

Report di sostenibilità 2024



Professional Link Srl

Report di sostenibilità 2024

“Tutte le fotografie presenti in questo report raffigurano ambienti, opere e installazioni realmente presenti nella sede di Professional Link e sono state scattate internamente.”

Sommario

Lettera agli stakeholder dell’amministratore

1. “Connections beyond connectivity”: la nostra identità

- 1.1 Le nostre origini: una storia di visione e responsabilità
- 1.2 Identità aziendale
- 1.3 Vision
- 1.4 I nostri valori aziendali
- 1.5 La nostra idea di innovazione
- 1.6 Mission
- 1.7 Obiettivi strategici

2. La classificazione degli stakeholder

- 2.1 Metodologia di mappatura e classificazione degli stakeholder
- 2.2 Stakeholder primari
- 2.3 Stakeholder secondari
- 2.4 La mappa degli stakeholder

3. Analisi delle istanze degli stakeholder

- 3.1 Il coinvolgimento
- 3.2 Metodologia
- 3.3 Analisi di materialità

4. Umanità e governance

- 4.1 La nascita dell'umanità
- 4.2 Il senso dell'umanità
- 4.3 Innovare la tecnologia grazie alle persone: la nostra visione di umanità
- 4.4 Un modello organizzativo che valorizza le persone
- 4.5 Iniziative per la diffusione dei valori
- 4.6 L'umanità: leva strategica emodello di gestione dell'impresa
- 4.7 Tagli di letturta per il concetto di “umanità in azienda”

5. Arte e impresa: un incontro necessario

- 5.1 Immaginare futuri possibili
- 5.2 Cultura: un investimento strategico e una responsabilità
- 5.3 Le iniziative artistiche promosse da Professional Link
- 5.4 Sponsorizzazioni culturali per diffondere bellezza
- 5.5 Arte e giovani: costruire un futuro possibile

6. Innovazione organizzativa con il Progetto Eulero

- 6.1 Una nuova concezione di organizzazione, a partire dalle persone
- 6.2 L'evento AnthroDay: l'antropologia in relazione con il business
- 6.3 Una cultura organizzativa orientata al futuro
- 6.4 Il modello organizzativo di PLINK è oggetto di ricerche accademiche
- 6.5 Il progetto Eulero è un “modello non modello”

7. Prodotti e servizi

- 7.1 Le nostre soluzioni per le aziende
- 7.2 Il nostro approccio ai servizi

8. Persone

- 8.1 La carta di identità di PLINK
- 8.2 La valorizzazione delle persone
- 8.3 Il senso nel lavoro
- 8.4 La formazione: costruire competenze, cultura e umanità
- 8.5 La partecipazione alla vita dell'impresa

9. Impatto sociale

- 9.1 L'impatto sociale di PLINK: benessere diffuso e umanità operativa
- 9.2 L'approccio territoriale
- 9.3 La reputazione di PLINK: risultati dell'indagine 2024

10. Impatto ambientale

- 10.1 L'impatto ambientale nel settore delle telecomunicazioni
- 10.2 L'impatto ambientale di PLINK.

11. La sostenibilità di PLINK

- 11.1 La percezione della sostenibilità
- 11.2 Gli SDG ai quali PLINK guarda

12. Sustainable Development Goals

- 12.1 L'impegno di PLINK per lo sviluppo sostenibile
- 12.2 Modello di misurazione della coerenza di PLINK nei confronti degli SDG
- 12.3 Progetti e impegni per il futuro

13. I KPI di PLINK

Descrizione e copertura

14. La dimensione economica

- 14.1 Sintesi del Bilancio d'Esercizio 2024
- 14.2 Relazione di gestione 2024
- 14.3 Ripartizione del valore aggiunto

Nota metodologica

Credits



Lettera dell'amministratore

**Qual è lo scopo della vita se non essere felici?
Possiamo pensare che il lavoro, che tanto spazio occupa nella nostra vita, possa concorrere
almeno in parte a costruire la nostra felicità?**

E' rispondendo a queste domande che in azienda proviamo a far sì che il lavoro non sia solo accogliente, ma anche rigenerante: favorendo relazioni umane sincere e positive, crescendo in una comunità fondata sul significato e su valori ben definiti, alimentando un nuovo umanesimo basato sull'arte e la cultura, ma anche fornendo uno spazio di lavoro dotato delle più avanzate tecnologie per il benessere

Siamo convinti che sia necessario, oggi più che mai, immaginare modelli organizzativi di impresa che, pur perseguendo e garantendo gli indici di performance finanziaria, sappiano creare spazi di crescita umana, aprire nuovi orizzonti culturali e solo partendo da questi generare crescita economica, come naturale conseguenza.

Nel perseguire con tenacia i nostri ideali, nel rispetto dei nostri valori fondativi (intuito, passione, impegno, collaborazione, cultura e sostenibilità) abbiamo dato vita una comunità che cammina coesa verso un obiettivo comune. Una comunità capace di fare vera innovazione sfruttando i vantaggi delle più avanzate tecnologie di telecomunicazione per creare soluzioni che aiutino le persone a vivere meglio, mantenendo sempre i più elevati livelli di servizio, nonostante le mutevoli condizioni del mercato e l'incalzante ritmo di rinnovamento tecnologico che pervade i nostri tempi.

Giungiamo oggi alla pubblicazione di questo report dopo un lungo periodo di studio e riflessione trascorso cercando di capire come sia necessario oggi superare il concetto di “cura della persona” per concentrarsi invece sul più alto valore dell'umanità spesa in azienda, sul valore del tempo consumato tra le pareti, materiali e immateriali, del lavoro e di come far sì che questo bene prezioso, il più prezioso che abbiamo, possa essere utilizzato non solo per la nostra crescita professionale ed economica, ma anche, e soprattutto, per quella spirituale.

Questo report non è un rendiconto. E' una testimonianza di come l'impresa oggi possa essere un laboratorio di futuro, dove tecnologia, umanità e cultura possono diventare terreno fertile per la realizzazione di un mondo più vero, più giusto, più sostenibile. Il report è un punto di arrivo, ma anche una nuova partenza. Desideriamo proseguire con tenacia e perseveranza nella creazione di un modello di impresa sempre più sostenibile, in grado cioè di garantire crescita economica e umana in egual misura, nella convinzione che quest'ultima sia il vero motore di crescita.

Siamo consapevoli che agendo insieme, per raggiungere obiettivi condivisi, possiamo realizzare, insieme, il bene comune dal quale deriva anche il bene proprio.

In tutti questi anni, trascorsi costruendo attorno alle persone una esperienza condivisa e condivisibile, la parola “insieme” mi è risuonata sempre come lo strumento più potente per realizzare obiettivi concreti: arrivare “insieme” agli altri, e condividere infine con loro il risultato, è il traguardo più gratificante che questa esperienza abbia potuto donarmi.

Sento nel profondo il bisogno di ringraziare le persone che hanno creduto in questa azienda nei suoi inizi difficili e chi, negli anni della crescita, l'ha sostenuta con dedizione e fedeltà affrontando sfide spesso davvero impegnative.

A loro dedico questo primo report, esempio concreto di come una nuova cultura di impresa sia oggi possibile.

