



MEDIATYCHE SB
REPORT DI IMPATTO
2021

SOMMARIO

INTRODUZIONE

- 1. LETTERA AGLI STAKEHOLDER.....P.3**

- 2. CHI SIAMO.....P.4**
 - o Le aree di attività
 - o La cultura d'impresa

- 3. L'IMPEGNO PER LA SOSTENIBILITÀ.....P.7**
 - o Obiettivi e ambiti di intervento
 - o L'Osservatorio Sostenibilità e Comunicazione
 - o Eventi educational e Progetti di Csr

- 4. L'IMPATTO SOCIALE.....P.10**
 - o La nostra filosofia
 - o Le attività pro bono
 - o I clienti purpose driven

- 5. L'IMPATTO AMBIENTALE.....P.12**

- 6. L'IMPATTO DI GOVERNANCE.....P.13**
 - o La formazione
 - o La parità di genere
 - o Conciliazione vita/lavoro

- 7. I PROSSIMI PASSI.....P.16**

Il presente documento è stato redatto dall'Organo amministrativo, unitamente al soggetto Responsabile dell'Impatto, anche ai fini dell'assolvimento degli obblighi di comunicazione previsti dalla normativa istitutiva delle Società Benefit e sue successive modifiche.

INTRODUZIONE

La trasformazione di Mediatyche in Società Benefit è avvenuta a giugno 2021, a pochi mesi di distanza dall'ottenimento della certificazione B Corp. Traguando, quest'ultimo, molto significativo per l'agenzia, dato che **in Italia le agenzie di comunicazione certificate sono pochissime**. Gli standard per diventare B Corp, infatti, sono molto rigidi e solo il 3% delle aziende riesce a ottenere il riconoscimento al primo tentativo.

Il successo di diventare una Società Benefit e ottenere la certificazione B Corp non è stato raggiunto soltanto grazie all'impegno dell'azienda, ma soprattutto grazie alle relazioni virtuose instaurate con i propri stakeholder nel corso degli anni.

Questo primo report di impatto vuole essere un punto di partenza e non certo di arrivo: un incentivo per continuare a crescere e migliorarci. Nelle pagine successive, quindi, abbiamo voluto focalizzarci principalmente sulle azioni che hanno portato Mediatyche SB a diventare una Società Benefit e ottenere la certificazione B Corp.

LETTERA AGLI STAKEHOLDER

Il 2021 rappresenta per Mediatyche uno spartiacque: non solo l'agenzia ha ricominciato a crescere in termini di fatturato e di clienti dopo il rallentamento dei mesi della pandemia, ma è stato anche l'anno in cui ha portato a termine un percorso che da parecchio tempo era nelle intenzioni e nei programmi dei suoi azionisti.

Il 2021 è stato l'anno in cui Mediatyche srl si è trasformata in società benefit e, proprio negli ultimi mesi dell'anno, ha ottenuto la certificazione B Corp. E questo primo report di impatto vuole raccontare cosa significano per noi, per le persone che lavorano con noi, per i nostri clienti e per tutte le persone e le strutture che entrano in contatto con Mediatyche, essere Società Benefit e B Corp.

Le pagine che seguono fissano lo “stato dell'arte”, il punto cioè da cui partiamo, e mettono in fila alcuni obiettivi che intendiamo perseguire nei prossimi mesi.

Non sarà lo specchio davanti al quale dirsi “quanto siamo belli, quanto siamo buoni”, ma un resoconto leale e puntuale – persino noioso – di ciò che siamo oggi, di quale impatto produciamo con il nostro lavoro, con i nostri comportamenti aziendali e sociali.

Racconteremo quel che abbiamo fatto con l'obiettivo, soprattutto, di mettere in luce quel che ancora non riusciamo a fare ma vorremmo ottenere.

Pensiamo sia questa una scelta di coerenza per un'agenzia che ha posto il tema della sostenibilità come campo privilegiato del proprio agire professionale. Essere SB e B Corp non è un atto burocratico, non è un traguardo raggiunto una volta per tutte, è piuttosto un processo continuo che ha nel coinvolgimento di tutti e nella comunicazione due pilastri fondamentali. Il terzo è la trasparenza, e questo primo report vuole essere un contributo in questo senso.

