	Biochiena Carta + Coating PLA
TIPO MATERIA PRIMA	Polistirene (PS)	PS + Sali minerali	Acido polilattico (PLA)	Carta + PE (s. 85%)	Carta + PLA (s. 85%)
SOURCE MATERIA PRIMA	Fossile	Fossile + Sali minerali	Vegetale	Carta + PE (s. 85%) Legno	Carta + PLA (s. 85%) Legno
RICICLABILE	✓	✓	✓	✓	✓
RIINNOVABILE	✗	✗	✓	✓	✓
BIODEGRADABILE E COMPOSTABILE	✗	✗	✓	✗	✓
PER BEVANDE CALDE	✓	✓	✗	✓	✓
FINE VITA	Plastica	Plastica	Organico (per compostaggio industriale o in casa)	Carta (per compostaggio industriale o in casa)	Carta (per compostaggio industriale o in casa) Organico (per compostaggio industriale o in casa)

\*\*\* Il contenitore preferibile è quello nella raccolta della carta perché una quantità minore di carta nel compost ne potrebbe compromettere la qualità.

	In fase di test		
	1	2	3
DESCRIZIONE PRODOTTO	Paletta Plastica	Paletta Bioplastica	Paletta Legno
TIPO MATERIA PRIMA	Polietilene (PE)	Acido polilattico (PLA)	Legno
SOURCE MATERIA PRIMA	Fossile	Vegetale	Legno
RICICLABILE	✓	✓	✗
RIINNOVABILE	✗	✓	✗
BIODEGRADABILE E COMPOSTABILE	✗	✓	✗
PER BEVANDE CALDE	✓	✓	✓
FINE VITA	Plastica (per compostaggio industriale o in casa)	Organico (per compostaggio industriale o in casa)	Indifferenziato

In prospettiva di un miglioramento dell'impatto ambientale nel 2021 intendiamo ridurre l'utilizzo della plastica nell'area Break "Caffè e Boccioni Acqua"

CO2 annuale prodotta 2020: 491g/litro = 348 Kg

Risparmio CO2 annuale previsto nel 2021: 100%

### 9.3. Emissioni CO2

(produzione, trasporto merci, trasporto collaboratori)

Complessivamente le emissioni di CO2 generate dalla società si riferiscono per la maggior parte ai mezzi aziendali.

### 9.4. Mobilità sostenibile

(contributo uso mezzi pubblici, car pooling, bicicletta, mobilità elettrica, bus navetta)

Parco veicoli aziendale è attualmente composto da 6 Veicoli, tutti di proprietà.

La scelta aziendale è quella di andare verso veicoli alimentati a benzina euro 6, andando a sostituire nel tempo i vecchi veicoli alimentati a gasolio, in quanto l'elettrico non permette autonomie elevate. I vecchi Euro 3 e Euro4, saranno presto dismessi.

STIMA DEL RISPARMIO ECONOMICO ED AMBIENTALE SU CONSUMI REGISTRATI  
NEL 2020 SULLE 6 AUTO AZIENDALI

	KWh consumati per ricarica auto elettriche	Costo Carburante medio(€/litro)	Emissioni CO2 (g/Km)	Km percorsi (media annuale)	Costo Totale (€)	Emissioni di CO2 Totali (Kg)
<b>DV383CJ Euro 4 Diesel</b>		<b>1.30</b>	<b>218,00</b>	<b>15714</b>		<b>3.425</b>
ET163MV Euro 5 Diesel		1.30	152,00	12857		1.954
EP291LP Euro 5 Diesel		1.30	123,00	11250		1.383
FF231CF Euro 6B Diesel		1.30	99,00	25326		2.507
FL531VR Euro 6 Benzina		1.58	75,00	9203		690
FT508ZK Euro 6D Benzina		1.58	114,00	15981		1.821
<b>Totale</b>						<b>11.780</b>
<b>Nuova Euro 6 Benzina</b>		<b>1.58</b>	<b>118,00</b>	<b>15714</b>		<b>1.854</b>

Per il 2021 abbiamo previsto la sostituzione di un autoveicolo Euro4 con un nuovo Euro6.

CO2 annuale prodotta 2020: = 11.780 Kg

Risparmio CO2 annuale previsto nel 2021: 1.571 Kg

## 9.5. Gestione dei rifiuti

(per tipologia, quantità, modalità di riciclo o smaltimento)

Il Riciclaggio rifiuti è un'attività di basso impatto in quanto è ridotto ai soli materiali ad uso ufficio.

I server e le apparecchiature sono smaltiti con aziende specifiche per il recupero dei rifiuti speciali. E' sicuramente interesse nostro valutare fornitori che garantiscono un recupero e un riciclo minimo del prodotto.

Per il recupero degli **apparati telefonici** è stato scelto un fornitore che garantisce un recupero minimo e riciclo del 40% del materiale.

## 10. COMUNICAZIONE

### 10.1. Comunicazione Interna

(newsletter, incontri, intranet, eventi, ecc)

La comunicazione interna aziendale prevede l'utilizzo di newsletter, di una bacheca Annunci e la Creazione di sondaggi. Purtroppo la condizione Emergenziale di Covid-19 non ci ha permesso l'organizzazione di eventi durante il 2020.

### 10.2. Comunicazione Esterna

(sito web, bilancio, eventi, stampati, social media, advertising)

La sostenibilità d'impresa è l'insieme delle politiche interne che permettono ad un'azienda di perseguire una combinazione virtuosa delle tre dimensioni dello sviluppo sostenibile: strategia, processi e prodotti del business, integrandoli con considerazioni ambientali e sociali, con l'obiettivo di generare valore nel lungo periodo. È una visione fondamentale per gestire al meglio le risorse ambientali e finanziarie.

#### LA SOSTENIBILITA' COME VANTAGGIO COMPETITIVO

In un'ottica in cui il nostro consumatore è sempre più attento alla salvaguardia dell'ambiente e della società, creare un nuovo posizionamento per la propria azienda diventa fondamentale.

E' necessario fornire al cliente tutti i mezzi per poter scegliere i propri 'fornitori' non solo in base al servizio fornito e al rapporto qualità-prezzo, ma anche alle scelte che l'azienda opera in termini di impatto ambientale, di creazione di condizioni di lavoro stimolanti e le iniziative aziendali per la società. In sintesi, la creazione di una brand reputation.

Per invogliare a scegliere la propria azienda rispetto alle altre, bisognerà iniziare a raccontarsi in questi termini, attraverso vari step e strumenti.

Attraverso la sostenibilità proviamo a differenziarci e ad usarla come leva.