Andrea Ferlin

Capitolo 1

“Connections beyond connectivity” la nostra identità

- 1.1 Le nostre origini: una storia di visione e responsabilità
- 1.2 Identità aziendale
- 1.3 Vision
- 1.4 I nostri valori aziendali
- 1.5 La nostra idea di innovazione
- 1.6 Mission
- 1.7 Obiettivi strategici



“Connections beyond connectivity” la nostra identità

Professional Link costruisce relazioni che hanno al centro una precisa idea di umanità e connettività, la più antica e la più complessa: quella dello scambio reciproco.

Professional Link fornisce soluzioni TelCo (telecomunicazioni) gestite, affidabili e personalizzate, ma questo non è il nostro solo obiettivo. Noi vogliamo connettere le persone, facilitando il loro incontro e la loro relazione attraverso la migliore tecnologia possibile. In questo modo, generiamo valore sociale e intellettuale anche a beneficio del business. Stabilire connessioni infatti è molto più che installare cavi, si tratta di facilitare i rapporti umani, mettere a disposizione servizi che incoraggino relazioni costruttive, che generino legami e contaminazioni di saperi, esperienze, storie e modelli ideali.

Per questo, abbiamo impostato la nostra ricerca verso il concetto di **“Connections beyond connectivity”**: guidiamo il cliente nella creazione di relazioni per mezzo della connessione tecnologica, umanizzando l’incontro tra umano e digitale.

Vogliamo andare oltre (**“beyond”**), vogliamo arricchire l’esperienza di connessione dell’utente facilitando le relazioni tra persone; lo scopo è creare valore umano, oltre che progresso tecnologico.

La connettività, l’integrazione di servizi e le soluzioni tecnologiche che proponiamo sono un mezzo per generare relazioni umane attraverso le connessioni digitali. Questa consapevolezza indirizza il nostro operare oltre il mero compito fisico (che mantiene comunque l’obbligo dell’eccellenza) e ci porta ad arricchire il nostro lavoro quotidiano di valori intangibili.

*La tecnologia abilita le relazioni tra le persone.
Per noi, la creazione del contatto tecnologico rappresenta l’inizio del confronto umano.*



1.1 LE NOSTRE ORIGINI: UNA STORIA DI VISIONE E RESPONSABILITÀ

- 1998

Professional Link nasce nel 1998 a Cernusate, a metà strada tra Como e Milano, come realtà imprenditoriale attenta alle evoluzioni del settore delle telecomunicazioni, allora ancora in fase embrionale. I primi anni sono stati segnati da un’intensa attività di sperimentazione: l’azienda operava come rivenditore di linee Internet, centralini e servizi di fax virtuale, muovendosi in un mercato ricco di opportunità ma ancora poco strutturato.

In quella fase iniziale, ogni componente del team contribuiva in modo trasversale alle attività aziendali. L’assenza di una rigida suddivisione dei ruoli rifletteva lo spirito di adattabilità e dedizione che ancora oggi ci contraddistingue. Si imparava sul campo, affrontando i rischi e le incertezze con tanto entusiasmo e grande determinazione.
- 2000

L’inizio degli anni duemila ha rappresentato un momento cruciale per l’azienda: si è trattato di un periodo di crescita e maturazione, in cui la già naturale propensione all’autoformazione ha preparato il terreno a un’evoluzione significativa.
- 2008

Professional Link ha infatti compiuto un importante salto di qualità, ottenendo l’autorizzazione generale per la fornitura di reti e servizi di fonia su tutto il territorio nazionale, passando così dall’essere un semplice rivenditore a vero e proprio operatore di telecomunicazioni.

Questo traguardo ha segnato l’inizio di una nuova fase di sviluppo. L’azienda ha investito nella creazione delle proprie linee Internet, è entrata nel mercato del VoIP (Voice over Internet Protocol) e ha registrato ufficialmente il proprio marchio. Parallelamente, è cresciuta sia in termini di personale sia di clienti, espandendo anche il proprio portafoglio di servizi. L’evoluzione di Professional Link è proseguita con il trasferimento in una nuova sede: uno spazio architettonico all’avanguardia, progettato nel rispetto dell’ambiente e orientato al benessere fisico e mentale delle persone che ci lavorano.

Il progresso di Professional Link è stimolato e guidato da arte e tecnologia, che consideriamo come i più potenti driver evolutivi.

In linea con la nostra filosofia, ogni collaboratore ha assunto fin da subito un ruolo attivo e di responsabilità nel percorso di crescita aziendale, condividendo le frustrazioni ma soprattutto i successi.

- 2022

Nel 2022, Professional Link è entrata nel capitale sociale di ICONA Srl, realtà fondata a Ivrea con l’obiettivo di riportare alla luce e valorizzare l’eredità culturale, sociale e imprenditoriale di Camillo e Adriano Olivetti. Si è trattato di una scelta coerente con la nostra visione d’impresa, orientata all’innovazione gestita in modo socialmente responsabile oltre che profittevole.
- 2023

Nel 2023 Professional Link ha formalizzato il Progetto Eulero, un modello di organizzazione interna non gerarchico, flessibile e scalabile, fondato su centri di competenza interconnessi. Abbiamo sviluppato questo sistema dinamico per valorizzare il contributo individuale di ciascun collaboratore, favorire la cooperazione e promuovere la crescita professionale di tutti.

Il nostro punto di forza è l’approccio creativo ai problemi: mettiamo in atto una vera e propria arte dell’innovazione facendoci guidare da passione e intuito. Questo permette la personalizzazione delle soluzioni offerte, le quali sono progettate e implementate in base alle esigenze del singolo cliente.

- Oggi

Oggi, la nostra missione è chiara: accompagnare le imprese nel loro percorso di trasformazione digitale con professionalità, senso di responsabilità e un’attenzione costante alla dimensione umana delle relazioni che si andranno a generare.

1.2 IDENTITÀ AZIENDALE

Siamo un operatore di telecomunicazioni B2B, titolare di licenza nazionale per la fornitura di sistemi integrati di fonia, dati e cloud. Operiamo attraverso un’infrastruttura tecnologica distribuita su più nodi, in Italia e all'estero, che ci consente di offrire soluzioni affidabili e scalabili alle aziende nostre clienti.

Il nostro obiettivo è connettere le persone, facilitando il loro incontro e la collaborazione attraverso soluzioni progettate su misura per ciascuna realtà. In questo modo, generiamo valore non solo tecnologico, ma anche sociale e culturale.

Affrontiamo le sfide che la tecnologia ci pone davanti ogni giorno con uno sguardo creativo e con l'intuito che deriva dall'esperienza. Questo approccio ci permette di personalizzare ogni intervento, realizzando soluzioni costruite attorno alle reali esigenze del cliente.

I nostri caratteri distintivi sono:

- Saper rendere semplice ciò che è complesso, anche nei contesti più articolati
- La valorizzazione delle persone come risorsa strategica
- Saper comunicare con trasparenza e chiarezza, in ogni fase del progetto
- Mantenere standard qualitativi elevati e coerenti nel tempo

Mettiamo il valore dell’umanità al centro del nostro lavoro, convinti che la tecnologia debba essere non un fine, bensì un mezzo per migliorare la qualità del lavoro e della vita.

