

2022

REPORT DI SOSTENIBILITA'

ATTIVITA', RISULTATI E IMPATTI NELLA SOCIETA'



sintra

REPORT DI SOSTENIBILITA'

INDICE

Lettera agli stakeholders	3
Nota Metodologica	5
Obiettivi del documento	8
Principi di redazione	10
Analisi di materialità	14
Metodo utilizzato	14
Matrice di materialità	18
Analisi dei rischi	20
Governance aziendale	30
Storia	30
Mission e Vision	35
Etica e Valori di riferimento	37
Organigramma e Struttura	38
Il valore del brand	44
Innovazione	47
Prospetti di determinazione e ripartizione del Valore Aggiunto	51
Relazione Socio-Ambientale	57
Sostenibilità sociale	57
Gli stakeholder ed il loro coinvolgimento	57
Soci	61
Collaboratori	62
Clienti	64
Fornitori e Partner	77
Stato, Enti locali e Pubblica amministrazione	79
Comunità locali	81



Il Capitale Umano	94
Le nostre persone	94
Composizione del personale	96
Selezione ed Onboarding	100
Il valore della diversità e dell’Inclusione	103
La tutela del benessere dei lavoratori	106
Formazione e sviluppo delle competenze	112
Salute e Sicurezza	113
Sostenibilità ambientale	115
Smart working e digitalizzazione	115
Consumi energetici ed idrici	116
Emissioni di CO2	118
Il valore di regalare un albero	120
Obiettivi di miglioramento	122
Appendice	125
GRI Content Index	125

LETTERA

AGLI STAKEHOLDER

AI NOSTRI STAKEHOLDER,

Siamo lieti di presentarvi il nostro Report di Sostenibilità per l'anno 2022 con un sentimento misto di profonda gratitudine, responsabilità e anche un po' di emozione. In un momento storico in cui il mondo sta affrontando sfide senza precedenti, vogliamo condividere con voi i risultati del nostro impegno continuo a creare valore, e a portare avanti la nostra visione con un'attenzione speciale alla sostenibilità, l'inclusione e la resilienza aziendale.

Il 2022 è stato un anno di notevole complessità e cambiamento. La pandemia di COVID 19 ha lasciato un impatto duraturo sulle nostre vite e sul nostro modo di fare business. L'azienda ha adottato misure straordinarie per garantire sicurezza ai dipendenti, servire i clienti e sostenere le comunità in cui opera. Molte di queste misure straordinarie sono diventate "best practice". Il nostro raggio di azione non si limita alla comunità nella quale siamo inseriti: guardiamo al mondo e, per quanto possiamo, cerchiamo di prenderci cura del prossimo. Come abbiamo fatto grazie a una serie di iniziative a favore della popolazione colpita dalla guerra in Ucraina, offrendo impiego e alloggio nella nostra consociata in Polonia.

Questo lavoro richiede costantemente energie, ma siamo lieti dei risultati, che condividiamo volentieri con tutti voi. Ad esempio:

Nel 2022 abbiamo ottenuto il prestigioso premio "Felix", come testimonianza tangibile di questa tensione verso l'eccellenza;

Abbiamo investito in ricerca e sviluppo per offrire soluzioni innovative ai nostri clienti: Sintra investe oltre il 3% in R&D e impiega 1/3 di personale altamente qualificato;

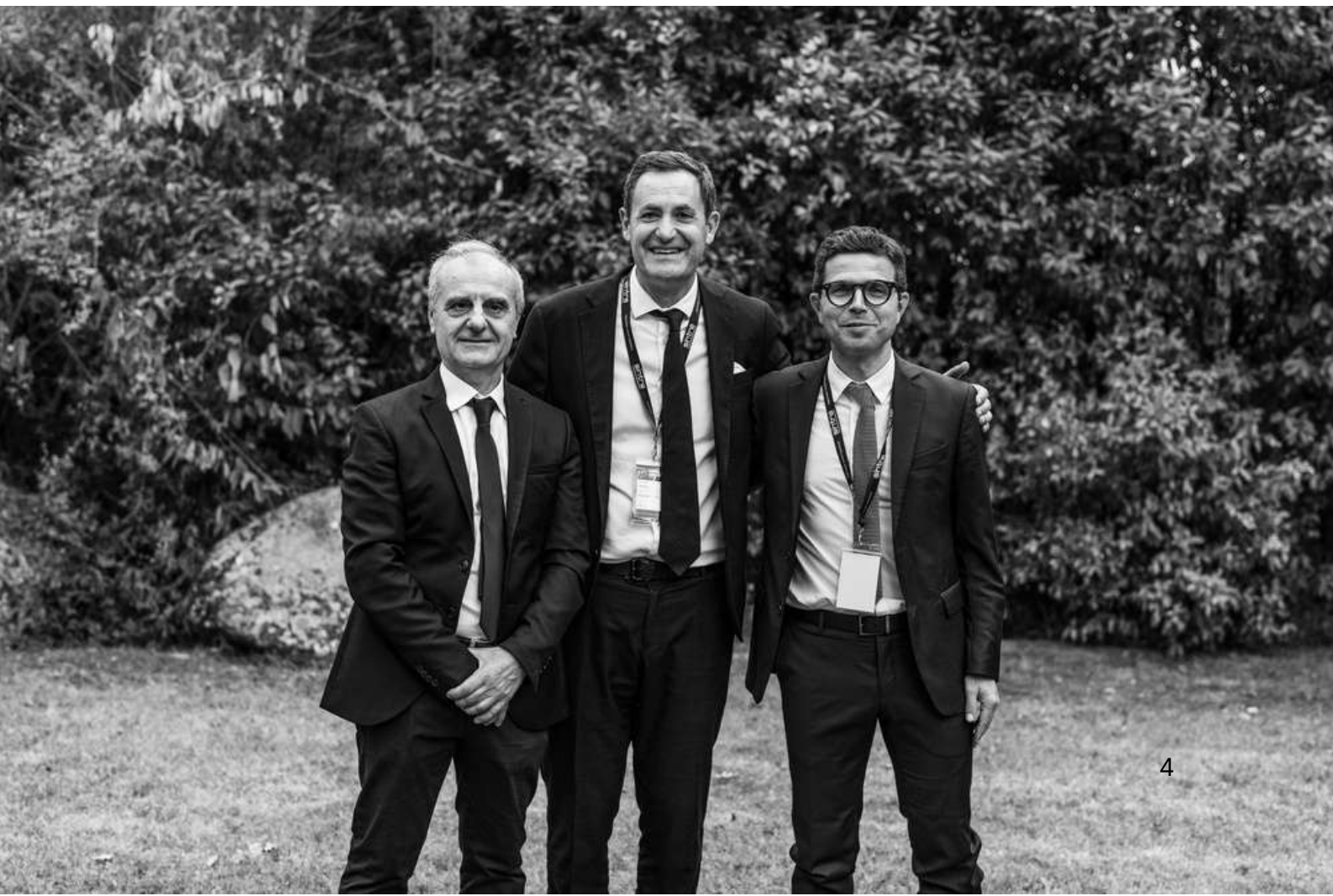
Ci siamo impegnati a favorire la sostenibilità, con soluzioni paperless e cloud e sharing;

Inoltre, le certificazioni ISO 9001 e ISO 27001 garantiscono elevati standard di qualità e sicurezza. Grazie al nostro approccio "open Innovation" raggiungiamo alti livelli di innovazione, che mettiamo a disposizione dei clienti e dell'intera comunità.

I risultati raggiunti ci riempiono di soddisfazione, ma ancor più ci spronano a continuare con passione il nostro percorso di crescita sostenibile, consapevoli del valore che possiamo generare per i nostri stakeholder e la società. Vi ringraziamo per la vostra fiducia e il vostro sostegno continuo. Il nostro successo è il risultato del vostro impegno e della vostra collaborazione.

Cordiali saluti,

Gianni Bianchi
Presidente del CDA



NOTA

METODOLOGICA

Il presente Report di Sostenibilità della società Sintra Consulting S.r.l., di seguito Sintra, al 31 dicembre 2022 è redatto secondo le disposizioni del Decreto 254/16 e successive modifiche e integrazioni ed è un documento distinto dalla Relazione sulla Gestione, così come previsto dal Decreto (art. 5 comma 3b).

Sintra presenta nell'anno 2023 il suo secondo Report di Sostenibilità, rispondendo così alla necessità di fornire ai propri stakeholders una visione completa e trasparente dell'impatto sociale, ambientale ed economico delle attività svolte dall'azienda durante l'anno.

Scopo del Report di Sostenibilità: Il documento è stato redatto con l'obiettivo di comunicare in modo trasparente l'impatto dell'azienda sulla società e sull'ambiente. Questo documento rappresenta uno strumento di accountability e rendicontazione verso tutte le parti interessate, compresi clienti, dipendenti, azionisti, comunità locali e altre parti coinvolte nelle attività dell'azienda.

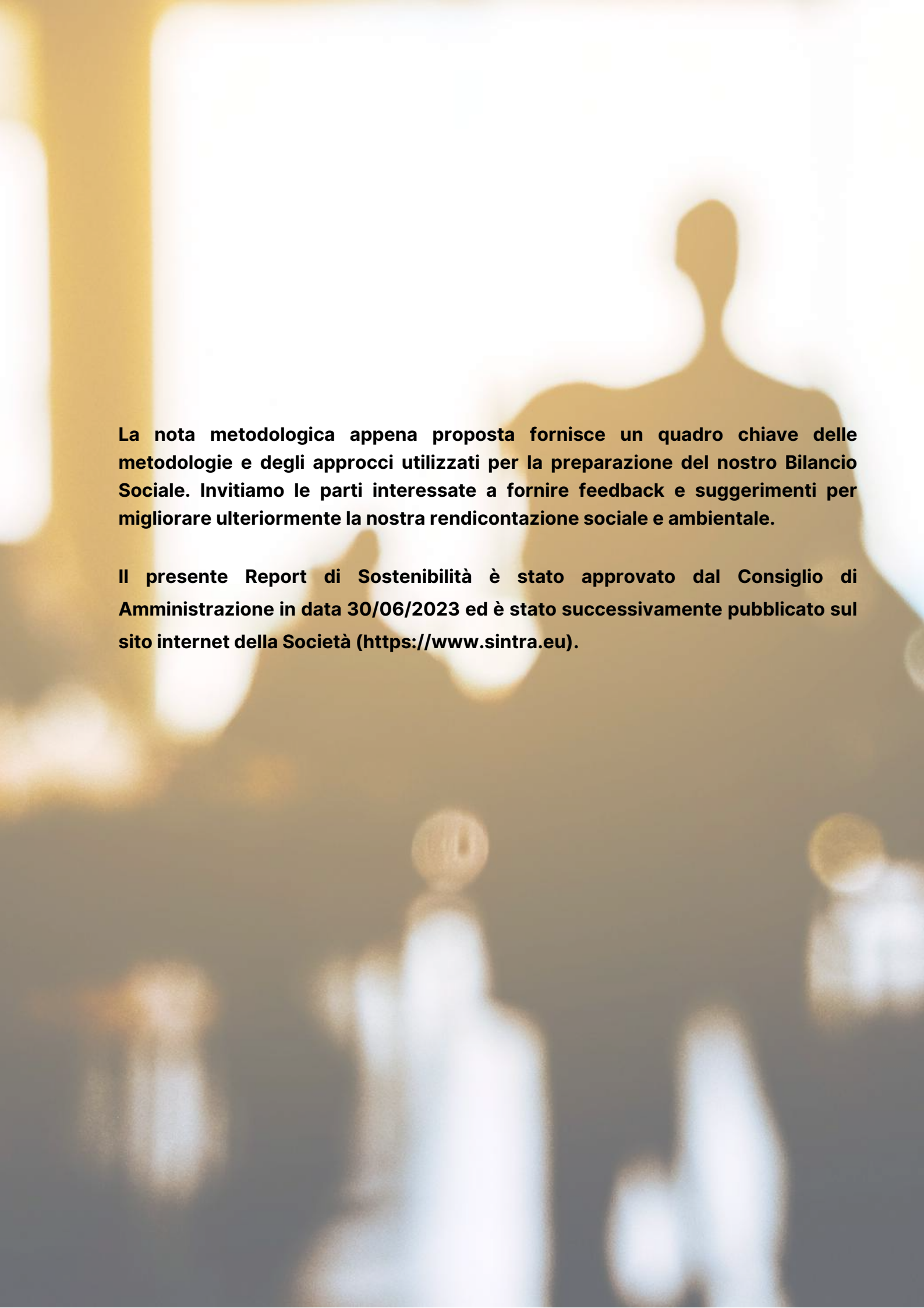
Principi di Riferimento: La preparazione del Report di Sostenibilità è stata guidata dai principi del Global Reporting Iniziative GRI e delle Linee Guida della Norma ISO 26000 sulla responsabilità sociale delle imprese. Inoltre, abbiamo adottato gli indicatori e le metodologie specifiche per il settore di appartenenza, in linea con le migliori pratiche di rendicontazione.

Raccolta e Verifica dei Dati: I dati riportati in questo Bilancio Sociale sono stati raccolti da fonti interne ed esterne. La raccolta dei dati è stata coordinata dall'area Amministrazione, Finanza e Controllo, coinvolgendo tutte le aree aziendali, tramite interviste, compilazione di questionari ed utilizzando il sistema gestionale aziendale. Abbiamo implementato procedure di verifica per garantire l'accuratezza e la completezza delle informazioni presentate. Le informazioni finanziarie derivano dal bilancio di esercizio certificato da un revisore esterno.

Indicatori e Parametri di Misurazione: Sono stati selezionati specifici indicatori e parametri di misurazione per ciascuna area di rendicontazione, tra cui impatto sociale, ambientale ed economico. Gli indicatori sono stati scelti in modo da essere pertinenti per l'attività e significativi per le parti interessate.

Approccio alla Gestione e al Miglioramento: Sintra si impegna a utilizzare i risultati del Report di Sostenibilità per migliorare le sue performance sociali, ambientali ed economiche.

Futuri Sviluppi: Ci impegniamo a migliorare costantemente la qualità e la trasparenza del nostro Report di Sostenibilità. In futuro, prevediamo di estendere il perimetro di rendicontazione e di affinare ulteriormente i nostri indicatori e le nostre metodologie.



La nota metodologica appena proposta fornisce un quadro chiave delle metodologie e degli approcci utilizzati per la preparazione del nostro Bilancio Sociale. Invitiamo le parti interessate a fornire feedback e suggerimenti per migliorare ulteriormente la nostra rendicontazione sociale e ambientale.

Il presente Report di Sostenibilità è stato approvato dal Consiglio di Amministrazione in data 30/06/2023 ed è stato successivamente pubblicato sul sito internet della Società (<https://www.sintra.eu>).

OBIETTIVI DEL DOCUMENTO

Il Report di sostenibilità è uno strumento di comunicazione, ed ha l'obiettivo di rendere trasparenti e valutabili i risultati delle attività aziendali in termini di impatto sociale, ambientale ed economico. Gli obiettivi principali del bilancio sociale includono:

Trasparenza e Accountability: fornire una visione chiara e trasparente delle attività, delle politiche e delle performance di Sintra, in relazione alla sua missione sociale, ambientale ed economica. Questo promuove l'accountability e la responsabilità verso gli stakeholder

Misurazione dell'impatto sociale: valutare e comunicare in modo quantitativo e qualitativo l'impatto positivo o negativo che Sintra ha avuto sulla società, sull'ambiente e sulle comunità interessate.

Coinvolgimento degli Stakeholder: fornire a tutti gli stakeholder, inclusi i dipendenti, i fornitori, i clienti, le comunità locali e altri attori interessati, un quadro complessivo delle performance aziendali, incluse quelle sociali ed ambientali.

Miglioramento Continuo: Sintra si pone l'obiettivo di utilizzare il Report di Sostenibilità come strumento di autovalutazione e apprendimento per migliorare continuamente le politiche e le pratiche aziendali in modo da massimizzare l'impatto positivo e ridurre l'impatto negativo.

Comunicazione e Accountability: il Report di Sostenibilità rappresenta un canale di comunicazione diretta con gli stakeholder, consentendo loro di comprendere meglio l'organizzazione e la sua missione, nonché di esprimere le loro preoccupazioni e aspettative.



Allineamento con gli Obiettivi di Sostenibilità: integrare i principi della sostenibilità nelle attività e nelle decisioni dell'organizzazione, contribuendo al raggiungimento degli obiettivi globali di sostenibilità.

Rendicontazione Integrata: integrare le informazioni finanziarie con quelle sociali ed ambientali in un'unica relazione, permettendo una visione complessiva delle performance dell'organizzazione.

Rispetto delle Normative: rispettare le normative e le regolamentazioni relative alla rendicontazione sociale e ambientale vigenti nel paese in cui Sintra opera.

Creazione di Valore Condiviso: identificare opportunità per creare valore condiviso per Sintra e l'ecosistema in cui opera, in modo da allineare gli interessi economici con quelli sociali e ambientali.

Promozione della Responsabilità Sociale: diffondere la cultura della responsabilità sociale tra le aziende e le organizzazioni, promuovendo comportamenti etici e sostenibili nel contesto economico.

PRINCIPI DI REDAZIONE

Il Report di Sostenibilità è un documento importante per le organizzazioni, sia profit che non-profit, che desiderano comunicare in modo trasparente e completo le proprie attività, risultati e impatti sulla società. Il Leit motiv del Report di Sostenibilità è che ogni azienda, a suo modo, possiede un determinato indirizzo etico che influenza e plasma il business quotidiano. I principi di redazione del Report di Sostenibilità osservati nella redazione del presente documento sono i seguenti:

Trasparenza: il presente documento è stato redatto in modo trasparente e comprensibile, consentendo a tutti gli stakeholder di comprendere le attività, i risultati e gli impatti dell'organizzazione.

Responsabilità: è necessario che sia chiaramente identificata ogni categoria di soggetti portatori di interesse ai quali l'azienda deve render conto nello svolgimento della sua attività.

Identificazione: il Report di Sostenibilità dovrà fornire la più completa informazione riguardo alla proprietà ed al management aziendale per dare agli stakeholders la percezione chiara delle responsabilità connesse.

Inclusione: il presente documento ha coinvolto direttamente ed indirettamente tutti gli stakeholders identificati, evitando esclusioni o limitazioni di ogni sorta.

Coerenza: le informazioni nel Report di Sostenibilità sono coerenti nel tempo, consentendo una valutazione affidabile delle prestazioni passate e presenti dell'organizzazione.

Neutralità: il Report di Sostenibilità deve essere imparziale ed indipendente da interessi particolari.

Autonomia delle terze parti: deve essere garantita la più completa autonomia e indipendenza di giudizio alle terze parti che partecipano alla redazione del presente documento.

Prudenza: gli effetti sociali devono essere rappresentati in modo da non sopravvalutare la rappresentazione della realtà aziendale.

Comparabilità: il Report di Sostenibilità deve consentire la comparazione con altri bilanci sociali o con altre organizzazioni simili, facilitando la valutazione delle prestazioni relative.

Completezza: il Report di Sostenibilità include tutte le informazioni rilevanti sulle attività dell'organizzazione, i suoi risultati finanziari, sociali e ambientali, nonché le strategie e le azioni intraprese.

Comprensibilità, chiarezza ed intellegibilità: le informazioni contenute nel presente documento devono essere chiare e comprensibili. La struttura ed il suo contenuto devono favorire l'intellegibilità delle scelte aziendali ed il procedimento seguito.

Attendibilità e fedele rappresentazione: le informazioni del Report di Sostenibilità devono essere chiare e senza pregiudizi o errori, in modo tale da garantire una fedele rappresentazione dell'oggetto a cui si riferiscono.

Pertinenza: le informazioni contenute nel Report di Sostenibilità devono essere pertinenti per gli stakeholder, cioè dovrebbero essere rilevanti per coloro che sono interessati alle attività e agli impatti dell'organizzazione.

Periodicità e ricorrenza: il Report di Sostenibilità deve corrispondere allo stesso periodo dell'ultimo bilancio di esercizio presentato.

Omogeneità: tutte le espressioni quantitative in moneta devono essere espresse in un'unica valuta.

Significatività e rilevanza: è necessario tener conto dell'impatto effettivo che fatti economici e non, hanno prodotto nella realtà circostante. Eventuali stime o valutazioni devono essere fondate su ipotesi esplicite e congruenti.

Materialità: il Report di Sostenibilità deve evidenziare le informazioni materiali, ovvero quelle che possono influenzare le decisioni degli stakeholder o che sono rilevanti per valutare la performance dell'organizzazione.

Verificabilità: le informazioni nel Report di Sostenibilità devono essere verificabili da fonti esterne o attraverso procedure di verifica indipendente, per garantire la loro affidabilità.

Aggiornamento: il Report di Sostenibilità deve essere aggiornato regolarmente per riflettere le nuove attività, i risultati e gli impatti dell'organizzazione nel corso del tempo.





ANALISI DI MATERIALITÀ

L'analisi di materialità rappresenta un passaggio fondamentale per la creazione di un processo di sviluppo sostenibile dell'azienda; attraverso l'indagine di materialità è possibile individuare e valutare le tematiche che sono prioritarie per tutti i portatori di interesse di un'impresa (manager aziendali e stakeholders esterni).

Il risultato dell'analisi di materialità evidenzia quali aspetti dovranno essere tenuti in considerazione nella definizione degli obiettivi strategici di sostenibilità dell'Azienda, e rappresenterà la base dell'informativa non finanziaria di Sintra.

Nel corso dell'anno 2022 Sintra ha provveduto ad aggiornare la propria matrice di materialità, aggiornando la precedente mappatura elaborata nell'anno 2020. L'aggiornamento della matrice di materialità, e dei temi materiali proposti, si è reso necessario in funzione dell'evoluzione dello scenario in cui l'azienda opera e delle nuove metodologie di analisi proposte dagli standard di riferimento internazionali.

Metodo utilizzato

Alla base dell'analisi di materialità condotta da Sintra si pone un processo di stakeholder engagement.

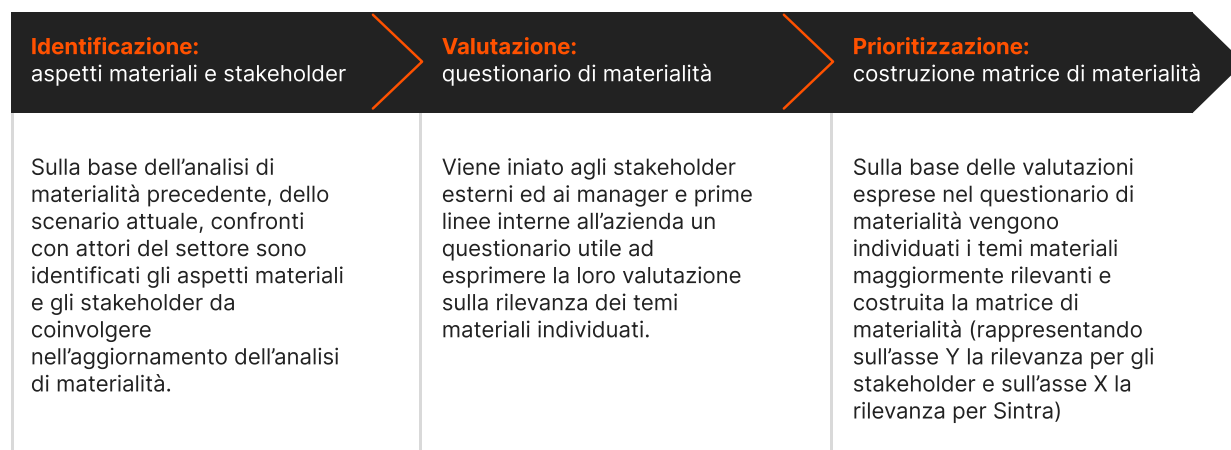
La rilevanza dei temi materiali, che esprime gli impatti di questi aspetti sull'azienda e sugli stakeholder, è stata quindi valutata tramite la diffusione di un questionario verso il Management aziendale e verso un campione selezionato di stakeholder rilevanti per il business aziendale.

Gli stakeholder individuati fanno riferimento a queste categorie:

- Consulenti
- Fornitori
- Clienti
- Comunità finanziaria
- Partner commerciali e tecnologici
- Scuole ed Università

Nel questionario gli attori interni e gli stakeholder esterni sono stati chiamati a valutare la rilevanza degli aspetti materiali attribuendo ad ognuno di essi un punteggio da 0 (nessuna rilevanza) a 4 (molto rilevante).

I 14 temi materiali sono stati individuati partendo da quelli inclusi nella precedente indagine, che già consideravano quelli di maggiore impatto sulla gestione economica, aziendale e sociale di Sintra. Questi temi sono stati rivisti ed integrati tramite confronti con altri attori del settore, confronti con benchmark di riferimento, e tramite un'analisi delle tematiche maggiormente discusse nello scenario attuale di riferimento.



Le tematiche sono state raggruppate in 3 diverse categorie: *Sociale, Ambientale e Governance*. Nella tabella sottostante potete trovare l'elenco dei temi materiali, il significato che Sintra attribuisce ad ognuno di essi e la correlazione con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'ONU (SDGs).

SOCIALE



1. Salute e sicurezza sul lavoro	Introdurre opportune misure preventive da adottare continuamente per rendere sicuri e salubri i luoghi di lavoro, si da evitare o ridurre l'esposizione dei lavoratori ai rischi connessi.
2. Formazione e crescita del personale	Incoraggiare percorsi di crescita professionale e politiche di attrazione e "retention" dei talenti, potenziare le competenze tecniche, manageriali e organizzative del personale dipendente.
3. Pari opportunità nei percorsi di carriera	Assicurare a tutti i dipendenti pari opportunità di crescita professionale indipendentemente dalle loro caratteristiche personali, individuando ed applicando politiche e pratiche di inclusione all'interno dell'azienda.
4. Benessere dei lavoratori e work-life balance	Mettere a disposizione dei dipendenti strumenti che possano garantire un equilibrio tra i tempi da dedicare al lavoro e quelli da dedicare alla vita privata e alla famiglia.
5. Qualità e customer satisfaction	Offrire servizi di qualità che rispondano in maniera completa alle aspettative del cliente e che possano garantire il raggiungimento di un elevato livello di soddisfazione del cliente stesso.
6. Approvvigionamento responsabile	Integrare fattori sociali, etici e ambientali nel processo di selezione dei fornitori al fine di creare una catena di fornitura etica e sostenibile.
7. Sostegno alle comunità locali	Attivare collaborazioni con le comunità locali al fine di sviluppare attività progettuali capaci di contribuire allo sviluppo del territorio

AMBIENTALE



8. Impatti ambientali degli immobili

Adottare politiche finalizzate ad un uso efficiente delle risorse energetiche ed idriche, prestando attenzione ai consumi ed alle fonti di approvvigionamento.

9. Consumo responsabile e gestione dei rifiuti

Incentivare la protezione ambientale tramite l'efficiamento dell'utilizzo delle risorse (plastica e carta), e favorire l'orientamento ai principi di valorizzazione dei rifiuti.