Nello specifico dobbiamo fare emergere delle strategie precise per ciascuno dei cinque pilastri su cui basare la comunicazione:

- Dipendenti: parità di genere, part time, smart working
- Solidità finanziaria ed economica
- Clienti: trasparenza e soluzioni sempre più flessibili, innovative
- Sociale: PGC, Amici di Como, formazione giovani

- Ambiente: attenzione all'ambiente e al consumo di risorse

In dettaglio stiamo utilizzando i seguenti canali di comunicazione:

## SITO INTERNET

Il sito di riferimento aziendale è [www.uniweb.it](http://www.uniweb.it); abbiamo realizzato anche tre portali specifici per le tre divisioni:

[www.unigate.it](http://www.unigate.it) per la divisione Unified Communication e Collaboration UCC;

[www.unithings.it](http://www.unithings.it) per la divisione Internet Of Things IOT;

[www.unistore.cloud](http://www.unistore.cloud) per lo store dei servizi Datacenter;

[areaclienti.uniweb.it](http://areaclienti.uniweb.it) per la gestione dei servizi in consistenza e per la richiesta di assistenza tecnica;

All'interno del sito Web [www.uniweb.it](http://www.uniweb.it) c'è una sezione **NEWS** aggiornata mensilmente

## REPORT SOSTENIBILITA

Nel 2021 è stato redatto il primo report di sostenibilità in riferimento al 2020.

## EVENTI

Nel 2020 non abbiamo organizzato eventi causa Pandemia.

## STAMPATI

- **MAGIC LAKE**

2020 1 Spring	UNIGATE: Comunicazione unificata aziendale	Pubblicità
---------------	--	------------

2020 4 Winter	Costruiamo un futuro sostenibile	Pubblicità
---------------	----------------------------------	------------

- **NETWEEK**

ott-19	UNIGATE: Comunicazione unificata aziendale	Pubblicità Giornale di Cantù
--------	--	------------------------------

ott-19	UNIGATE: Comunicazione unificata aziendale	Pubblicità Giornale di Erba
--------	--	-----------------------------

ott-19	UNIGATE: Comunicazione unificata aziendale	Pubblicità Giornale di Olgiate
--------	--	--------------------------------

ott-19	UNIGATE: Comunicazione unificata aziendale	Pubblicità Giornale di Seregno Desio
--------	--	--------------------------------------

ott-19	UNIGATE: Comunicazione unificata aziendale	Pubblicità Como Zero
--------	--	----------------------

ott-19	UNIGATE: Comunicazione unificata aziendale	Pubblicità Comozero.it
--------	--	------------------------

ott-19	UNIGATE: Comunicazione unificata aziendale	Pubblicità giornaledicomo.it
--------	--	------------------------------

## SOCIAL MEDIA

- **LinkedIn:** visione come azienda sostenibile a partire dalle news/pagine di approfondimento.

16/06/2019	Trasferimento sede
23/10/2019	20 anni
15/11/2019	Assemblea Confindustria
19/11/2019	Innovation Manager
04/06/2020	Unigate gratis per tre mesi
04/06/2020	Fornitura fibra gratis per tre mesi
22/12/2020	Auguri di Natale
08/01/2021	Video Aziendale
22/01/2021	Partecipazione a Piccola Confindustria Como
11/02/2021	Degustazione Missionaria
26/03/2021	Datacenter italiano

## ADVERTISING

- **NEWLETTER**

01/04/2020	Potenziamento infrastruttura di rete nei comuni lombardi
04/05/2020	Fornitura di Connessione Fibra ultraveloce GRATIS per TRE MESI con sistema di comunicazione e collaborazione integrato
04/06/2020	Offerta 50 Giga o 100 Giga EXTRA per SIM AZIENDALI voce/dati!
16/07/2020	Offerta 50 Giga o 100 Giga EXTRA per SIM AZIENDALI voce/dati!
19/11/2020	Scopri UniGATE : comunicazione unificata, risparmio e sostenibilità al servizio della tua azienda
22/12/2020	Buone feste da Uniweb Communications!

## VIDEO ISTITUZIONALE

ott-19	Video Istituzionale	Video Spot
--------	---------------------	------------

## 11. PROSSIMI PASSI

### 11.1. Indicare gli obiettivi

(che l'impresa si è data e quali passi intende intraprendere per raggiungerli)

#### CONSUMI UFFICIO

Inoltre valutiamo l'aumento delle fonti rinnovabili come soluzione energetica per ridurre la produzione di CO2. Lo sfruttamento delle fonti rinnovabili dal 2018 al 2019 è passato dal 11,29 al 13,73. Per il 2021 ci impegniamo ad arrivare al 50%.

#### RIDUZIONE PLASTICA

In prospettiva di un miglioramento dell'impatto ambientale nel 2021 intendiamo ridurre l'utilizzo della plastica nell'area Break "Caffè e Boccioni Acqua" sostituendo il distributore di bottigliette d'acqua con un erogatore di acqua refrigerata e gasabile da rete idrica e distribuendo ai collaboratori due bottigliette in Tritan per il prelievo e sostituendo i bicchierini e cucchiaini del caffè con prodotto compostabile.

#### RIDUZIONE CARTA

Dal 2021 saranno eliminate le salviette in carta nei bagni e sostituiti con asciugatori elettrici a basso consumo energetico riducendo quindi i rifiuti indifferenziati.

#### RIDUZIONE CONSUMI CARBURANTE

Per il 2021 abbiamo previsto la sostituzione di un autoveicolo Euro4 con un nuovo Euro6.

#### SERVER DATACENTER

In prospettiva di Miglioramento, nel 2021 è prevista la sostituzione di due Nodi e relativo storage SAN con delle nuove infrastrutture per il miglioramento della performance tecnologiche e una ulteriore riduzione dei consumi energetici e di conseguenza una riduzione della CO2 emessa.

Sostituzione di due nodi ESX5-ESX6 con dei nuovi ESX7 -ESX8 a basso consumo energetico.

OLD

ESX3-4 > DL380 Gen8 460w x 4 > Tot 1840w (potenza max)

P2000 > 480w x 2 > Tot 960w (potenza max)

NEW

ESX7-8 > 500w x 4 > Tot 2000w (potenza max)

MSA2050 > 480w x 2 > Tot 960w (potenza max)

Il margine di miglioramento è identificabile nella gestione, a parità di energia consumata, di una quantità di dati 10 volte superiore (da 5 TB a 50 TB).