1.3 VISION

La tecnologia conquista nuovi traguardi ad un ritmo sempre più incalzante e ci pone ogni giorno davanti a nuove sfide. In uno scenario così mutevole, le aziende necessitano di soluzioni agili, solide, semplici e intelligenti, in grado di adattarsi al contesto. Questo per avere non solo la tecnologia migliore, ma anche la più veloce, affidabile, scalabile e reattiva al guasto.

Professional Link è un ecosistema basato su una solida infrastruttura umana e tecnologica creata per dare risposte a queste sfide; la nostra gamma di servizi è infatti orientata verso un processo di umanizzazione oltre che di digitalizzazione.



1.4 I NOSTRI VALORI AZIENDALI

I nostri valori non sono solo parole, bensì comportamenti e modi di agire che rappresentano l’identità di Professional Link. Di seguito illustriamo i valori che ci guidano nel nostro lavoro e dirigono il nostro approccio quotidiano.

Intuito

L'intuito, in PLINK, è la capacità di espandere la nostra intelligenza oltre i confini del ragionamento logico. Nella nostra azienda è importante saper valutare con prontezza ogni situazione, per questo valorizziamo la capacità di trovare soluzioni ai problemi più complessi anche tramite questo valore.

Passione

Grazie alla passione di ognuno di noi nascono le soluzioni più innovative. Per favorire quindi lo sviluppo di questo valore, ogni giorno alimentiamo il senso di appartenenza all’azienda e la motivazione intorno agli obiettivi comuni.

Impegno

Crediamo in quello che facciamo e ci appassioniamo non solo al raggiungimento, ma anche al superamento degli obiettivi

Collaborazione

Quando i colleghi condividono le conoscenze e sono disposti ad ascoltare i suggerimenti, si crea un ambiente in cui la risoluzione rapida dei problemi diventa la norma. Tutti noi, ad ogni livello, collaboriamo in modo costruttivo condividendo idee e sviluppando capacità per raggiungere obiettivi comuni.

Cultura

Esponiamo i nostri lavoratori a diverse forme di espressione artistica. Questo stimola la creatività, incoraggiando l’ideazione di soluzioni innovative per affrontare le richieste del settore TelCo.

Sostenibilità sociale

Siamo consapevoli dell’impatto del nostro lavoro sui colleghi, sull’organizzazione e sul nostro territorio. Promuoviamo quindi la responsabilità sociale d’impresa (CSR) per contribuire positivamente al benessere della collettività che ci circonda.

Questi valori non sono dichiarazioni astratte, ma prassi quotidiana: guidano il nostro modo di fare impresa, di progettare, di relazionarci. Essi sono infatti alimentati ogni giorno dal contributo attivo dei membri del nostro team.



1.5 LA NOSTRA IDEA DI INNOVAZIONE

Innovare non significa solo introdurre nuove tecnologie. Noi vogliamo ripensare il ruolo dell’impresa nella società e considerarla un’opera collettiva, ispirata all’arte non come una semplice metafora, ma come pratica quotidiana capace di ispirare, generare significato, immaginare i futuri possibili e agire per l’affermazione di quelli desiderabili.

Per PLINK la tecnologia è uno strumento abilitante e mai un fine, di conseguenza, per noi l’innovazione è un equilibrio tra l’avanzamento tecnico e la valorizzazione del senso di umanità. Questa è la cifra distintiva del nostro approccio.

1.6 MISSION

Noi crediamo sia possibile trasformare la complessità in semplicità grazie al valore delle persone che compongono la nostra squadra e alla qualità dei nostri servizi.

Ci preoccupiamo di fornire le soluzioni tecnologiche e di gestirle, lasciando i clienti liberi di concentrarsi sulle attività che generano valore per il loro business; il tutto con la massima trasparenza e una comunicazione chiara. Queste caratteristiche sono la base per la costruzione di una solida relazione umana con chi sceglie di affidarsi a noi. Vogliamo infatti generare valore umano oltre che tecnologico, costruendo relazioni significative.

Le nostre soluzioni vogliono abilitare il potenziale della relazione tra essere umano e tecnologia.

1.7 OBIETTIVI STRATEGICI

Per il prossimo biennio, il nostro percorso di crescita si articola su più fronti:

- Rafforzare la presenza sul mercato globale
- Sviluppare progetti tecnologici di vera innovazione
- Incrementare l’attrattività dell’offerta mediante nuove soluzioni
- Ampliare le collaborazioni con gli operatori, nuovi partner commerciali ed enti istituzionali

Parallelamente, siamo impegnati nella tutela della nostra identità e nella valorizzazione della nostra squadra, tramite la formalizzazione delle best practice e l’incremento di piani di sviluppo e formazione continua.

Il nostro obiettivo più importante, comunque, resta quello di proteggere l’ambiente che, come squadra, abbiamo faticosamente costruito insieme. Intendiamo fare questo formalizzando le buone pratiche già consolidate nell’operatività quotidiana, adottando un piano di crescita delle risorse umane che garantisca la copertura dei ruoli e una formazione continua per tutti.

Capitolo 2

La classificazione degli stakeholder

- 2.1 Metodologia di mappatura e classificazione degli stakeholder
- 2.2 Stakeholder primari
- 2.3 Stakeholder secondari
- 2.4 Mappa degli stakeholder

Per Professional Link, gli stakeholder sono soggetti con cui instaurare relazioni strategiche e umane, essenziali per generare valore condiviso e favorire uno sviluppo sostenibile e duraturo.

La classificazione degli stakeholder

Gli stakeholder sono tutte quelle categorie di soggetti che, partecipando alla vita di Professional Link, direttamente o indirettamente ne influenzano la capacità di raggiungere gli obiettivi ambientali, sociali ed economici. Il livello di influenza degli stakeholder di PLINK è determinato dalla loro rilevanza rispetto alle attività dell'azienda.

Nel 2024, gli stakeholder di Professional Link sono stati mappati e classificati tramite l'analisi della percezione che la popolazione aziendale aveva di essi. Nei prossimi anni il coinvolgimento degli stakeholder sarà analizzato anche da altre categorie.

2.1 METODOLOGIA DI MAPPATURA E CLASSIFICAZIONE DEGLI STAKEHOLDER

- Le fasi della mappatura e della classificazione sono state le seguenti:
1. Costituzione del gruppo di lavoro
 2. Identificazione delle sottocategorie di stakeholder. A titolo esemplificativo, le banche sono una sottocategoria di istituzioni finanziarie
 3. Stima dell'impatto di ogni sottocategoria sull'attività di Professional Link
 4. Raggruppamento delle sottocategorie di stakeholder in categorie generali
 5. Calcolo dell'impatto stimato di categoria
 6. Costruzione di una mappa che fosse il coerente possibile con i risultati dell'impatto

2.2 STAKEHOLDER PRIMARI

Gli stakeholder primari sono soggetti o gruppi di soggetti senza la cui partecipazione PLINK non può raggiungere i propri obiettivi economici, sociali e ambientali.