GOVERNANCE



10. Trasparenza ed Etica nel business

Tutelare la reputazione del Gruppo e del valore del Marchio, attraverso la conduzione di un business che rispetti principi etici e di trasparenza.

11. Cyber Security, sicurezza informatica e privacy

Garantire la privacy dei dati dei clienti, e di tutti gli stakeholders aziendali. Proteggere il patrimonio informativo aziendale, attraverso un sistema affidabile di gestione della sicurezza informatica e Cybersecurity.

12. Performance economica e solidità finanziaria

Favorire e sviluppare la creazione di valore condiviso di medio-lungo termine per tutte le categorie di stakeholder, attraverso l'efficienza operativa e finanziaria.

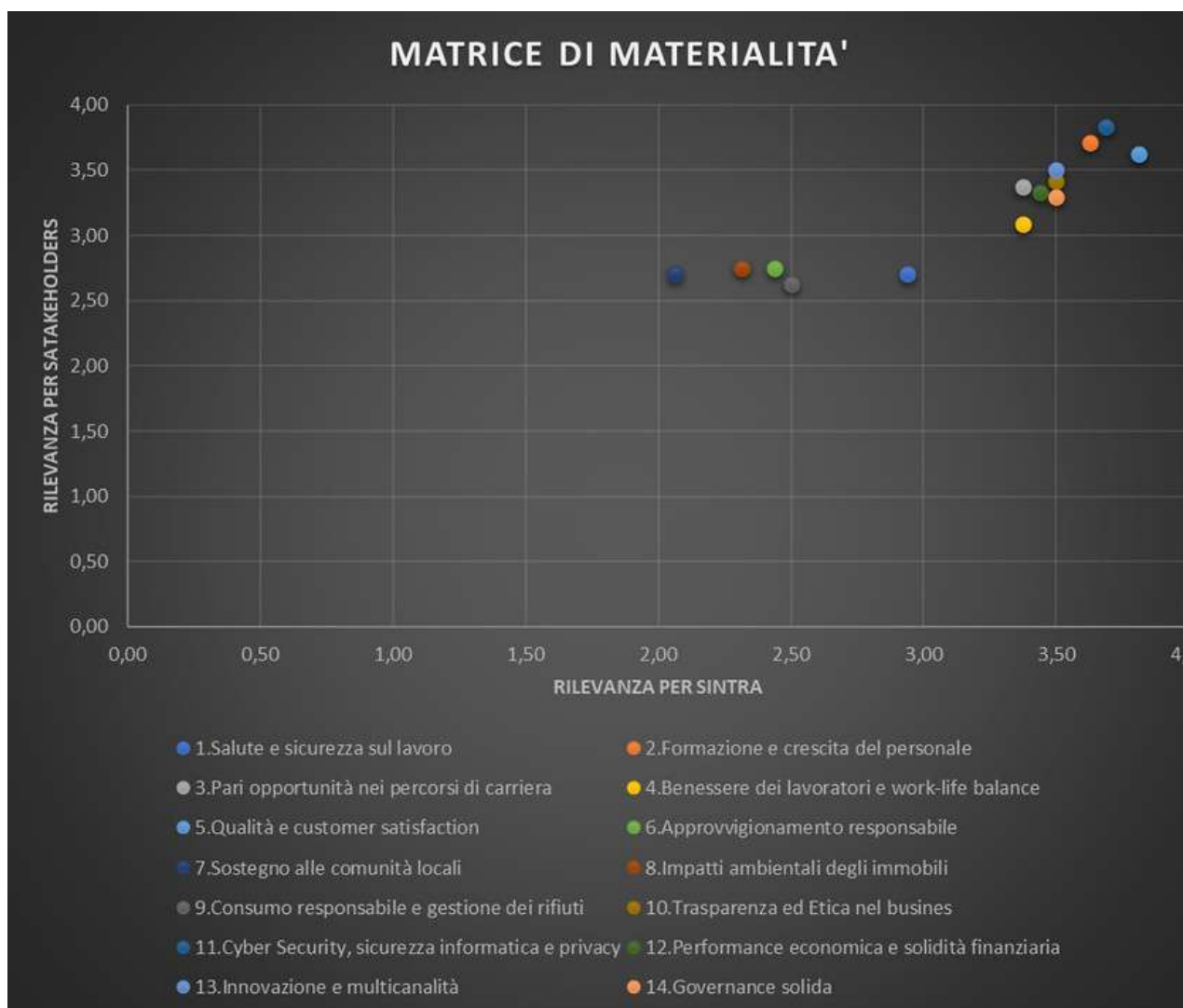
13. Innovazione e multicanalità

Ricerca nuove tecnologie per favorire lo sviluppo di nuovi prodotti digitali e sfruttare l'innovazione tecnologica per una maggiore efficienza delle operazioni e dei servizi offerti.

14. Governance solida

Adottare un sistema di corporate governance idoneo a perseguire mission e vision aziendali, ed orientato ai principi della sostenibilità.

Matrice di materialità



Dall'analisi di materialità emerge come i temi materiali legati alla dimensione sociale siano, in generale, quelli ritenuti maggiormente rilevanti nello svolgimento dell'attività di Sintra (sia per gli stakeholder esterni che per i manager interni).

Il tema relativo alla "Qualità e Customer Satisfaction" risulta essere quello maggiormente rilevante per la dimensione interna, mentre il tema "Cyber security, sicurezza informatica e privacy" risulta essere quello maggiormente rilevante per gli stakeholder esterni. Un altro tema giudicato ampiamente rilevante, sia internamente che esternamente, è quello relativo alla "Formazione e crescita del personale".



Anche i temi di Governance raggiungono mediamente un grado di rilevanza elevato (Etica nel business, innovazione, performance economiche), mentre i temi che riguardano la dimensione ambientale sono quelli mediamente giudicati meno rilevanti.

L'attenzione all'impatto ambientale degli immobili ed alla gestione dei rifiuti non dovrà essere trascurato nella strategia sostenibile dell'azienda, ma chiaramente gli impatti diretti propri dell'attività di Sintra risultano essere limitati. Sarà invece importante per l'azienda orientare l'attenzione alla creazione di una filiera sostenibile; valutare ed indagare come l'attività di Sintra possa influire positivamente sull'impatto ambientale dei propri clienti (Paperless, CO2 Emission, ecc...) e successivamente su tutta la filiera.

Tramite l'analisi della Matrice di Materialità Sintra dovrà definire le priorità strategiche negli ambiti di sostenibilità rilevanti per l'azienda, e prevedere opportuni obiettivi ed investimenti per integrare sempre di più la sostenibilità nella strategia e nella cultura aziendale.

ANALISI DEI RISCHI

L'analisi dei rischi aziendali è un processo fondamentale per identificare, valutare e gestire le potenziali minacce che possono influenzare il successo e la stabilità di un'azienda.

Sintra, ha sviluppato la sua analisi, coinvolgendo tutti i reparti aziendali per garantire una gestione efficace dei rischi in tutta l'azienda. Tale processo viene costantemente alimentato e presidiato anche tramite gli audit volti al mantenimento delle certificazioni di qualità esistenti.

Durante l'anno l'intera organizzazione aziendale viene coinvolta in sessioni dedicate al riesame e all'aggiornamento del piano di gestione dei rischi per mantenere l'azienda resiliente alle minacce in evoluzione, con uno specifico focus a quelle del settore informatico.

Partendo dall'analisi generale dei rischi, Sintra ha classificato i rischi in tre macro categorie:

1. RISCHI ESTERNI

Sono rischi connessi all'avvenimento di eventi esterni non facilmente prevedibili, possono riguardare le normative di riferimento o rischi connessi al mercato in cui l'azienda opera;

2. RISCHI INTERNI

Riguardano le tre dimensioni del capitale aziendale (organizzativo, sociale ed umano). Sono legati al verificarsi di eventi che possono pregiudicare lo svolgimento efficiente ed efficace dell'attività aziendale. Una grossa importanza in questa categoria è data ai rischi riguardanti il personale;

3. RISCHI STRATEGICI

Sono i rischi relativi ad eventi che possono pregiudicare o influenzare gli indirizzi strategici o il modello organizzativo adottato dall'azienda;

Ogni categoria ha dei rischi specifici collegati, che andremo ad analizzare di seguito.

1. RISCHI ESTERNI

1. *Rischi finanziari:* a seguito della pandemia da Covid-19, le aziende si trovano ad operare in un contesto finanziario fortemente instabile. Difatti, dopo una vigorosa immissione di liquidità pubblica effettuata in piena pandemia, necessaria per garantire la sopravvivenza delle imprese, il mercato si trova in una fase fortemente inflazionistica. Questo nuovo contesto, ci ha portato ad analizzare nuovi rischi quali:

- Fluttuazioni dei tassi di cambio.
- Variazioni dei tassi di interesse.
- Problemi di liquidità.
- Crediti non pagati da parte dei clienti.
- Insolvenza dei fornitori chiave.
- Fluttuazioni dei costi tecnologici.

Azione di prevenzione: Il sistema di controllo di gestione aziendale che integra un accurato monitoraggio del cash flow globale, innovato anche grazie all'utilizzo di nuovi software, fa sì che l'area AFC abbia sotto controllo tutti gli indicatori chiave per avere una visione costantemente aggiornata in merito a tutti i punti evidenziati.

2. *Cambiamenti climatici e catastrofi naturali:* nell'attuale scenario globale, non è possibile esimersi dall'analizzare anche rischi di carattere naturale. Il cambiamento climatico è ad oggi argomento principale nei più summit globali ed anche le aziende devono necessariamente porre una maggiore attenzione al rispetto dell'ambiente in ogni attività svolta. Per Sintra emergono due principali fattori di rischio:

- Normative ambientali più rigorose.
- Preoccupazioni dei consumatori per la sostenibilità.

Azioni preventive: Maggior attenzione rispetto alle normative presenti e aggiornamento costante tramite consulenti specializzati. Introduzione di un

approccio sostenibile in tutta la filiera produttiva, tramite sessioni di formazione e sensibilizzazione alla sostenibilità a livello corporate.

3. Conformità legale e regolamentare: eventuali cambiamenti normativi, in tutti gli ambiti (civile, fiscale, penale, amministrativo) possono creare un potenziale pericolo per l'azienda, poiché potrebbe trovarsi nella condizione di svolgere attività o di adottare comportamenti in violazione di norme. I rischi maggiormente avvertiti a livello corporate sono quelli legati al rispetto della sicurezza nei luoghi di lavoro e al trattamento dei dati sensibili. In ambito tributario, Sintra, avendo rapporti di collegamento o controllo con altre aziende, con sedi in UE, ha rilevato anche il rischio potenziale del mancato rispetto della normativa relativa al transfer price, in merito alle transazioni infragruppo.

Riguardo al settore specifico, i cambiamenti nelle leggi e nei regolamenti relativi alla tecnologia potrebbero richiedere adeguamenti aziendali e comportare costi aggiuntivi.

Azioni preventive: controlli periodici coadiuvati con professionisti esterni con expertise specifica rispetto all'ambito di riferimento; attivazione di un percorso di compliance con il supporto di uno studio legale specializzato nel settore digital e di un consulente per la sicurezza nei luoghi di lavoro. Per quanto attiene alla disciplina fiscale in merito al transfer price Sintra ha sottoscritto contratti con le società del gruppo a prezzi adeguati rispetto alle condizioni di mercato, prevedendo la possibilità di revisione annuale delle tariffe.

4. Rischi specifici del settore: il settore in cui Sintra opera ha dei rischi specifici legati all'uso delle tecnologie informatiche. Nello specifico Sintra ha rilevato due macro categorie di rischi specifici:

- Sicurezza informatica: Cyber Attacchi ed ulteriori minacce informatiche quali hacker, malware e phishing, possono compromettere la sicurezza dei dati aziendali e causare danni finanziari e reputazionali.
- Gestione dei dati: data l'enorme quantità di dati trattati, soprattutto per conto dei clienti, Sintra ha riscontrato tre tipologie di potenziali rischi connessi: perdita di dati: La perdita accidentale o intenzionale di dati sensibili può avere conseguenze gravi. Attività di prevenzione: backup regolari e misure di protezione dei dati; Conformità normativa: Possibili sanzioni legali in caso di mancato rispetto delle normative sulla privacy dei dati (come il GDPR in Europa o l'HIPAA negli Stati Uniti). Attività di prevenzione: revisione delle procedure interne in ambito privacy;

Infrastruttura tecnologica: Guasti o errori nei componenti hardware o software possono causare gravi interruzioni dell'attività propria dell'azienda e dei software dei clienti. Attività di prevenzione: presenza di tecnici interni all'organico di Sintra che vigilano sul corretto funzionamento delle infrastrutture.

5. Rischi di mercato: sono rischi che possono influenzare le nostre operazioni e il nostro impegno verso la responsabilità sociale d'impresa.

- Cambiamenti nelle preferenze dei clienti: le tendenze e le variazioni nella domanda del mercato rappresentano un altro rischio importante. Siamo impegnati a monitorare attentamente le esigenze dei clienti e a diversificare il nostro portafoglio di prodotti per adattarci ai cambiamenti tecnologici costanti.
- Fluttuazioni dei prezzi dei fattori produttivi: uno dei rischi di mercato più rilevanti per Sintra è rappresentato dall'aumento del valore delle risorse produttive, causato dalla scarsità delle stesse nel mercato. Variazioni significative possono influire sui nostri margini e sulla nostra capacità di mantenere tariffe accessibili ai nostri clienti.
- Concorrenza intensa : altro importante rischio è quello di operare in mercati c.d. "oceani rossi", ossia in segmenti di mercato in cui sono già presenti altri concorrenti e che pertanto porterebbero l'azienda a dover affrontare una forte competizione.
- Nuovi concorrenti o tecnologie disruptive: la presenza di nuovi concorrenti o il sorgere di nuove tecnologie con costi e prestazioni inferiori misurati in base a criteri tradizionali, ma con prestazioni ausiliarie più elevate potrebbe mettere in pericolo l'esistenza del business di Sintra.
- Riconoscibilità del marchio: rischio di avere una scarsa capacità distintiva del marchio che potrebbe generare confusione nel pubblico di riferimento.

Attività di prevenzione: il management di Sintra pone un costante focus sul mercato. Le aree R&D e sviluppo prodotto sono costantemente focalizzate sui cambiamenti tecnologici che si presentano costantemente. Lato mercato, le aree marketing e commerciale sono concentrate nel rilevare i cambiamenti nelle preferenze dei clienti e più in generale nei mercati, riportando feedback costanti alla direzione.



2. RISCHI INTERNI

1. Capitale organizzativo

- Raccolta, conservazione e trattamento dei dati personali: Rischio connesso al verificarsi di possibili minacce per i diversi trattamenti dei dati personali da parte dell'azienda. Azioni di prevenzione: Supporto continuativo fornito da ufficio legale specializzato. Introduzione di clausole contrattuali mirate all'individuazione della responsabilità nel trattamento dei dati personali. Formazione annuale dei dipendenti sul tema del trattamento dei dati personali.
- Sicurezza dati dei clienti interni Cyber Security: Rischio legato alla possibile violazione interna o esterna che possa comportare la perdita di dati (informazioni riservate, progetti etc.), il danneggiamento del sistema informativo e possibili interruzioni produttive. Azioni di prevenzione: Selezione di fornitori esterni qualificati, con alti requisiti di Cyber security. Stipula polizza assicurativa a copertura di eventuali danni provocati da violazioni interne o esterne.
- Sistema di controllo di gestione e cash flow sostenibile (Valutare performance economico - finanziario): Rischi legati al mancato monitoraggio della performance economico/finanziaria dell'attività di impresa. Azioni di prevenzione: Introduzione sistema di budgeting previsionale annuale. Controllo mensile andamento economico della gestione, controllo costi rispetto ai budget ed analisi degli eventuali scostamenti. Controllo settimanale degli incassi e dei crediti scaduti; introduzione procedura strutturata di recupero crediti. Monitoraggio quotidiano cash flow previsionale di breve e medio periodo.
- Tutela dei diritti di proprietà intellettuale: Rischio di plagio dei prodotti sviluppati e di diffusione dei c.d. "trade secret". Azioni di prevenzione: inizio di percorso di rafforzamento delle tutele legali delle proprietà intellettuali, tramite collaborazione con studio legale specializzato e diffusione di policy interne ad hoc.

2. Capitale Sociale e Relazionale

- Rapporti con clienti: Rischi collegati ai rapporti con i clienti, e soprattutto verso quelli di maggiore rilevanza. Rientrano in questa categoria il rischio di perdita di fatturato, il rischio subire condizioni contrattuali sfavorevoli all'azienda. Azioni di prevenzione: Diversificazione della clientela per dimensione e per settore di riferimento. Stipula contratti assicurativi a copertura di penali o altri eventuali rischi derivanti da clausole contrattuali.
- Rapporti con fornitori: rischio connesso alla eventuali possibilità di interruzione d'un servizio prestato dal fornitore o di una scarsa qualità delle prestazioni erogate. Rischi connessi a clausole contrattuali sfavorevoli. Azioni di prevenzione: diversificazione e selezione accurata dei fornitori tramite apposita procedura dedicata. Adozione di template contrattuali standard redatti con supporto dell'ufficio legale, con presenza di penali a garanzia del rispetto degli standard qualitativi imposti da Sintra.
- Operazioni con parti correlate: rischio derivante da strategie di gruppo scarsamente condivise, che possono generare inefficienze produttive e gestionali.
- Azioni di prevenzione: Introduzione di tavoli di lavoro condivisi volti ad un confronto ed un allineamento sulle strategie di gruppo. Supporto alle attività core svolte dalle società partecipate, anche oltre il perimetro della semplice collaborazione produttiva e/o gestionale.

3. Capitale umano

- Dipendenza da figure chiave: Rischio che il rapporto in essere con alcune figure professionali rilevanti nello svolgimento dell'attività si possa interrompere senza una tempestiva ed adeguata sostituzione. Azioni di prevenzione: Percorso condiviso di crescita professionale con key people aziendali. Introduzione sistema di audit periodico tra dipendenti e Team HR con confronto su problematiche ed opportunità di miglioramento.

- Perdita di know how e talenti: rischio legato alla perdita di esperienza, di competenze e know-how strategico e tecnico dovuto alle dimissioni di dipendenti. Aspetti collegati sono il rischio che il lavoratore dimissionario possa passare alla concorrenza e che si possa verificare una crescente demotivazione e destabilizzazione di coloro che restano. Azioni di prevenzione: Introduzione di politiche di employee retention finalizzate a trattenere i dipendenti ed aumentare il livello di soddisfazione delle risorse strategiche. Monitoraggio del clima di lavoro interno tramite colloqui periodici di performance.
- Capacità di attrarre e formare risorse qualificate e motivate: rischio derivante dalla possibile incapacità di attrarre e mantenere e formare personale altamente qualificato e personale direttivo competente, ovvero di integrare la struttura organizzativa con figure capaci di gestire la crescita della Società. Azioni di prevenzione: Implementazione di un "Vivaio Sintra", costituito da laureandi e neolaureati che possono crescere grazie all'affiancamento di figure professionali senior, ed eventualmente essere inseriti in azienda. Predisposizione di budget annuali appositamente dedicati alla formazione dei dipendenti. Resoconto annuale su argomenti approfonditi e risultati raggiunti con l'utilizzo del budget formazione.
- Resistenza al cambiamento del personale: Rischio che l'organizzazione ed il personale interno non riescano ad adattarsi ai cambiamenti strategici attuati dalla direzione. Azioni di prevenzione: Riunioni periodiche tra organo direttivo e Key people aziendali, con coinvolgimento e confronto sulle strategie future. Convention periodiche aziendali con presenza di tutto il personale dove vengono presentati risultati ed obiettivi futuri.



3. RISCHI STRATEGICI e DI GOVERNANCE

- **Strategia e gestione della crescita:** i maggiori rischi nella strategia di Sintra potrebbero essere quelli di intraprendere scelte strategiche che non garantiscono la continuità del business oppure, di contro, quelli legati al mantenimento di modelli di business obsoleti. La ricerca del giusto equilibrio tra innovazione della strategia e mantenimento del business tradizionale, senza che esso venga superato è l'obiettivo più difficoltoso da perseguire. Ulteriori rischi strategici sono derivanti dalla possibile dipendenza dai mercati principali o da alcuni contratti con i principali clienti. Azioni di prevenzione: Partnership con istituti di ricerca e partecipazione ad osservatori ed eventi di confronto internazionale finalizzati ad acquisire conoscenze utili alla determinazione di una strategia aziendale di successo. Collaborazione con consulenti strategici esperti del settore con attività di studio ed analisi condivise dei trend del mercato di riferimento . Analisi SWOT . Pianificazione annuale e pluriennale tramite sistema di budgeting e redazione di Business Plan e Piano Industriale sostenibile.
- **Possibile commistione tra interessi assemblea soci e CDA:** rischio di sovrapposizione degli interessi dell'organo amministrativo e di quelli della compagine sociale, in contrasto con una corretta gestione aziendale orientata al medio/lungo periodo. Azioni di prevenzione: Introduzione di un sistema amministrativo allargato CDA con adozioni di delibere in modo collegiale. Verifica annuale dell'adeguato assetto organizzativo ed amministrativo da parte di revisore contabile ed indipendente.

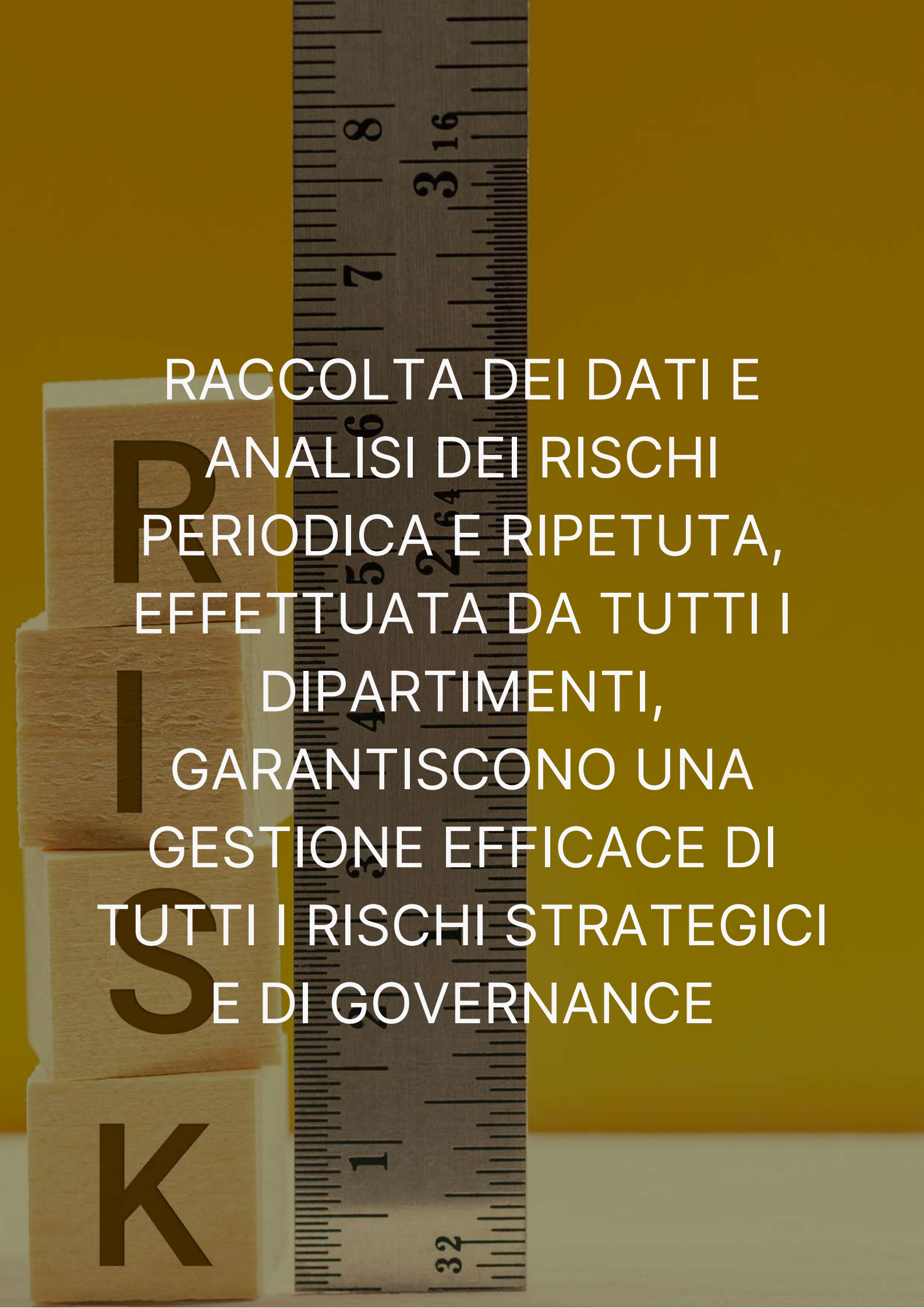
Per la corretta gestione dei rischi identificati, è fondamentale sviluppare un piano di gestione dei rischi aziendali che includa:

Fase di identificazione dei rischi: Identificare e catalogare tutte le possibili minacce e vulnerabilità legate alle operazioni informatiche.

Fase di valutazione dei rischi: Assegnare una probabilità e un impatto a ciascun rischio per determinare la loro gravità.

Adottare una strategia di mitigazione dei rischi: Sviluppare strategie e piani per ridurre la probabilità di accadimento dei rischi e il loro impatto.

Monitoraggio e gestione continua: Monitorare costantemente l'ambiente aziendale per identificare nuovi rischi e adattare le strategie di mitigazione di conseguenza.

A vertical ruler and wooden blocks with letters R, I, S, K on a yellow background. The ruler is positioned vertically, showing measurements in centimeters. The wooden blocks are stacked vertically, with the letters R, I, S, and K visible on them. The background is a solid yellow color.

RACCOLTA DEI DATI E
ANALISI DEI RISCHI
PERIODICA E RIPETUTA,
EFFETTUATA DA TUTTI I
DIPARTIMENTI,
GARANTISCONO UNA
GESTIONE EFFICACE DI
TUTTI I RISCHI STRATEGICI
E DI GOVERNANCE

GOVERNANCE

AZIENDALE

Obiettivi per lo sviluppo sostenibile:



Storia

La storia di Sintra inizia ad Arezzo agli albori del 2000, dall' idea di Angiolino Frontani, Michele Barbagli e Gianni Bianchi, precursori della trasformazione digitale in Italia.

Attiva da oltre 20 anni nel campo dell'innovazione digitale e della trasformazione del commercio elettronico, oggi conta oltre 100 collaboratori tra le sedi in Italia e in Polonia.

La strategia di Sintra è focalizzata verso la fornitura di soluzioni per lo sviluppo aziendale omnicanale, per l'ottimizzazione dei flussi e dei processi aziendali e per la raccolta e la valorizzazione dei dati.

Nata come system integrator, ad oggi è infatti anche un ottimo partner tecnologico globale nella progettazione e fornitura di soluzioni e-commerce B2C e B2B.