Massimo Tafi, Presidente del Consiglio di Amministrazione, Mediatyche SB

CHI SIAMO

Mediatyche srl SB è un'agenzia di consulenza specializzata in comunicazione e sostenibilità. Radicata sul territorio nazionale, ma con uno sguardo proiettato anche sul mercato estero, Mediatyche ha il suo punto di forza in una moderna visione della comunicazione in chiave sostenibile.

Un approccio che garantisce ai clienti:

- Massimo risalto sia al potenziale di comunicazione dell'azienda che alla brand reputation
- Expertise in ogni ambito della comunicazione grazie a un team di professionisti in grado di cooperare con e dentro l'azienda cliente
- Progetti di comunicazione local, glocal e global, grazie a un network di agenzie presente a livello mondiale

L'agenzia collabora con imprese multinazionali e importanti associazioni di categoria, coordinando progetti di comunicazione nazionali e internazionali; fa parte del network di agenzie indipendenti TheNetworkOne ed è associata a UNA Comunicazione, a sua volta aderente a Confindustria Intellect.

La compagine di Mediatyche nel 2021 è così composta:

CdA: **Massimo Tafi**, Presidente del Consiglio di Amministrazione, **Tommaso Tafi**, Responsabile HR

Soci: Tommaso Tafi, **Elena Rabaglio**, Responsabile Sostenibilità

Dipendenti: Ilaria Volontieri, Andrea Pascale, Arianna Salici, Laura Sangalli (responsabile amministrazione - part time)

Collaboratori: Sara Orsenigo, Giovanni Facchini

Con atto notarile del 22 giugno 2021, l'assemblea dei Soci ha deliberato la trasformazione in società benefit, adottando le necessarie modifiche statutarie e nominando quale Responsabile dell'Impatto uno dei suoi Fondatori, Elena Rabaglio. **Da novembre 2021 ha ottenuto la certificazione B Corp**, un traguardo raggiunto da pochissime agenzie di comunicazione.

LE AREE DI ATTIVITÀ

Strategia

Il primo compito è di guidare i brand a definire la strategia più adatta. Grazie al nostro ruolo di consulenti e alle competenze di team multidisciplinari, siamo in grado di fare un'analisi esaustiva relativa allo scenario, al target di riferimento e ai concorrenti, e sviluppare le linee guida necessarie.

Brand Reputation & Purpose

Perché un'azienda sta sul mercato? Quali sono i suoi valori? Come ingaggia i dipendenti? Sono queste le domande che un brand oggi si deve porre e che sono alla base del modello di business.

Mediatyche aiuta i propri clienti a sviluppare il proprio Purpose per differenziarsi dalla concorrenza e perseguire uno scopo che vada oltre il proprio prodotto o servizio. Come emerge dalla Top 10 dell'indagine 'Global Trends in Reputation 2020' il brand purpose è al primo posto tra gli elementi per costruire una reputazione solida.

Media Relation, Influencer Marketing, CEO Branding

Mettere in relazione l'azienda con i giornalisti e gli influencer per aumentare la visibilità del brand; costruire la reputazione del CEO aprendo un canale diretto con gli stakeholder; identificare il giusto messaggio e declinarlo in base al pubblico di riferimento. Sono tutte azioni che fanno parte del processo di consolidamento della vision, della mission e del posizionamento dell'azienda.

Progetti di CSR – Un ponte tra scuola e imprese

Come soci fondatori di Laboratorio Adolescenza - associazione che si pone l'obiettivo di promuovere e diffondere lo studio e la ricerca sugli adolescenti, sotto il profilo sociale, psicologico, medico e pedagogico – Mediatyche è in grado di costruire progetti di csr a favore delle scuole coinvolgendo in prima persona le aziende. Grazie a Laboratorio Adolescenza, il brand è in grado di vivere il territorio promuovendo il proprio progetto all'interno degli istituti scolastici e, se desidera, estendendolo anche ai propri dipendenti.

Integrazione della sostenibilità nel modello di business

Grazie a un team di consulenti costruito nel tempo che unisce professionalità diverse, siamo in grado di rispondere alle esigenze dei clienti riguardo al tema della sostenibilità:

- Formazione
- Valutazione del livello di sostenibilità dell'azienda
- Supporto alla ricerca di finanziamenti
- Individuazione della strategia di sostenibilità
- Apertura di un dialogo con gli stakeholder
- Comunicazione in chiave sostenibile
- Rendicontazione non finanziaria
- Bilancio di sostenibilità

LA CULTURA D'IMPRESA

La componente umana è al centro delle attività quotidiane di Mediatyche. Il rispetto per gli individui, per le loro sensibilità e specificità e l'attenzione ai loro bisogni è prioritario nella gestione aziendale.