Primari interni Soggetti che agiscono all'interno di PLINK contribuendo direttamente al perseguimento della missione dell'azienda.	<ul style="list-style-type: none">• Amministratore• Collaboratori• Tutte le funzioni e i reparti aziendali
Partner strategici Soggetti esterni a PLINK che collaborano con l'azienda nelle attività innovative e strategiche come se fossero stakeholder interni.	<ul style="list-style-type: none">• Scuole e università
Primari esterni Soggetti esterni a PLINK che influenzeranno la capacità dell'azienda di portare a termine la propria missione	<ul style="list-style-type: none">• Fornitori• Clienti• Giornalisti• Comunità locale• Istituzioni• Artisti• Gallerie

2.3 STAKEHOLDER SECONDARI

Gli stakeholder secondari sono soggetti o gruppi di soggetti che possono influenzare PLINK e che potrebbero condizionarne la capacità di raggiungere gli obiettivi di business.

Influenzatori Tutti coloro che veicolano la missione dell'azienda attraverso i mezzi di informazione e che, a loro volta, possono influenzare la percezione dei portatori di interesse di PLINK	<ul style="list-style-type: none">• Opinion leader• Opinione pubblica
Istituzioni Istituzioni pubbliche nazionali e locali, organi ed enti con i quali PLINK interagisce nell'esercizio delle sue attività, che possono contribuire al raggiungimento degli obiettivi aziendali.	<ul style="list-style-type: none">• Amministrazioni pubbliche regionali o comunali• Parlamento e commissioni parlamentari• Ministeri
Rete di relazioni Associazioni con le quali PLINK interagisce e collabora a livello locale e nazionale, che affrontano temi rispetto ai quali PLINK è un attore di riferimento.	<ul style="list-style-type: none">• Associazioni di categoria• Associazioni territoriali• Associazioni socioassistenziali.

Le authority e gli azionisti sono gli stakeholder che possono generare il maggiore impatto sull'attività di PLINK. Questo, proprio per la natura decisiva del loro eventuale intervento. Tutte le categorie di stakeholder che generano valore economico e sociale (le funzioni aziendali, i clienti, i fornitori, i collaboratori e i partner) hanno, secondo i lavoratori di PLINK, un impatto superiore alla media.

Ciò a testimoniare la consapevolezza interna del loro reale contributo.

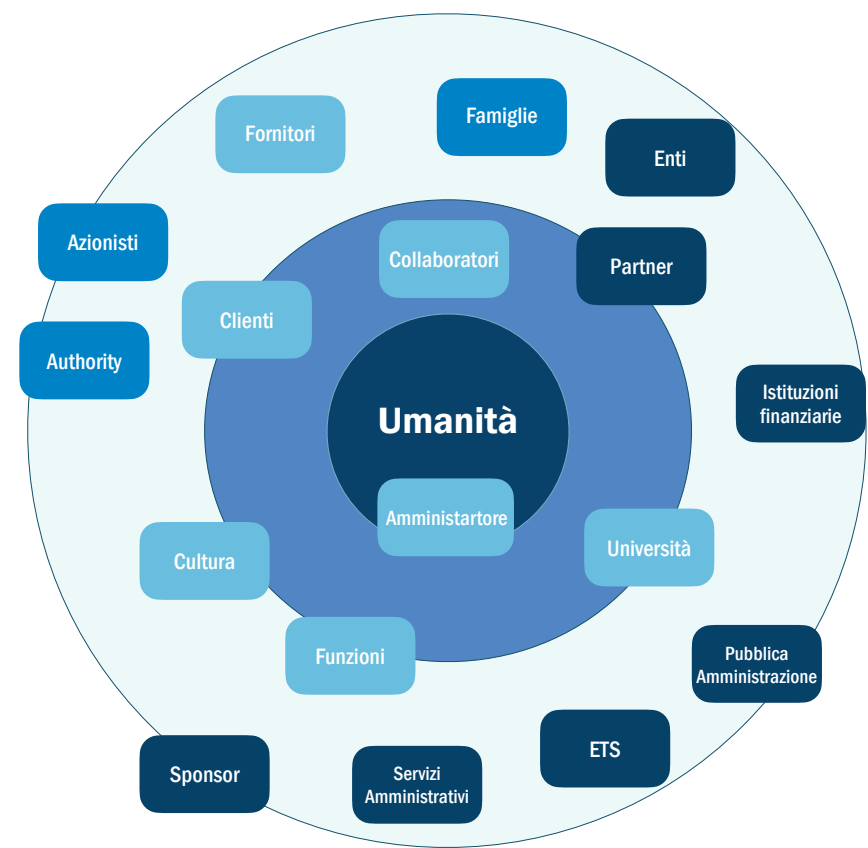
“Cultura” è la categoria di stakeholder che comprende il sistema “arte”, composto da galleristi e artisti. La valutazione superiore alla media (seppur di poco) conferma la funzione strategica dell'arte e della cultura nella strategia di Professional Link (si veda il capitolo 5).

Una categoria di stakeholder “non convenzionale” è composta dalle famiglie delle persone che lavorano in PLINK, le quali giocano un ruolo importante nell'influenzarne la felicità. La famiglia è il luogo dove le persone di PLINK riversano il risultato della loro giornata lavorativa: il bagaglio di emozioni provate ed esperienze vissute che, se positive, contribuiscono a trasmettere felicità anche nei contesti domestici.

“Portare a casa” la felicità maturata in ufficio la accresce, contribuendo al benessere mentale non solo del lavoratore ma anche di chi gli sta accanto.

Gruppo	Impatto
Authority	5,00
Azionisti	5,00
Funzione	4,60
Clienti	4,50
Fornitori	4,50
Collaboratori	3,70
Partner	3,60
Cultura	3,50
MEDIA	3,37
Enti	3,00
ETS	3,00
Famiglie	3,00
Istituzioni finanziarie	2,50
Università	2,50
Servizi amministrativi	2,00
Sponsor	2,00
Pubblica amministrazione	1,50

2.4 LA MAPPA DEGLI STAKEHOLDER



Legenda

- Stakeholder primari
- Stakeholder secondari
- Stakeholder istituzionali

Questa mappa rappresenta le categorie di stakeholder rispetto alla loro relazione con l'impresa. L'aspetto innovativo della mappa risiede nel nucleo centrale, dove l'amministratore unico (elemento tangibile) è presente insieme all'umanità (elemento intangibile). In questo contesto, l'amministratore unico assume un ruolo strategico da "garante" dell'umanità come modello di gestione (si veda a questo proposito il capitolo 4), ruolo che gli è effettivamente riconosciuto dai lavoratori di Professional Link.



Capitolo 3

Analisi delle istanze degli stakeholder

- 3.1 Il coinvolgimento
- 3.2 Metodologia
- 3.3 Analisi di materialità

Coinvolgere gli stakeholder diventa un atto di responsabilità condivisa, un'occasione per far emergere visioni e aspettative, e soprattutto misurare la nostra capacità di dare loro risposta.

Analisi delle istanze degli stakeholder

3.1 IL COINVOLGIMENTO

“L’ascolto” è uno dei valori sui quali è stata fondata Professional Link. Esso è una delle condizioni imprescindibili non solo per fare business dando la massima importanza a ogni interlocutore, ma anche per coinvolgere gli stakeholder nell’operatività dell’azienda.