## **WELFARE**

Creazione Piano di Welfare aziendale

### **11.2. Indicare le tempistiche**

(previste per ogni iniziativa se sono programmate su più annualità)

#### **CONSUMI UFFICIO**

Entro Dicembre 2025

#### **WELFARE**

Entro Dicembre 2025

## 12. INDICE GRI

GRI 100 - STANDARD UNIVERSALI		Riferimento	Omissioni e Commenti
GRI 102 - INFORMATIVA GENERALE			
<b>PROFILO DELL'ORGANIZZAZIONE</b>			
102 -1	Nome dell'organizzazione	Uniweb Srl	
102 -2	Principali attività, marchi, prodotti e servizi	3.3	
102 -3	Sede principale	3.4	
102 -4	Aree geografiche di operatività	3.5	
102 -5	Assetto proprietario e forma legale	3.1	
102 -6	Mercati serviti	3.5	
102 -7	Dimensione dell'organizzazione	3.6, 3.7	
102 -8	Caratteristiche della forza lavoro	3.7, 6, 7	
102 -9	Catena di fornitura dell'Organizzazione	5.1	
102 -10	Cambiamenti significativi dell'Organizzazione e della sua catena di fornitura		
102 -11	Applicazione dell'approccio prudentiale alla gestione dei rischi	4	
102 -12	Iniziative esterne	8	
102 -13	Adesione ed associazioni	4.7, 8, 8.1	
<b>STRATEGIA</b>			
102 -14	Dichiarazione di un alto dirigente	1	
102 -15	Impatti chiave, rischi ed opportunità	3.1, 2.6	
<b>ETICA E INTEGRITÀ</b>			
102 -16	Valori, principi standard e norme di comportamento	2.6, 4.1, 4.5	
102 -17	Meccanismi per ricercare consulenza e segnalare criticità relative a questioni etiche		Non ancora implementato.
<b>GOVERNANCE</b>			

102 -18	Struttura della governance	3.1, 4	
102 -19	Delega dell'autorità	3.1, 4	
102 -20	Responsabilità a livello esecutivo per temi economici, ambientali e sociali	4	Nell'ambito della <b>Direzione Marketing &amp; Comunicazione</b> è stata identificata una struttura dedicata alla Corporate Responsibility aziendale, con l'obiettivo di presidiare le iniziative aziendali esistenti, pianificare azioni ed interventi mirati e rendicontare periodicamente al Management.
102 -21	Consultazione degli stakeholder su temi economici, ambientali e sociali	4.2	
102 -22	Composizione del massimo organo di governo e relativi comitati	3.1, 4	
102 - 23	Presidente del massimo organo di governo	4	
102 - 24	Nomina e selezione del massimo organo di governo	3.1, 4	
102 - 25	Conflitti di interessi	3.1	
102 - 26	Ruolo del massimo organo di governo nello stabilire finalità, valori e strategie	3.1	
102 - 27	Conoscenza collettiva del massimo organo di governo	3.1	
102 - 28	Valutazione delle performance del massimo organo di governo		N.A.
102 - 29	Identificazione e gestione degli impatti economici, ambientali e sociali	2.6	

102 - 30	Efficacia dei processi di gestione del rischio	4, 4.8	
102 - 31	Riesame dei temi economici, sociali e ambientali	4, 4.8	
102 - 32	Ruolo del massimo organo di governo nei reporting di sostenibilità	4	
102 - 33	Comunicazione delle criticità		N.A.
102 - 34	Natura e numero totale delle criticità		Nessuna segnalazione in merito alle tematiche CSR è pervenuta al CdA nel 2020.
102 - 35	Politiche retributive	3.1	
102 - 36	Processo per determinare la retribuzione	3.1	
102 - 37	Coinvolgimento degli stakeholder nella retribuzione		L'unico stakeholder coinvolto nel processo di remunerazione sono i Soci.
102 - 38	Tasso della retribuzione totale annua		L'indicatore non può essere pubblicato per ragioni di riservatezza. Tali informazioni, infatti, se pubblicate senza opportuni e complessi commenti, potrebbero essere interpretate dai lettori in modo non corretto o fuorviante.
102 - 39	Percentuale di aumento del tasso della retribuzione totale annua		L'indicatore non può essere pubblicato per ragioni di riservatezza. Tali informazioni, infatti, se pubblicate senza opportuni e complessi commenti, potrebbero

			essere interpretate dai lettori in modo non corretto o fuorviante.
CONINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER			
102 - 40	Elenco dei gruppi di stakeholder	4.2	
102 - 41	Accordi di contrattazione collettiva	6	
102 - 42	Individuazione e selezione degli stakeholder	4.1.1	
102 - 43	Modalità di coinvolgimento degli stakeholder	4.1.2	
102 - 44	Temi e criticità chiave sollevati		Nessuno
PRATICHE DI RENDICONTAZIONE			
102 - 45	Soggetti inclusi nel bilancio consolidato	2	
102 - 46	Definizione del contenuto del report e perimetri dei temi	2	
102 - 47	Elenco dei temi materiali	4.2, 4.3	
102 - 48	Revisione delle informazioni	2	
102 - 49	Modifiche della rendicontazione	2	
102 - 50	Periodo di rendicontazione	2.2	
102 - 51	Data del report più recente	2020	
102 - 52	Periodicità della rendicontazione		Annuale
102 - 53	Contatti per chiedere informazioni riguardanti il report		Uniweb mail: info@uniweb.it
102 - 54	Dichiarazione sulla rendicontazione in conformità ai GRI Standards	2.4	
102 - 55	Indice dei contenuti GRI	12	
102 - 56	Assurance esterna		Il Report di Sostenibilità di Uniweb non è sottoposto ad attività di assurance esterna

## ALLEGATO 1

Per quanto riguarda la raccolta dati legata alla matrice di materialità abbiamo diviso l'attività in due parti:

- **Importanza per Uniweb:** Abbiamo effettuato un sondaggio inviando un questionario a tutti i dipendenti e consulenti come di seguito riportato.

### Sondaggio UniWeb

In questo sondaggio vogliamo raccogliere le opinioni di voi dipendenti riguardo i 3 temi di sostenibilità aziendale relativi alla RSI (Responsabilità Sociale d'Impresa): responsabilità di business, responsabilità sociale e responsabilità ambientale.

Con sostenibilità d'impresa si intende la gestione integrata di queste tre dimensioni aziendali per garantire la continuità d'impresa e creare valore condiviso. L'approccio a uno sviluppo sostenibile è infatti inevitabile per la stabilità del sistema economico e non tenerne conto significa mettere a rischio non solo la competitività, ma il futuro stesso delle aziende. Verso questo approccio strategico giungono sempre più spinte dal mondo finanziario, dai clienti e dalla necessità di controllo della catena di fornitura, dall'evoluzione dei sistemi di gestione e degli standard di prodotto/processo, dai consumatori e dai modelli di produzione e consumo emergenti.

A seguito verranno elencate 9 tematiche a cui dare un valore di importanza da 1 (minore importanza) a 5 (maggiore importanza); le risposte dovranno basarsi sulla propria opinione personale.