Inoltre, nel corso degli anni, l'azienda ha maturato una forte esperienza nello sviluppo di software customizzati per importanti brand riconosciuti a livello mondiale, operanti nel settore del Fashion & Luxury, dell'Healthcare & Beauty e dei Trasporti. Con l'evoluzione del mercato e dei trend digitali, Sintra ha in effetti elaborato strumenti all'avanguardia per i propri clienti, finalizzati a ottimizzare i flussi aziendali, creare piattaforme web performanti, portali e applicazioni pensati per migliorare l'efficienza e la produttività.

Attraverso lo sviluppo innovativo di soluzioni cloud-based, prodotti SaaS e PaaS “pronti all’uso”, per migliorare efficienza e performance aziendale, ad oggi Sintra è tra le aziende italiane con il maggiore Know How tecnologico.

In crescita continua, oggi Sintra è presente in Italia con sedi ad Arezzo, Firenze e Milano e all’estero con una filiale in Polonia, nata nel 2015 per presidiare nuovi mercati e puntare sempre di più ad una crescita del business a livello internazionale.

Sintra oggi punta sulle seguenti aree di competenza:

- **Software development:** realizzazione di piattaforme customizzate e integrazioni con terze parti per rispondere alle esigenze di ottimizzazione delle aziende clienti.
- **E-commerce specialist:** sviluppo di e-commerce B2C e B2B con valorizzazione della digital experience, consulenza strategica e servizi di web design.
- **Digital solutions:** sviluppo di soluzioni PIM / DAM /CDP, elaborazione di architetture customizzate per la digitalizzazione di processi e flussi aziendali.

Sintra allarga i suoi confini al mondo esterno tramite accordi e partnership di valore per aumentare le conoscenze e le possibilità di cooperazione.

Tra questi, sin dall’anno 2020, con l’obiettivo di comprendere meglio i trend tecnologici di riferimento ed i repentini cambiamenti del mercato, Sintra ha siglato dei contratti di ricerca con alcuni Osservatori del Politecnico di Milano. Nello specifico, nel corso del 2022, Sintra ha partecipato ai lavori degli Osservatori Omnichannel Customer Experience e Digital B2B.

Tra i partner strategici dell’impresa, sono presenti anche i colossi Microsoft, Shopify, Pimcore e Liferay con cui Sintra collabora da anni nel perseguimento dei suoi obiettivi.

Sintra fa inoltre parte della community tecnologica Techitalia, un’iniziativa nata nel 2016, con l’intento di creare una community tecnologica per condividere esperienze e conoscenze.

L'azienda è fortemente impegnata nella costituzione di una rete di professionisti capaci di collaborare al fine di migliorare le risorse della rete, con l'obiettivo di costituire un vero e proprio polo tecnologico che possa coinvolgere le eccellenze toscane per portare nel territorio un distretto che operi in prospettiva internazionale, anche grazie al collegamento con il gruppo gemello TechItalia London.

All'interno della Community, Sintra è impegnata nell'organizzazione dei Client Board, eventi pensati per divulgare competenze intorno alle discipline tecnologiche, sempre in ottica business, e stimolare iniziative imprenditoriali e di start-up grazie al racconto di storie di successo e aiutare i membri della community nel loro percorso di crescita professionale.

I Client Board rappresentano un'ottima occasione di formazione rivolta a manager e imprese che possono confrontarsi e condividere esperienze sui cambiamenti dei mercati e sulle nuove strategie collegate al commercio elettronico.

The infographic consists of six white-bordered boxes arranged in a 2x3 grid on a dark background. Each box contains an icon, a title, and a brief description.

- OLTRE 100 PERSONE**: Icon of a group of people. Text: Oltre **20 anni** di storia con 100 persone tra Italia e Polonia.
- INTERNAZIONALE**: Icon of a globe. Text: Headquarters in Italia e Polonia, clienti dall' **Europa e USA**.
- COMMERCE & ENTERPRISE**: Icon of a cloud. Text: Sviluppo di soluzioni, processi e **modelli di business sostenibili**.
- OSSERVATORIO POLIMI**: Icon of a magnifying glass over a document. Text: Partner Osservatorio Polimi.
- PARTNERS CHIAVE**: Microsoft logo. Text: Microsoft, Shopify, Pimcore, Liferay.
- TECHITALIA**: TechItalia logo. Text: Community con **oltre 1500 sviluppatori** in Italia e Londra.

MISSION

“Fornire soluzioni digitali innovative,
affidabili e specializzate perseguendo
l’efficienza e la sostenibilità”

VISION

“Credere in una tecnologia al servizio dell’uomo e dell’ambiente per costruire un mondo migliore”

Mission e Vision

Mission

La Mission aziendale di Sintra è quella di fornire soluzioni digitali innovative, affidabili e specializzate perseguendo l'efficienza e la sostenibilità.

L'azienda, da anni, affianca piccole, medie e grandi imprese italiane ed estere in progetti di digitalizzazione, che spaziano dall'implementazione di piattaforme e-commerce, fino alla realizzazione di complesse architetture per la gestione e digitalizzazione di asset aziendali, con l'obiettivo di efficientare i processi aziendali.

Vision

La Vision di Sintra è quella di credere in una tecnologia al servizio dell'uomo e dell'ambiente per costruire un mondo migliore.

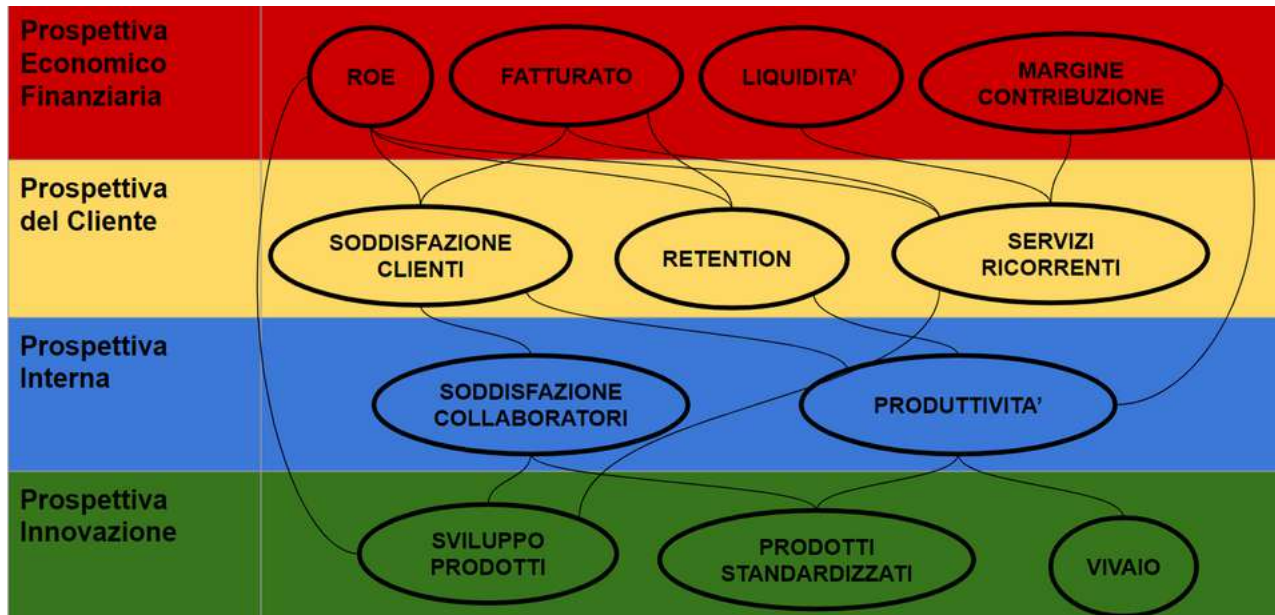
Il valore sostenibile è il valore di riferimento per Sintra, che nasce da una corretta gestione aziendale orientata al conseguimento:

- di buoni risultati economici
- della soddisfazione e benessere di tutti coloro che entrano in contatto con l'azienda
- di valore aggiunto per la comunità di riferimento.

La rappresentazione seguente della mappa strategica offre un quadro delle principali prospettive e degli obiettivi strategici che Sintra si è prefissata nel corso del 2022.

Ciascuna prospettiva è interconnessa con gli obiettivi strategici e concorre al conseguimento della visione e della missione aziendale.

La mappa strategica agevola la visualizzazione delle relazioni tra questi elementi e orienta l'assegnazione di risorse e iniziative strategiche.



Prospettiva Economico-Finanziaria

Obiettivo Strategico: Massimizzare il valore per gli azionisti.

- Aumento del ritorno sugli investimenti.
- Incremento del fatturato e della liquidità aziendale
- Ottimizzazione della struttura dei costi per incrementare la redditività.

Prospettiva del Cliente

Obiettivo Strategico: Offrire un'esperienza cliente eccezionale.

- Miglioramento della soddisfazione del cliente attraverso feedback e analisi delle aspettative.
- Incremento della fidelizzazione dei clienti tramite servizi personalizzati.
- Offerta di servizi ricorrenti al fine di creare una relazione continuativa

Prospettiva Interna

Obiettivo Strategico: Valorizzare e sviluppare il capitale umano.

- Creazione di un ambiente di lavoro inclusivo per stimolare l'impegno e la soddisfazione dei collaboratori.
- Promozione dello sviluppo professionale dei dipendenti tramite programmi formativi.

Prospettiva dell'Innovazione

Obiettivo Strategico: Garantire processi efficienti e innovativi.

- Sviluppo di nuovi processi per una continua innovazione dei prodotti.
- Incentivazione della standardizzazione dei prodotti per ridurre i tempi di produzione.
- Sviluppo di un vivaio di giovani con competenze specifiche da cui attingere per il reperimento delle risorse umane

Etica e Valori di riferimento

L'Etica aziendale è alla base dell'attività di Sintra, essa può essere definita "l'insieme di valori morali a cui l'azienda ed i lavoratori devono attenersi nello svolgimento delle proprie attività lavorative".

Nel percorso di orientamento alla sostenibilità intrapreso da Sintra, l'etica aziendale favorisce l'integrazione degli obiettivi economici con altri aspetti altresì importanti, quali quelli sociali, ambientali ed umanitari.

L'azienda intende introdurre al proprio interno un concetto di "agire etico", che possa orientare i comportamenti degli individui al "cosa è giusto fare", ed allo stesso tempo anche al "perché è necessario farlo".

Ogni individuo deve essere consapevole nella decisione dei suoi comportamenti e nella valutazione di quelli degli altri, per poter conciliare nella maniera più corretta possibile la propria responsabilità manageriale e la propria responsabilità morale verso tutti gli stakeholders aziendali.

Nel corso del 2022, l'azienda ha iniziato il processo di redazione del codice etico aziendale.

Il codice Etico di Sintra Consulting rappresenta in concreto la "Carta dei diritti e dei doveri fondamentali" a cui ogni individuo dell'azienda deve sempre far riferimento per adottare comportamenti che siano in linea con i valori ed i principi condivisi all'interno dell'azienda.

L'obiettivo principale del Codice Etico è quello di individuare e diffondere all'interno dell'organizzazione i Valori etici e morali di riferimento: qualunque decisione e successiva azione potrà essere presa nell'interesse non soltanto proprio o dell'azienda, ma anche nel rispetto di tutti gli stakeholder aziendali.

Il Codice Etico di Sintra vuole ricordare, a tutti e sempre, lo spirito che anima l'azienda e il motivo per il quale questa è stata creata. Riassumendo in una frase "Partire dai valori ed arrivare ad individuare i comportamenti".

Il Codice Etico dovrà rappresentare quindi un documento di impegno morale destinato a tutte le persone che operano all'interno dell'azienda, ed a tutti coloro che con essa instaurano relazioni, anche solo temporanee.

Sintra si impegnerà a diffondere verso tutti questi attori il proprio Codice Etico, in modo che possa essere concluso con essi un “patto morale” reciprocamente vincolante.

L’uniformità dei comportamenti, una valutazione etica personale, l’allineamento agli stessi valori di riferimento sicuramente porteranno all’azienda dei vantaggi competitivi di lungo periodo.

Politiche anticorruzione

Uno degli impegni fondamentali di Sintra è quello di mettere in atto tutte le misure necessarie ad evitare fenomeni di corruzione da parte dei suoi dipendenti e degli stakeholder in generale.

Non sono in nessun modo tollerati comportamenti o azioni che prevedano il pagamento di somme di denaro, o altre attività che possano procurare un vantaggio all’attività aziendale, sia in maniera diretta che indiretta.

E’ fatto divieto ai dipendenti e agli stakeholder in genere di accettare doni o favori da parte di terzi, al di fuori di quello che rientra nella normale sfera della cortesia.

Nel caso si verifichi una situazione simile ognuno ha l’obbligo di informare immediatamente il proprio responsabile diretto.

Organigramma e Struttura

L’introduzione delle Business Unit

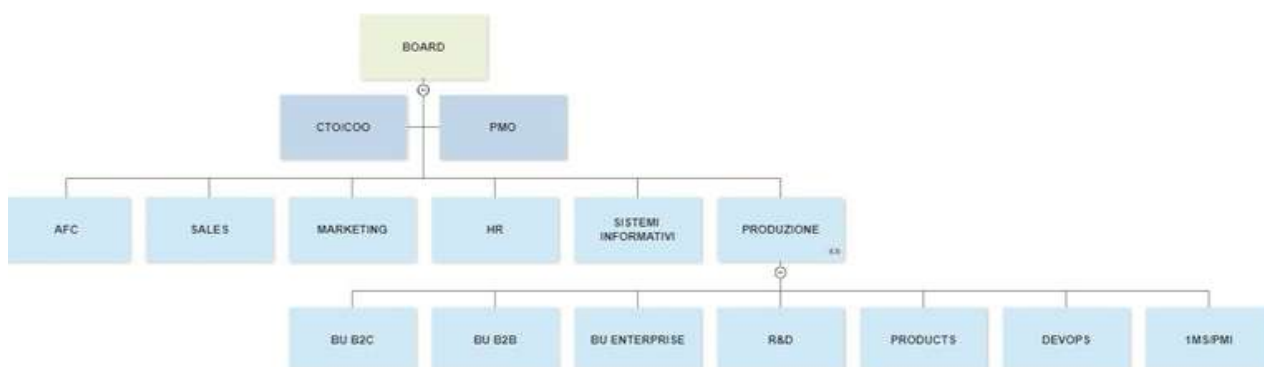
Nel corso del 2022 Sintra ha intrapreso un percorso di riorganizzazione dei processi aziendali volto all’efficienza e all’ottimizzazione.

Questo percorso di rinnovamento è stato attuato con l’introduzione delle Business Unit.

Le Business Unit presenti in azienda sono: B2B, B2C e Enterprise. Ciascuna Business Unit è focalizzata sul rispettivo mercato di riferimento, comprendendo al proprio interno tutte le competenze necessarie.

Tale innovazione gestionale rappresenta un elemento fondamentale del know-how aziendale e pertanto costituisce un valore molto rilevante per tutti gli stakeholders aziendali.

Organigramma



Governance e compagine sociale

Nel corso degli ultimi anni, Sintra ha avviato un processo di ridefinizione dei suoi processi interni aziendali con l'obiettivo di migliorare l'efficienza e ottimizzazione.

Questa rinnovata direzione è stata implementata attraverso una strutturazione e una descrizione dettagliata di tutti i processi interni all'azienda, coprendo l'intera organizzazione aziendale. Questo nuovo approccio alla gestione rappresenta una componente cruciale delle conoscenze aziendali e si traduce in un valore significativo per tutti gli attori interessati nell'azienda.

Il coinvolgimento attivo del team manageriale è stato fondamentale nel percorso di adozione dell'innovazione gestionale.

Composizione dell'organo di amministrazione

Alla fine del 2020, la direzione aziendale ha preso la decisione di rinnovare la sua struttura: è passata da un sistema di amministrazione separata portato avanti dai due amministratori storici di Sintra, Gianni Bianchi e Michele Barbagli, a un modello di amministrazione collegiale, con l'aggiunta di un terzo

amministratore, Angiolino Frontani, nel febbraio 2021. Attualmente, il Consiglio di Amministrazione detiene il 97% delle quote sociali.

Sono state individuate aree chiave che richiedevano una supervisione sotto forma di delega amministrativa:

- *Ricerca & Sviluppo, Prodotti, Produzione e Partnership* sono affidate a Michele Barbagli, un ingegnere con notevoli competenze tecniche e sempre attento alle nuove tendenze di mercato.
- *Marketing, Commerciale e Amministrazione e Finanza* sono gestite da Gianni Bianchi, un esperto di marketing e formule finanziarie.
- *Risorse Umane e Organizzazione dei Processi Aziendali* sono affidate a Angiolino Frontani, un imprenditore esperto.

Questa suddivisione delle responsabilità mette in luce le diverse competenze presenti all'interno del Consiglio di Amministrazione.

Le principali funzioni del Consiglio riguardano la supervisione delle attività aziendali, la definizione degli obiettivi a medio e lungo termine e l'indirizzamento delle strategie.

Il team manageriale si occupa di delineare le linee guida strategiche, industriali e finanziarie della società, nonché di prendere decisioni su operazioni di rilievo economico, patrimoniale e finanziario.

Le riunioni del Consiglio sono programmate regolarmente su base settimanale. In coerenza con il passato, il team di gestione si impegna costantemente a soddisfare quattro obiettivi principali per gli attori aziendali: la soddisfazione del cliente, dei dipendenti, degli investitori e nell'ambito sociale e ambientale. L'approccio dedicato del Consiglio di Amministrazione nell'ottenere questi obiettivi prioritari spinge l'azienda a implementare cambiamenti continui per migliorare la qualità complessiva dell'ecosistema Sintra in tutti i suoi aspetti.

Organo di controllo

All'interno dello statuto di Sintra è prevista l'istituzione della carica di Sindaco Unico, come indicato nell'articolo 2477 comma 3 del Codice Civile.

Dal 2019, il ruolo di Sindaco Unico è ricoperto dal Dott. Alessandro Baragli, iscritto al registro dei revisori legali con il numero 164619. A lui è stata affidata la responsabilità della revisione legale dei conti per il periodo triennale 2022 2024.

L'obiettivo dell'attività di revisione è quello di analizzare le procedure di controllo interno, valutarne il funzionamento e giudicarne l'efficacia. Il revisore verifica la precisione:

- delle procedure amministrative e della loro implementazione;
- delle registrazioni contabili;
- della conformità del bilancio alle leggi vigenti;
- dell'applicazione dei Principi Contabili Nazionali o Internazionali.

In occasione del processo di ridefinizione dei processi aziendali, il management di Sintra ha scelto di introdurre la figura del Sindaco Unico già nell'esercizio 2018, anticipando così l'obbligo di legge.

Questa decisione è stata presa al fine di garantire maggiore sicurezza e trasparenza a tutti gli attori interessati all'azienda e coinvolti in essa.

Assemblea dei soci

La compagine societaria di Sintra è così composta:

- Michele Barbagli detiene una quota del 42%.
- Gianni Bianchi possiede una quota del 41,5%.
- Angiolino Frontani ha una quota del 13,5%.
- Iacopo Pecchi possiede una quota del 3%.

Come già menzionato in precedenza, a partire dal 2021, il 97% del capitale sociale costituisce il Consiglio di Amministrazione, rappresentato da Michele Barbagli, Gianni Bianchi e Angiolino Frontani, i soci fondatori di Sintra.

L'assemblea dei soci di Sintra, oltre ad adempiere ai compiti definiti dal Codice Civile, si riunisce almeno due volte all'anno per valutare costantemente la performance economica e finanziaria dell'azienda e per approvare le direzioni strategiche da seguire.

Il gruppo societario

Nel bilancio di Sintra sono presenti le seguenti partecipazioni in altre società:

Sintra Consulting PolandSp.Zo.

Sede: POLONIA

Capitale: 1.136,00 €

Percentuale di Partecipazione: 90%

Bitforce Srl

Sede: MONTEVARCHI AR

Capitale: 10.000,00 €

Percentuale di Partecipazione: 40%

ShinteckSrl

Sede: PONTEDERA PI

Capitale: 20.000,00 €

Percentuale di Partecipazione: 15%

Binarycodesrl

Sede: Arezzo

Capitale: 20.000,00 €

Percentuale di Partecipazione: 3%

Le quote detenute in Bitforce Srl e Sintra Consulting Poland Sp. Zo. svolgono un ruolo strategico nel settore produttivo di Sintra: Bitforce gestisce una fase specifica della produzione di Sintra in modo indipendente, ottenendo ottimi risultati in termini di soddisfazione del cliente.

D'altra parte, Sintra Consulting Poland Sp. Zo. svolge una doppia funzione: oltre a fornire supporto produttivo per alcuni progetti di Sintra, è anche un punto di riferimento per i clienti europei.

Sintra pone le basi del suo modello di business sulle persone, ritenendole l'elemento fondamentale per il successo aziendale. Seguendo il principio del valore delle connessioni, l'azienda ha sviluppato un modello gestionale che si basa su un approccio integrato alla creazione di valore.

Ogni risorsa aziendale è immersa nel sistema di valori dell'azienda, garantendo che tutti i membri dell'organizzazione condividano la visione di Sintra.

Questo allineamento facilita il raggiungimento degli obiettivi aziendali, la soddisfazione dei clienti e promuove una continua innovazione tecnologica.



Il valore del brand

Sintra si distingue non solo per la sua eccellenza nella ricerca e nello sviluppo, ma anche per la sua strategia avanzata di marketing e posizionamento.

L'azienda ha intrapreso un coraggioso e ambizioso processo di riposizionamento con l'obiettivo di distinguersi dai concorrenti e di valorizzare il proprio patrimonio di esperienza pluridecennale e competenze acquisite nel corso degli anni.

Questo processo di riposizionamento va oltre una semplice rielaborazione del logo e della strategia di comunicazione. Si tratta di un percorso impegnativo e stimolante che mira a dare nuovo valore al brand aziendale.

Sintra riconosce che la sua durata nel tempo deriva da una combinazione di diversi fattori di successo. Il prestigio del marchio è il risultato dello spirito imprenditoriale dei soci fondatori, del costante impegno nella ricerca e nello sviluppo, delle competenze distintive dei professionisti che vi operano e della crescente risonanza del nome "Sintra".

Inoltre, il coinvolgimento dei reparti di marketing e vendite nel mercato è stato un contributo significativo.

Tutti questi elementi di valore sono stati recentemente riorganizzati e capitalizzati sotto la guida di un consulente strategico esperto, riassunti in un nuovo motto aziendale, "Digital Business". Questo slogan riflette l'obiettivo di Sintra di raggiungere nuovi segmenti di mercato.

In questo processo di riposizionamento, Sintra ha investito in modo sostanziale nel marketing e ha anche creato un nuovo reparto focalizzato sulla promozione delle iniziative di comunicazione aziendale e sulla generazione di opportunità commerciali.

Questi sforzi riflettono l'impegno dell'azienda nel trasformarsi in un partner globale sempre più riconosciuto sia in Italia che a livello internazionale nel settore della trasformazione digitale.

Trasparenza e reputazione

- **Rating di legalità**

Dal 2018, Sintra ha conseguito e mantenuto con successo il rating di legalità.

Questo risultato rappresenta un notevole traguardo che testimonia l'impegno costante dell'azienda nel promuovere e attuare pratiche di trasparenza e legalità a tutti i livelli delle sue operazioni.

Il rating di legalità non è semplicemente un riconoscimento formale, ma è la manifestazione tangibile degli sforzi dell'azienda per aderire a leggi, normative e standard etici nell'ambiente in cui opera. Ottenere e preservare tale rating richiede un impegno continuo nel garantire che tutte le attività aziendali siano condotte in conformità con le leggi vigenti e seguano principi etici elevati.

Questo risultato non solo riflette l'integrità e l'etica aziendale di Sintra, ma comunica anche un messaggio positivo a tutte le parti interessate, inclusi clienti, partner commerciali, investitori e autorità di regolamentazione.

Il rating dimostra pertanto che Sintra è un'organizzazione che opera con responsabilità e rispetto per la legalità, costruendo fiducia e credibilità nel mercato in cui è inserita.

- **Penali e controversie**

Alla data del 31 dicembre 2022, confermiamo con soddisfazione che Sintra non è coinvolta in alcune controversie attive con terze parti, né sono in corso o sospesi procedimenti giudiziari.

Questa condizione riflette la scrupolosa gestione aziendale e l'aderenza alle pratiche commerciali etiche che costituiscono il fondamento della reputazione di Sintra come azienda affidabile e integra nell'ambito aziendale.

L'assenza di situazioni contenziose o dispute legali rappresenta un segno positivo che contribuisce in modo significativo a rafforzare la stabilità e la trasparenza dell'azienda.

Sintra prosegue nel suo impegno a operare in piena conformità con le leggi vigenti e gli elevati standard etici, dimostrando un costante impegno nei confronti di una condotta aziendale responsabile e orientata al bene comune."

- **Riconoscimenti aziendali**

Sintra ha ricevuto il prestigioso premio "Felix" nel corso del 2022.

Questo riconoscimento è una testimonianza tangibile dell'impegno incessante dell'azienda verso l'eccellenza e il successo.

Il premio "Felix" rappresenta un importante riconoscimento nell'ambito aziendale e sottolinea il contributo significativo di Sintra al proprio settore, inserendo l'impresa all'interno di una ristretta cerchia di realtà capaci di abbinare ottime performance gestionali e solidità finanziaria.

Questo successo è il risultato del duro lavoro, della dedizione e della capacità di innovazione dell'intera squadra di Sintra

Il premio sottolinea non solo gli straordinari risultati raggiunti nel 2020, ma anche la visione e la determinazione di Sintra nell'essere un leader nel proprio settore, perseguendo l'eccellenza in ogni aspetto del proprio lavoro, guidati dalla passione per l'innovazione e la crescita continua.



Innovazione

Bisogni, percorso, azioni, risultati

Dopo un imponente sforzo nel corso del 2021 per rivoluzionare l'organizzazione attraverso la progettazione di una organizzazione incentrata sulle Business Unit, Sintra è riuscita a sviluppare un approccio gestionale che si concentra maggiormente sulle esigenze del mercato.

Tra i benefici chiave derivanti da questa rinnovata configurazione aziendale, spiccano:

- **Definizione di un'Offerta Standardizzata:** Grazie al lavoro mirato sulle richieste ricorrenti del mercato, Sintra è riuscita a individuare e stabilire un'offerta standard che risponde alle esigenze comuni dei clienti.
- **Sfruttamento delle Economie di Scala:** La nuova struttura ha consentito a Sintra di capitalizzare le economie di scala, aumentando così la competitività e l'appetibilità sul mercato.

All'interno dell'organizzazione, gruppi di professionisti operano sotto la guida dei Manager delle Business Unit. Questi team, in collaborazione con Team Leader (TL), Chief Technology Officer (CTO), figure commerciali e Project Managers (PM), lavorano instancabilmente per migliorare le prestazioni e l'efficienza delle commesse.