Fin dalla sua costituzione PLINK ha, infatti, coinvolto i propri portatori di interesse nelle decisioni strategico-operative. Questa attività è stata eseguita in modo destrutturato attraverso incontri informali o survey, ma nel 2024 abbiamo creato un sistema nel quale convergono tutte le attività di coinvolgimento in un approccio che vede gli stakeholder sempre più coinvolti. In questo contesto, abbiamo realizzato la prima indagine completa sulla percezione che le persone hanno di PLINK.

Abbiamo avviato, quindi, quella che si può definire la prima fase di un processo di coinvolgimento studiato per crescere nel tempo. Dal punto di vista dell’accountability, abbiamo focalizzato la nostra attenzione sulla emersione e misurazione delle istanze e la realizzazione della matrice di materialità.

L’analisi materialità è stata condotta con questi obiettivi:

- Identificare i temi rilevanti per gli stakeholder e per l’organizzazione
- Misurare la capacità di PLINK di rispondere all’istanza

Abbiamo scelto di adottare questo approccio perché consente di individuare i temi materiali e contestualmente anche di rilevare l’opinione degli stakeholder circa la capacità di PLINK di gestire le tematiche rilevanti.

L’impostazione supera il limite della tradizionale matrice di materialità definita dalle entrate “rilevante per l’organizzazione” e “rilevante per gli stakeholder”, le quali non tengono in considerazione le azioni di PLINK per rispondere alle aspettative.

3.2 METODOLOGIA

Di seguito illustriamo le principali fasi dell’analisi di materialità

1. Identificazione degli stakeholder
2. Mappare i gruppi di stakeholder rilevanti per l’organizzazione
3. Raccolta delle istanze
4. Classificazione delle istanze in temi chiave
5. Valutazione della rilevanza
6. Valutazione della capacità di risposta di PLINK
7. Creazione della matrice di materialità

Le istanze analizzate coinvolgono i soli stakeholder interni. I risultati raccolti hanno messo in evidenza come l’impatto del progetto di Professional Link sia, in generale, più che positivo.

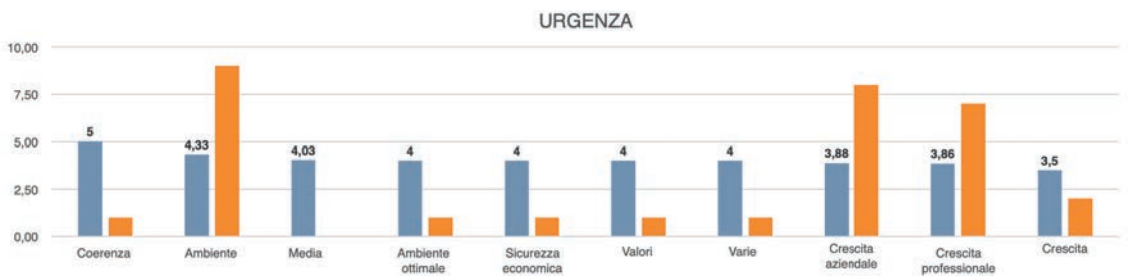


Figura 1: Istanza assoluta, quella con la massima urgenza

Conservare la qualità e la vivibilità dell’ambiente di lavoro è l’istanza più rilevante per i lavoratori di PLINK. Il dato è tanto più significativo se si considerano gli investimenti dell’azienda nel migliorare la qualità di vita e per rendere l’ambiente di lavoro il più confortevole e coinvolgente possibile.

Il concetto di crescita è declinato in tre modalità:

- Crescita aziendale
- Crescita professionale
- Crescita nella sua accezione più generale

Osservando la dinamica tra le tre modalità si può constatare quanto la crescita aziendale sia percepita come più importante rispetto alla crescita professionale dei singoli. Ciò è confermato, indirettamente, dalla accezione più generale di crescita, da considerarsi come una logica conseguenza.

3.3 ANALISI DI MATERIALITÀ

L’analisi di materialità è stata condotta coinvolgendo i soli stakeholder interni. I temi rilevanti sono stati identificati attraverso interviste personali e sono stati misurati attraverso un’indagine interna condotta con un questionario strutturato. La matrice scomposta nei suoi quattro quadranti consente di confrontare le priorità d’azione (rilevanza della tematica) con l’efficienza gestionale (capacità di gestire la tematica). Nello specifico:

- Quadrante alta rilevanza/alta capacità: si riferisce alle tematiche materiali
- Quadrante alta rilevanza/bassa capacità: si riferisce alle tematiche dove possono insorgere dei rischi
- Quadrante bassa rilevanza/ bassa capacità: si può riferire alle tematiche non materiali
- Quadrante bassa rilevanza/alta capacità: si può riferire a tematiche in una fase di monitoraggio e che potrebbero diventare materiali.

L’analisi ha messo in evidenza come tutte le tematiche siano materiali. Infatti, esse si possono collocare nel quarto quadrante: alta rilevanza /capacità di risposta. Volendo sviluppare l’analisi solo del quarto quadrante, le tematiche più rilevanti risultano essere “qualità del servizio” e “miglioramento continuo”, le quali riguardano i processi di erogazione dei servizi e la cultura del progresso. Il tema del “rapporto tra i reparti” e quello della “partecipazione” sono altrettanto rilevanti e gestiti con efficacia. La loro importanza è spiegata dal ruolo decisivo che queste tematiche assumono nella creazione di un ambiente di lavoro collaborativo.