Ad inizio 2021 Mediatyche si è dotata di un Codice Etico e di un Codice di Condotta, condivisi e resi noti a tutti i componenti dell'agenzia. Un insieme di regole, accorgimenti, suggerimenti e obiettivi, pensati per regolare la vita professionale sia all'interno di Mediatyche che nei confronti degli stakeholder esterni, primi tra tutti i clienti.

In quanto PMI impegnata nella promozione e nello sviluppo di politiche strategiche di branding e media relation, la nostra cultura di impresa si basa prima di tutto sull'attenzione nei confronti delle persone e delle comunità.

Su un impatto complessivo verso gli stakeholder valutato in 84 punti (BIA), infatti 32,4 punti sono infatti relativi al rapporto con i dipendenti, mentre 20,1 a quelli verso il territorio.

Ecco i principi cardine che ne regolano l'azione quotidiana:

- Mediatyche respinge e aborrisce ogni forma di discriminazione e molestia e invita i propri dipendenti a segnalare immediatamente al management eventuali episodi negativi, al fine di poterli adeguatamente e tempestivamente perseguire.
- La crescita individuale dei dipendenti di Mediatyche viene perseguita attraverso il coinvolgimento diretto di ciascuno in tutte le fasi di lavoro. La formazione del personale è garantita attraverso corsi periodici necessari a massimizzare le competenze personali e la conseguente crescita professionale di tutta l'agenzia.
- Il rispetto è il valore fondante dell'agenzia e si declina in tutti gli ambiti della vita lavorativa. Dal rispetto individuale, per ogni etnia, religione, orientamento sessuale, a quella per lo spazio di lavoro. L'ufficio è un bene comune e come tale va rispettato, vissuto e reso pulito e accessibile a chiunque.
- La sostenibilità è il principale campo di azione di Mediatyche. Pertanto la promozione delle buone pratiche ambientali, sociali ed economiche è garantita sia nei confronti dei clienti quanto nella gestione quotidiana dell'agenzia. Vengono ricercate e applicate tutte le soluzioni, tecnologiche e non, per migliorare le performance di sostenibilità dell'agenzia in ogni sua forma.

L'IMPEGNO VERSO LA SOSTENIBILITÀ

OBIETTIVI E AMBITI DI INTERVENTO

Sono 3 gli ambiti di intervento sui quali l'agenzia intende focalizzarsi:

1. Garantire una piena ed effettiva parità di genere e pari opportunità per la leadership a tutti i livelli del processo decisionale.

Obiettivo che perseguiamo:

- Nella scelta equilibrate delle risorse, evitando sperequazioni salariali e consentendo flessibilità oraria per la conciliazione famiglia/lavoro.
- A livello manageriale, Mediatyche ha aderito inoltre alla campagna #equalpanel - un Patto per la parità di genere nei panel di conferenze, seminari ed eventi scientifici (a cura di EWMD – “European Womens Management Development” un network internazionale che collega professioniste di tutte le aree: impresa, istruzione, politica e cultura con lo spirito di coinvolgere e scambiare idee).
- Sempre per diffondere cultura sul valore della diversità di genere, Mediatyche fa parte di GWPR Italia, un'associazione senza scopo di lucro, parte del network internazionale GWPR, che nasce per istituire un punto di riferimento e rappresentanza per i manager donna (quadri e dirigenti) che operano nel settore delle PR, della Comunicazione, del Public Affairs e dell'Advocacy al fine di contribuire a incidere sulla cultura del valore nella diversità di genere.

2. Incoraggiare le imprese ad adottare politiche sostenibili (nelle tre accezioni: economica, sociale e ambientale) e ad integrare le informazioni di sostenibilità nel loro ciclo di relazioni. Obiettivo che realizziamo attraverso:

- L'Osservatorio Permanente Sostenibilità e Comunicazione, che ha lo scopo di monitorare l'atteggiamento delle imprese verso la sostenibilità, di anticiparne i possibili sviluppi e di creare dialogo e consapevolezza coinvolgendo e sensibilizzando imprenditori e aziende;
- Lo sviluppo di relazioni e iniziative per sollecitare le istituzioni attraverso proposte costruttive;
- La formazione e la sensibilizzazione del management delle aziende nostre clienti.