Insieme, si dedicano alla realizzazione di progetti competitivi e di valore.

A partire dal secondo semestre del 2022, le prestazioni delle commesse hanno mostrato un miglioramento progressivo.

Questo risultato è stato ottenuto attraverso un'attenta taratura e ottimizzazione dei meccanismi produttivi durante il primo semestre del 2022.

Contemporaneamente, al termine di ogni progetto, sono state condotte analisi retrospettive per migliorare sia i processi produttivi che quelli commerciali.

Questo approccio ha contribuito a consolidare la consapevolezza e l'entusiasmo all'interno dell'azienda, confermando che la direzione intrapresa è la via giusta verso il successo.

L'azienda ha concentrato i propri sforzi di innovazione su quattro linee distintive:

1. Innovazione di processo

A seguito del cambio organizzativo sopra descritto, la società ha revisionato tutte le procedure interne per aumentare l'efficienza gestionale dell'intera organizzazione aziendale. Anche tale attività, al pari dello sviluppo del prodotto, ha coinvolto un notevole numero di risorse aziendali in attività che manifesteranno la loro redditività nel lungo periodo.

2. Innovazione nell'organizzazione

L'organizzazione aziendale ha subito un profondo cambiamento, sono nate nuove business unit, che rispecchiano le aree di business aziendale. Questo cambiamento strutturale ha avuto come diretta conseguenza la nascita di nuove posizioni aziendali, rendendo necessario un cambiamento rilevante nell'organigramma. Tale metamorfosi ha impattato in modo importante sulla redditività dell'esercizio appena concluso, ma è risultata necessaria per assicurare una redditività futura.

3. Innovazione di prodotto

Il management, nell'esercizio 2022, ha continuato ad investire in modo importante nello sviluppo di un prodotto a marchio Sintra, coinvolgendo molte risorse interne di alto livello. Si presume che tale investimento sarà ultimato nei primi mesi del 2024.

4. Innovazione nell'ambito del marketing

Anche nell'anno 2022 sono proseguiti gli investimenti nell'ambito marketing, volti a rafforzare la brand identity di Sintra. Il management si è concentrato sulla definizione della Strategia Corporate, il Marketing della marca e delle vendite.

PROCESSES	ORGANIZATION	MARKETING	PRODUCT
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Procedures ✓ Budgeting ✓ Cash Flow Management ✓ Iso 27001 ✓ Standard Agreement terms and conditions 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Business Unit ✓ Professional Management ✓ New organization chart ✓ Board 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Brand Identity ✓ Vision - ESG ✓ Social Selling ✓ Networking ✓ Marketing Events 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ New business opportunities ✓ SOH ✓ Company asset



Innovation

Nella tabella successiva, per “misurare” la propensione dell’azienda all’innovazione, vengono individuati gli investimenti effettuati in attività di Ricerca e Sviluppo e nello sviluppo di prodotti “propri” legati all’innovazione digitale, rapportandone il valore al fatturato “Core” dell’azienda:

Tabella Investimenti R&S/Sviluppo prodotti

CATEGORIA	2020	2021	2022
Investimenti R&D + Sviluppo prodotto (€)	60.342	190.173	271.323
% su fatturato	1,5 %	4,3 %	6,5%

PMI Innovativa

Le PMI innovative rappresentano un importante nucleo di imprese che contribuiscono allo sviluppo innovativo del Paese.

Dal 2019, Sintra è stata iscritta nella sezione del registro delle imprese relativo alle PMI Innovative, conformemente all'articolo 4 del Decreto Legge n. 03/2015.

Questa inclusione è stata possibile grazie al soddisfacimento dei seguenti requisiti:

- Le spese destinate alla ricerca, sviluppo e innovazione sono pari o superiori al 3% del valore maggiore tra il costo e il totale del valore della produzione.
- L'azienda impiega, tra dipendenti e collaboratori di qualsiasi tipo, almeno un terzo della forza lavoro complessiva con personale laureato magistrale.

Attraverso attività di ricerca, sviluppo e innovazione, Sintra ha realizzato progetti mirati alla creazione di piattaforme digitali innovative nei settori della moda e farmaceutico.

Questi progetti sono stati sviluppati in sinergia con l'intelligenza artificiale.

Al fine di mantenere una migliore comprensione delle tendenze tecnologiche di riferimento e per affrontare i rapidi cambiamenti del mercato, Sintra ha stipulato dei contratti di ricerca con due Osservatori del Politecnico di Milano.



PROSPETTI

DI DETERMINAZIONE DEL VALORE AGGIUNTO

Prospetto di determinazione del Valore Aggiunto

	2022	2021
A) VALORE DELLA PRODUZIONE		
1) Ricavi di vendite e prestazioni	€ 4.155.538	€ 4.401.486
(-) rettifiche di ricavo	€ -	€ -
2) Variazione rimanenze di prodotti in corso di lav., semilav. e finiti	€ -	€ -
3) Variazione dei lavori in corso su ordinazione	€ -	€ -
4) Altri ricavi e proventi	€ 278.424	€ 139.295
Ricavi della produzione tipica	€ 4.433.962	€ 4.540.781
5) Ricavi per produzioni atipiche (produzioni in economia)	€ -	€ -
TOTALE	€ 4.433.962	€ 4.540.781
B) COSTI INTERMEDI DELLA PRODUZIONE		
6) Consumi di mat. prime, sussidiarie, di consumo e di acquisto merci	-€ 8.497	-€ 7.129
7) Costi per servizi	-€ 1.054.612	-€ 998.706
8) Costi per godimento di beni di terzi	-€ 77.407	-€ 75.479
9) Accantonamenti per rischi	-€ 5.000	€ -
10) Altri accantonamenti	€ -	€ -
11) Oneri diversi di gestione	-€ 40.977	-€ 28.066
TOTALE	-€ 1.186.493	-€ 1.109.380
VALORE AGGIUNTO CARATTERISTICO LORDO (A-B)	€ 3.247.469	€ 3.431.401

	2022	2021
C) COMPONENTI ACCESSORI E STRAORDINARI		
Ricavi accessori	€ -	€ -
- Costi accessori	€ -	€ -
12) (+/-) Saldo gestione accessoria	€ -	€ -
Ricavi straordinari	€ -	€ -
- Costi straordinari	€ -	€ -
13) (+/-) Saldo componenti straordinari	€ -	€ -
TOTALE	€ -	€ -
VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO (A-B+/-C)	€ 3.247.469	€ 3.431.401
- Ammortamenti della gestione per gruppi omogenei di beni	-€ 198.903	-€ 87.826
VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO	€ 3.048.566	€ 3.343.575

Prospetto di ripartizione del Valore Aggiunto

	2022	2021
A) REMUNERAZIONE DEL PERSONALE		
Personale non dipendente	€ 801.292	€ 713.556
Personale dipendente	€ 2.528.035	€ 2.580.911
a) remunerazioni dirette	€ 2.528.035	€ 2.580.911
b) remunerazioni indirette	€ -	€ -
c) quote di riparto del reddito	€ -	€ -
TOTALE	€ 3.329.327	€ 3.294.467
B) REMUNERAZIONE DELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE		
Imposte dirette	€ -	€ 12.381
Imposte indirette	€ -	€ -
- sovvenzioni in c/esercizio	€ -	€ -
TOTALE	€ -	€ 12.381
C) REMUNERAZIONE DEL CAPITALE DI CREDITO		
Oneri per capitali a breve termine	€ -	€ -
Oneri per capitali a lungo termine	€ 21.330	€ 10.619
TOTALE	€ 21.330	€ 10.619
D) REMUNERAZIONE DEL CAPITALE DI RISCHIO		
Utili distribuiti alla proprietà	€ -	€ -
TOTALE	€ -	€ -
E) REMUNERAZIONE DELL' AZIENDA		
(+/-) variazione riserve	-€ 302.091	€ 26.108
Ammortamenti	€ 198.903	€ 87.826
TOTALE	-€ 103.188	€ 113.934

	2022	2021
F) LIBERALITA' ESTERNE		
TOTALE	€ -	€ -
VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO	€ 3.247.469	€ 3.431.401
- Ammortamenti	-€ 198.903	-€ 87.826
VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO	€ 3.048.566	€ 3.343.575

Gestione del credito / cash flow sostenibile

La gestione del credito è un aspetto cruciale per qualsiasi azienda, grande o piccola, che offre beni o servizi a clienti. Una gestione del credito efficace può contribuire in modo significativo alla stabilità finanziaria e al successo a lungo termine dell'azienda.

La procedura di gestione del credito, introdotta da Sintra, ha dimostrato di essere una strategia vincente per mantenere sotto controllo gli incassi e proteggere la salute finanziaria dell'azienda.

Un elemento fondamentale della procedura di gestione del credito dell'azienda è il report settimanale. Ogni settimana, il responsabile del recupero del credito, prepara un report che fornisce un'analisi approfondita dello stato dei pagamenti delle fatture per ciascun cliente.

Grazie a questa procedura, l'azienda è in grado di monitorare attentamente la situazione finanziaria di ciascun cliente, permettendole di reagire tempestivamente a segnali di allarme relativi ai pagamenti.

Questo le consente di adottare rapidamente le misure necessarie per mitigare il rischio di perdite finanziarie.

In base al periodo di ritardo dei pagamenti, vengono definite una serie di azioni mirate, che possono variare da interventi meno invasivi per i pagamenti recentemente scaduti a misure più incisive per i pagamenti con ritardi più significativi.

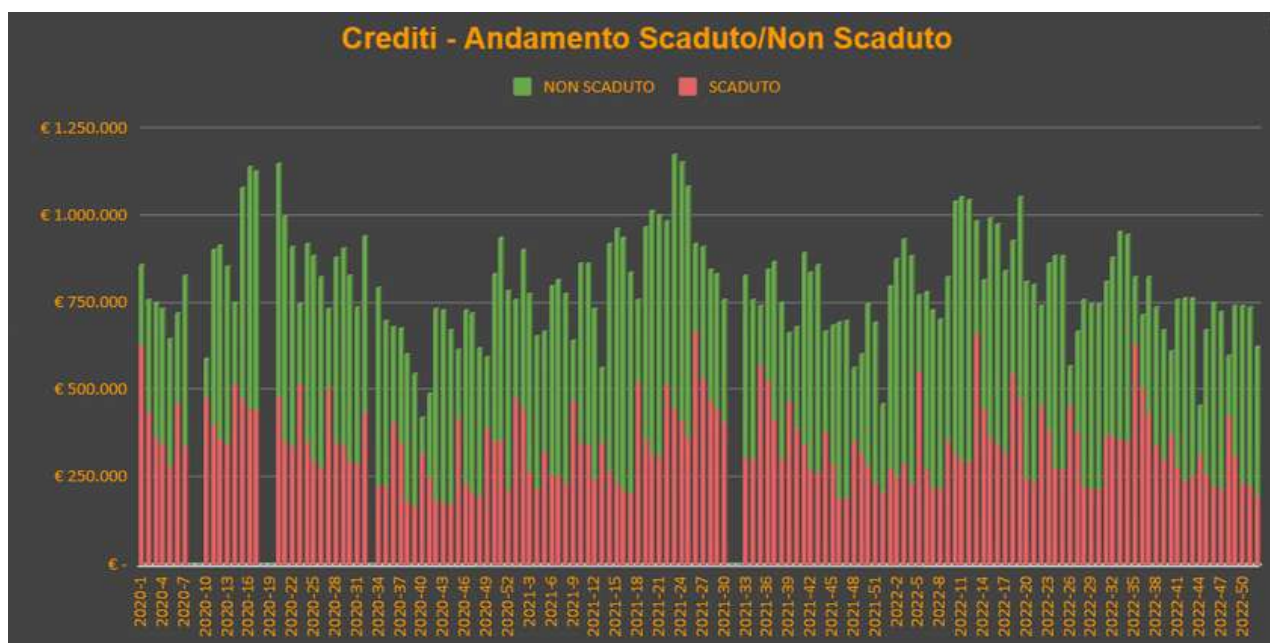
Un altro aspetto essenziale di questa procedura è la valutazione del rating dei clienti tramite dati forniti da una società accreditata. Questa valutazione offre all'azienda una chiara visione della solvibilità di ciascun cliente, consentendo l'adozione di approcci personalizzati nella gestione del credito.

La procedura di gestione del credito introdotta da Sintra dimostra l'importanza di un approccio strutturato e attento alla gestione del credito.

Grazie a un report settimanale dettagliato, al monitoraggio costante dei clienti e all'adozione di azioni di recupero mirate, l'azienda è in grado di mantenere sotto controllo gli incassi e la situazione finanziaria. Inoltre, la valutazione del rating dei clienti aggiunge un ulteriore livello di sicurezza nella gestione del credito.

Questa procedura dimostra come una gestione del credito efficace sia fondamentale per garantire la sostenibilità finanziaria di un'azienda e la sua crescita a lungo termine.

Grafico Rapporto crediti scaduti/non scaduti





OKR

RELAZIONE

SOCIO-AMBIENTALE

Sostenibilità sociale

Obiettivi per lo sviluppo sostenibile:



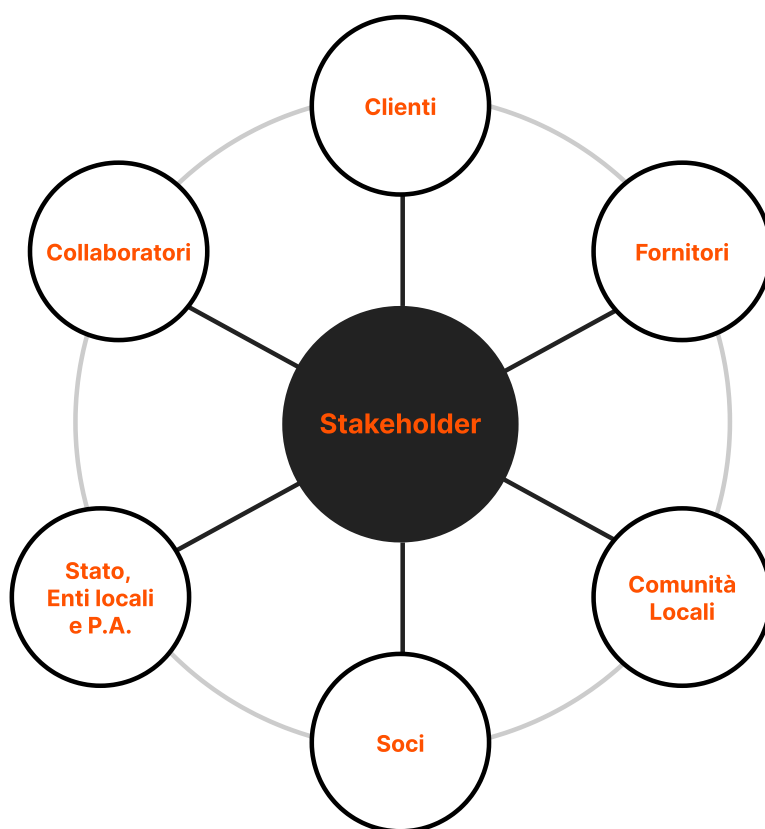
Gli stakeholder ed il loro coinvolgimento

Il termine "stakeholder," o "portatore d'interesse," si riferisce a qualsiasi individuo o entità che ha la capacità di influenzare le operazioni di un'organizzazione tramite il proprio comportamento o le decisioni prese e che possono quindi ostacolare o promuovere il raggiungimento degli obiettivi aziendali.

L'attività di identificazione degli stakeholder consente di individuare coloro che sono direttamente o indirettamente coinvolti nelle varie attività aziendali e di valutarne l'impatto, sia in termini qualitativi che quantitativi, sull'organizzazione stessa.

Per Sintra Consulting gli Stakeholder rappresentano i principali destinatari del valore creato, per questo si impegna ad instaurare con essi un rapporto di reciproca fiducia, creando occasioni di ascolto e dialogo importanti per il processo decisionale. È grazie alle relazioni stabilite con i diversi interlocutori che l'azienda può comunicare e diffondere i propri valori al di fuori dell'organizzazione. Questi valori sono orientati a migliorare la vita dei collaboratori e degli stakeholder aziendali attraverso la progettazione e l'implementazione di strategie e azioni finalizzate alla sostenibilità.

I principali portatori di interesse coinvolti nelle attività di Sintra sono:



L'*engagement* dei vari stakeholder, sostenuto da una comunicazione costante, mira a favorire una crescita continua per entrambe le parti coinvolte, creando valore, promuovendo la condivisione e contribuendo all'arricchimento reciproco. La comunicazione tra Sintra e i suoi Stakeholder avviene attraverso canali appositamente dedicati, in piena trasparenza e con la massima collaborazione. La tabella di seguito riporta l'elenco dei canali di dialogo utilizzati e gli obiettivi di tale coinvolgimento.

Tabella Canali di dialogo e obiettivi del coinvolgimento

STAKEHOLDER	CANALI DI DIALOGO/MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO	OBIETTIVI DEL COINVOLGIMENTO
Collaboratori	Dialogo con Ufficio Risorse umane	Condivisione del percorso progettato
	Formazione	Formazione e crescita professionale
	Colloqui di performance	Monitorare il livello di benessere e il work-life balance
	Riunioni di Team	Diffondere una cultura condivisa basata sui valori aziendali
	Iniziative di Welfare Aziendale	Condivisione delle informazioni
	What's up Sintra (Newsletter interna)	Coinvolgimento alla vita aziendale
	Il Cassetto delle Idee	
	Portale aziendale	
	Incontri Istituzionali/Informali	
	Social network	
Soci	CDA	Informare sull'andamento del business
	Assemblea dei soci	Formazione/approvazione bilancio
		Approvazione delle linee strategiche
	Eventi aziendali	Comunicare alle risorse l'andamento e gli obiettivi societari
Clienti	Incontri commerciali	Supportare il dialogo e le relazioni
	Interazioni quotidiane	Valutare nuove opportunità commerciali
	Customer service	Garantire supporto

	Social Network	
	Sito web e canali di comunicazione dedicati	
	Newsletter informative	
	Workshop	Favorire la formazione del cliente
	Sondaggi NPS	Valutare la soddisfazione del cliente per migliorarsi
Fornitori	Rapporti quotidiani	Rispettare il contratto
	Partnership su progetti	Collaborazione sui progetti
	Dialogo con BU Manager e Account	Definire le forniture
		Incentivare una formazione reciproca
Stato, enti locali e Pubblica Amministrazione	Dichiarazioni fiscali e Bilancio Civilistico	Favorire la trasparenza e la conduzione etica del business
	Comunicazioni credito d' imposta, R&S /Innovazione	Orientamento dell'attività all'innovazione
	Questionari Istat	Informazione su occupazione, internazionalizzazione, attività di R&S
	Enti previdenziali	Comunicazioni su contribuzione e status delle risorse umane
Comunità Locali	Vivaio Sintra	Formare risorse attraverso attività di tipo learning by doing
	Partecipazione a Career day	Valutazione di profili da inserire nell'organico
	Collaborazioni con Università	Supportare la realizzazione di tesi
	Seminari ed Incontri (Osservatori)	Favorire la crescita del Brand
	Realizzazione progetti con organismi di ricerca	Integrare la realtà aziendale nel territorio



Soci

Per molti anni i soci principali di Sintra (Michele Barbagli e Gianni Bianchi) hanno gestito attivamente l'azienda, ricoprendo la carica di unici amministratori fino all'inizio del 2021. Questa lunga esperienza ha contribuito a radicare un forte senso di appartenenza all'azienda in entrambi.

Con atto di nomina del Febbraio 2021 è stato istituito Cda allargato al terzo socio maggioritario. Questa la composizione dell'organo direttivo ad oggi e le deleghe concesse:

- **Bianchi Gianni:** Presidente consiglio di Amministrazione e rappresentante legale dell'impresa, Delega all'attività Commerciale, Delega all'attività di Marketing, Delega all'attività di Amministrazione, Finanza e Controllo;
- **Barbagli Michele:** Consigliere delegato e rappresentante legale, Delega all'attività produttiva, Delega all'attività di Ricerca e Sviluppo, Delega alla gestione dei prodotti;
- **Frontani Angiolino:** Consigliere delegato, Delega alla gestione delle Risorse Umane, Delega alla gestione delle Procedure Aziendali.

La frequenza delle riunioni del Cda è settimanale ed ogni socio è coinvolto a vario titolo in azienda.

Collaboratori

Definizione e scelta dei collaboratori

I dipendenti e i collaboratori esterni costituiscono il pilastro centrale dell'attività aziendale, svolgendo un ruolo essenziale nello sviluppo di Sintra e della sua operatività.

L' Ufficio Risorse Umane seleziona accuratamente i suoi collaboratori (esterni ed interni), figure determinanti per il raggiungimento del successo aziendale, orientandosi soprattutto su chi dimostra di avere spiccate doti di team working, orientamento al risultato ed in particolare una forte passione per il mondo digitale.

Sintra si impegna costantemente a garantire il rispetto dei diritti dei lavoratori, seguendo quelli che sono i principi delle pari opportunità, della trasparenza e dell'uguaglianza. E' consapevole del valore delle proprie risorse e del ruolo strategico che hanno nello sviluppo delle attività e del fatto che essi rappresentano il mezzo principale attraverso il quale l'azienda riesce a raggiungere i traguardi stabiliti.

Il benessere delle risorse umane riveste un ruolo di primaria importanza per l'azienda. L'obiettivo principale è quindi quello di promuovere un equilibrio soddisfacente tra la vita privata e la carriera professionale di ogni individuo, creando un ambiente di lavoro dinamico, sereno e stimolante.

Sintra si impegna a definire percorsi di formazione e sviluppo professionale personalizzati per ciascun membro del suo team, allo scopo di valorizzare al massimo le loro competenze e potenzialità.

La salute e la sicurezza sul lavoro sono argomenti di fondamentale importanza per l'azienda. Il personale è tenuto a partecipare a corsi di formazione obbligatori in materia di salute e sicurezza. Questi corsi sono essenziali per assicurare un ambiente di lavoro sicuro, informando i dipendenti sui rischi e i pericoli associati alle loro attività lavorative.

Nella sezione dedicata al Capitale Umano saranno trattati, in maniera approfondita, temi relativi alla Salute e sicurezza sul lavoro, rispetto dei diritti umani e gestione delle pari opportunità.

Nella tabella di seguito viene mostrato l'andamento del rapporto % tra collaboratori interni ed esterni (persone fisiche e sub-forniture) negli ultimi 3 esercizi:

Tabella Analisi costo del lavoro

CATEGORIA	2020	2021	2022
Lavoro Interno (€)	2.316.391	2.765.229	3.054.372
Lavoro Esterno (€)	639.135	744.777	937.928
Costo Lavoro Tot (€)	2.955.526	3.510.006	3.892.301
% Lavoro Interno/Totale	78 %	79 %	78 %
% Lavoro Esterno/Totale	22 %	21 %	22 %
% Lavoro Interno/Fatturato	57 %	63 %	74 %
% Lavoro Esterno/Fatturato	16 %	17 %	20 %
% Costo Lavoro/Fatturato	73 %	80 %	94 %

La comunicazione verso l'interno

Sintra utilizza diversi strumenti e canali per comunicare con i suoi stakeholder interni.

Questi mezzi sono essenziali per diffondere la cultura aziendale e l'identità dell'azienda, nonché per informare tutti sulle iniziative in corso.

Ogni strumento è utilizzato per perseguire obiettivi specifici.

Uno fra questi è il *portale aziendale*, un canale attraverso il quale l'azienda può diffondere informazioni e comunicazioni dirette a tutti i dipendenti.

Nella sezione dedicata ad ogni risorsa si può trovare il Curriculum Vitae, le certificazioni acquisite e la propria busta paga. Inoltre vengono riportate informazioni relative al titolo di studio, alle competenze linguistiche, professionali e alle esperienze lavorative.

Mailing e newsletters interne rappresentano lo strumento attraverso il quale l'azienda comunica gli eventi e i fatti più importanti del mese, le nuove assunzioni e le attività legate alle risorse interne.

L'obiettivo è quello di aumentare la fedeltà dei collaboratori e la partecipazione degli stessi alla vita aziendale (community).

Il *Sintra Friday* è un evento dedicato alla comunità interna Sintra. Le tematiche affrontate sono varie e viene organizzato dal reparto HR con l'obiettivo di intensificare la fedeltà dei collaboratori di Sintra.

Le *convention aziendali* rappresentano un momento significativo e molto apprezzato da tutti i collaboratori di Sintra. Questi eventi vengono appositamente organizzati per favorire l'instaurazione di un forte senso di empatia e fedeltà tra i partecipanti.

Clienti

Il mercato di riferimento e il Target

Nel corso delle sue operazioni, Sintra interagisce con una clientela estremamente variegata, il che richiede una profonda conoscenza del mercato di riferimento.

Per comprendere la posizione di Sintra sul mercato e il suo target di riferimento, è fondamentale esaminare più attentamente l'azienda da dentro.

Attualmente l'azienda è infatti organizzata in Business Unit ed ognuna di queste ha delle sue peculiarità che la portano a competere in modo diverso nel mercato in base alle tecnologie utilizzate e all'offerta proposta:

- **B2C** accompagna i clienti nella digitalizzazione dei processi di vendita omnicanale
- **B2B** accompagna clienti nella digitalizzazione di asset aziendali, nella vendita B2B
- **BU Enterprise** aiuta le grandi aziende a gestire tutti i processi aziendali, per lo più interni e distributivi, in maniera fluida, ottimizzando tempi e risorse

La domanda che Sintra vuole soddisfare si può tradurre in dei macro target che vedono da un lato la cultura digitale delle aziende e il fatturato e dall'altro riflettono la capacità di "spending" e la specializzazione di Sintra in settori di riferimento. Tutto ciò non disdegnando progetti provenienti da altri settori, purché la richiesta rientri tra quelle che l'offerta Sintra può soddisfare.

I settori focus sono:

- **Fashion**
- **Beauty**
- **Pharma**
- **Health care e similari**
- **Sport and entertainment**

Sintra opera principalmente con clienti del territorio nazionale, ma sono attivi dei rapporti anche con clienti con sede all'estero (Svizzera, UK, Principato di Monaco, altro)

Tabella Fatturato Italia/estero

PROVENIENZA FATTURATO	2020	2021	2022
Fatturato Italia %	87 %	87 %	90 %
Fatturato Estero %	13 %	13 %	10 %

I dati riportati nella tabella di seguito dimostrano come Sintra, nel corso dell'anno 2022 attraverso l'attuazione di nuove strategie di comunicazione, ha acquisito nuovi clienti interessati ai suoi prodotti e ai servizi.

Tabella Customer Acquisition 2022

KPI	2022
% Nuovi clienti su totale clienti attivi	42 %
% fatturato nuovi clienti/fatturato tot.	11 %

Tabella Rotazione fatturato 2022

CATEGORIA	2022
Nuovi clienti - fatturato (€)	451.631
Nuovi clienti - incremento	+329
Clienti persi - Fatturato (€)	-282.577
Clienti persi - decremento	-337

La tecnologia al servizio del cliente

Attraverso le soluzioni offerte, Sintra indirizza le aziende verso la sostenibilità aiutandole a comprendere e a sfruttare i vantaggi che la digitalizzazione apporta nello svolgimento dell'attività lavorativa quotidiana, con attenzione all'impatto ambientale e alla vita dei collaboratori in azienda.