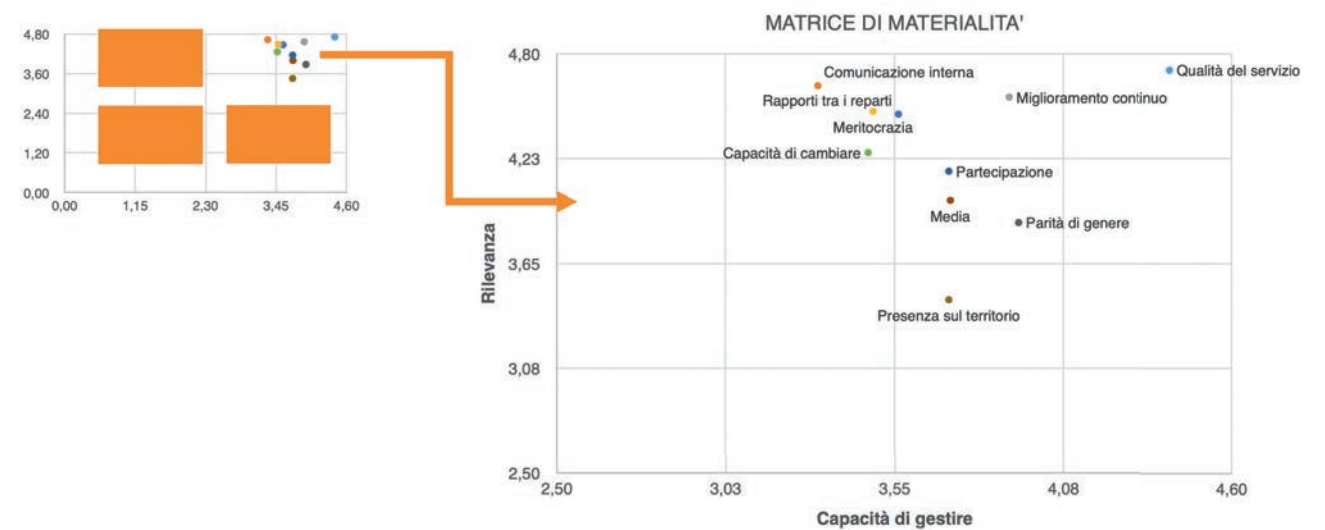


Figura 2: matrice di materialità 2024 PLINK

Capitolo 4

Umanità e governance

- 4.1 La nascita dell'umanità
- 4.2 Il senso dell'umanità
- 4.3 Innovare la tecnologia grazie alle persone: la nostra visione di umanità
- 4.4 Un modello organizzativo che valorizza le persone
- 4.5 Iniziative per la diffusione dei valori
 - Lo spazio di lavoro
 - Le iniziative per i nostri collaboratori
- 4.6 L'umanità: leva strategica e modello di gestione dell'impresa
 - I principi fondativi di un'impresa umana
 - La cultura come tessuto connettivo
 - Progetto Eulero: il modello organizzativo di PLINK
- 4.7 Tagli di lettura per il concetto di “umanità in azienda”

Il vero senso dell'umanità in azienda si manifesta nelle relazioni che vi si costruiscono, nel modo in cui tutti i lavoratori fanno prendersi cura gli uni degli altri.

Umanità e governance

4.1 LA NASCITA DELL'UMANITÀ

Quando parliamo di umanità in azienda, non possiamo dimenticare che ogni organizzazione vive del tempo delle persone che la compongono. Il lavoro è molto più di una funzione produttiva: è una porzione di vita che ciascun individuo sceglie di dedicare all'impresa.

Il tempo, infatti, è il bene più prezioso che abbiamo: non può essere immagazzinato, non può essere accumulato oggi per spenderlo domani, e soprattutto non può essere restituito. Ogni ora trascorsa in azienda è un frammento di esistenza che non ritorna, un pezzo di vita che viene speso e che porta con sé energie, pensieri, desideri, emozioni.

La vera “nascita dell'umanità” in azienda si colloca proprio qui: nel riconoscimento che dietro ogni attività, dietro ogni risultato, c'è il sacrificio di tempo umano, unico e irripetibile. Un'organizzazione che ha coscienza di questo diventa un luogo in cui il lavoro non è più soltanto un mezzo di produzione, ma uno spazio in cui la vita trova senso e dignità. È con questa consapevolezza che l'azienda può iniziare a trasformarsi da semplice sistema economico a comunità che custodisce e valorizza la vita delle persone.

4.2 IL SENSO DELL'UMANITÀ

Riconoscere l'umanità non basta: occorre viverla e praticarla ogni giorno.

Agire con umanità significa andare oltre la mera logica dell'efficienza e della produttività: significa saper guardare le persone nella loro interezza, coglierne i bisogni, comprenderne le difficoltà, accompagnarle nei momenti di crescita così come in quelli di fragilità.

Un'azienda è davvero umana quando riconosce che il lavoro non consuma soltanto tempo, ma anche vita, e sceglie di restituirla in dignità, relazioni e senso. In questo modo, l'impresa diventa non solo un luogo di lavoro, ma anche uno spazio di condivisione, di supporto e di responsabilità collettiva e, in questa prospettiva, parlare di “aziende umane” non significa ridurre il discorso alla sola conciliazione tra vita e lavoro. Non esistono due dimensioni separate: esiste una sola vita, che include il lavoro come una delle sue espressioni più significative. Il compito dell'impresa è rispettare e valorizzare questa vita nella sua totalità, facendo in modo che il tempo speso al suo interno non sia mai tempo perduto, ma sia anzi tempo ben vissuto, che arricchisce le persone e le aiuta a costruire un pezzo della loro felicità.

4.3 INNOVARE LA TECNOLOGIA GRAZIE ALLE PERSONE: LA NOSTRA VISIONE DI UMANITÀ

In PLINK il valore dell'umanità è un principio guida che orienta sia le scelte strategiche sia le pratiche quotidiane.

L'impresa riconosce che la crescita socialmente sostenibile si fonda sul benessere delle persone considerate nella loro interezza: non solo per le competenze tecniche, ma anche per i valori, le attitudini e le motivazioni che portano con sé.

Questo approccio si traduce in un modello di organizzazione interna ispirato alla collaborazione, alla responsabilità diffusa e alla partecipazione attiva. Le strutture gerarchiche tradizionali lasciano quindi spazio a una rete dinamica di relazioni, in cui ogni individuo è chiamato a contribuire in modo consapevole alla costruzione di senso e alla realizzazione degli obiettivi condivisi da tutta la comunità aziendale.

L'umanità non è un concetto astratto, per noi è anzi una risorsa imprescindibile per affrontare le sfide del presente e costruire dei futuri desiderabili.

4.4 UN MODELLO ORGANIZZATIVO CHE VALORIZZA LE PERSONE

All'interno della nostra visione strategica, le persone sono un elemento fondante e irrinunciabile.

La loro valorizzazione infatti non si limita al riconoscimento delle competenze tecniche, ma si estende anche alla promozione dei valori, delle attitudini, delle motivazioni e delle relazioni che ciascun individuo porta con sé. Questo approccio integrato consente di costruire un ambiente di lavoro collaborativo e orientato alla condivisione di chiari obiettivi di crescita.

Nel concreto, il nostro modello organizzativo, denominato Progetto Eulero (si veda per approfondimenti il capitolo 6), si fonda su una struttura dinamica e interconnessa, con logiche non gerarchiche. Tale impostazione favorisce la responsabilità diffusa e la partecipazione attiva, rendendo ogni collaboratore un vero promotore del cambiamento.



4.5 INIZIATIVE PER LA DIFFUSIONE DEI VALORI
Lo spazio di lavoro

In PLINK operiamo affinché il tempo trascorso all'interno dell'azienda abbia lo stesso valore e qualità di quello vissuto al di fuori di essa. Lo facciamo prima di tutto offrendo un luogo di lavoro studiato per il benessere fisico della persona.

L'impianto di illuminazione interna è completamente automatizzato e quindi, grazie a sensori distribuiti nell'ambiente, regola in autonomia la quantità di luce necessaria a mantenere un corretto illuminamento del piano di lavoro. Ma, oltre a questo, il sistema è anche georeferenziato; dunque, è in grado di calcolare gli orari di alba e tramonto durante tutti i giorni dell'anno. In questo modo fornisce una luce gialla al mattino (simile all'alba), vira verso i toni più chiari nell'arco della giornata (luce diurna) e verso i toni rossi del tramonto alla sera, nel rispetto del ciclo circadiano. Questa funzione facilita l'accomodamento della vista alle normali funzioni fisiologiche del nostro organismo, il quale è fortemente influenzato dai ritmi luminosi di alternanza tra notte e giorno, luce e buio. Il rispetto dell'orologio biologico, legato al ritmo circadiano, evita quindi stress prodotti da una luce troppo intensa o con temperature di colore errate.