3. Sensibilizzare le strutture dell'istruzione ai bisogni dell'infanzia, alle disabilità e alla parità di genere e predisporre ambienti dedicati all'apprendimento che siano sicuri, non violenti e inclusivi per tutti.

Obiettivo che portiamo avanti con:

- Laboratorio Adolescenza - Associazione senza fini di lucro che il cui scopo è promuovere e diffondere lo studio e la ricerca sugli adolescenti, sotto il profilo sociale, psicologico, medico e pedagogico - di cui Mediatyche è socia fondatrice.
- Con progetti di CSR e welfare che coinvolgono direttamente le scuole e le aziende.

L'OSSERVATORIO SOSTENIBILITÀ & COMUNICAZIONE

Da 5 anni a questa parte, Mediatyche, insieme ai suoi partner, ha lanciato l'Osservatorio Permanente Sostenibilità e Comunicazione il cui obiettivo è misurare il livello di impegno delle imprese italiane sul tema della sostenibilità.

Quello su cui indaga è:

- Quanto le imprese italiane sono sensibili al tema sostenibilità, intesa come ambientale, economica e sociale
- Quanto sono consapevoli della sua rilevanza
- Quanto investono nei processi di sostenibilità e in quali aree
- Quali sono le principali difficoltà incontrate nella loro attuazione
- Quanto, e attraverso quali canali e strumenti, la sostenibilità è oggetto di comunicazione e scambio informativo con i diversi stakeholder

EVENTI EDUCATIONAL & CSR

Nel corso del 2021, per rafforzare la propria azione sul piano della responsabilità sociale e della promozione di buone pratiche da parte delle imprese rispetto al territorio che le ospita, Mediatyche ha avviato un'attività mirata alla realizzazione di progetti educational e di corporate social responsibility.

Oltre alla promozione e alla diffusione dei contenuti dell'Osservatorio annuale, che nel 2021 ha concentrato il proprio focus sul tema dell'estensione del numero di aziende chiamate a depositare il

Bilancio di Sostenibilità o a rendicontare la propria attività attraverso un report di impatto, Mediatyche ha realizzato alcuni progetti con al centro il rapporto tra il Covid-19 e gli adolescenti.

Insieme all'associazione Laboratorio Adolescenza, ad inizio marzo è stato organizzato un webinar con professionisti, psicologi, docenti, rappresentanti sindacali, mondo delle imprese e delle istituzioni per affrontare il tema dell'effetto dirompente avuto dai lockdown sia sulla psiche degli studenti che sui livelli di apprendimento.

Per il Gruppo Lactalis, multinazionale nel settore alimentare, Mediatyche ha invece organizzato un progetto di CSR coinvolgendo 6 istituti superiori di 5 città del nord, centro e sud italia, per un totale di oltre 10mila studenti.

Un progetto pensato e realizzato con l'obiettivo di permettere ai ragazzi di raccontare la loro pandemia, attraverso canali di comunicazioni moderni e dando così loro l'opportunità di lasciare una testimonianza diretta di un evento epocale.

Di seguito i numeri relativi agli eventi.

| Descrizione | Persone raggiunte | Copertura mediatica | Aziende coinvolte |
|---|--------------------------|----------------------------|--------------------------|
| Osservatorio sostenibilità e Comunicazione 2021 | 1.663 | 137.000 | 1.500 |
| Webinar Lab Adolescenza | 110 | 125 | ND |

Progetto Lactalis (versione digital)

| Descrizione | Impressioni | Reazioni | Commenti | Click | Condivisioni | CTR | ER |
|----------------------------|--------------------|-----------------|-----------------|--------------|---------------------|------------|-----------|
| La Coscienza di Zeta | 5.548 | 51 | 2 | 87 | 3 | 1,62% | 2,63% |
| Coscienza di Zeta_pandemia | 3.697 | 46 | 0 | 34 | 9 | 0,92% | 2,41% |

L'IMPATTO SOCIALE

LA NOSTRA FILOSOFIA

Mediatyche pone alla base della propria attività la cura del benessere e della sicurezza dei propri dipendenti e dell'ambiente nel quale opera, nella consapevolezza che un corretto pensare e agire producono effetti positivi anche sulla qualità dei progetti realizzati, della relazione con i clienti e con i collaboratori.