\*Campo obbligatorio

#### RESPONSABILITÀ DI BUSINESS

##### Performance economica e creazione di valore per gli stakeholder \*

Tutto ciò che riguarda la gestione responsabile a livello di business, allo scopo di garantire redditività per l'azienda e gli "stakeholder", cioè ciascuno dei soggetti direttamente o indirettamente coinvolti in un progetto o nell'attività aziendale.

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>				

##### Correttezza ed innovazione nelle relazioni con i clienti \*

La sfera comunicativa con il cliente nel costruire e consolidare il rapporto attraverso trasparenza e coinvolgimento.

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>				

##### Sviluppo del Capitale umano dell'azienda \*

La formazione e lo sviluppo dei dipendenti allo scopo di potenziarne le competenze.

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>				

## RESPONSABILITÀ SOCIALE

### Vicinanza al territorio e alla comunità. \*

Supporto allo sviluppo sociale e culturale dei territori in cui l'azienda opera.

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>				

### Politiche di welfare aziendale: Le persone al centro \*

Attenzione alla conciliazione degli impegni professionali con quelli familiari, così come supporto ad attività rivolte ai dipendenti.

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>				

### Salute e sicurezza sul lavoro \*

Tutto ciò che riguarda la salute del lavoratore in ambito aziendale.

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>				

## RESPONSABILITÀ AMBIENTALE

### Efficienza energetica \*

Richieste energetiche e consumi aziendali, in un ottica di risparmio ed energia rinnovabile.

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>				

### Riduzione degli impatti ambientali diretti \*

Gestione dei potenziali rischi e impatti ambientali diretti, ovvero generati dalle attività dell'azienda come il consumo di carta e plastica o la classe di inquinamento delle auto aziendali.

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>				

### Riduzione degli impatti ambientali indiretti \*

Gestione dei potenziali rischi e impatti ambientali indiretti, ovvero con riferimento a servizi e prodotti offerti oppure legati alla "catena di fornitura".

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>				

Invia

- Importanza per gli Stakeholder: Abbiamo effettuato una stima.

# Codice Etico

[CE.1. Introduzione](#)

[CE.2. Principi e valori aziendali](#)

[CE.3. Impegni dell'azienda](#)

[CE.4. Regole di comportamento](#)

[CE.5. Applicabilità del codice etico](#)

## CE.1. Introduzione

La redazione del presente Codice Etico si inserisce all'interno di un percorso intrapreso da UNIWEB rispetto alla messa in atto di una serie di iniziative volute dalla Direzione, volte ad affermare e comunicare all'esterno i propri principi e valori basati sul concetto di "responsabilità sociale dell'impresa".

UNIWEB ha redatto un Codice Etico poiché consapevole che l'integrità, la reputazione e la redditività aziendale dipendono principalmente dal comportamento individuale della Direzione, del Management, dei dipendenti, collaboratori e fornitori.

Il Codice Etico mira a definire i principi, i valori e i comportamenti che quotidianamente devono ispirare lo svolgimento delle attività aziendali. Tale strumento è un'espressione dei valori fondamentali di UNIWEB e rappresenta un punto di riferimento per ogni processo decisionale aziendale.

Il Codice va utilizzato come una guida. Ogni dipendente e collaboratore è personalmente responsabile del rispetto del Codice Etico e dovrà renderne sempre conto. I fornitori dell'Azienda sono invitati a prendere visione del Codice e a sottoscriverlo al fine di impegnarsi direttamente al rispetto dello stesso. Tutti gli altri Stakeholders dell'Azienda sono invitati a leggerlo con attenzione e a tenerne sempre presente il contenuto.

L'etica e l'adempimento alle Norme sono una responsabilità che l'Azienda intende condividere con i propri interlocutori aziendali. Chiunque venga a conoscenza di situazioni che possano sembrare non conformi ai valori etici e alle norme di comportamento del Codice, è tenuto ad informarne la Direzione dell'Azienda o il Responsabile del Sistema di Gestione della Qualità.

## CE.2. Principi e valori aziendali

UNIWEB si impegna a rispettare gli standard più rigorosi di condotta etica e professionale, nei confronti dei dipendenti e di tutti gli altri propri interlocutori aziendali: clienti, fornitori, partner, istituzioni, comunità locale. Questo impegno e la responsabilità che esso comporta, sono riassunti qui di seguito.

### Dipendenti

Nei confronti dei dipendenti l'azienda si impegna al rispetto dei seguenti principi etici:

- Non usufruire o favorire l'utilizzo di lavoro minorile;
- Non usufruire o favorire l'utilizzo di lavoro obbligato;
- Garantire a tutti i dipendenti un luogo di lavoro sicuro e salubre;

- Rispettare il diritto dei lavoratori di aderire e formare sindacati;
  - Non attuare discriminazioni di qualsiasi natura;
  - Non utilizzare o favorire punizioni corporali, coercizione mentale o fisica e violenza verbale;
  - Operare nel rispetto delle Leggi Internazionali e Nazionali in materia di lavoro e nel rispetto del Contratto Collettivo Nazionale del Lavoro del settore delle Telecomunicazioni;
  - Garantire il rispetto dei livelli retributivi minimi previsti dalla normativa vigente e dal Contratto Collettivo Nazionale del Lavoro del settore delle Telecomunicazioni.
- 

La Direzione è tenuta a comportarsi con rigore e in modo equo nei rapporti reciproci ed ad applicare una politica dell'impiego fondata sull'eguaglianza di opportunità per tutti i dipendenti, sul dialogo, sull'ascolto delle eventuali esigenze e necessità di ognuno, al fine di creare un ambiente di lavoro piacevole, un'atmosfera in cui si incoraggi lo scambio di opinioni franco e leale, e favorire il perseguimento del benessere del personale.

È riconosciuto il diritto di ognuno alla riservatezza della propria vita privata, è prioritaria la cura dei dipendenti, la loro salute e sicurezza sul luogo di lavoro, la crescita professionale, la soddisfazione personale e la motivazione.

#### Clients

L'azienda è tenuta a operare secondo principi di qualità e affidabilità, eccellenza nelle performance, prezzi equi e un comportamento onesto, al fine di perseguire la continua soddisfazione dei propri clienti.

I rapporti vanno improntati a principi di legalità, moralità, trasparenza e correttezza professionale.

#### Suppliers

L'azienda è tenuta a trattare i fornitori in modo equo. Va incoraggiata una concorrenza leale, senza pratiche discriminatorie o sleali, intesa a stimolare la creazione di rapporti commerciali durevoli e basati sulla correttezza e sulla trasparenza.