L'impianto di trattamento aria garantisce un ricambio totale in 36 ore ed è dotato di filtri per il particolato e le polveri sottili. Questo garantisce la presenza di un'aria salubre e costantemente rinnovata. Questo circuito è abbinato ad un secondo impianto per il condizionamento aria per la produzione del caldo in inverno e del fresco in estate. I due impianti sono coordinati e i punti di ripresa collocati in modo da garantire la più efficiente circolazione d'aria evitando ristagni e fenomeni di stratificazione termica. L'ambiente di lavoro è dotato di un avanzato sistema di insonorizzazione progettato grazie alla modellazione acustica del volume degli uffici. Sono state eseguite campagne acustiche con microfoni e sorgenti sonore di controllo per poter procedere e con la messa a dimora di pannelli fonoassorbenti al fine di eliminare, o minimizzare, il riverbero misurato.

La campagna acustica è stata eseguita inizialmente per avere un riscontro oggettivo della dinamica sonora dell'ambiente, ripetuta nel corso dei lavori per evidenziare eventuali criticità, ed eseguita nuovamente a fine lavori per ottenere la certificazione. L'ambiente risulta quindi confortevole nei tre comparti di riferimento per la valutazione della qualità indoor: illuminazione, qualità dell'aria, confort acustico.

Le iniziative per i nostri collaboratori

Nel corso dell'anno promuoviamo poi numerose iniziative volte a rendere tangibili i valori che ci guidano: ogni evento che promuoviamo verso la nostra squadra è infatti dedicato a un valore specifico. Tra questi, un ciclo di esperienze coinvolge attivamente i collaboratori in attività culturali, con l'obiettivo di stimolare la riflessione e il dialogo. Le attività sono realizzate con il contributo di professionisti esterni come artisti, professori universitari, direttori d'orchestra e formatori specializzati a seconda del tema.

4.6 L'UMANITÀ: LEVA STRATEGICA E MODELLO DI GESTIONE DELL'IMPRESA

L'elemento dell'umanità si è diffuso in PLINK con discrezione, ma anche con solidità, tanto che oggi è uno strumento di gestione del team e una leva di vantaggio competitivo. Ciò a dimostrazione che si può generare profitto anche rispettando la dignità delle persone. La squadra di PLINK ha fatto delle valutazioni in merito:

- Il 25% dei rispondenti vede l'umanità come uno strumento di gestione dell'impresa
- Il 21% dei rispondenti vede l'umanità come una leva di vantaggio competitivo

In un'epoca dominata dalla performance e dalla rapida crescita a ogni costo, molte imprese si trovano di fronte a un bivio: continuare a utilizzare modelli organizzativi gerarchici finalizzati solo al profitto, oppure arrischiarsi verso una dimensione più umana ma comunque economicamente sostenibile dell'essere impresa. Gestire una SRL con umanità non significa sacrificare l'efficienza sull'altare dei buoni sentimenti. Al contrario, significa capire che la crescita dell'azienda è il risultato di relazioni sane e una motivazione profonda d parte di chi ci lavora. Questa visione trasformativa può guidare l'impresa verso risultati duraturi, generando valore sia economico sia umano per tutte le persone coinvolte, dentro e fuori dall'organizzazione. Solitamente la governance di una SRL ruota attorno a due poli: l'assemblea dei soci, che detiene il potere decisionale e strategico, e gli amministratori, responsabili della gestione ordinaria. Questo impianto, sebbene efficace da un punto di vista formale, esclude le persone che ogni giorno costruiscono l'impresa con il loro lavoro, le loro idee e la loro competenza. L'adozione di un modello umano-centrico permette di ampliare questa struttura, poiché prevede spazi di partecipazione anche per il team operativo e gli stakeholder, i quali possono contribuire al processo decisionale.



I principi fondativi di un’impresa umana

Il cuore di questo modello risiede in alcuni principi etici e culturali, che diventano criteri guida per ogni decisione:

- **Trasparenza:** la condivisione regolare, da parte della direzione, di informazioni su obiettivi, criticità e risultati non è un favore ai lavoratori, ma un dovere organizzativo per alimentare la fiducia reciproca
- **Partecipazione:** ogni voce è ascoltata, perchè la costruzione collettiva delle scelte aziendali genera senso di appartenenza in chi vi contribuisce
- **Cura:** prendersi cura delle relazioni, dei tempi, degli spazi e del benessere contribuisce alla produttività
- **Corresponsabilità:** l’impresa è un progetto condiviso, perciò ciascuno è parte del suo andamento
- **Sostenibilità:** ogni decisione è valutata non solo in base al margine di profitto, ma anche tenendo in conside razione il suo impatto a lungo termine sulla comunità e sull’ambiente

Affinché questi principi non rimangano parole vuote, è necessario incarnarli attraverso pratiche quotidiane e rituali condivisi.

La cultura come tessuto connettivo

Ogni impresa genera una propria cultura, che lo voglia o meno. Una SRL umano-centrica sceglie di coltivarla consapevolmente, attraverso la messa in pratica di azioni, messaggi, spazi fisici e i suoi simboli identitari.

Nel 2024 abbiamo condotto un’indagine per misurare l’impatto del valore dell’umanità all’interno di Professional Link. L’umanità (intesa come qualcosa su cui riflettere piuttosto che qualcosa da imparare) è stata posta infatti alla base del nostro progetto di sviluppo culturale.

A margine delle risposte sull’umanità in senso stretto, alcuni riscontri dell’indagine hanno messo in evidenza il fatto che l’umanità in PLINK compare nei momenti meno prevedibili.

L’umanità in Professional link è definita da una semplice equazione: la felicità sviluppata all’interno dell’azienda deve avvicinarsi il più possibile a quella che si genera all’esterno di essa.

Nell’analisi svolta, l’umanità è stata indicata ben ventuno volte come un vero e proprio modello di gestione dell’azienda. I rispondenti hanno inoltre indicato nel “rafforzamento dei legami di fiducia” (31%) e nel “consolidamento dello spirito di squadra” le principali aree di impatto dell’umanità. Essa è indicata anche come un fattore rilevante nel generare un clima sereno all’interno dell’azienda (31%).

Progetto Eulero: il modello organizzativo di PLINK

La centralità del valore dell’umanità nell’attività di PLINK ha reso necessario il ricorso a uno strumento di gestione che la valorizzasse al meglio. Per questa ragione, dopo un lungo percorso di riflessione e sperimentazione, è stato formalizzato un modello di crescita coerente sia con gli obiettivi di crescita sia con i valori di Professional Link: il “Progetto Eulero”.

Esso rispecchia una gerarchia dinamica, basata sulla collaborazione tra centri di competenza interconnessi, ed è concepito per essere scalabile.

Il modello favorisce la condivisione delle conoscenze, la partecipazione attiva e il benessere di chi lavora in azienda. Approfondiamo meglio il Progetto Eulero nel capitolo 6 del presente report.

4.7 TAGLI DI LETTURA PER IL CONCETTO DI “UMANITÀ IN AZIENDA”

Filosofia: l’umanesimo come antidoto ai dogmi

L’Umanesimo storico, tra Quattrocento e Rinascimento, ha posto in grande rilievo la dignità e la libertà dell’uomo: Pico della Mirandola, nel suo celebre De hominis dignitate (1486), scriveva “All’uomo fu concesso il privilegio singolare di potersi trasformare in ciò che vuole”.