I principi dell'agire e pensare sostenibile di Mediatyche:

- Agire eticamente secondo il nostro Codice Etico, rispettando tutta la normativa nazionale e internazionale a tutela dei diritti fondamentali dell'uomo e dell'infanzia, della concorrenza leale e ripudiando ogni forma di corruzione.
- Sviluppare la nostra attività in una logica di miglioramento continuo puntando su progetti e servizi di eccellenza.
- Preservare e proteggere l'ambiente, la salute e la sicurezza dei lavoratori e della popolazione circostante, nel pieno rispetto delle normative di sicurezza applicabile alla nostra realtà aziendale.
- Valorizzare la partecipazione attiva e propositiva delle persone che lavorano in Mediatyche, con una particolare attenzione allo sviluppo delle competenze.
- Garantire le pari opportunità di genere e rispettare e valorizzare le caratteristiche di ciascuno, nella convinzione che ogni diversità non è altro che una normalità alternativa capace di far nascere nuove opportunità.
- Mantenere sempre attiva la politica di ascolto dei clienti e sviluppare con loro un rapporto di stretta collaborazione e fiducia.

Il contesto competitivo in cui Mediatyche si trova ad operare, le sfide dello sviluppo sostenibile e la necessità di tenere in considerazione gli interessi di tutti gli stakeholder, rafforzano l'importanza di definire con chiarezza i valori e le responsabilità che l'Agenzia riconosce, accetta, condivide e assume, provando a contribuire alla costruzione di un futuro migliore per tutti.

LE ATTIVITÀ PRO BONO

Come dichiarato nel proprio Statuto, Mediatyche ha scelto di svolgere una parte della propria attività di consulenza e di comunicazione in favore di associazioni e strutture che abbiano una finalità sociale e benefica. Per questa attività, Mediatyche ha retribuito regolarmente le proprie persone senza chiedere alcun corrispettivo alle associazioni per le quali veniva svolto il lavoro.

Si tratta di una scelta del management che è stata condivisa con tutti i dipendenti e i collaboratori dell'Agenzia, in quanto si è ritenuto importante che un impegno di questo tipo trovasse tutte le persone coinvolte e concordi. Per il 2021 la quota dedicata da Mediatyche all'attività *pro bono* è stata nella misura del 5%.

Per il 2022 l'obiettivo è duplice: aumentare la quota percentuale complessiva dedicata dall'Agenzia a questa attività; raccogliere la disponibilità di dipendenti e collaboratori a donare essi stessi una quota del loro tempo pro bono.

Per l'anno qui rendicontato, l'impegno è da valutare considerando che si è trattato di un anno complessivamente difficile e con un minor numero di giornate lavorate per via della pandemia e del relativo lockdown.

Ecco le Associazioni alle quali Mediatyche ha donato una parte del proprio tempo e per quale tipo di attività:

- **LABORATORIO ADOLESCENZA:** Mediatyche ha seguito le media relations di Laboratorio Adolescenza in particolare per quanto riguarda la comunicazione di alcune ricerche che hanno misurato il disagio degli adolescenti italiani durante la pandemia e le fasi di lockdown. Mediatyche ha investito 5 giorni di lavoro totali di 2 persone.
- **ANED:** Nel 2021 Mediatyche ha esercitato pro bono il servizio di ufficio stampa per conto dell'Associazione nazionale Emodializzati, Dialisi e Trapianto. Parallelamente l'agenzia ha svolto, sotto minimo compenso, l'attività di ideazione, sviluppo e diffusione della campagna di comunicazione per il 5x1000. Nell'attività pro bono Mediatyche ha contribuito con il lavoro di una persona per 10 giorni lavorativi totali.