#### Other interested parties

L'azienda è tenuta a comportarsi responsabilmente nella comunità locale in cui opera, nel rispetto di tutte le Leggi Nazionali e Locali, impegnandosi al continuo miglioramento della qualità della vita, attraverso la promozione di iniziative di sensibilizzazione sulle tematiche legate alla tutela dei diritti umani.

#### Institutions

L'azienda si impegna a mantenere un dialogo aperto e trasparente nei confronti di tutte le Istituzioni Nazionali, Regionali e Locali con le quali si trova a interagire.

## **CE.3.** Impegni dell'Azienda

### Impegno nei confronti dei dipendenti e collaboratori

L'azienda non utilizza e non intende sostenere in alcun modo l'utilizzo del lavoro infantile.

L'azienda non utilizza e non intende sostenere in alcun modo l'utilizzo del lavoro obbligato. UNIWEB si impegna affinché tutti i lavoratori siano pienamente consapevoli dei propri diritti e doveri derivanti dal contratto di lavoro.

L'azienda garantisce ai propri lavoratori un luogo di lavoro sicuro e salubre attraverso il rispetto della Normativa in materia, la formazione, l'informazione e l'addestramento continuo sul tema della salute e sicurezza, la distribuzione di adeguati Dispositivi di Protezione Individuali, la disponibilità a sottoporsi a verifiche e audit da parte delle autorità di controllo e a porre in essere tutte le azioni necessarie a minimizzare le cause di pericolo ascrivibili all'ambiente di lavoro.

L'azienda rispetta il diritto dei lavoratori di formare e aderire ai sindacati di propria scelta e il diritto di partecipare alla contrattazione collettiva.

L'azienda si impegna a seguire una politica intesa a non favorire pratiche discriminatorie nell'assunzione, nella remunerazione, nell'accesso alla formazione, promozione, licenziamento o pensionamento, in base a razza, cetò, origine nazionale, religione, invalidità, sesso, orientamento sessuale, appartenenza sindacale, affiliazione politica, età.

Si impegna a offrire pari opportunità ai tutti i lavoratori e pari opportunità d'impiego a nuovi candidati qualificati.

Intende operare nel massimo rispetto della riservatezza e della dignità dei lavoratori.

L'azienda non utilizza e non intende sostenere in alcun modo l'utilizzo di punizioni corporali, coercizione mentale o fisica, abuso verbale. Le eventuali sanzioni disciplinari applicate ai dipendenti vengono attuate nel pieno rispetto dello Statuto dei Lavoratori e del Contratto Collettivo Nazionale del Lavoro per i lavoratori dipendenti del settore delle Telecomunicazioni.

È tenuta a rispettare pienamente, nel rapporto di lavoro, la Normativa Internazionale e Nazionale in materia di lavoro nonché il Contratto Collettivo Nazionale del Lavoro per i lavoratori dipendenti.

Opera nel rispetto della riservatezza e della dignità dei dipendenti. L'Azienda richiede e registra soltanto quei dati personali che sono necessari per una gestione efficiente del personale o che sono richiesti per legge. L'accesso a tali dati va limitato soltanto alle autorità di controllo.

L'Azienda è tenuta a rispettare tutte le leggi in vigore in materia di divulgazione di dati personali dei dipendenti.

Il rispetto da parte dell'Azienda della dignità della vita privata dei dipendenti proibisce qualsiasi ingerenza nella condotta dei medesimi all'esterno del luogo di lavoro, purché tale condotta non sia nociva alle prestazioni sul lavoro o lesiva della reputazione aziendale.

Si impegna a fornire puntualmente ai dipendenti informazioni rilevanti sull'andamento

lavorativo, sulle prestazioni dei prodotti/servizi, sui rapporti con la clientela e sui risultati raggiunti dai dipendenti.

L'azienda si propone di predisporre un canale di comunicazione anonimo che permette ai dipendenti di manifestare apertamente opinioni, atteggiamenti e preoccupazioni e si impegna a garantire una risposta adeguata alle segnalazioni/reclami anonimi pervenuti.

Nessuna sanzione verrà data a quei dipendenti che forniranno eventuali segnalazioni o manifesteranno eventuali problematiche o lamentele .

Si impegna a stimolare la formazione e la crescita professionale dei dipendenti, incoraggiandoli a migliorare e ad aumentare le proprie capacità professionali.

#### Impegno nei confronti dei fornitori

La politica dell'Azienda nell'acquisto di attrezzature, materiali e servizi è basata sul valore intrinseco dei medesimi.

I fornitori e i prestatori di servizi dell'Azienda vanno trattati con equità, con giustizia e senza discriminazione.

L'azienda si impegna a garantire i pagamenti delle forniture nei tempi stabiliti dal contratto o dall'ordine di acquisto, a favorire un rapporto di collaborazione basato sulla fiducia, sullo scambio delle informazioni, sulla trasparenza e sulla correttezza professionale.

È tenuta a rispettare informazioni riservate e segreti commerciali dei fornitori e si impegna a seguire una politica intesa a informarli di qualsiasi errore contabile o amministrativo e a correggerli immediatamente con accrediti, rimborsi o altri provvedimenti accettabili da ambedue le parti.

#### Impegno nei confronti dei clienti

Tutte le attività vanno effettuate in piena ottemperanza ai requisiti del cliente attraverso l'utilizzo di lavoratori qualificati e specializzati.

Tutte le attività dell'Azienda vengono svolte dando priorità alla sicurezza e al benessere dei clienti e degli utenti.

La politica e le procedure operative dell'Azienda vanno improntate a criteri di qualità e di sicurezza delle attività e del prodotto/servizio finale.

L'azienda è tenuta a recepire le esigenze dei clienti e a soddisfarle offrendo prodotti e servizi di qualità, a prezzi e a condizioni competitive.

È tenuta a vendere i propri prodotti e servizi in modo onesto, sulla base delle qualità intrinseche dei medesimi e ad astenersi da qualsiasi vendita il cui buon esito richieda un'azione illegale o la contravvenzione di queste norme.

Rispetta le informazioni riservate e segreti commerciali dei propri clienti.

Si impegna a seguire una politica intesa a informare i clienti di qualsiasi errore contabile o amministrativo e a correggere immediatamente ogni errore con accrediti, rimborsi o altri provvedimenti accettabili da ambedue le parti.

#### Impegno nei confronti di stakeholders

L'azienda si impegna a seguire una politica intesa a comunicare ai propri stakeholders, le proprie performance etico-sociali attraverso il dialogo diretto con le parti stesse.

Si propone di impegnarsi in modo attivo a sostenere organizzazioni ed attività sociali della comunità in cui opera.

Si impegna a promuovere il tema del rispetto dei diritti umani, con particolare attenzione alla protezione dei bambini e dei giovani lavoratori impiegati in attività lavorative pericolose.