Nello specifico:

- fornisce strumenti che incentivano l'approccio Paperless aiutando a migliorare gli aspetti ambientali e ridurre le emissioni di CO2;
- implementa il modello della Platform Economy con la fornitura di piattaforme digitali attraverso le quali è possibile condividere la conoscenza del cliente con i business partner, moltiplicando le opportunità di ingaggiarlo, soddisfare i suoi bisogni e fidelizzarlo. La Platform Economy è infatti sinonimo di inclusività;

- è fedele al cloud come modalità di conservazione per l'enorme mole di dati che produce. Infatti la virtualizzazione delle risorse nel cloud consente alle imprese di non accumulare "macchine fisiche", diminuendo l'utilizzo degli hardware e quindi dei processi di manutenzione e raffreddamento dei data center situati nel mondo fisico;
- fornisce strumenti che consentono la condivisione "spinta" delle informazioni, mantenendo sicurezza e rispetto dei ruoli, riducendo sprechi di tempo e di risorse migliorando la vita lavorativa in azienda.

L'approccio Open Innovation

L'approccio "Open Innovation" adottato da Sintra, che utilizza sia la base scientifica e tecnologica proveniente dall'interno dell'azienda sia nuove idee e tecnologie provenienti dall'esterno, consente di raggiungere elevati standard nell'innovazione di qualità, compreso il miglioramento dei prodotti e servizi offerti ai clienti. Questo è un grosso vantaggio competitivo che aiuta Sintra a posizionarsi bene sul mercato, anche come azienda innovativa.

La cultura dell'innovazione viene effettivamente promossa all'interno di Sintra. Le dinamiche dell'organizzazione, i comportamenti del personale, le procedure e i valori aziendali possono quindi fattivamente aiutare, e non ostacolare, le performance del processo di innovazione.

Chi si affida a Sintra non solo trova expertise e professionalità insite nell'azienda stessa, ma ha anche la certezza di avere un fornitore sempre al passo coi tempi, in grado di guidare i suoi clienti verso l'innovazione e verso i nuovi trend di mercato.

La Cultura della qualità

Da anni Sintra persegue la cultura della qualità con l'impegno nel voler confermare gli standard definiti nelle certificazioni ottenute.

Infatti, con la certificazione ISO 9001 acquisita dal 2008 e la ISO 27001 acquisita dal 2021 l'azienda garantisce al cliente, che decide di intraprendere un rapporto lavorativo con essa, un elevato standard qualitativo. Le certificazioni ISO vengono entrambe rilasciate dall'ente accreditato IMQ Spa, tramite audit di verifica.

Le certificazioni favoriscono un miglioramento continuo e costante dell'azienda, con l'obiettivo di ottimizzare la struttura organizzativa al fine di incrementare la propria produttività, ridurre i costi, migliorare la competitività sul mercato e aumentare la fidelizzazione della clientela.

Tabella Investimenti qualità

QUALITA'	2022
Costi investimenti per qualità (€)	19.099
% Costi qualità sul fatturato	0,46 %
Num. certificazioni qualità	2 (ISO 9001/ISO 27001)

La relazione con il cliente

Sintra si impegna ad adempiere le proprie attività nel rispetto dei valori che reputa indispensabili per l'esistenza e la crescita dell'azienda stessa e di chi intrattiene relazioni con essa: sostenibilità, responsabilità, condivisione del valore e della conoscenza, affidabilità, innovazione, specializzazione e primaria soddisfazione del cliente.

La sua Mission è fornire ai clienti, soluzioni digitali innovative, affidabili e specializzate perseguendo il principio dell'efficienza e della sostenibilità. Sintra colloca il cliente in una posizione centrale, riconoscendolo come uno degli stakeholder più importante. Da lui ottiene i feedback necessari per migliorare costantemente la propria attività e stabilire relazioni solide e durature basate sulla fiducia reciproca e sull'attenzione alle sue esigenze. Queste ultime rappresentano il punto di partenza per lo sviluppo dei servizi che vengono offerti.

Di seguito sono elencati i principi fondamentali su cui si basano le relazioni con il cliente:

- **Serietà, affidabilità e trasparenza**

Serietà e affidabilità costituiscono i pilastri per instaurare e preservare relazioni etiche e professionali a lungo termine con i propri clienti. Attraverso un costante dialogo e un attento ascolto, il team di Sintra si impegna a comprendere appieno le necessità dei clienti e a cercare soluzioni che rispondano alle loro richieste in modo responsabile e determinato.

Un altro principio fondamentale che guida le relazioni con il cliente è la trasparenza contrattuale.

Le informazioni che vengono inserite all'interno del contratto relative alle attività svolte, alle condizioni di fatturazione, ai termini di pagamento, al trattamento dei dati personali e alle limitazioni di responsabilità vengono presentate in modo chiaro e trasparente. Questo permette al cliente di effettuare valutazioni adeguate durante la fase di accettazione del preventivo.

- ***Puntualità nelle tempistiche di realizzazione e flessibilità***

Nella fase di analisi delle attività da sviluppare, particolare attenzione viene rivolta alle tempistiche necessarie per realizzare i progetti.

Ogni offerta economica fatta ad hoc per il cliente, viene preparata con attenzione dal team di Sintra, il quale effettua un'analisi approfondita delle richieste del cliente per il progetto in questione, tenendo conto delle sue aspettative e definendo le tempistiche necessarie per lo sviluppo.

La collaborazione e lo scambio di informazioni tra tutti i membri del team coinvolto consentono di monitorare attentamente l'avanzamento dei progetti e di riconoscere tempestivamente e affrontare eventuali criticità.

La predisposizione alla flessibilità consente a Sintra di adattarsi a eventuali modifiche e sviluppi che un progetto potrebbe richiedere nel corso del suo svolgimento. Questo permette di soddisfare quelle che sono le esigenze del cliente contribuendo così a costruire relazioni di lungo periodo basate sulla fiducia e sulla disponibilità.

- ***Sicurezza dei dati***

Oltre al rispetto delle Leggi e norme regolamentari relative alla gestione dei dati ed alla privacy Reg.UE 679 , che sono alla base dell'organizzazione, Sintra si è dotata di un sistema di gestione aziendale conforme alla ISO 27001 per ottenere la completa soddisfazione delle esigenze del Cliente e del mercato per tutelare gli interessi propri e di tutte le Parti Interessate.

Sistematicamente viene valutato il rischio presente nei processi aziendali e negli elementi fisici e virtuali che costituiscono l'azienda e vengono analizzati e studiati tutti i fattori interni ed esterni che possano in qualche modo influire sulle prestazioni. Questi sono tenuti sotto controllo sistematico dai responsabili interni per far sì che Sintra possa essere dotata di adeguate e condivise misure di contenimento dei rischi.

Le attenzioni sono rivolte in primis alla sicurezza dei prodotti/servizi creati per il cliente ed al loro mantenimento; poi a tutti gli elementi che permettono ciò: ai fornitori ed alle linee di comunicazione, alle infrastrutture e attrezzature interne,

ai rapporti di lavoro e collaborazione, agli applicativi in utilizzo, alle metodologie interne alle competenze in gioco.

La Politica per la Sicurezza delle Informazioni viene riesaminata annualmente, diffusa alle Parti Interessate, aggiornata in funzione dei risultati del Riesame della Direzione o nel caso di modifiche sostanziali della struttura aziendale o dell'ambiente esterno.

Nella tabella di seguito sono riportati i dati relativi ai clienti che, negli ultimi 5 anni, sono rimasti fedeli al brand (analisi svolta sui clienti attivi nell'anno 2022).

Tabella Customer Retention

CUSTOMER RETENTION	2022
% clienti con rapporto esistente da più di 5 anni	26 %
% clienti persi sul totale	43 %

Customer Satisfaction

La Customer Satisfaction costituisce un indicatore cruciale che permette di valutare la percezione dell'azienda da parte del cliente e quanto i prodotti/servizi offerti siano soddisfacenti per lui.

I punti di forza e di debolezza, rilevati attraverso le indagini svolte, rappresentano i dati necessari per definire le azioni correttive volte a migliorare il servizio offerto, in modo che possa essere più affine ai desideri e alle aspettative del cliente. Avere clienti soddisfatti e fidelizzati è un aspetto fondamentale, perché è proprio da questo che dipende il successo di ogni azienda.

Nel corso dell'anno 2022, Sintra ha avviato un processo che ha portato all'implementazione di uno strumento in grado di monitorare la soddisfazione del cliente.

Il primo step del processo è stato rappresentato da una valutazione soggettiva da parte dell'account manager sul grado di soddisfazione del cliente, riguardo i servizi offerti dall'azienda.

Questo ha permesso di classificare la qualità del rapporto instaurato da ogni cliente con Sintra. Di seguito la classificazione utilizzata:

- **Verde:** Clienti che considerano Sintra un ottimo fornitore (sponsor di Sintra)
- **Giallo:** Clienti che hanno un buon rapporto ma manifestano situazioni da risolvere
- **Rosso:** Clienti che ritengono Sintra un collaboratore non adatto alla loro azienda

Per rendere oggettiva questa valutazione, lo step successivo è stato quello di inviare un questionario di Customer Satisfaction.

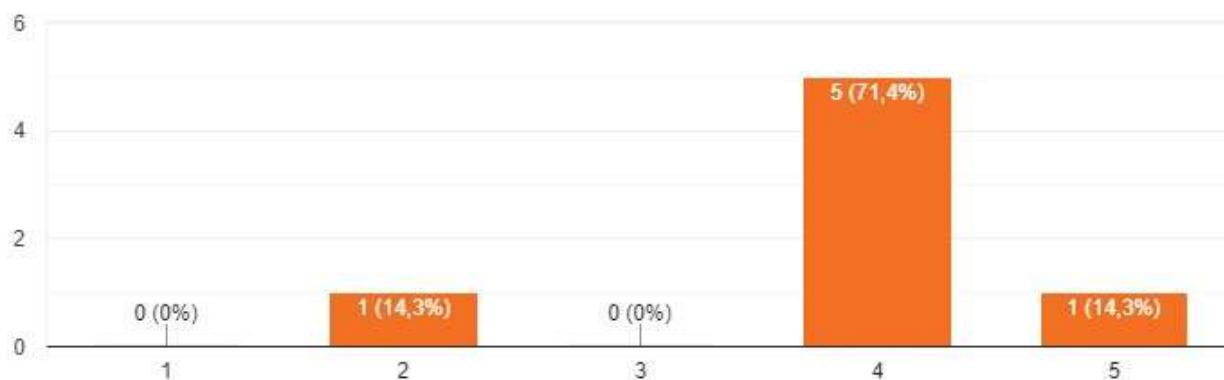
Le domande all'interno del questionario erano mirate a rilevare il giudizio del cliente riguardo ad alcuni aspetti tra cui:

- team dedicato al progetto (valutazione sulle competenze, proattività, disponibilità nell'offrire assistenza);
- servizi offerti (rapporto qualità/prezzo del prodotto);
- aspettative del cliente sulle tempistiche di realizzazione del progetto e qualità del rapporto tra Sintra e cliente.

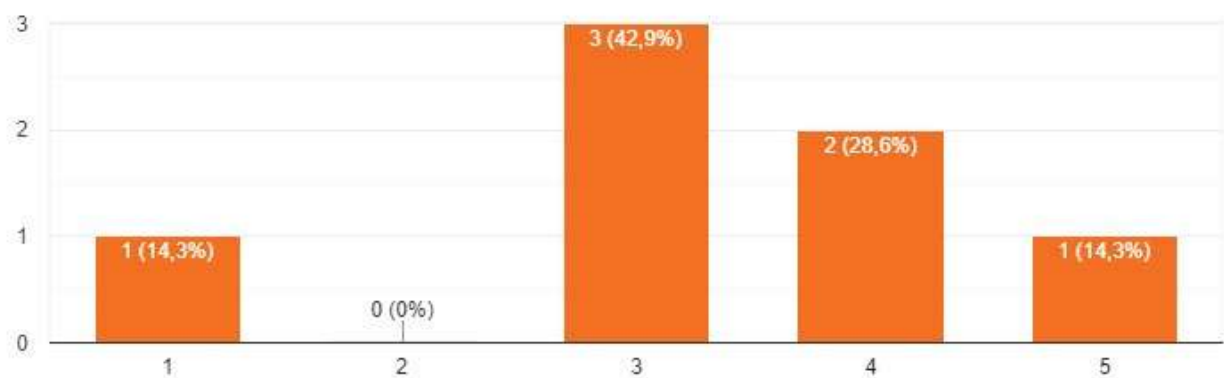
Il sondaggio ha coinvolto 7 dei clienti appartenenti alla B2C perché aventi caratteristiche e problematiche differenti.

Dalle risposte dei clienti coinvolti nel sondaggio non sono emerse particolari criticità. Di seguito si riportano i grafici con i punteggi riepilogativi per ogni aspetto indagato:

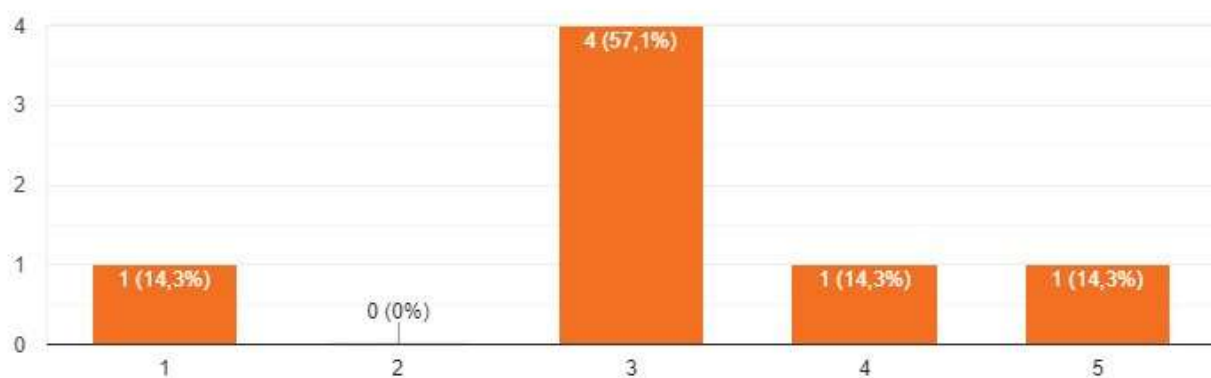
LE COMPETENZE DI SINTRA (1 min - 5 max)



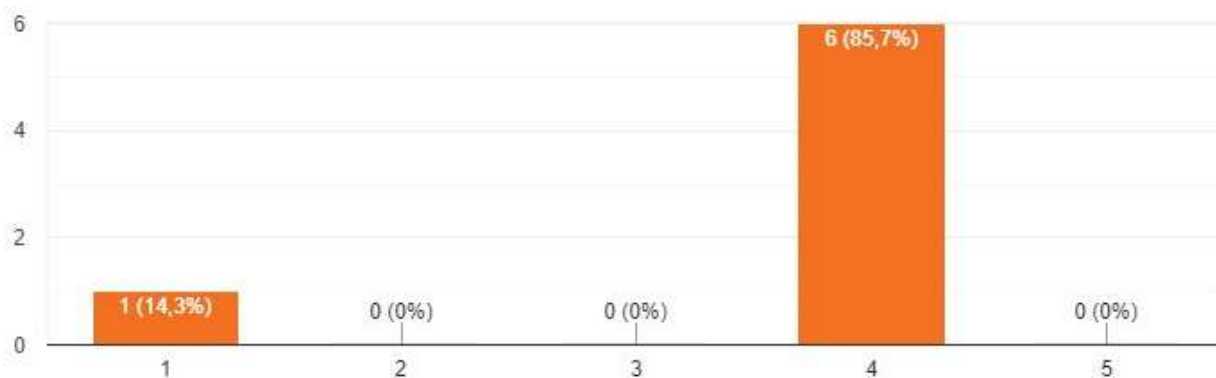
I TEMPI DI RISPOSTA SODDISFANO LE ASPETTATIVE? (1 min - 5 max)



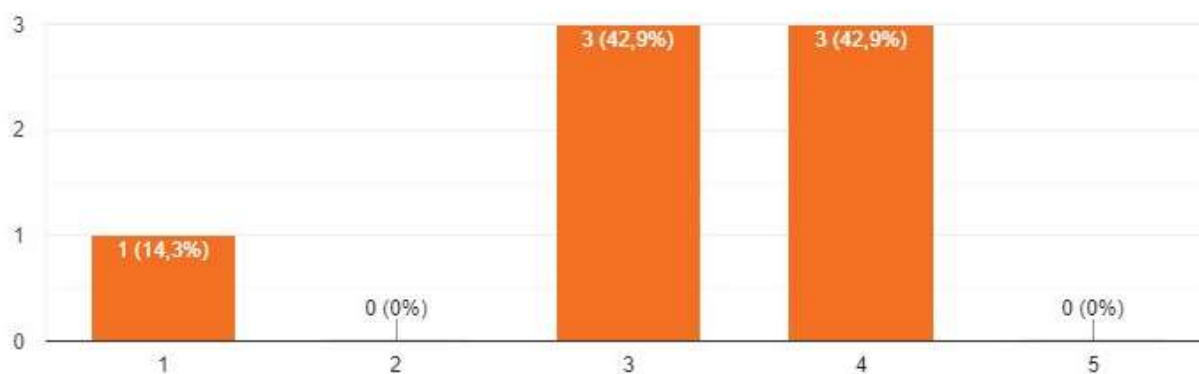
I TEMPI DI COMPLETAMENTO PROGETTO SODDISFANO LE ASPETTATIVE? (1 min - 5 max)



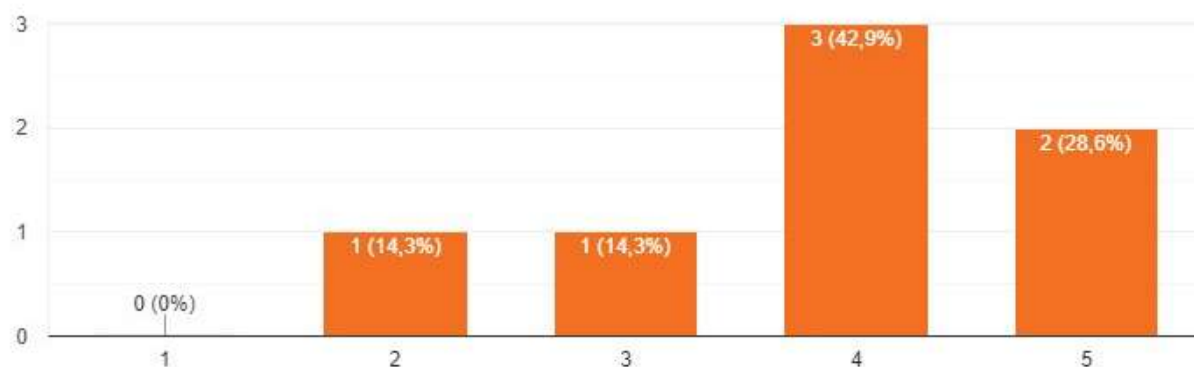
LA RELAZIONE TRA SINTRA E IL CLIENTE (1 min - 5 max)



RAPPORTO QUALITA'-PREZZO E SOLUZIONI PROPOSTE (1 min - 5 max)



L'ASSISTENZA FORNITA DAI TEAM SINTRA (1 min - 5 max)



Attraverso il sondaggio di Customer Satisfaction, il gruppo di clienti intervistati ha messo in luce gli aspetti che necessitano di miglioramenti e che sono elencati di seguito:

- riduzione dei tempi di risposta;
- necessità di avere un referente tecnico con cui poter comunicare direttamente;
- maggior comunicazione su tempi e modalità di risoluzione dei task.

Date le valutazioni dei clienti, la BU ha attuato delle azioni per migliorare i tre punti precedentemente menzionati, che sono:

- formazione tecnica di base per i project manager, che sono i primi interlocutori del cliente, con lo scopo di consentire loro di fornire risposte immediate e di interpretare correttamente le richieste;
- strutturazione in due team con referenti tecnici che stanno più a contatto con il cliente, in modo da ridurre i passaggi nella trasmissione di informazioni;
- maggior collaborazione tra Project manager e leader tecnico finalizzata a garantire una comunicazione più accurata riguardo ai tempi e alle modalità di risoluzione dei task;
- retrospettive e ciclo di feedback con tutto il team per innescare un processo di miglioramento continuo oltreché la diffusione del know-how tra figure con competenze diverse.

Queste azioni sono state portate avanti giornalmente e hanno fatto parte di un lavoro di continuo miglioramento e crescita del team e dei progetti.

Inoltre la BU si è dotata di un sistema di monitoraggio sempre più dettagliato, così da poter misurare le proprie performance attraverso KPI oggettive.

Nell'anno 2023, per intensificare l'attività di Customer Satisfaction, Sintra si è posta l'obiettivo di inviare un questionario Net Promoter Score con una frequenza trimestrale.

L'intensificazione dell'attività sarà necessaria per Sintra per analizzare le proprie criticità e individuare nuovi ambiti di miglioramento.

Per valutare la soddisfazione del cliente, l'azienda considera anche un altro indicatore, rappresentato dal valore delle note di credito emesse a seguito di non conformità produttive, e la relativa incidenza sul fatturato.

Tabella Non conformità produttive

TIPOLOGIA NON CONFORMITA'	2020	2021	2022
% NC Problemi produzione/Fatturato	0,23 %	0,61 %	0,03 %
% NC Non conformità produttive/Fatturato	0,27 %	0,46 %	0,21 %
Totale	0,51 %	1,08 %	0,25 %

La comunicazione esterna

Per comunicare con i suoi Stakeholder esterni, Sintra utilizza diversi canali, la cui scelta dipende dalla natura specifica dell'attività che deve essere svolta:

I canali utilizzati sono:

- Social Media
- LinkedIn
- Facebook
- Youtube
- Canali digitali (posta elettronica; sito)
- Stampa e Radio
- Eventi
- Fiere
- Università

Tabella Rafforzamento Brand e Brand Identity

CATEGORIA	2020	2021	2022
N. Eventi annuali con i partner	8	8	4
N. Leads mensili ricevute	31	22	18

NB. Nel numero delle leads ricevute è necessario considerare che al diminuire il numero complessivo sono aumentate quelle di qualità, reputate cioè in target Sintra.

Di seguito sono riportati gli strumenti di cui Sintra dispone e che utilizza in base al tipo di messaggio che desidera comunicare:

Sito internet aziendale: Il sito Sintra risulta essere il fulcro, la vetrina dell'azienda, il luogo dove lo stakeholder può approfondire tutte le informazioni necessarie per conoscere l'azienda. E' attraverso il proprio sito internet che Sintra diffonde la propria immagine e la brand identity.

Video: I Video realizzati da Sintra, i cui temi legati alla filosofia aziendale sono volti a far conoscere agli Stakeholder esterni gli obiettivi, i servizi e prodotti proposti, hanno lo scopo di comunicare il vantaggio competitivo di Sintra, i punti di forza e la grande capacità che essa ha di rispondere ai bisogni specifici del mercato, nell'ambito della trasformazione digitale.

Articoli, Redazionali e Interviste: attraverso articoli, redazionali e interviste business oriented, Sintra si pone come obiettivo quello di sponsorizzare e posizionare il proprio brand, comunicare capacità, prodotti e servizi Sintra e creare un senso di appartenenza e fedeltà da parte del cliente.

Webinars: I webinar che vengono organizzati in collaborazione con vendor e partner, sono spesso specifici su servizi/prodotti e tecnologie verticali. L'obiettivo è quello di aumentare la fedeltà di vendor e collaboratori e quindi migliorare la leads generation legata alle buone relazioni con le authority dei vari brand partners ed essere presente sul web attraverso la content creation.

- **Mailing e Newsletters:** Tra tanti strumenti che Sintra adotta nella comunicazione con clienti, prospect e stakeholder aziendali in genere, ci sono le newsletter mensili (dedicate a ciascun target specifico): questo asset è volto ad aumentare la fedeltà e l'attaccamento al brand e a invogliare all'approfondimento di nuove opportunità di digitalizzazione.
- **Partecipazione a eventi e fiere di settore:** L'obiettivo è quello di comunicare e coinvolgere la comunità, aumentare il valore della marca e creare fedeltà con i propri clienti.

Tabella comunicazione esterna

ANNO	2020	2021	2022
N. articoli e comunicati stampa	5	17	14
N. follower LinkedIn al 31/12	Non rilevato	Non rilevato	2.728

Fornitori e Partner

Il rapporto che Sintra si impegna ad instaurare con i propri fornitori è improntato alla massima collaborazione e trasparenza.

Nello scopo di Sintra c'è la convinzione che attivando un rapporto di scambio reciproco e costruttivo con tutti i fornitori sia possibile raggiungere risultati migliori sia sotto l'aspetto economico/finanziario che sotto aspetti immateriali e intangibili.

La scelta che Sintra fa dei suoi fornitori si basa su criteri qualitativi ed economici, fra cui:

- esperienza
- competitività del prezzo
- competenze tecniche
- puntualità nella consegna
- qualità del lavoro svolto
- tempi di intervento

Per garantire una visione completa e trasparente su ciascun fornitore, Sintra ha istituito un albo fornitori in cui vengono registrati tutti i collaboratori attivi dell'azienda. Per ogni fornitore presente ad Albo viene fatta una valutazione annuale dei criteri sopra elencati, in modo da poter assegnare un rating utile per orientare le scelte nella fase di ingaggio fornitore.

Tabella Retention fornitori

FORNITORI	2022
N°. fornitori abituali (rapporto da almeno 5 anni)	55
% acquisti (€) da fornitori abituali	61 %

I fornitori di Sintra possono essere raggruppati in 4 macro categorie

1. Fornitori Produttivi:

Questi sono soggetti esterni all'azienda che svolgono un ruolo attivo nel processo core di creazione del valore. Sintra dedica particolare attenzione alla selezione di tali fornitori, conducendo annualmente una valutazione basata su aspetti sia quantitativi che qualitativi, come precedentemente citato.

Importante è menzionare il rapporto stretto di collaborazione che l'azienda intrattiene con le società partecipate; la tabella seguente mostra l'andamento della percentuale di coinvolgimento delle partecipate sul totale delle forniture produttive esterne. Anche nell'esternalizzazione del lavoro verso società partecipate vengono seguiti dei criteri che possono portare ad una riduzione, anche significativa, della collaborazione, oppure una riorganizzazione delle attività.