I CLIENTI PURPOSE DRIVEN

| Clienti | Tipologia di attività | Purpose | Mission del cliente | Sito web |
|----------------|---|---|--|---|
| Coreve | Media Relation, Consulenza, Public Relation | Coreve è il Consorzio di recupero e riciclo del vetro | Rispetto al 2016 gli italiani hanno avviato a riciclo 570mila tonnellate di vetro in più: un risparmio di 127 milioni di euro e un ulteriore contributo di 33 milioni per i Comuni. Una performance migliore rispetto a quanto fatto nei 12 anni precedenti. | https://coreve.it |
| Aned Onlus | Media Relation, Gestione campagna 5x1000, Supporto per la 49ª assemblea annuale | Associazione nazionale Emodializzati, Dialisi e Trapianto | Obiettivi: 1) Supportare attivamente le persone dializzate o trapiantate; 2) Avviare campagne educative sui corretti stili di vita; 3) Promuovere il trapianto come soluzione migliore ai problemi dei pazienti. | https://www.aned-onlus.it |
| Avis | Redazione ed elaborazione grafica del Bilancio sociale 2020 dell'associazione | Associazione nazionale dei volontari donatori di sangue | Garantire al sistema sanitario nazionale l'adeguato approvvigionamento di sangue per le trasfusioni, attraverso campagne di comunicazione e sensibilizzazione. | https://www.avis.it/it |

L'IMPATTO AMBIENTALE

Mediatyche SB si impegna a ridurre l'impatto ambientale delle proprie attività, contribuendo ad abbassare le emissioni di carbonio e promuovendo le buone pratiche di riutilizzo e riciclo.

Esiste una policy scritta e condivisa all'interno dell'agenzia che prevede i seguenti punti:

- Per l'approvvigionamento energetico è stato stipulato nel 2014 il contratto con Dolomiti Energia (100% energia green).

Questo ha permesso all'agenzia un risparmio di CO2 pari a 1.065 kg nel 2021, pari alle emissioni emesse da un'automobile a benzina che percorre oltre 5mila km in un anno.

- A partire dal 2021 i cellulari aziendali vengono acquistati ricondizionati.

Uno smartphone ricondizionato è in grado di evitare l'immissione nell'aria di 80kg di CO2 circa. Ecco perché in Mediatyche abbiamo scelto d'ora in avanti di comprare solo dispositivi rigenerati.

- Da sempre l'agenzia effettua la raccolta differenziata di Carta, Vetro, Plastica, Cartucce e Materiale informatico, Pile, Cialde Caffè, Smaltimento sicuro dei rifiuti elettronici

- Tutti i computer vengono spenti prima di lasciare l'ufficio.

Nonostante un singolo caricabatterie "a riposo" consumi una media di 0.26 watt: in agenzia vale la regola di spegnere i computer prima di uscire.

- Il consumo di elettricità e acqua è ridotto al minimo.

Le luci vengono accese a seconda della stanza che si usa, tranne che nell'atrio e nel corridoio dove l'accensione è continuata.

L'aria condizionata viene accesa solo con temperatura esterna superiore ai 30°.

Il consumo di acqua si limita alle attività essenziali.

- Limitazione dei viaggi aziendali/Trasporti

Molte riunioni oggi si possono fare in streaming. Laddove possibile le persone di Mediatyche partecipano da remoto evitando viaggi aziendali che impattano sull'ambiente. Per spostarsi le persone dell'agenzia prediligono mezzi pubblici in città e treni per spostamenti più lunghi.

- Tutti i materiali acquistati sono ecologici/sostenibili.

Sono stati eliminate stoviglie usa e getta in favore di piatti e posate di ceramica/metallo. I bicchieri sono di vetro e in carta per gli ospiti. Le cialde del caffè eco-compostabili. Le cartucce e i fogli per le fotocopie sono entrambi Eco -Label

- Per quanto riguarda il riscaldamento, l'impatto non è rendicontabile essendo Mediatyche all'interno di uno stabile con impianto centralizzato.

L'IMPATTO DI GOVERNANCE

In Mediatyche prendiamo il tema del lavoro in maniera molto seria e responsabile. Ogni inquadramento contrattuale è gestito nell'ambito del **Contratto nazionale di categoria**, con l'aggiunta sistematica di ulteriori benefit come i buoni pasto e il telefono aziendale.

Questa attenzione viene riportata anche nei riguardi dei clienti e dei fornitori ed è codificata all'interno di un codice etico presente in agenzia e consegnato a ciascun dipendente al momento dell'inizio del rapporto di lavoro.

Mediatyche monitora la soddisfazione dei propri clienti in maniera formale, attraverso riunioni periodiche di allineamento tra i componenti del team e il singolo cliente.

Per la selezione dei propri fornitori, Mediatyche privilegia realtà certificate come sostenibili o in grado di garantire prodotti o servizi di qualità e a basso impatto ambientale e sociale.