## **CE.4.** Regole di comportamento

#### Lavoro infantile

Tutti i lavoratori sono tenuti a comunicare alla Direzione dell'Azienda eventuali informazioni in proprio possesso su casi di lavoro infantile presso i fornitori dell'Azienda.

#### Salute e sicurezza sui luoghi di lavoro

Al fine di tutelare la salute e sicurezza dei lavoratori e dei clienti/utenti dell'Azienda, i lavoratori sono tenuti a:

- Rispettare e seguire scrupolosamente tutte le procedure della sicurezza nello svolgimento del proprio lavoro;
- Indossare i Dispositivi di Protezione Individuale nei modi previsti dalle procedure stesse;
- Non fumare nei locali aziendali;
- Comunicare al Responsabile del Servizio Prevenzione e Protezione qualsiasi informazione che possa prevenire il verificarsi di un evento dannoso per la salute dei lavoratori e dei clienti /utenti.

#### Discriminazione

I lavoratori sono tenuti a non attuare pratiche discriminatorie di qualunque natura nei confronti dei propri colleghi di lavoro e di eventuali neo-assunti, nonché avere dei comportamenti contrari ad un atteggiamento costruttivo.

I rapporti tra le persone devono essere ispirati dai principi del rispetto reciproco e della dignità delle persone.

### Abuso di stupefacenti e alcool

Tutto il personale è tenuto a rispettare le leggi e i regolamenti vigenti in merito al possesso o all'uso di alcool o di stupefacenti.

L'Azienda proibisce l'uso illegale, la vendita, l'acquisto, la cessione, il possesso o la presenza di stupefacenti nei locali dell'Azienda, eccezion fatta per i farmaci prescritti da un medico.

L'Azienda, inoltre, proibisce l'uso, la vendita, l'acquisto, la cessione o il possesso di bevande alcoliche da parte dei dipendenti dell'Azienda nei locali della medesima.

### Protezione di beni materiali e immateriali dell'azienda

Il patrimonio aziendale è costituito dai beni fisici materiali, quali ad esempio computer, stampanti, attrezzature, autovetture, infrastrutture, beni immateriali quali ad esempio, informazioni riservate, know-how, conoscenze tecniche, sviluppate e diffuse dai dipendenti dell'Azienda.

La protezione e conservazione di questi beni e informazioni costituisce un valore fondamentale per la salvaguardia degli interessi aziendali, ed è cura del personale (nell'espletamento delle proprie attività aziendali), non solo proteggere tali beni e informazioni, ma impedirne l'uso fraudolento o improprio.

L'utilizzo di questi beni da parte dei dipendenti deve essere funzionale ed esclusivo allo svolgimento delle attività aziendali o agli scopi autorizzati dalle funzioni aziendali interessate.

### Impegno dei fornitori nei confronti dell'azienda

I fornitori devono impegnarsi a rispettare gli impegni assunti nei confronti dell'Azienda in termini di puntualità, standard di sicurezza, qualità dei prodotti e servizi forniti.

L'azienda si impegna a instaurare rapporti di fornitura con aziende che garantiscano anch'esse la conformità ai requisiti di etica, correttezza e adempimento alle norme in materia di salvaguardia dell'ambiente, di sicurezza e tutela del lavoratore.

I nostri fornitori attuali e nuovi devono dunque impegnarsi a:

- Sottoscrivere la Dichiarazione d'impegno;
- Sottoscrivere il presente Codice Etico per condividere i valori aziendali e impegnarsi formalmente al rispetto delle sue regole;
- Compilare il questionario informativo, nei casi in cui venga richiesto un approfondimento sull'Azienda fornitrice;
- Dare la propria disponibilità a essere sottoposti ad eventuali verifiche ispettive da parte di UNIWEB.

## **CE.5.** Applicabilità del codice etico

### Rispetto delle norme

L'Azienda è tenuta a garantire il rispetto dei principi, dei valori e degli impegni esplicitati nel presente Codice.

Tutti i dipendenti sono tenuti a rispettare le regole di comportamento definite nel presente Codice Etico.

Tutti i fornitori dell'Azienda sono tenuti a rispettare le regole di comportamento definite nel presente Codice Etico.

L'Azienda provvederà a sanzionare i comportamenti del personale che non siano congruenti e rispettosi dei valori e dei principi che costituiscono il Codice Etico, secondo la gravità delle infrazioni commesse e dei comportamenti assunti.

Come per tutte le questioni disciplinari, ci si ispirerà a principi di giustizia e di equità, nonché al rispetto delle norme in materia.

L'Azienda prenderà provvedimenti anche nei confronti dei fornitori che non risulteranno attenersi alle regole del Codice Etico, secondo le modalità stabilite dalla relativa procedura di gestione dei fornitori.

#### Referenti per l'interpretazione e applicazione del codice etico

Per la completa osservanza e interpretazione del Codice Etico, il personale può rivolgersi alla Direzione Generale.

Alla Direzione sono attribuiti i seguenti compiti:

- Diffondere con la massima incisività e operatività il Codice presso i dipendenti dell'Azienda, i clienti, i fornitori, i partner, e presso tutti i terzi interessati;
- Gestire, implementare, approfondire e verificare la normativa oggetto del Codice al fine di adeguarlo all'evoluzione delle leggi;
- Supportare operativamente nell'interpretazione, attuazione e valutazione del Codice, quale strumento di riferimento costante del corretto comportamento da tenere durante lo svolgimento della propria attività;
- Verificare, controllare e valutare i casi di violazione delle norme scritte, provvedendo nel caso d'infrazioni all'adozione delle misure opportune, nel rispetto delle leggi, dei regolamenti e del CCNL del settore delle Telecomunicazioni;
- Promuovere e predisporre i programmi di comunicazione e formazione dei dipendenti, finalizzati alla migliore conoscenza degli obiettivi e delle modalità di comportamento per realizzarli.

### Segnalazione delle violazioni

Ogni individuo è tenuto a richiamare l'attenzione della Direzione in modo anonimo attraverso l'apposito meccanismo di reclamo/segnalazione, su violazioni reali o presunte delle norme di comportamento del Codice Etico.

L'azienda si impegna a non intraprendere provvedimenti di alcun tipo nei confronti di chiunque abbia segnalato una violazione.



## ALLEGATO 3

### I servizi di Uniweb

- UniGATE UCC (Unified Communication e Collaboration)
- Datacenter
- Sviluppo Software
- System Integrator
- Digital Marketing
- IOT

### UniGATE UCC

La soluzione UNIWEB per la gestione della comunicazione e collaborazione della tua azienda: centralino, fibra, linee telefoniche fisse e mobili, device senza acquistare alcun hardware!