Tabella incidenza partecipate su lavoro esterno

ANNO	2020	2021	2022
% Incidenza partecipate / Lavoro Esterno	52 %	45 %	36 %

2. Fornitori di Servizi/Consulenze

Si tratta di fornitori diretti di servizi, come ad esempio servizi di pulizia e forniture per l'ufficio, e di consulenti esterni che svolgono un ruolo di grande importanza nell'attività aziendale, come consulenti commerciali, commercialisti, consulenti strategici, e così via. Per scegliere i proprio consulenti Sintra, oltre a tenere conto di vari aspetti, esegue una valutazione etica del fornitore. Questa infatti deve essere in linea con le politiche organizzative e sociali dell'azienda.

3.Partnership

Sintra instaura molte collaborazioni che spesso si evolvono in vere e proprie partnership, non solo con i vendor ma anche con aziende del settore digital che vanno a completare l'offerta Sintra.

L'obiettivo principale di queste collaborazioni è rafforzare la posizione commerciale dell'azienda e aumentarne la visibilità a livello internazionale.

Inoltre sono fondamentali per creare e condividere valore, fuori e dentro gli ambienti Sintra.

Questo contesto riflette una realtà aziendale collaborativa e in costante crescita, attenta alle esigenze effettive del mercato.

4. Istituti Finanziari

Sintra mantiene stretti legami con i principali istituti di credito a livello nazionale ed europeo. Il rapporto con questa categoria di fornitori non si limita esclusivamente alla gestione finanziaria e della tesoreria, ma implica un dialogo costante. Vengono regolarmente organizzati incontri con i rappresentanti degli istituti di credito, almeno due volte all'anno, durante i quali viene presentata l'evoluzione della gestione non solo dal punto di vista economico-finanziario, ma anche in termini di impatto sociale e sostenibilità del business. Grazie ai feedback ricevuti dalle controparti, Sintra è in grado di apportare correzioni alle strategie in atto o di considerare nuove iniziative.

Stato,Enti locali e Pubblica amministrazione

Nei confronti dell'amministrazione finanziaria, dello Stato e degli enti locali Sintra si pone in una posizione di forte rispetto delle regole e delle normative vigenti.

Nel corso dell'anno 2022 l'azienda ha utilizzato come KPI per misurare il livello di compliance aziendale il valore totale di sanzioni e interessi ricevute dalla Pubblica amministrazione per irregolarità fiscali/contributive.

Tabella sanzioni amministrative

ANNO	2020	2021	2022
Sanzioni + interessi ricevuti (€)	1.930	322	2.456

Nel corso dell'anno 2022 Sintra non ha poi ricevuto nessuna segnalazione per violazioni sui contratti da parte di clienti, fornitori o partner.

La tabella seguente riepiloga invece le imposte versate negli ultimi anni:

Tabella imposte

IMPOSTE	2020	2021	2022
Irap (€)	36.582	12.381	0
Ires (€)	80.677	0	0
Totale (€)	117.259	12.381	0

Contribuzione Pubblica (Finanziamenti ricevuti dalla pubblica amministrazione)

Sintra dedica notevole interesse verso le opportunità offerte dai finanziamenti pubblici e dai bandi a livello nazionale e internazionale. Per questo motivo, ha designato un membro del proprio team amministrativo specificamente incaricato alla ricerca e alla gestione di Bandi.

I temi di maggior interesse sono legati a Ricerca e Sviluppo, innovazione digitale, formazione delle risorse ed ad altri temi di interesse sociale. Inoltre, per l'accesso ai contributi, sono necessari controlli approfonditi di verifica sull'adeguatezza a leggi e regolamenti (rafforzamento della compliance).

Di seguito riepilogati i contributi ricevuti negli 3 ultimi esercizi:

Tabella contributi pubblici

CONTRIBUTO	2020	2021	2022
Crediti Imposta	153.265	67.280	64.145
Altri contributi	91.917	46.271	179.516
Totale (€)	245.182	113.551	243.661

Comunità locali

Nel corso degli anni Sintra ha instaurato rapporti di collaborazione sempre più solide con gli istituti universitari e network di impresa. Questi rapporti si concentrano su diverse iniziative, tra cui discussioni sull'innovazione digitale, tavole rotonde e la creazione di osservatori per lo sviluppo di nuove tecnologie IT. Un confronto continuo che permette all'azienda di attivare un percorso di costante apprendimento interno.

- **Osservatorio Politecnico di Milano:** nel 2022 Sintra ha deciso di partecipare agli Osservatori Digital Innovation della School of Management del Politecnico di Milano i quali nascono nel 1999 con l'obiettivo di fare cultura in tutti i principali ambiti di Innovazione Digitale. Gli Osservatori *Digital Innovation* oggi sono un punto di riferimento qualificato sull'Innovazione Digitale in Italia che integra attività di **Ricerca, Comunicazione e Aggiornamento continuo**. La Vision che guida gli Osservatori è che l'Innovazione Digitale sia un fattore essenziale per lo sviluppo del Paese. La mission è produrre e diffondere conoscenza sulle opportunità e gli impatti che le tecnologie digitali hanno su imprese, pubbliche amministrazioni e cittadini, tramite modelli interpretativi basati su solide evidenze empiriche e spazi di confronto indipendenti, pre-competitivi e duraturi nel tempo, che aggregano la domanda e l'offerta di Innovazione Digitale in Italia. Sintra nel corso dell'anno 2022 ha partecipato al programma di ricerca "Osservatorio Digital B2b 2022/23". La ricerca B2b si è focalizzata sui seguenti filoni e attività:

- Mercato e processi B2b
 - Compliance normativa
 - Valorizzazione dell'ecosistema B2b
 - Innovazione in ambito e Supply Chain
 - Identificazione della frontiera innovativa nel mondo B2b e produzione di suggerimenti per le imprese per far evolvere la propria offerta.
- **Polo Tecnologico Navacchio:** Sintra è entrata a far parte di questo ente a partire dall'anno 2014. Il Polo Tecnologico, nato nel 1999 a Navacchio, a pochi chilometri da Pisa. E' una realtà pensata per stimolare il networking, una rete di aziende hi-tech, un rapporto efficace tra le imprese, le start up, il mondo della ricerca e i centri di eccellenza. In pratica un sistema integrato e strutturato la cui parola d'ordine è innovare. Se l'Innovazione è il vero motore della crescita economica, integrazione e connessioni ne sono il combustibile. La forza del Polo sono le persone, con i loro progetti e le loro relazioni, che ogni giorno lavorano insieme e creano le basi della propria crescita, per sviluppare un futuro ricco di innovazione.

Altre nuove attività sono state svolte da Sintra nel corso dell'anno 2022 tra cui:

- **Hackathon:** Un hackathon è una competizione per sviluppatori in cui diversi teams si sfidano a risolvere un problema informatico. Il team che svolge il lavoro migliore, secondo il giudizio della regia, vince la sfida. Con questa iniziativa, l'azienda, ha lanciato un'innovativa competizione rivolta a studenti universitari ed a neolaureati con l'obiettivo di individuare nuovi talenti nel settore dell'ingegneria informatica e gestionale, per valorizzare le loro competenze e offrire un'opportunità di farsi notare dalle aziende IT. Hackathon, termine nato dalla sintesi tra le parole "hacker" e "marathon", identifica una gara dove i partecipanti sono chiamati a risolvere un problema informatico in un determinato arco di tempo attraverso la presentazione di progetti capaci di far emergere idee all'avanguardia e di favorire lo sviluppo di nuove soluzioni, con una doppia finalità didattica e professionale. I partecipanti, infatti, hanno potuto fare affidamento sul supporto dei professionisti di Sintra per acquisire nuove conoscenze e nuove competenze, e allo stesso tempo hanno avuto la possibilità di vivere una stimolante esperienza in un contesto lavorativo che gli ha permesso di mettersi alla prova, di misurarsi con le loro capacità, di lavorare in team e progettare soluzioni che potessero essere lanciate sul mercato.



In questo specifico Hackathon, agli sfidanti è stato assegnato un progetto in ambito di sostenibilità ambientale e commercio elettronico. I gruppi di lavoro hanno realizzato una piattaforma di scambio beni per favorire l'economia circolare e il riuso degli oggetti invece che l'acquisto. A tale iniziativa hanno partecipato 3 team provenienti da tutta Italia (Perugia, Milano, Roma). L'iniziativa ha obiettivi sia interni che esterni.

Obiettivi interni:

- Scouting giovani talenti
- Stringere relazione con startup che possono svilupparsi a seguito dell'evento
- Visibilità sui canali comunicativi
- Distinguersi dai competitor
- Sviluppo e innovazione di tecnologie\validazione delle idee

Obiettivi esterni:

- Dare la possibilità ai giovani talenti di mettersi in mostra
- Finanziare formazione alla comunità
- Attivare networking e connessioni tra istituzioni e aziende

Le sfide lanciate dagli Hackathon sono state spesso uno strumento per far partire nuovi progetti all'avanguardia. Per Sintra, inoltre, ha rappresentato un'importante occasione per individuare giovani sviluppatori e programmatori eventualmente da assumere, per sviluppare nuove tecnologie e per consolidare i rapporti con le università.

- **Vivaio Sintra:** il Vivaio Sintra rappresenta la parte del reparto di ricerca e sviluppo dedicata ai tirocinanti curriculari e ai giovani talenti. In questo programma i ragazzi vengono seguiti da un tutor il quale si occupa della loro formazione attraverso attività di tipo learning by doing. Il fine ultimo di questa attività è preparare i giovani talenti al mondo del lavoro, colmando il gap professionale tra la preparazione fornita dalle istituzioni e quella necessaria per poter iniziare un rapporto professionale. Attraverso questi progetti la risorsa riceve formazione e supervisione con lo scopo di realizzare un progetto di ricerca e sviluppo che rimarrà all'azienda. Il vantaggio per l'azienda è quindi duplice: da un lato vengono trovate e formate delle risorse, dall'altro viene realizzato un prodotto che può essere utilizzato dall'azienda stessa.

Ma anche il giovane talento trova il suo beneficio nel far parte del vivaio Sintra e questo è rappresentato dalla possibilità di apprendere la professione per poter poi essere inserito in azienda.

Nel corso degli anni Sintra ha inoltre instaurato e trattenuto rapporti di collaborazione con vari istituti universitari tra cui l'Università degli studi di Siena, l'Università degli studi di Firenze e l'Università degli studi di Torino, con i quali ha portato avanti svariate iniziative tra cui:

- **Seminari:** sono lezioni svolte in ambito universitario o scolastico in cui Sintra fornisce una spiegazione di un argomento da un punto di vista più concreto e specifico rispetto a quanto solitamente proposto dalle istituzioni. I seminari Sintra sono da intendersi come sessioni di vero e proprio approfondimento specialistico all'interno dei corsi frequentati dagli studenti. Nel 2022 i seminari tenuti dall'azienda sono stati: "Evolution of web applications" presso l'Università degli studi di Firenze; "Project Management in the digital age" presso l'Università degli studi di Siena; "VueJS" presso l'ITS Vita di Pontedera; "Sintra: a Knowledge Management Organization" presso l'Università degli studi di Siena. Oltre ai benefici legati all'immagine aziendale, la natura principale di queste iniziative è costruire relazioni con i giovani talenti. Grazie ai seminari menzionati in precedenza, Sintra è stata in grado di reclutare due nuove risorse che nel giro di 6 mesi sono diventate parte integrante dell'azienda e che a loro volta hanno segnalato altri colleghi studenti che sono stati inseriti dopo l'iter di selezione.



- **Università e Business School:** tra le collaborazioni che Sintra ha con le Università e Business School spiccano quelle attivate con Università di Siena e di Torino e la Scuola Internazionale ESCP. Lezioni in aula tenute dai collaboratori dell'azienda, progetti sviluppati a 4 mani con i ragazzi e ospitalità in Sintra per stage e tirocini. Nel 2022 con ESCP sono stati attivati 2 Project works, che hanno coinvolto 2 team differenti di studenti: un progetto svolto in collaborazione con l'area Amministrazione, Finanza e Controllo, per costruire un modello previsionale di ricavi, e l'altro insieme all'area marketing sul tema della comunicazione efficace dell'azienda Sintra ai millennials. Sempre nel 2022 con Università di Siena e di Torino Sintra ha portato avanti docenze e fatto incontrare gli studenti con le aziende clienti. L'obiettivo di tale incontro è quello di diminuire il gap tra studenti e mondo del lavoro.
- **Supporto alla realizzazioni di tesi:** Sintra permette ai laureandi di collaborare con il personale interno all'azienda per approfondire temi o casi studio al fine di sviluppare le proprie tesi.

Di seguito riportiamo le tesi realizzate dai studenti nel corso dell'anno 2022:

L'importanza della sostenibilità dei flussi di cassa aziendali, il caso Sintra

Consulting: in questa tesi il laureando ha trattato il tema della sostenibilità nel contesto aziendale, dove il fulcro della sostenibilità risiede nella corretta gestione finanziaria dell'impresa la quale mira alla preservazione ed all'incremento della globalità del capitale a disposizione. L'obiettivo della tesi è quello di riuscire a dimostrare l'importanza della pianificazione finanziaria come supporto fondamentale per l'efficiente proseguimento dell'attività ordinaria e straordinaria (di investimento) dell'azienda.

The Sustainability Reporting in knowledge-intensive organizations: the case of

Sintra Consulting: l'obiettivo del lavoro di tesi è consistito nell'analisi degli aspetti cardine che caratterizzano il bilancio di sostenibilità redatto da una "knowledge-intensive organizations". Attraverso lo svolgimento di uno stage in Sintra, la laureanda ha avuto la possibilità di analizzare la realtà aziendale e attraverso lo studio del bilancio di sostenibilità, fornire aree di miglioramento e nuove soluzioni da adottare per inglobare al meglio il concetto di sostenibilità sia all'interno dei successivi bilanci sia nella realtà aziendale.

Management Control Systems and Digital Transformation for Knowledge-Intensive Organizations: The case of Sintra Consulting S.R.L:

la tesi esplora i sistemi di controllo di gestione nelle aziende ad alto contenuto di conoscenze (Knowledge-Intensive Organizations) che si avvalgono di risorse con elevato Know How tecnico e, quindi, in grado di offrire soluzioni complesse ai propri clienti, monitorando l'impatto che la trasformazione digitale ha su di esse. Dal momento che questa tipologia di società è caratterizzata da un significativo livello di complessità, l'obiettivo della ricerca è stato quello di comprendere quali sono i controlli gestionali più efficaci, di esplorare i benefici raggiungibili tramite il bilanciamento di questi differenti controlli.

Sintra, in quanto azienda con caratteristiche "ad hoc", ha rappresentato il caso studio perfetto per permettere di analizzare in maniera analitica le differenti forme di controllo. Oltre ciò, grazie a strumenti di misurazione creati "su misura", ha garantito un nuovo sistema di controllo flessibile: l'Integrated OKR Balanced Scorecard, che è in grado di adattarsi alle esigenze complesse e dinamiche, tipiche delle aziende ad alto contenuto di conoscenze.

SINTRA

BUSINESS

CHANGE



UNIVERSITÀ
DI SIENA
1240

Department of Economics
School of Economics and

Degree Course in International Accountancy

THE SUSTAINABILITY OF
KNOWLEDGE-INTENSIVE
ECONOMY
THE CASE OF SINTRA

Supervisor: Prof. Elena Giovannoni

Co-supervisor: Prof. Maria Pia Maraghini



MASTERS OF SCIENCE DEGREE

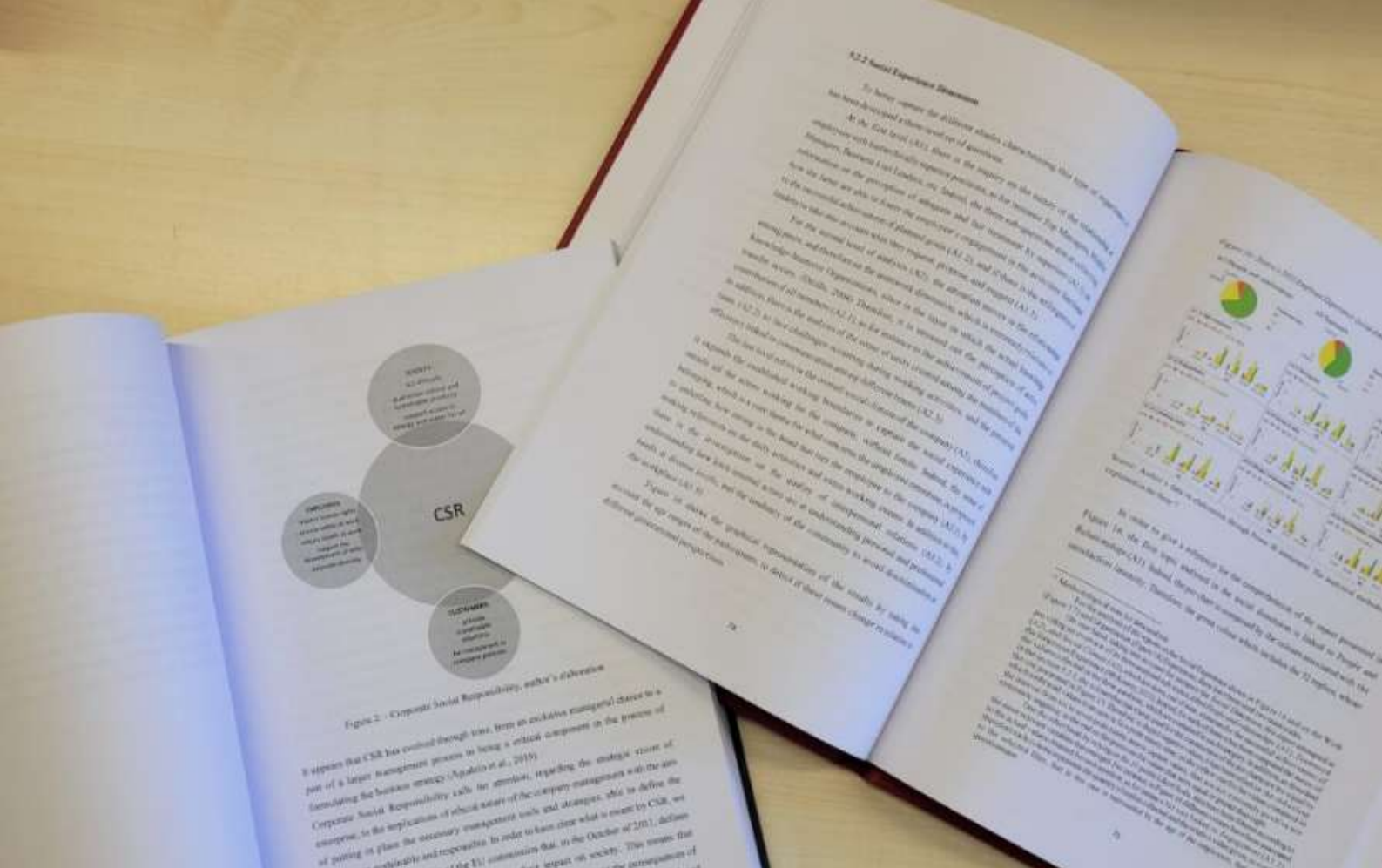
Management
and Decision

Knowledge-Intensive
Economy
The case of Sintra

Supervisor
Elena Giovannoni

Co-supervisor
Maria Pia Maraghini

Academy



- **Collaborazioni con Master universitari e Istituti scolastici:**

Questo tipo di collaborazioni mirano a creare legami sempre più solidi e produttivi con gli istituti formativi di tutto il territorio italiano.

In tali circostanze, Sintra porta la sua esperienza e il suo know-how agli studenti con i quali può, in futuro, instaurare rapporti lavorativi.

Di seguito le collaborazioni attivate durante l'anno 2022:

Master in Marketing Omnichannel Sales & Digital Management svolto presso

l'Università di Torino: le aziende partner sono tutte realtà imprenditoriali e multinazionali che contribuiscono ad una partecipazione attiva alla didattica con testimonianze, case studies, contest internazionali, workshop e project in field. Questa riduzione della distanza tra apprendimento e professione consente ai giovani di sviluppare non solo competenze professionali ma anche soft skills necessarie per ricoprire figure gestionali nella Comunicazione Digitale. Al fine di affrontare le sfide e le opportunità dei mercati internazionali, particolare attenzione è rivolta al marketing internazionale, trade marketing, vendite, finanza e controllo, supply chain management, labelling and food recycling.

Gli obiettivi di questo master sono:

- formare specialisti in materia di digital marketing, retail e vendite perché possano essere in grado di supportare strategie e politiche di internazionalizzazione vincenti per le imprese del Made in Italy;
- fornire metodologie e strumenti per lo sviluppo di nuovi business model e formati distributivi;
- sviluppare le competenze trasversali nelle aree del digital marketing internazionale, gestione delle risorse umane, management accounting, surveys per le analisi di mercato, gestione supply chain, contratti commerciali;
- facilitare un primo inserimento lavorativo in aziende leader del settore.

Master in Storia, Design e marketing del Gioiello Master Executive) svolto

presso l'Università di Siena: questo Master di primo livello è volto a rispondere in modo innovativo e adeguato alle richieste di crescita e di capacità professionali del comparto orafa e tiene conto delle esigenze del mercato del lavoro e delle peculiarità dei distretti industriali italiani, con particolare attenzione al settore orafa della città di Arezzo.

L'obiettivo è quello di formare figure professionali sufficientemente versatili, qualificate e preparate nei diversi settori di sviluppo di un'azienda (la progettazione, la produzione, il marketing) e pertanto adattabili alle diverse esigenze delle imprese orafe. Figure professionali consapevoli delle fasi precedenti e successive di ogni processo lavorativo e in grado di operare con successo all'interno delle aziende. Personalità capaci di apprendere i principi del mercato globale, di innalzare la qualità della produzione ma anche di saperla favorire e promuovere. Non solo un designer, non solo un abile artista-artigiano creatore di gioielli, ma anche un professionista capace di pianificare i propri passi nel mercato, sempre più competitivo ed in costante evoluzione.

Nel corso dell'anno 2022 Sintra ha tenuto una lezione presso ***l'Istituto Vittoria Colonna***, sul tema dell'Etica sociale nel settore della moda.

L'incontro, a cura di Sintra e Fondazione Monnalisa Onlus, è inserito in un più ampio progetto di alternanza scuola-lavoro che lega la Fondazione Monnalisa e l'Istituto "Vittorio Colonna" per fornire ai giovani studenti la possibilità di vivere esperienze concrete in ambito professionale e per trasmettere nuove capacità e conoscenze per un futuro orientamento. Questo percorso trova il proprio cuore nel coinvolgimento degli alunni nelle attività del Temporary Charity Shop di Arezzo della onlus dove condurranno esperienze in ambito di vendita, comunicazione, marketing e web-marketing, ma una prima fase di formazione è stata svolta direttamente in classe con i professionisti di Sintra.

L'appuntamento è stato orientato a fornire agli studenti competenze e strumenti utili per declinare i social in ambito lavorativo attraverso un'analisi delle strategie di digital marketing attuate da alcune aziende soprattutto del settore della moda e una sensibilizzazione verso l'importanza di un approccio etico basato sulla promozione di valori e messaggi positivi.

Stage formativi: con gli stage formativi, Sintra propone ad ogni studente un progetto formativo in linea con la propria formazione.

Lo studente viene affiancato da un tutor e gli vengono forniti strumenti aziendali idonei alla funzione che dovrà svolgere. Alla fine del periodo Sintra effettua una valutazione generale sull'andamento dello stage, in modo da valutare anche una possibile assunzione del tirocinante.

L'obiettivo primario degli stage è quello di far conoscere agli studenti il mondo del lavoro, e il tirocinio risulta essere la migliore attività formativa per raggiungere questo obiettivo. Inoltre iniziare una collaborazione tramite un periodo di tirocinio in azienda diventa un modo per Sintra di valutare gli studenti all'interno di un percorso in grado di mettere in luce le loro caratteristiche e potenzialità, reperendo così informazioni necessarie per valutare una possibile prosecuzione del percorso con altre tipologie contrattuali.

Nel corso dell'anno 2022 sono stati attivati stage in collaborazione con l'Università di Siena, l'Università di Firenze, l'Università di Torino e altri atenei e istituti superiori italiani.

La tabella di seguito riporta il numero di tirocini (curricolari ed extracurricolari) attivati nel triennio di riferimento e la loro trasformazione in contratti di assunzione (anche negli anni successivi)

Tabella tirocini e % di conversione

RAPPORTI CON SCUOLE E UNIVERSITA'	2020	2021	2022
N° tirocini attivati	8	21	10
N° trasformazioni	4	11	6
% di trasformazione	50 %	52 %	60 %

- **Career day:** sono giornate di incontro tra le aziende e gli istituti universitari. Nel 2022 Sintra ha partecipato al career day svoltosi presso l'Università di Siena. L'obiettivo di questo evento è quello di creare un match tra domanda e offerta di lavoro. Nel caso specifico di Sintra, l'obiettivo è quello di entrare in contatto con studenti che possano essere interessati alla sua realtà aziendale così che possano intraprendere un percorso di formazione con l'azienda stessa.
- **Byte19:** si tratta di un corso di Istruzione Tecnica Superiore post-diploma organizzato da Fondazione Vita e Fondazione Prime per "Tecnico superiore per i metodi e le tecnologie per lo sviluppo di sistemi software". Il corso ha la durata di 2 anni ed ha come obiettivo quello di rafforzare il territorio di quelle competenze digitali che mancano e dare opportunità professionale ai ragazzi coinvolti. Sintra partecipa annualmente come partner del corso, collaborando alla stesura del progetto formativo, nelle selezioni dei partecipanti, nel coinvolgimento di altre aziende e, ad oggi, sta ospitando tirocinanti dislocati su vari reparti aziendali.

Impegno Sociale e Solidarietà

La guerra in Ucraina ha colpito moralmente dirigenti e dipendenti di Sintra. La collaborazione di Sintra con le professionalità di quella parte d'Europa si è instaurata dal 2016 quando in Polonia a Rzeszów è stata fondata la Sintra Consulting Poland. Questa cittadina polacca si trova a 150 km da Cracovia e a soli 100 dall'Ucraina. Dal 2013 Sintra ha conosciuto giovani professionisti ucraini appena laureati, con i quali ha stabilito oltre che un rapporto professionale, anche un rapporto di amicizia.

La stretta connessione con il paese ha motivato l'azienda a fornire un supporto tangibile, che ha incluso la spedizione di abbigliamento, coperte, beni di prima necessità e un contributo finanziario per assistere i profughi ucraini in fuga dalla guerra, facilitandone anche l'inserimento nel mercato del lavoro e la ricerca di alloggi sicuri in Polonia.

Questa iniziativa per aiutare la popolazione ucraina ha rafforzato ulteriormente il legame tra Sintra e la comunità ucraina, garantendo un continuo sostegno lavorativo e, quando necessario, l'opportunità di alloggio presso la consociata in Polonia.



Il Capitale Umano

Obiettivi per lo sviluppo sostenibile:



Le nostre persone

Per Sintra il Capitale Umano è l'insieme delle competenze e delle relazioni che nascono e crescono all'interno dell'azienda stessa, tra tutte le persone che vi operano: grazie alla loro passione verso il lavoro che svolgono, Sintra affronta al meglio mercati sempre più competitivi.