Nel 2021 **Mediatyche SB** si è dotata di un Consiglio di Amministrazione, lasciandosi alle spalle la figura dell'Amministratore Unico, per distribuire tra i componenti le deleghe più importanti ai fini del raggiungimento dei principali obiettivi aziendali.

A Tommaso Tafi è stata affidata la delega al Personale, con particolare riferimento alla Formazione dei dipendenti e al loro aggiornamento professionale.

FORMAZIONE

Nel corso del 2021 i dipendenti di Mediatyche hanno sostenuto i seguenti corsi di formazione, collettivi o individuali:

- Google Display, corso di formazione promosso da UNA, Associazione delle Agenzie di Comunicazione Unite, e valido come certificazione Google per la realizzazione di campagne di marketing, attraverso l'utilizzo di messaggi promozionali display online.
Partecipanti certificati in Mediatyche: 2
Ore: 4 + test finale
- Google Video, corso di formazione promosso da UNA, Associazione delle Agenzie di Comunicazione Unite, e valido come certificazione Google per la realizzazione di campagne di marketing, attraverso l'utilizzo di messaggi promozionali da trasmettere su YouTube.
Partecipanti certificati in Mediatyche: 2
Ore: 4 + test finale
- Internet Media Strategy, corso dell'Osservatorio Politecnico volto a analizzare i risultati di ricerca sull'impatto del digitale nel mondo dei Media e sui cambiamenti in atto all'interno di questo settore per comprendere meglio le evoluzioni in corso.
Partecipanti: 2
Ore: 10
- Paprika, corso per gestire il programma di ERP a contabilità integrata specifico per le agenzie di Comunicazione in modo da essere super pronti con il nuovo anno
Partecipanti: tutti
Ore: 40

PARITÀ DI GENERE

Mediatyche è un'agenzia che fa del rispetto dell'equilibrio di genere uno dei propri punti di forza.

Sia il management che **i dipendenti sono uomini e donne in numero simile.**

Nel 2021 la componente femminile all'interno dell'agenzia è risultata superiore per numero rispetto a quella maschile. Su 7 lavoratori dipendenti, compresi i due membri del cda, le lavoratrici sono risultate essere 4 mentre i lavoratori 3.

L'agenzia supporta e incentiva la genitorialità, garantendo alle donne e agli uomini con figli a carico la flessibilità oraria necessaria a conciliare al meglio lavoro e famiglia.

La policy aziendale prevede di **non conteggiare i permessi individuali**, dettati da necessità familiari, purché questi ultimi vengano gestiti dal dipendente con rispetto nei confronti del lavoro di agenzia e garantendo le scadenze nei confronti dei clienti.

I salari sono modulati sulla base dei parametri indicati dal contratto nazionale di categoria.

CONCILIAZIONE VITA/LAVORO

In condizioni normali, **la giornata lavorativa è di 8 ore, dalle 9 alle 13 e dalle 14 alle 18.** Ma in Mediatyche, sin dalla sua fondazione, abbiamo adottato l'orario flessibile per venire incontro alle esigenze di dipendenti e clienti, slittando, quando necessario, la conclusione delle attività tra le 18 e le 19 per avvicinarsi il più possibile all'orario di chiusura dei quotidiani e di messa in onda dei principali telegiornali.

In seguito al primo lockdown, Mediatyche ha anche introdotto forme di smartworking sempre più diffuse e flessibili, per consentire ai dipendenti di conciliare al meglio le loro necessità familiari con quelle aziendali.

Nel 2021 l'equilibrio è stato raggiunto attraverso l'introduzione di un giorno di smartworking a settimana, immediatamente prima o immediatamente dopo il weekend, secondo le necessità dei dipendenti.

I PROSSIMI PASSI

Nel corso del 2022 Mediatyche si impegna a portare avanti quanto svolto finora oltre a:

- Aumentare i webinar/eventi educational sul territorio per raggiungere un numero maggiore di stakeholder;
- Avviare il percorso di ingresso in ASVIS;
- Aumentare il proprio contributo sul fronte della gender equality/diversity;
- Costruire una formazione su misura relativa alla sostenibilità per coinvolgere tutti i dipendenti/collaboratori in questo processo/percorso.

via Domenichino, 27 - 20149 Milano
T: +39 02 34593133
E: info@mediatyche.it