#### 1) CENTRALINO VIRTUALE

Una piattaforma costruita per aumentare la produttività in cloud, servizi di comunicazione unificata e collaborazione

#### 2) LINEE TELEFONICHE

Numerazioni fisse e mobili studiate per garantire alle aziende continuità e qualità in alta definizione delle telefonate a tariffe competitive

- o Servizi Telefonia fissa su tecnologia VoIP per avere minori costi di gestione
- o Servizi Mobile su tecnologia 5G per avere maggiori performance anche durante la mobilità

#### 3) FIBRA

Connessione stabile e veloce per tuo business.

Connettività assicurata su tutto il territorio nazionale, garantendo un backup efficace con tecnologie diverse tra loro.

- o Connettività Ultra Broad Band a 1GB per collegare le aziende ad internet con più velocità
- o Connettività FWA su tecnologia 5G per dare connettività veloce in assenza di Banda Ultra Larga

#### 4) DEVICE

Apparati sempre funzionanti e servizio anticipo riparazioni avanzato in caso di guasto, per tutta la durata del contratto, senza costi aggiuntivi.

#### PERCHE' SCEGLIERE UniGATE UCC

- FINANZE PRESERVATE: risparmiate sui vostri acquisti di materiale e salvaguardate la vostra capacità finanziaria.
- GRANDE FLESSIBILITA': pagate solo quello di cui avete effettivamente bisogno, grazie ad un contratto su misura.
- UN SERVIZIO GARANTITO e NESSUN CALL CENTER: garanzia di servizio su centralino, linee e materiale tecnologico, attraverso nostro personale tecnico dedicato e specializzato.

- ZERO STOCK: centralino virtuale e device a noleggio vi permettono di avere a disposizione beni tecnologici di ultima generazione, sempre perfettamente funzionanti e nessun costo di smaltimento.
- SOSTENIBILITA' AMBIENTALE: la durata in vita di ogni prodotto è massimizzata, nel rispetto della conservazione dell'ambiente. I dispositivi provengono da una filiera virtuosa, incentrata sulla rigenerazione delle parti non soggette ad usura.

#### IMPATTO AMBIENTALE

- Offriamo un servizio integrato Servizi che, oltre ad essere in linea con la riduzione di CO2, garantiscono anche un risparmio economico alle imprese
- UNIGATE ci ha permesso, in un periodo temporale di 6 mesi, in una realtà locale come la nostra di avere i seguenti risparmi:
  - - 500 web conference, con un risparmio di 25.000 km
  - - Risparmio di tempo
  - - Risparmio di autovetture
  - - Risparmio di carburante

### KPI UNIFIED COMMUNICATION E COLLABORATION:

#### CENTRALINO VIRTUALE

- UCC 3CX
  - o 14 (NR)

#### LINEE TELEFONICHE

- CANALI VOCE FISSO EQUIVALENTI
  - o NR. H-002 +  
NR. H-003\*2 +  
NR. H-004\*4 +  
NR. H-005\*4 +  
NR. H-006\*30  $\Sigma$  CANALI GESTITI (NR)
- SIM VOCE MOBILE
  - o 1.120 (NR)
- SIM DATI MOBILE
  - o 273 (NR)

#### FIBRA

- ACCESS FIBRA FTTCab
  - o NR. B-041\*100 + NR. B-042\*200  $\Sigma$  BANDA  
(Mbit/sec)
- ACCESS FIBRA FTTH
  - o NR. B-043\*1000 + NR. B-044\*1000  $\Sigma$  BANDA  
(Mbit/sec)
- APPARATI GESTITI
  - o NR. B-102+ NR. B-103 (NR) APPARATI GESTITI
- ACCESS FIBRA DEDICATA

- D-06X (Mb/sec) Σ BANDA
- APPARATI GESTITI
  - NR. D-102+ NR. D-103 (NR) APPARATI GESTITI
- IP EROGATI
  - NR. E-09x Σ IP (NR) Σ IP (NR)

## DATACENTER

Servizi Datacenter rinnovati e potenziati con server collegati alla rete a 10GB

### KPI DATACENTER

- HOSTING
  - 106,50 (GB)
- HOUSING
  - 384,00 (GHz)
  - 413,00 (MB)
  - 20.100 (GB)
- DATABASE
  - 88,00 (GB)
- DOMINI
  - 105 (NR)
- NOVIRUS NOSPAM
  - 21 (NR)
- CASELLE DI POSTA
  - 744,00 (GB)
  - 23.041 (NR/giorno)
- CMS
  - 277,00 (GB)
- CASELLE PEC
  - 251 (GB)

## SVILUPPO SOFTWARE

Ci occupiamo dello sviluppo di software personalizzati:

- piattaforme web,
- portali e e-commerce,
- integrazioni con numerose applicazioni dei clienti, quali gestionali, (CRM) ,
- Integrazione con software di gestione produzione (MES),

- integrazione e gestione protocolli di sicurezza per applicazioni che trattano anche dati sensibili, quali quelle per il settore medicale,
- Sviluppo di soluzioni ad hoc per le aziende di servizi,
- Sviluppo di applicazioni per IOT in grado di connettere dispositivi diversi per monitorare i processi aziendali e ridurre i consumi energetici.

Le nostre competenze si sono consolidate in oltre vent'anni di esperienza, assicuriamo soluzioni uniche e di qualità, caratterizzate da semplicità, velocità ed efficienza.

Un software personalizzato garantisce valore aggiunto alle aziende: viene realizzato su specifiche esigenze e processi aziendali, ottimizza tutte le attività lavorative, migliorando la loro gestione. Questo permette di avere a disposizione un software completo che risolve specifici problemi, soprattutto qualora le soluzioni commerciali generalizzate non sono in grado di adattarsi alle specifiche esigenze dell'azienda.

#### PROGETTI CHIAVI IN MANO

Forniamo servizi di sviluppo software e applicazioni "chiavi in mano" e copriamo l'intero ciclo del progetto, dall'analisi dei requisiti e studio di fattibilità, analisi degli impatti organizzativi, fino all'implementazione, al testing e al supporto post-rilascio. I nostri sviluppatori software sono esperti nel tradurre i requisiti funzionali del tuo business in soluzioni informatiche creative e innovative, che si distinguono per qualità, efficienza, affidabilità e durata.

- Creazione di software personalizzati in base alle esigenze del Cliente
- Realizzazione di moduli, componenti, plugin di software già esistenti
- Integrazione e ottimizzazione di software già esistenti
- Bug-fixing e analisi del software
- Rilascio documentazione

Lavoriamo a stretto contatto con i referenti dei nostri Clienti attraverso degli Innovation Manager per analizzare i requisiti e progettare la soluzione più appropriata, sia che si tratti di una soluzione business, un sistema di back-office o qualsiasi altro tipo di software.