Le persone rappresentano l'asset più importante per la "Sintra di oggi" e per lo sviluppo di quella di domani e possono essere considerate un vero e proprio *asset strategico* in grado di produrre impatti decisivi su tutta la catena del valore ed è proprio da questo tipo di capitale che discende la cultura aziendale di Sintra.

Passione, competenza professionale, affidabilità e spirito di appartenenza costituiscono i tratti distintivi che compongono la *Squadrae* ciò che la spinge è la curiosità verso il domani, la sete di esplorazione e il desiderio di offrire a tutti una performance migliore.

Da oltre 20 anni Sintra lavora con generosità per migliorare il domani e migliorare la salute, la sicurezza e la qualità della vita delle persone.

Sintra crede che la serietà e la fiducia siano la base di tutte le relazioni personali e professionali, incoraggia le persone a svolgere il proprio lavoro con positività ed emozione, donando il massimo sempre.

Negli anni è stato sviluppato un sistema di valutazione continuo, che ha come obiettivo principale quello di capire le aspirazioni, i sogni e gli obiettivi dei nostri collaboratori, di pensare alla loro crescita professionale e al loro miglioramento costante.



FEEL ORANGE

SINTRA
DIGITAL
PEOPLE

WE LOVE SINTRA PEO

27.07.2023

APÉLLO

Poiché crescere come azienda significa far crescere le proprie persone e le loro competenze, è pienamente condiviso che il *lavoro di squadra* e la *valorizzazione del personale*, senza mai sottovalutare l'unicità di ogni singolo individuo, siano una componente strategica per perseguire l'obiettivo dell'eccellenza.

L'ambiente di lavoro che Sintra intende realizzare è dinamico, collaborativo, coinvolgente e stimolante favorendo la conciliazione tra lavoro e vita privata, promuovendo iniziative di tutela della salute e della sicurezza, adoperandosi fattivamente per prevenire e sanare eventuali dinamiche conflittuali che possano nuocere alla creazione di un buon clima di lavoro.

Adottare un modello d'azienda sostenibile rappresenta un punto di forza, consente di attrarre i talenti migliori e di sviluppare un business sostenibile che ci aiuta ad avere performance economiche migliori.

Composizione del personale

Sintra, oltre ad essere un'eccellenza italiana, è anche un posto di lavoro affiatato, unito e motivato che da sempre persegue la qualità della vita lavorativa ed extralavorativa, rispetta i valori aziendali e crede nei risultati del lavoro di squadra. I risultati ottenuti negli anni sono connessi in maniera imprescindibile alle risorse che la compongono, sono il risultato della loro specializzazione, delle loro competenze e della loro passione.

Tutte le posizioni professionali sono raggruppate in macro-categorie caratterizzate dallo stesso livello di inquadramento del CCNL, senza applicare alcun tipo di distinzione e discriminazione retributiva.

Al 31 Dicembre 2022 Sintra conta un totale di 75 dipendenti, dove circa il 36% sono Donne.

Nelle tabelle sottostanti, vengono riportati dati dettagliati e accurati riguardanti la composizione del personale che fa parte dell'organico aziendale alla fine di ogni anno solare. Vengono analizzate informazioni riguardanti l'ultimo triennio. Questo periodo temporale di tre anni rappresenta un intervallo significativo per valutare non solo le tendenze a lungo termine ma anche le dinamiche del numero di dipendenti e della loro composizione.

Tabella Dipendenti per genere

Genere	2020	% su tot	2021	% su tot	2022	% su tot
Maschi	51	68 %	55	65 %	48	64 %
Femmine	24	32 %	29	35 %	27	36 %
Totale	75	100 %	84	100 %	75	100 %

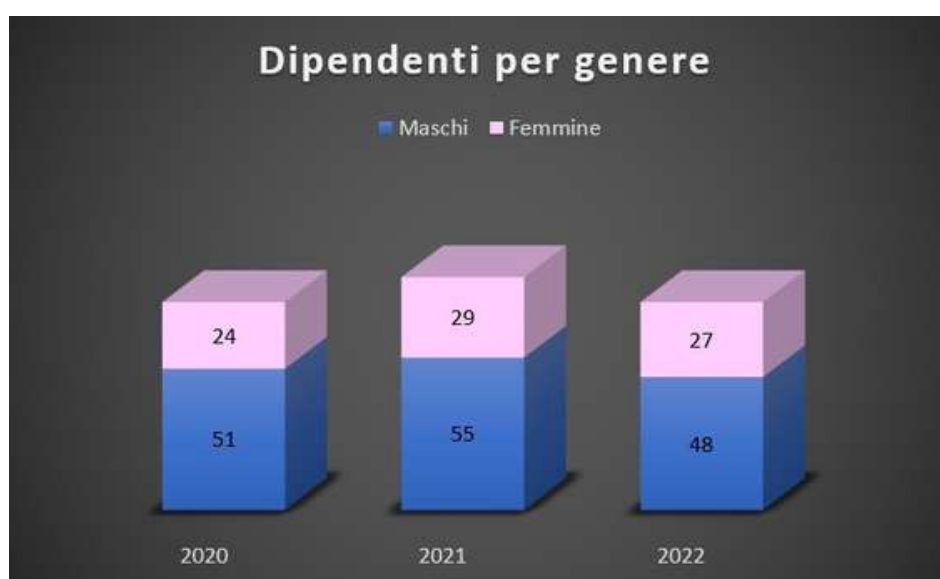


Tabella per suddivisione per Funzione

FUNZIONE	2020	2021	2022
Amm.ne / HR	6	7	6
Commerciale	3	6	6
Produzione	64	69	60
R & D	2	2	2
Pulizie	0	0	1

Tabella Dipendenti per tipologia di contratto

Tipologia	2020	2021	2022
Tempo indeterminato	53	63	55
Tempo determinato	3	11	6
Apprendista	19	10	14
Totale	75	84	75

Tabella Dipendenti per fascia di età

Fascia di età	2020	2021	2022
Età 18-30 anni	25	27	22
Età 31-40 anni	42	50	42
Età 41-50 anni	6	4	9
Oltre 50 anni	2	3	2
Totale	75	84	75

Dalle tabelle sopra riportate, è possibile notare che il numero di dipendenti si è mantenuto costante rispetto al trend degli ultimi tre anni. E' importante rilevare come la percentuale della presenza di donne, pur rimanendo inferiore rispetto a quella maschile, negli anni abbia subito un leggero aumento.

La difficoltà di reperire dipendenti femmine nel mercato del lavoro è una sfida continua per l'azienda in quanto poche di esse sono interessate al campo della progettazione informatica.

La necessità sempre più marcata è stata quella di diversificare e integrare la forza lavoro.

È interessante notare come l'azienda abbia una forte concentrazione di dipendenti nella fascia di età compresa tra i 31 e i 40 anni portando diversi vantaggi e sfide per l'azienda stessa.

I dipendenti di questa età solitamente hanno un'esperienza lavorativa significativa, hanno un bagaglio di conoscenze e competenze che possono essere fondamentali per l'azienda. Questa esperienza ha contribuito a migliorare l'efficienza e la qualità del lavoro.

Questi dipendenti possono fungere da mentori per i più giovani o per chiunque sia entrato recentemente nell'azienda così da condividere le loro esperienze e guidare il processo di apprendimento.

Nella tabella seguente viene analizzato il tasso di turnover del personale negli ultimi 3 anni.

Tabella Analisi Turnover

CATEGORIA	2020	2021	2022
Dimissioni	3	16	18
Assunzioni	12	25	9
% Turnover	22 %	57 %	39 %



Come si intuisce dal grafico, gli ultimi anni sono stati caratterizzati da un alto tasso di rotazione del personale all'interno dell'Azienda. La pandemia Covid-19 ha avuto un impatto significativo sulla gestione del personale e ha spinto molte persone a rivalutare le proprie priorità personali. La possibilità di lavorare da remoto, se da un lato ha concesso maggior continuità al lavoro, dall'altro ha incluso una flessibilità lavorativa che ha permesso di accorciare distanze e sviluppare l'apertura di più ampi mercati di lavoro. Le cessazioni contrattuali avvenute nel corso del 2022 hanno visto coinvolte alcune risorse, che dimettendosi volontariamente, hanno intrapreso nuove carriere in altre realtà al di fuori del territorio locale.

- **Utilizzo delle ferie e dei permessi**

Per garantire la massima copertura e servizio ai clienti, Sintra ha deciso di non effettuare chiusure durante l'arco dell'anno e a ciascun collaboratore è richiesto di organizzare le proprie ferie in accordo con il suo responsabile diretto.

L'azienda ha rafforzato l'idea durante il 2022 che utilizzare le ferie maturate durante l'anno ha dei notevoli vantaggi:

- offre ai dipendenti l'opportunità di staccare dal lavoro
- permette di rilassarsi e recuperare le energie
- porta un miglioramento delle prestazioni
- crea un clima aziendale positivo
- previene la possibilità *burnout* del dipendente

Le stesse regole valgono per l'utilizzo dei permessi.

- **Trattamento di straordinari/reperibilità**

Il primo obiettivo di Sintra è la realizzazione dei progetti nei tempi contrattualizzati e secondo i fabbisogni dei clienti, pertanto deve essere garantito il soddisfacimento di tale realizzazione anche in caso di necessità di aumento dell'orario lavorativo. Eventuali ore di straordinario vengono erogate solo se preventivamente approvate dal responsabile diretto (che farà valutazioni in base alle necessità particolari del progetto e/o se gli accordi presi con il cliente prevedono il pagamento degli straordinari).

In caso di accordi specifici con il cliente possono essere richieste ore di reperibilità e devono essere comunicate le modalità e le risorse coinvolte dal responsabile di progetto al Responsabile di produzione e all'Ufficio Risorse Umane.

Tali ore saranno considerate e trattate come da CCNL applicato.

Selezione ed Onboarding

Il processo di selezione è un aspetto fondamentale all'interno di Sintra: non solo aiuta ad individuare i dipendenti più adatti alle posizioni aperte mantenendo un ambiente positivo e produttivo ma rappresenta qualcosa di molto più complesso. Nell'anno 2022 Sintra ha introdotto 3 nuove Business Unit e questo ha significato un'evoluzione organizzativa a tutti i livelli.

Nella consapevolezza che l'Azienda è una realtà dinamica, durante il 2022 l'imperativo è stato quello di trasformarsi continuamente e, un'organizzazione non può definirsi tale senza persone che cavalcano il cambiamento.

Questa cultura del continuo divenire, implica, anche in fase di selezione, che i candidati ricercati non debbano possedere solo le caratteristiche specifiche a un determinato ruolo, ma abbiano le "potenzialità" per diventare, insieme all'azienda, "qualcosa di più" o semplicemente "di diverso" rispetto a quello per cui sono stati assunti.

In Sintra, il processo di selezione viene svolto meticolosamente dall'ufficio Risorse Umane, che nella costruzione e implementazione della squadra segue un iter ben preciso.

- **La fase di Recruiting**

Questa procedura definisce i passaggi chiave per l'assunzione di nuove risorse. È un approccio graduale e necessario a coinvolgere persone di talento che possano aiutare l'azienda a crescere.

Sintra è alla ricerca continua di persone motivate e dinamiche e, attrarre i talenti migliori è una delle sfide che l'azienda si trova ad affrontare per mantenersi competitiva all'interno del mercato globale.

Per questo motivo tutte le fasi del recruiting sono cruciali e strategiche.



Attraverso la collaborazione con il mondo accademico e l'innovazione aperta, Sintra riesce ad intercettare giovani talenti motivati ad intraprendere percorsi di ricerca e sviluppo che partono solitamente da una tesi condivisa tra azienda ed

università per poi proseguire all'interno del Vivaio Sintra. Sintra crede nelle università, con le quali collabora attraverso assegni di ricerca, tirocini, stage e tesi. Giovani in primo piano dunque, e per supportare attivamente le start up e la community di sviluppatori c'è l'iniziativa / **Meetup Tech Italia Tuscany**, community che conta oltre 1400 persone tra sviluppatori e startupper.

- **Onboarding**

Per facilitare l'inserimento dei nuovi assunti è stato creato un percorso di onboarding che prevede momenti di conoscenza e confronto con i propri team e con i colleghi con cui si troveranno a collaborare più frequentemente.

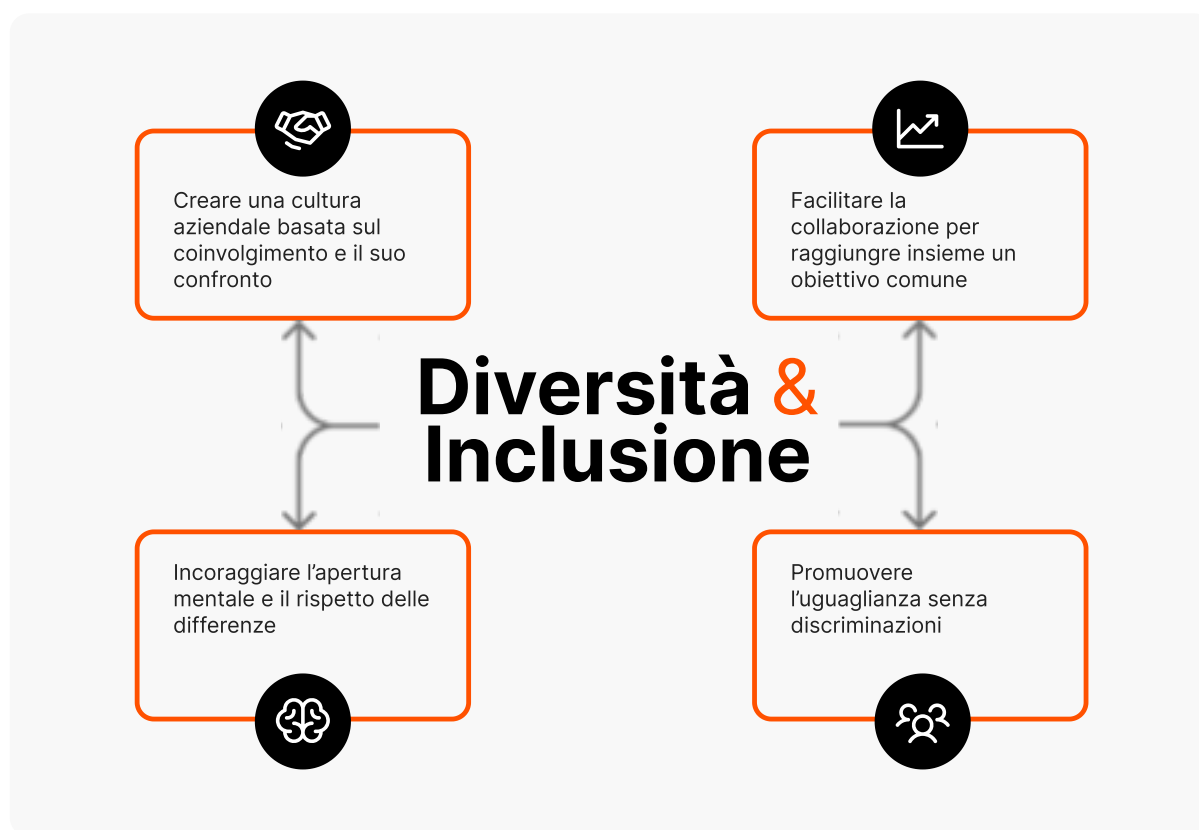
Da un referente dell'Ufficio HR a tutte le persone neoassunte vengono presentate le aree e specialistiche, l'organizzazione aziendale e viene effettuato un tour di visita a tutta all'azienda.

Che siano manager più esperti o giovani promettenti, la fase di Onboarding è un passaggio molto importante: intende trasmettere la Mission aziendale e creare sinergia tra le nuove figure.

Sono tutti passaggi fondamentali, affinché la crescita dell'azienda prosegua senza intoppi.



Il valore della diversità e dell'Inclusione



Cosa vuol dire **"Diversità e Inclusione"** per Sintra?

Sono due concetti che viaggiano in parallelo e portati nel luogo di lavoro rappresentano un cambiamento nella mentalità e nella cultura di un'organizzazione.

Nel momento in cui ci rendiamo conto che la *diversità* è un valore aggiunto, questa diventa il punto di partenza per la crescita e per lo sviluppo, non solo aziendale.

Ogni persona porta con sé un insieme diversificato di prospettive, di esperienze lavorative e di vita e tramite *l'inclusione* Sintra riconosce ed apprezza queste differenze rispettando e valorizzando ogni persona, superando stereotipi e pregiudizi ed eliminando barriere di qualsiasi tipo, siano esse fisiche o mentali, al fine di garantire a tutti pari diritti ed opportunità.

Sintra crede con convinzione alla necessità di una società inclusiva e multiculturale, promuove il valore della diversità all'interno della propria cultura aziendale come elemento determinante per l'innovazione e la definizione di una

strategia in grado di comprendere e adattarsi all'evoluzione del contesto sociale ed economico in cui opera.

Un passo importante verso la creazione di un ambiente di lavoro più diversificato e inclusivo è stata l'apertura di due **Unità Locali** di cui 1 nella città di Firenze e 1 nella città di Milano.

Già istituite nel 2021, è durante il corso del 2022 che hanno trovato la loro massima espansione, generando una serie di vantaggi sia per l'azienda che per i dipendenti:

- l'opportunità di assunzione di personale altamente qualificato nel mercato locale;
- il miglioramento dell'immagine aziendale;
- lo scambio di conoscenze e competenze tra dipendenti di diverse unità (apprendimento reciproco), portando a un arricchimento delle competenze globali dell'azienda.

Da anni Sintra ha abbracciato un clima di accoglienza, con una forte attenzione alle politiche di genere, sviluppando percorsi di crescita e valorizzazione delle donne in ruoli di responsabilità come manager e team leader.

Sintra si impegna affinché siano favorite le **pari opportunità** in tutti i ruoli (governance, manager, sviluppatori, designer) ed in tutte le fasi del rapporto di lavoro con i dipendenti (recruitment, assunzione, retention, formazione, sviluppo, cessazione) evitando ogni forma di discriminazione derivante da differenze di sesso, età, stato di salute, nazionalità, opinioni politiche o religiose.

Si analizza di seguito l'andamento della percentuale di donne in posizione di leadership nell'ultimo triennio:

Tabella incidenza femminile su manager aziendali

CATEGORIA	2020	2021	2022
Manager Tot.	8	11	11
Manager Donne	4	5	5
% Donne su Tot.	50 %	45 %	45 %

Il settore in cui Sintra opera è un settore particolare: se ad oggi le statistiche interne rilevano una maggior presenza di dipendenti maschi rispetto alla percentuale femminile, è semplicemente dovuta alla difficoltà da parte dell'azienda di reperire nel mercato del lavoro risorse femminili interessate al campo della progettazione informatica.

I dati evidenziano che sono sempre poche le studentesse che intendono investire la propria formazione in ambito STEM ("Science, Technology, Engineering and Mathematics") e questa sotto rappresentanza del popolo femminile in ambito digitale dipende soprattutto da un retaggio culturale che ancora oggi associa alcune funzioni tecniche e informatiche al mondo maschile.

Durante il 2022 Sintra ha inoltre cominciato a porre le basi per la stesura di un **Codice Etico** in grado di guidare il comportamento dei dipendenti e stabilire le aspettative in materia di etica aziendale.

A favore dell'integrità e del benessere sociale, l'azienda ha cominciato ad immaginare un codice che aiutasse a prevenire comportamenti scorretti o immorali incentivando le persone a prendere decisioni etiche anche quando affrontano situazioni complesse.

Un codice etico non riguarda solo l'individuo o l'organizzazione, ma può avere un impatto positivo sulla società nel suo complesso in quanto promuove comportamenti responsabili e sostenibili.

Un'altra conquista avvenuta nel 2022 è stata quella di convalidare da parte degli Amministratori delle **Policy Retributive** aziendali volte a migliorare la diversità e l'inclusione.

Al fine del raggiungimento delle migliori performance quali/quantitative aziendali, il management di Sintra ha ritenuto necessaria l'adozione da parte dell'azienda di politiche che mettessero tutti i collaboratori nella condizione di

esprimere al massimo le proprie potenzialità, andando ad incidere su tutti gli aspetti del rapporto di lavoro: visione, coinvolgimento, motivazione, soddisfazione economica e ambientale.

Queste Policy si riferiscono alle strategie e ai sistemi utilizzati per determinare come i dipendenti vengono compensati per il loro lavoro e sono fondamentali per attirare, trattenere e motivare i dipendenti, nonché per garantire l'equità all'interno dell'organizzazione.

A tal proposito sono state introdotte delle politiche retributive relative a incentivi e premialità basate sulle marginalità e riguardanti promozioni e avanzamenti basate sul merito. Sulla base delle retribuzioni reali sono state create delle fasce retributive all'interno di ciascun team e la crescita retributiva personale dipende dal livello di seniority (esperienza, capacità ed efficacia) e dal ruolo ricoperto in azienda.

La tutela del benessere dei lavoratori

Il benessere dei dipendenti è un elemento al centro dell'attenzione di Sintra.

Offrire alle proprie risorse un ambiente non solo salubre e sicuro, ma anche stimolante e confortevole sotto tutti i punti di vista, è fondamentale per l'azienda. Per garantire fin da subito un inserimento dei nuovi collaboratori e dipendenti che permetta di creare un ambiente di lavoro positivo, è stato sviluppato un percorso di inserimento orientato a trasmettere i valori e il modo di agire. Sintra crede molto nel valore delle connessioni in quanto, osservando quello che ci circonda, si evince che i soggetti interconnessi sono destinati ad avere successo ed essere felici.

L'azienda lavora continuamente per attuare delle politiche di connessione iterative. Dall'Agosto 2018 è stata introdotta la metodologia Scrum, un framework agile per la gestione del ciclo di sviluppo del software, iterativo ed incrementale, concepito per gestire progetti e prodotti software o applicazioni di sviluppo.

Da questa forte connessione sono nate nuove idee, nuove consapevolezze e nuovi gruppi di lavoro proattivi che hanno fatto nascere l'idea di attivare un ciclo dell'abitudine di connessione dei team che, attraverso etica e rispetto, diventassero il motore pulsante dell'azienda.



Questa metodologia ha permesso di insegnare molto sul pensiero strategico: consente di passare dalla visione industriale della competizione come guerra che genera esiti del tipo win-lose, ad un modello molto più complesso, dove entrano in gioco anche meccanismi di coordinamento e cooperazione che integrano e superano i modelli tradizionali, a favore di soluzioni win-win, nelle quali il successo individuale passa attraverso quello collettivo.

Nel corso del 2022 grazie a questa pratica, Sintra ha ottenuto notevoli progressi. Il coraggio di incontrarsi a cadenza fissa (giornaliera, settimanale e mensile) tra i vari gruppi di lavoro, pur nella diversità di opinione, ha permesso di ottenere ottimi risultati.

Lo stimolo aziendale per raggiungere obiettivi comuni di gruppo ha portato ad una maggiore connessione e ad una scoperta dei talenti reciproci. Ogni membro ha stimolato il proprio collega a collocarsi nel punto esatto "del campo" alimentando un sano principio di cooperazione evolutiva ed evitando inutili conflittualità.

Altre iniziative specifiche sono state introdotte per far sì che i dipendenti si sentissero subito parte dell'organizzazione anche dopo periodi più o meno lunghi di assenza.

- **Giornata di benvenuto:** l'obiettivo principale di una giornata di benvenuto è far sentire i nuovi dipendenti accolti e preparati per il loro ruolo, riducendo l'ansia da inserimento e aumentando il senso di appartenenza all'azienda. Inoltre, è un'opportunità per comunicare chiaramente la cultura, i valori e gli obiettivi dell'azienda e per creare una base solida per una collaborazione positiva tra tutti i membri del team.

- **Remote Working:** consapevoli dell'importanza di garantire strumenti adeguati di flessibilità lavorativa, si è sviluppato nel corso degli ultimi anni lo strumento dello "Remote working". Dal 2020, in risposta alla pandemia da Covid-19, anche Sintra ha potenziato l'utilizzo di tale strumento, dando a tutti i dipendenti la facoltà di lavorare da remoto. Nel corso del 2022 l'equilibrio tra lavoro e vita privata, noto anche come work- life balance, ha significato la capacità di bilanciare in modo armonioso gli impegni professionali e quelli personali per garantire a tutti una buona qualità di vita. La necessità delle persone di condividere idee e momenti di pausa in ufficio ha portato ad un graduale rientro di molti collaboratori negli spazi aziendali, garantendo il pieno rispetto di norme di sicurezza e igiene per limitare il contagio del virus.

- **Questionario sull'Employee Experience:** ha significato un reale confronto reciproco tra azienda e lavoratore ed è stato fondamentale per promuovere un clima organizzativo sano e per ottimizzare la performance aziendale complessiva. L'obiettivo del percorso è stato quello di comprendere come gli employee stessero vivendo il loro journey, con un'acquisizione di informazioni che ha toccato tre dimensioni:
 1. **Work Experience:** fondamentale per capire se i modelli organizzativi si basano su responsabilità chiare, se gli strumenti di lavoro siano disponibili, se sia attivo un sistema di incentivi e se l'azienda fornisca quella flessibilità che è necessaria per integrare vita personale e lavorativa;

 2. **Social Experience:** ovvero la qualità dell'ambiente di lavoro. Parliamo di livelli di collaborazione, di teamwork, di cordialità nei rapporti, di senso di appartenenza, di stima e rispetto;

 3. **Organization Experience:** cioè l'allineamento della purpose individuale con quella dell'azienda, ma anche la qualità degli ambienti fisici e la dotazione di tecnologie per la gestione del workplace.

Il questionario è stato sottoposto a tutti i dipendenti Sintra e circa 85% del totale a cui è stato inviato hanno risposto; è stata utilizzata una scala di valori da 1 a 10 da assegnare ad ogni risposta per permettere uno schieramento netto e ad avere un valore in percentuale con maggiore facilità.

Una legenda a "semaforo" ha indicato con colore Rosso (punteggio da 0 a 5.99%) ; Giallo (da 6 a 7.99%) ; Verde (da 8 a 10%) .



Non sono emerse forti criticità e quello che Sintra si impegna a migliorare è la comunicazione interna, la quale preveda una maggior chiarezza degli obiettivi e una riduzione dello stress per alcune aree.

A livello organizzativo, la trasformazione in Business Unit ha creato un forte smarrimento interno, così che l'azienda ha ritenuto necessario pensare ad una riorganizzazione degli spazi più efficace

al fine di renderli più funzionali migliorando di pari passo le soft skills.

A tal proposito Sintra ha intrapreso fattivamente un percorso formativo esperienziale di *Coaching* rivolto agli apicali aziendali guidato da una società esterna di professionisti specializzati.

- **Convention Aziendali:** sono eventi organizzati da Sintra durante il corso dell'anno per riunire i propri dipendenti, partner commerciali o altre parti interessate per la celebrazione di successi. Questi eventi hanno tutti l'obiettivo di promuovere la collaborazione, l'interazione e il raggiungimento degli obiettivi aziendali e rappresentano momenti di convivio in cui si fortifica il senso di appartenenza e di socializzazione, aiutando a rafforzare i legami tra i partecipanti.