La nostra metodologia

Abbiamo un'esperienza consolidata nell'uso di diversi linguaggi di programmazione e metodologie, grazie ad un team affidabile, stabile e consolidato.

Abbiamo scelto di utilizzare la metodologia Agile e la piattaforma Atlassian Jira e BitBucket, per assicurare ai nostri Clienti un attento monitoraggio in tutte le fasi di sviluppo e rilascio delle applicazioni per garantire il buon esito di ogni progetto.

---

## SYSTEM INTEGRATOR

### UN TEAM DI CONSULENTI AL SERVIZIO DEL RISPARMIO PER LA TUA AZIENDA

Il nostro valore aggiunto è proporre soluzioni non solo competitive da un punto di vista economico, ma soprattutto specificatamente studiate per individuare la soluzione più adeguata per le peculiari esigenze del singolo Cliente, in

modo da assicurare l'offerta migliore non solo nell'immediato, ma un continuo risparmio insieme ad un servizio di eccellenza.

Effettuare confronti esaustivi per evitare sorprese successive o vincoli non evidenziati in sede di contratto può, infatti, essere complicato, oltre a richiedere un'inutile spreco di tempo. Uniweb mette in campo la specializzazione dei propri consulenti per aiutare i clienti in un'accurata gestione dei costi, analizzando gli specifici processi ed esigenze aziendali per individuare le migliori opportunità di risparmio. A lungo termine e senza sorprese.

Ci proponiamo come partner per i nostri clienti, mettendo a loro disposizione uno staff stabile e preparato, garantendo i medesimi interlocutori. Persone non call center.

#### KPI SYSTEM INTEGRATION

- FIREWALL
  - o 33 (NR)
  
- SERVER
  - o 15 (NR)
  
- TICKET ASSISTENZA
  - o Ticket Aperti, In lavorazione, In attesa cliente, Chiusi, Archiviati su 365gg     $\Sigma$  TICKET GESTITI (NR/anno)

---

### DIGITAL MARKETING

Proponiamo portali web in grado non solo di presentare la proposta commerciale dei nostri clienti, ma di procurare contatti commerciali e visibilità sul web. Non siti internet, ma progetti di comunicazione.

---

### IOT – CONNESSI E INTELLIGENTI

Ottieni informazioni utili al miglioramento dei processi decisionali e aiuta la tua impresa a intraprendere percorsi d'innovazione digitale dei business.

Macchine industriali, sistemi di allarme, dispositivi di controllo energetico, ma anche elettrodomestici, telecamere, termostati: quasi tutti gli oggetti possono oggi essere connessi tramite internet. L'interconnessione di un altissimo numero di dispositivi permette di avere a disposizione un enorme numero di dati utilizzabili a scopo di analisi e di ottimizzazione.

Uniweb sviluppa applicazioni per IOT attraverso collaborazioni con partner qualificati in grado di connettere dispositivi diversi per monitorare le apparecchiature, migliorare i processi aziendali e ridurre i consumi energetici.

Quali sono i vantaggi aziendali dello IoT?

- Miglioramento di sistemi e i processi,
- Miglioramento della produttività grazie all'automazione dei processi

- Produzione più efficiente grazie alla diagnostica in tempo reale
- Riduzione i costi diretti ed indiretti, derivanti dalla riduzione sprechi di energia
- Riduzione degli sprechi grazie a un monitoraggio intelligente delle scorte
- Ottimizzazione tempo grazie ad una migliore gestione di attrezzature ed eventuali guasti;
- Processi decisionali strategici più consapevoli

### **Settori di applicazione**

#### a. Applicazioni per i consumatori

Dispositivi indossabili, tecnologia smart home, veicoli collegati, app per salute e fitness, elettrodomestici intelligenti.

#### b. Produzione manifatturiera

Controllo intelligente dei processi e dei sistemi di produzione, ottimizzazione degli impianti, gestione della sicurezza e delle condizioni di lavoro.

#### c. Medicina

Monitoraggio sanitario in remoto, sistemi di allarme per le emergenze, dispositivi intelligenti quali apparecchi acustici e cardiofrequenzimetri indossabili, gestione dei letti smart bed.

*Integrazione e gestione protocolli di sicurezza per applicazioni che trattano anche dati sensibili, quali quelle per il settore medicale (es. IOT VODEN)*

#### d. Agricoltura

Monitoraggio di raccolto e bestiame basato su app e sensori ambientali che raccolgono informazioni sui terreni coltivati per ottimizzarne la produttività.

#### e. Protezione ambientale

Monitoraggio dei livelli di inquinamento, di habitat naturali e della salute del suolo, oltre a sensori di allerta preventiva di terremoti.

#### f. Gestione dell'infrastruttura

Monitoraggio di ponti, traffico, parchi eolici e binari ferroviari per la sicurezza e la necessità di riparazioni.

#### g. Energia

Controllo remoto dei sistemi di riscaldamento, sia in ambito domestico che aziendale, e collegamento dei monitor di consumo di energia domestica alla smart grid per bilanciare l'uso di energia.

## La sicurezza dell'Internet delle cose

La semplicità delle componenti informatiche integrate in elettrodomestici e altri oggetti abilitati dall'IoT, unitamente a difetti della gestione e dell'aggiornamento aumentano la vulnerabilità ai possibili attacchi condotti attraverso la rete.

Le modalità di difesa consistono nello scegliere prodotti IoT affidabili, dotati di protezioni specifiche e di curarne le configurazioni, usando credenziali di autenticazione (password) più sicure e assicurando l'applicazione delle patch, aggiornando sistemi operativi, driver e programmi di gestione. Protezioni efficaci possono essere implementate a livello della rete, limitando allo stretto necessario banda e altri servizi accessibili ai dispositivi IoT, quindi rilevando e segnalando agli amministratori le anomalie associabili con possibili infezioni.

IOT – Risparmio energetico, vantaggi economici ed ambientali

**UNIWEB SRL**  
Cantù (CO) - 22063  
Via Milano, 65/67  
[www.uniweb.it](http://www.uniweb.it)

Tel. +39 031.444.00 r.a.  
Fax. +39 031.7073755  
[info@uniweb.it](mailto:info@uniweb.it)  
[info@pec.uniweb.it](mailto:info@pec.uniweb.it)

C.F. - P.IVA IT 02478160134  
Reg. Imp. di Como n° 02478160134  
Capitale Sociale: € 15.000,00 i.v.  
CCIAA Como REA n° 262922

# REPORT DI SOSTENIBILITÀ 2020

dal **1999** nel campo delle  
telecomunicazioni