- **Sintra Friday:** con cadenza mensile, il terzo venerdì di ogni mese viene organizzato dall'azienda un meet on-line per dare la possibilità a tutti i dipendenti dislocati nel territorio di partecipare. E' un momento di forte entusiasmo in cui vengono presentati a tutta l'azienda fatti di maggior rilievo accaduti nel mese corrente. Si tratta quindi di un incontro virtuale di vero confronto tra tutti i componenti aziendali, in cui ogni risorsa può sentirsi parte di un tutt'uno attraverso lo scambio di informazioni, risultati e conoscenze.

Un indicatore che Sintra utilizza per valutare il corretto equilibrio lavoro/vita privata dei propri dipendenti è la percentuale di ferie e permessi utilizzati durante l'anno. Un accumulo significativo di giornate non utilizzate potrebbe indicare difficoltà nel prendere tempo per la vita personale. Nella tabella seguente è riportata l'incidenza delle ferie e permessi utilizzate negli ultimi 3 anni:

Tabella utilizzo ferie e permessi

CATEGORIA	2020	2021	2022
% Ferie e Permessi sul Totale	65 %	77 %	87 %



Tecnologia al servizio dell'uomo
www.sintra.eu

Formazione e sviluppo delle competenze

Il capitale umano rappresenta il patrimonio strategico più importante per Sintra e sono proprio le conoscenze e le competenze di ciascuna risorsa a determinare il vero vantaggio competitivo alla base del successo. Sintra investe annualmente nello sviluppo dei propri talenti, nella crescita delle potenzialità e nella valorizzazione delle competenze dei propri dipendenti.

Nel corso del 2022, la ripresa a pieno regime delle attività aziendali ha spinto Sintra a rafforzare ulteriormente le strategie di Formazione Interna. Con la riorganizzazione aziendale è cresciuta l'esigenza di garantire un percorso formativo più solido affinché si riuscisse a cavalcare il cambiamento in atto. Queste attività hanno avuto tra gli obiettivi principali il miglioramento della comunicazione interna, il rafforzamento della cultura della valutazione delle performance e lo sviluppo del potenziale delle persone. Oltre alla formazione obbligatoria in materia di salute e sicurezza, i progetti formativi annuali hanno incluso programmi riguardanti le competenze di base, quelle tecnico-specialistiche e la formazione dei neoassunti.

Per l'anno 2022 Sintra ha messo a disposizione un budget per la formazione delle Business Unit produttive. Ciascuna BU ha amministrato in autonomia il budget per formare le risorse in modo da essere pronti ad impiegare le migliori tecnologie, metodologie e soluzioni che il mercato richiede. Sono stati fatti corsi specifici per l'acquisizione di certificazioni tecniche per certe categorie di risorse presenti in Sintra e attraverso il training on-the job si è voluto garantire ai nuovi dipendenti una rapida integrazione nella loro posizione e l'acquisizione delle competenze necessarie per avere successo sul posto di lavoro. Durante il processo di formazione on the job, è stato importante fornire feedback regolari ai dipendenti così da stimolarli nel miglioramento delle loro prestazioni.

Nel corso del 2022 sono state erogate 1.109 ore di formazione.

Tabella ore di formazione erogate per addetto

CATEGORIA	2020	2021	2022
Ore Formazione	1.309	2.005	1.109
FTE	66	71	69
Ore/FTE	19,8	28,2	16,1

La più rivoluzionaria iniziativa sulla formazione avvenuta nel corso 2022 - che continuerà nel 2023 - è stata la partecipazione da parte dei componenti del CDA, dei project manager, team leader e business unit manager a incontri con *Coach* esterni volti al miglioramento della comunicazione interna. Sono incontri che sono avvenuti mensilmente e hanno migliorato le prestazioni, lo sviluppo e il benessere dei dipendenti, contribuendo al successo complessivo dell'organizzazione.

Salute e Sicurezza

Il contratto Nazionale di lavoro applicato individua come prioritaria la tutela della salute e della sicurezza nei luoghi di lavoro, assolvendo alla necessità di consolidare e diffondere comportamenti consapevoli e partecipati nel rispetto degli obblighi previsti dalle disposizioni legislative vigenti. L'obiettivo è di eliminare o ridurre progressivamente i rischi alla fonte, migliorando le condizioni dei luoghi di lavoro, la loro organizzazione, ed i livelli di salute e tutela dell'ambiente.

Sintra attua tutto quanto sia necessario al fine di rispettare le normative in materia di salute e sicurezza dei lavoratori come previsto dal D.lgs. n. 81/2008 e successive modifiche.

Al fine di garantire quanto disposto dalla normativa si avvale di un consulente esperto, che ricopre per Sintra anche il ruolo di RSPP, che segue l'azienda nella stesura di tutta la documentazione necessaria e nella preparazione ottimale dei luoghi di lavoro.

Il DVR (documento valutazione rischi) è quanto scaturisce da queste valutazioni, tale documento viene approvato anche dalle figure del medico del lavoro e del RLS.

Viene costantemente assolta anche l'obbligatorietà formativa e di aggiornamento in materia di salute e sicurezza per tutti i dipendenti tramite un'agenzia formativa privata accreditata.

Inoltre, in ottemperanza di quanto emerso a seguito dell'emergenza sanitaria dovuta al Covid-19, Sintra ha predisposto un protocollo di sicurezza anti contagio da Coronavirus e si è curata di dare le linee guida al fine di svolgere in sicurezza il lavoro anche nella modalità del remote working.

Periodicamente, a cura della consulente per la sicurezza, viene svolta anche una valutazione dello stress lavoro-correlato, che vede come obiettivo il capire la percezione dei dipendenti relativa alla qualità della vita lavorativa e quindi anche le possibili aree di miglioramento per l'Azienda.

Durante il corso del 2022 non sono accaduti infortuni sul lavoro a testimonianza dell'ottimo rispetto delle norme di sicurezza e salute.



Sostenibilità ambientale

Obiettivi per lo sviluppo sostenibile:



Il rispetto dell'ambiente rappresenta per Sintra uno dei principi fondamentali su cui basare la propria attività. L'azienda è totalmente orientata verso uno sviluppo sostenibile e verso il rispetto della comunità nella quale opera.

Perseguendo la Mission aziendale, ed accompagnando i propri clienti in un processo di digitalizzazione informatica, Sintra contribuisce in maniera importante alla riduzione dell'impatto ambientale delle sue aziende clienti ed alla creazione di una filiera sostenibile.

Allo stesso tempo, come riportato in precedenza, l'azienda presta una forte attenzione interna alla salute e sicurezza dei propri lavoratori, garantendo il rispetto delle normative vigenti e prestando una forte attenzione all'igiene ed alle condizioni del posto di lavoro.

Smart working e digitalizzazione

Sintra si distingue come un'azienda che abbraccia e promuove attivamente lo smart working. Questo concetto sta emergendo come una soluzione cruciale non solo per migliorare l'equilibrio tra il lavoro e la sfera personale, ma anche per affrontare le sfide impellenti legate all'impatto ambientale e alle emissioni di gas serra. L'adozione dello smart working da parte di Sintra non solo rappresenta un impegno verso l'efficienza operativa e il benessere dei dipendenti, ma anche verso una visione sostenibile del futuro del lavoro.

Questa pratica innovativa consente ai dipendenti di lavorare in modo flessibile e da remoto, riducendo l'uso dei mezzi di trasporto privati e limitando così le emissioni di CO2 e l'inquinamento atmosferico. Con meno persone che devono recarsi fisicamente in ufficio, l'azienda può anche ridurre il consumo energetico e ottimizzare l'uso delle risorse, contribuendo così alla riduzione dell'impatto ambientale complessivo.

Attraverso lo smart working, Sintra dimostra il suo impegno nel guidare il cambiamento positivo e nell'adottare pratiche lavorative che non solo aumentano l'efficienza, ma che promuovono la sostenibilità ambientale. Un altro aspetto da considerare è la diminuzione dell'utilizzo della carta e delle risorse materiali nelle attività quotidiane.

Lo smart working incoraggia l'uso di documenti digitali, la condivisione online e la comunicazione virtuale, riducendo la necessità di stampare documenti su carta e limitando la produzione di rifiuti in ufficio. Ciò contribuisce a preservare le risorse naturali e a ridurre l'accumulo di rifiuti non biodegradabili. La capacità di adattarsi e innovare in risposta alle esigenze ambientali è diventata una componente essenziale dell'identità aziendale e una dimostrazione tangibile dell'attenzione di Sintra alle sfide globali.

In sintesi, Sintra incarna l'evoluzione delle pratiche lavorative verso un modello più sostenibile, dimostrando che un approccio responsabile e all'avanguardia non solo migliora l'esperienza dei dipendenti, ma contribuisce anche alla preservazione del nostro pianeta.

Consumi energetici ed idrici

A partire dall'anno 2022 Sintra ha iniziato a tenere traccia dei consumi energetici, in modo da poter creare un flusso di monitoraggio che possa portare ad un efficientamento energetico nel medio-lungo periodo. Il concetto essenziale che Sintra vuole introdurre in azienda in relazione all'impatto ambientale si concentra sul fatto che non è importante la misurazione in senso stretto, ma il fatto di come il valore rilevato possa essere un riferimento per le azioni future di miglioramento.

Di seguito viene riportato il dettaglio dei consumi di energia elettrica del triennio 2020-2022, rapportato al numero medio di dipendenti annuali (FTE media). I consumi di energia elettrica sono legati al funzionamento degli impianti di illuminazione, di raffreddamento/riscaldamento e delle apparecchiature informatiche presenti nella sede aziendale.

Si può notare come nell'anno 2022 ci sia una riduzione del consumo complessivo e del consumo medio per addetto rispetto all'anno precedente. Il valore storicamente più basso registrato nell'anno 2020 è dovuto principalmente al remote working, molto utilizzato in azienda durante il periodo della pandemia Covid-19.

Tabella consumo energia elettrica

INCIDENZA	2020	2021	2022
Consumi Annui (Kwh)	27.080	34.636	30.859
FTE	66	71	69
Kwh/FTE	410	488	447

Oltre al consumo di energia elettrica, nella successiva tabella, si possono analizzare i consumi di gas metano, necessario per il funzionamento delle caldaie presso la sede di Arezzo. Nel 2022 è stata registrata una riduzione dei consumi complessivi di circa il 12%, ed anche l'incidenza per addetto è inferiore agli anni precedenti.



Tabella consumo gas

INCIDENZA	2020	2021	2022
Consumi Anni (SMC)	1.236	1.238	1.095
FTE	66	71	69
SMC/FTE	19	17	16

Nella tabella successiva si analizza il consumo idrico nell'ultimo triennio, valutando sempre l'incidenza media per addetto. Il risultato registrato nell'anno 2020 è fortemente influenzato dalla chiusura degli uffici avvenuta durante la pandemia COVID 19.

Tabella consumo idrico

INCIDENZA	2020	2021	2022
Consumi Anni (MC)	92	152	164
FTE	66	71	69
MC/FTE	1,39	2,14	2,38

Emissioni di CO2

Tramite l'utilizzo del "GHG Protocol" Sintra ha provveduto a misurare le proprie emissioni di CO₂, prendendo in considerazione le emissioni dirette Scope 1, e le emissioni indirette Scope 2. Per l'anno 2022 non è stato invece ancora possibile procedere alla misurazione delle emissioni indirette della catena del valore Scope 3. Le emissioni di Scope 1 riguardano il consumo di combustibili per il funzionamento degli impianti di riscaldamento; non sono presenti mezzi

aziendali e quindi nessuna emissione a questi correlata. Le emissioni di Scope 2 derivano invece dell'acquisto di energia elettrica necessaria per garantire il funzionamento della sede aziendale.

Tabella Emissioni CO2

INCIDENZA	2020	2021	2022
Scope 1 - (tCO2eq)	2,41	2,42	2,14
Scope 2 - (tCO2eq)	8,31	10,63	9,47
Totale - (tCO2eq)	10,72	13,05	11,61
FTE	66	71	69
tCO2eq/FTE	0,16	0,18	0,17



Dal riepilogo si può notare che nell'anno 2022 si è registrata una riduzione di circa l'11% sulle emissioni di CO2 Scope 1 Scope 2 .

Il valore di regalare un albero

Ogni anno Sintra regala un albero ad ogni nuovo bambino “nato in azienda”. Albero è sinonimo di vita. Adottare un albero è un gesto concreto ma anche simbolico: scandisce il passare del tempo con i raccolti e le stagioni, è forte e maestoso.

Oltre a ciò, un gesto sostenibile come quello di regalare un albero aiuta l'ambiente ed è un invito a prendersi cura della natura ed essere consapevoli della ricchezza che ci circonda.

Gli alberi che Sintra ha regalato sono la Tefrosia e il Baobab.

La *TEFROSIA* ha come significato la RESILIENZA.

La Tefrosia è una pianta floreale di piccole dimensioni, originaria dell'Africa tropicale, ma comunemente diffusa anche in America tropicale e nel Sud e Sud-Est asiatico. La sua altezza varia tra 0,5 e i 4 metri. La Tefrosia è un insetticida naturale e, grazie alle sue proprietà azoto fissatrici, migliora la qualità del suolo.

Il *BAOBAB* è una specie preistorica che precede l'uomo e la divisione dei continenti.

Gli Africani lo chiamano 'Albero Magico', 'Albero Farmacista' e 'Albero della Vita'. Per resistere alla siccità, fa provvista della poca acqua piovana che cade nel proprio tronco poroso, arrivando a contenerne più di centomila litri.

Grazie a questo, i nomadi e gli animali selvatici, come elefanti e giraffe, possono continuare a bere acqua potabile anche nei periodi più aridi dell' anno. Sotto i suoi rami si tengono le riunioni degli anziani, le udienze dei giudici, i mercati, le danze rituali, giocano i bambini.



*"Nascere non basta.
È per rinascere che siamo nati. Ogni giorno."*

Pablo Neruda

OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO

Sintra, sulla base di quanto emerso dall'analisi di materialità, ha cercato di porsi degli obiettivi di miglioramento da realizzare nell'anno 2023 per favorire lo sviluppo sostenibile dell'azienda. Gli obiettivi sono stati classificati e suddivisi nelle tre dimensioni della sostenibilità: Sociale, Ambientale e Governance.



Dimensione Sociale

Obiettivo 2023	KPI	Risultato 2022	Valore obiettivo
Salute e sicurezza sul lavoro	<i>Num. infortuni sul lavoro</i>	0	0
Formazione e crescita del personale	<i>Num. di ore di formazione per addetto</i>	14	40
Pari opportunità nei percorsi di carriera	<i>% di donne in posizioni di leadership</i>	45 %	50 %
Benessere dei lavoratori e work-life balance	<i>% ferie e permessi utilizzate</i>	87 %	90 %
Customer Satisfaction	<i>Net Promoter score</i>	Non rilevato	50
Approvvigionamento responsabile	<i>Valutazione soddisfazione del fornitore</i>	Non rilevato	8
Rapporti con Enti ed Università	<i>Num. tirocini attivati</i>	10	12

Dimensione Ambientale

Obiettivo 2023	KPI	Risultato 2022	Valore obiettivo
Riduzione delle emissioni	<i>Emissioni CO2/FTE (scope 1 + scope 2) (tCO2eq)</i>	0,17	0,16
Impatto ambientale degli immobili	<i>Consumo energia elettrica/FTE (Kwh)</i>	447	420

Governance

Obiettivo 2023	KPI	Risultato 2022	Valore obiettivo
Mantenimento elevato livello compliance	<i>Sanzioni da parte di organi di vigilanza amministrativa o fiscale (€)</i>	2.456	0
Rafforzamento Brand e Brand identity	<i>Numero Follower LinkedIn (al 31/12)</i>	2.728	4.000
Cyber Security, sicurezza informatica e privacy	<i>Num. contenziosi per violazioni privacy o cyber security breach</i>	0	0
Maggiore condivisione Vision e Mission	<i>Num. conventions aziendali (eventi aziendali)</i>	2	2
Performance economica	<i>EBITDA</i>	-1,8 %	5 %
Solidità finanziaria	<i>% media crediti scaduti</i>	42 %	40 %
Trasparenza ed Etica del business	<i>Numero di segnalazioni di comportamenti non conformi ad Etica aziendale</i>	0	0
Innovazione e multicanalità	<i>% di investimenti in R&S e sviluppo prodotti sul fatturato</i>	6,5 %	8 %

APPENDICE

GRI Content Index

INDICATORI GRI	DESCRIZIONE	PARAGRAFO DI RIFERIMENTO
GRI 2: Informativa generale		
L'organizzazione e le sue pratiche di rendicontazione		
2-1	Dettagli dell'organizzazione	Nota Metodologica Governance aziendale - Organigramma e Struttura Sostenibilità sociale - Clienti
2-2	Soggetti inclusi nel bilancio consolidato	Nota metodologica
2-3	Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	Nota Metodologica
Attività e lavoratori		
2-6	Attività, catena del valore e altre relazioni commerciali	Governance aziendale - Storia Sostenibilità sociale - Fornitori e Partner Sostenibilità sociale - Collaboratori Governance aziendale - Organigramma e struttura Governance aziendale - Innovazione
2-7	Dipendenti	Il Capitale Umano - Composizione del personale
2-8	Lavoratori che sono non dipendenti	Sostenibilità Sociale - Collaboratori
Governance		
2-9	Struttura e composizione della governance	Governance aziendale - Organigramma e struttura Sostenibilità sociale - soci
2-11	Presidente del massimo organo di governo	Lettera agli stakeholder Sostenibilità sociale - Soci

2-15	Conflitti di interesse	Governance aziendale - Etica e Valori di riferimento
2-17	Conoscenza collettiva del massimo organo di governo	Governance aziendale - Organigramma e struttura
2-19	Politiche retributive	Il capitale umano - Il valore della diversità e dell'Inclusione
2-20	Processo per determinare la remunerazione	Il capitale umano - Il valore della diversità e dell'Inclusione
Strategie, politiche e pratiche		
2-22	Dichiarazione di alta dirigenza	Lettera agli stakeholder Governance aziendale - Mission e Vision
2-24	Implementazione di politiche e impegni	Il capitale Umano - La tutela del benessere dei lavoratori
2-25	Processi per rimediare agli impatti negativi	Sostenibilità sociale - Clienti
2-26	Meccanismi per avere suggerimenti e consulenze su questioni etiche	Governance aziendale - Etica e Valori di riferimento
2-27	Conformità a leggi e a regolamenti	Sostenibilità sociale - Stato, Enti locali e Pubblica amministrazione
Stakeholder engagement		
2-29	Modalità di coinvolgimento degli stakeholder	Sostenibilità sociale - Clienti
2-30	Accordi di contrattazione collettiva	Il capitale Umano - Selezione ed Onboarding
GRI 3: Temi materiali		
3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	Analisi di materialità
3-2	Elenco dei temi materiali	Analisi di materialità
3-3	Gestione dei temi materiali	Analisi di materialità Analisi dei rischi

GRI 200: Economico**GRI 201: Performance economiche**

201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	Prospetti di determinazione e ripartizione del Valore Aggiunto
201-2	Implicazioni finanziarie e altri rischi e opportunità dovuti al cambiamento climatico	Analisi dei rischi

GRI 204: Pratiche di approvvigionamento

204-1	Proporzione di spesa verso fornitori locali	Sostenibilità sociale - fornitori
-------	---	-----------------------------------

GRI 205: Anticorruzione

205-1	Operazioni valutate per i rischi legati alla corruzione	Governance aziendale - Etica e valori di riferimento
205-2	Comunicazione e formazione in materia di politiche e procedure anticorruzione	Governance aziendale - Etica e valori di riferimento

GRI 207: Imposte

207-1	Approccio alla fiscalità	Analisi dei rischi Sostenibilità sociale - Stato, enti locali e P.A.
207-2	Governance fiscale, controllo e gestione del rischio	Analisi dei rischi

GRI 300: Ambientale**GRI 302: Energia**

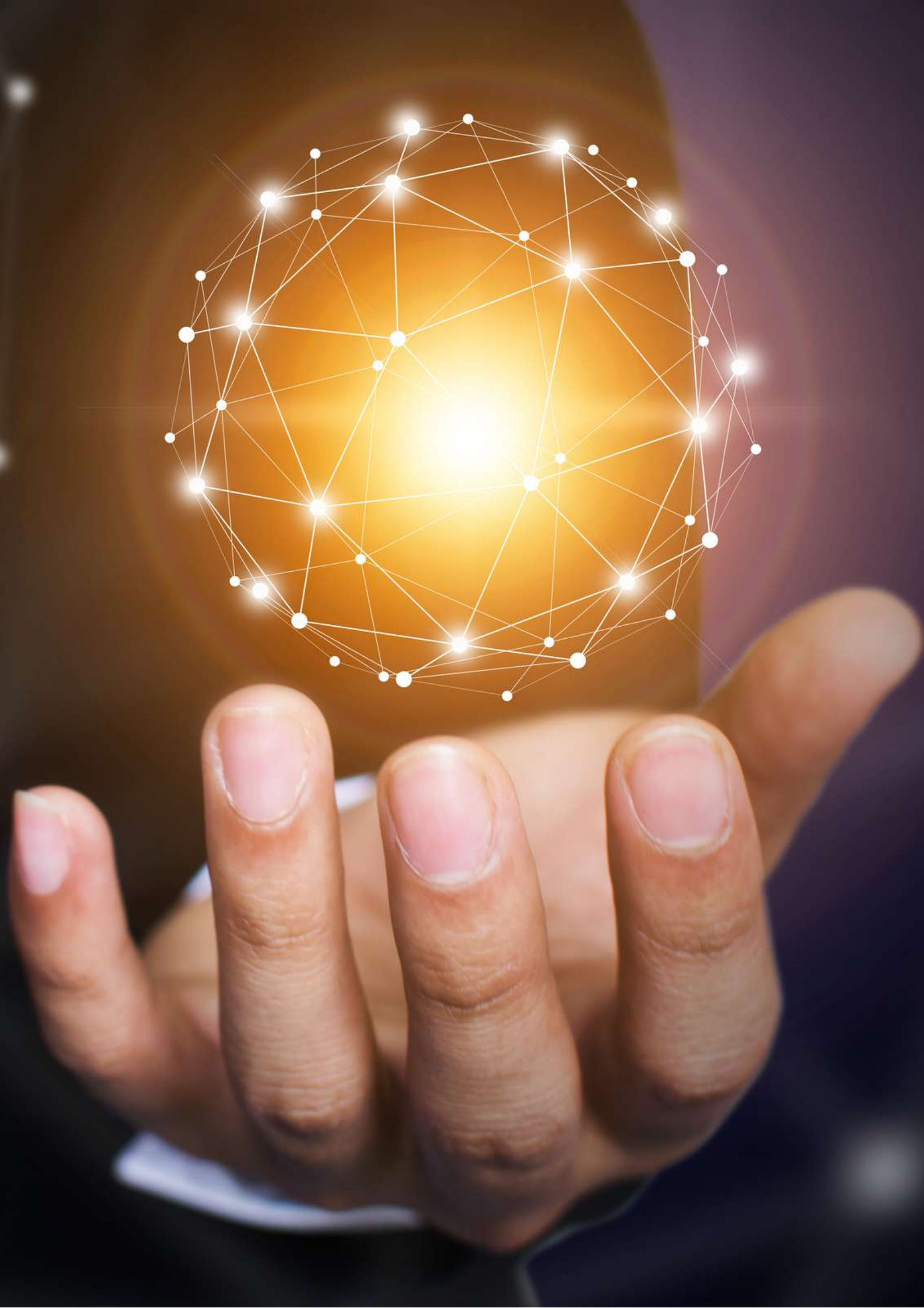
302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	Sostenibilità ambientale - Consumi energetici ed idrici
-------	---	---

GRI 303: Acqua e scarichi idrici (2018)

303-5	Consumo di acqua	Sostenibilità ambientale - Consumi energetici ed idrici
-------	------------------	---

GRI 305: Emissioni		
305-1	Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	Sostenibilità ambientale - Emissioni di Co2
305-2	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	Sostenibilità ambientale - Emissioni di Co2
GRI 400: Sociale		
GRI 401: Occupazione		
401-1	Nuove assunzioni e turnover	Il capitale umano - Composizione del personale
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro (2018)		
403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Il Capitale umano - Salute e sicurezza
403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	Analisi dei rischi
403-3	Servizi di medicina del lavoro	Il Capitale umano - Salute e sicurezza
403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	Il Capitale umano - Salute e sicurezza
403-8	Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Il Capitale umano - Salute e sicurezza
403-9	Infortuni sul lavoro	Obiettivi di miglioramento
GRI 404: Formazione e istruzione (2016)		
404-1	Ore medie di formazione annua per dipendente	Il Capitale Umano - Formazione e sviluppo delle competenze
404-2	Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione	Il Capitale Umano - Formazione e sviluppo delle competenze
404-3	Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale	Il Capitale Umano - Formazione e sviluppo delle competenze

GRI 405: Diversità e pari opportunità		
405-1	Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	Il Capitale Umano
GRI 406: Non discriminazione		
406-1	Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	Il Capitale Umano - Il valore della diversità e dell'Inclusione
GRI 410: Pratiche di sicurezza		
410-1	Personale addetto alla sicurezza formato sulle politiche o procedure riguardanti i diritti umani	Il Capitale Umano - Salute e sicurezza
GRI 413: Comunità locali		
413-1	Attività per prevedono il coinvolgimento delle comunità locali, valutazioni d'impatto e programmi di sviluppo	Sostenibilità sociale - Comunità locali
GRI 414: Valutazione sociale dei fornitori		
414-1	Nuovi fornitori che sono stati sottoposti a valutazione attraverso l'utilizzo di criteri sociali	Sostenibilità sociale - Fornitori
GRI 418: Privacy dei clienti		
418-1	Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	Analisi dei rischi



Hanno partecipato alla redazione del presente documento e si ringraziano: i soci e gli amministratori di Sintra Gianni Bianchi, Michele Barbagli ed Angiolino Frontani.

L'ufficio amministrazione, finanza e controllo nelle persone di Alessio Amerighi, Elena Biliorsi, Jessica Caneschi ed Angela Dierna.

L'ufficio Marketing nelle persone di Elena Navini, Fedora d'Anzeo ed Emanuele Sambucini.

Grazie ai team R&S ed HR di Sintra per i contributi relativi alle attività di innovazione, ricerca e sviluppo, e gestione del capitale umano.

Si ringraziano inoltre tutti gli stakeholders coinvolti nell'analisi di materialità. Un particolare ringraziamento a Jessica Finocchi, per il suo decisivo contributo nella progettazione e nella redazione complessiva del documento.



**“Il nostro passato, il nostro
presente, e qualsiasi frammento
rimanga del nostro futuro,
dipende da ciò che facciamo
adesso”**

Sylvia Earle



sintra

+39 0575 383429
amministrazione@sintra.eu
www.sintra.eu