La capacità di autodeterminarsi si ritrova anche nell’impresa: non esiste un unico modo di essere “umani” in azienda, ogni organizzazione, ogni leader, ogni comunità può trasformare quel concetto secondo la propria visione. L’umanesimo contemporaneo, letto attraverso la lente di filosofi come Martha Nussbaum, sottolinea che la dignità umana non si riduce al benessere materiale: occorre coltivare capacità, libertà interiori, relazioni significative. Questo vale anche per le imprese: non basta fornire benefit, occorre nutrire la crescita delle persone, la loro libertà di esprimersi e il senso di appartenenza.

Psico-sociologia: la pluralità dei contesti

Le organizzazioni, come ha scritto Karl Weick, sono sistemi in cui “l’ambiguità e l’equivocità non sono problemi da eliminare, ma realtà da abitare” (Weick, Sensemaking in Organizations, 1995). Ciò significa che non può esistere un unico modello di umanità e ogni impresa vive le sue tensioni, paradossi e interpretazioni.

La sociologia delle organizzazioni (Crozier, Friedberg, 1977) ci mostra che ogni cultura aziendale è il risultato di equilibri di potere, storie, routine e innovazioni. L’umanità si manifesta quindi in forme differenti: per qualcuno è inclusione, per altri è responsabilità sociale, per altri ancora è creatività o bellezza. Non esiste un’unica strada, ma una rete di percorsi possibili. Ciò che conta è trovare coerenza tra i valori dichiarati e le pratiche quotidiane.

Management: leadership situazionale e adattiva

Il management del XX secolo ha cercato la standardizzazione. Frederick Taylor, con l’organizzazione scientifica del lavoro, inseguiva la logica della misurazione e della replicabilità, ed Henry Ford ha portato all’estremo questo paradigma con la catena di montaggio. Ma già a metà Novecento, Peter Drucker ammoniva: “La cultura mangia la strategia a colazione”. Significa che nessuna ricetta funziona se non incontra la cultura viva delle persone. Da allora, la teoria manageriale si è spostata verso l’idea di leadership situazionale (Hersey e Blanchard, 1969), secondo la quale non esiste uno stile di leadership valido sempre, ma occorre adattarlo a persone e circostanze. Analogamente, l’umanità in azienda richiede un approccio adattivo che consiste nel saper ascoltare, comprendere e rispondere con sensibilità.

L’antropologia culturale ci ricorda che ogni cultura è un sistema aperto. Clifford Geertz definiva la cultura come “un insieme di trame di significato in cui gli uomini sono sospesi” (The Interpretation of Cultures, 1973). Non ci sono modelli rigidi, ma reti di significati condivisi e continuamente reinterpretati. Applicato all’impresa, questo significa che l’umanità aziendale è una costellazione di pratiche quotidiane, rituali, linguaggi e simboli. In alcune aziende si manifesta con la cura dei dettagli estetici, in altre con la centralità del territorio, in altre con nuove forme organizzative.

Capitolo 5

Arte e impresa: un incontro necessario

5.1 Immaginare futuri possibili

5.2 Cultura: un investimento strategico e una responsabilità

5.3 Le iniziative artistiche promosse da Professional Link

Live performance di Afran: arte come esperienza irripetibile

Team building presso il parco Rossini Art Site

La disciplina attraverso la musica: workshop con Giorgio Fabbri

5.4 Sponsorizzazioni culturali per diffondere bellezza

5.5 Arte e giovani: costruire un futuro possibile

*Crediamo in una tecnologia che sia al servizio delle persone e del loro benessere.
Per questo investiamo in arte e cultura, strumenti capaci di nutrire il pensiero critico e la creatività*

Arte e impresa: un incontro necessario

In Professional Link crediamo che l'impresa abbia un ruolo attivo nel costruire un futuro in cui la tecnologia non sia mai fine a sé stessa, ma strumento per migliorare la qualità della vita delle persone.

Da questa visione nasce il nostro impegno nell'arte e nella cultura: un percorso che non ha nulla di accessorio, ma che anzi rappresenta una delle modalità più efficaci per sostenere il pensiero critico, il benessere e il progresso. Crediamo infatti che la cultura e l'arte abbiano il potere di rendere il tempo del lavoro più significativo e quindi più aderente al valore dell'umanità.

Investire nell'arte, per noi, significa investire nel benessere delle persone, alimentando una visione del futuro basata sull'intuizione e sulla creatività umana, oggi più che mai essenziali nell'era dell'intelligenza artificiale.

5.1 IMMAGINARE FUTURI POSSIBILI

L'arte ci pone delle domande in merito alla realtà che ci circonda, mentre l'impresa, essendo un ente inserito nel tessuto sociale, deve saper offrire delle risposte e delle direzioni.

L'artista, attraverso la sua opera, è in grado di porre domande profonde, di sfidare le convenzioni, di evocare emozioni e di immaginare futuri possibili. Egli infatti raccoglie gli stimoli che gli arrivano dal presente, li unisce alle sue esperienze passate e sintetizza tutti questi elementi in un'opera nuova che ha la capacità di parlare del futuro. L'artista è una figura visionaria, capace di comunicare in modo innovativo in un'epoca in cui persino l'arte è chiamata a ridefinirsi di fronte alla sfida dell'intelligenza artificiale. Quando la tecnica della macchina supererà quella dell'artista, cosa resterà? Resterà l'esperienza umana, l'intuizione, la sensibilità: ciò che nessuna tecnologia può replicare.

L'arte, dunque, è per noi uno strumento potente per dare valore all'immateriale, per riconoscere e coltivare quel pensiero creativo che è proprio solo dell'essere umano. È qui che l'azienda può fare la sua parte, raccogliendo, come fa l'arte, le provocazioni della contemporaneità e traducendole in azioni concrete, orientate al progresso sociale sostenibile.

L'arte migliora la vita delle persone perché genera responsabilità sociale, integrazione e agisce in maniera concreta sul modo di vivere.

Chi lavora, infatti, non ha solo bisogno di procurarsi un reddito soddisfacente, necessita anche di qualcosa di più profondo che ha a che fare con la qualità del tempo speso in azienda



5.2 CULTURA: UN INVESTIMENTO STRATEGICO E UNA RESPONSABILITÀ

Ogni impresa può contribuire al cambiamento positivo della società che la circonda. Noi lo facciamo scegliendo di integrare l'arte nella vita aziendale, trasformando le nostre sedi in spazi in cui la bellezza è accessibile, coinvolgendo i collaboratori in esperienze culturali e promuovendo progetti artistici che parlano di futuro. Questa scelta riflette la nostra convinzione che il valore della cultura sia un investimento strategico, in grado di generare efficienza operativa, fidelizzazione, innovazione e benessere collettivo.

L'obiettivo di PLINK è arricchire il bagaglio di competenze dei lavoratori, offrendo loro molteplici punti di vista e ispirazioni. Questo approccio favorisce la capacità di generare soluzioni innovative, acquisendo, organizzando e riformulando informazioni provenienti da diverse fonti, proprio come avviene nel processo artistico.

5.3 LE INIZIATIVE ARTISTICHE PROMOSSE DA PROFESSIONAL LINK

L'arte è integrata nei piani di formazione dei nostri lavoratori attraverso incontri e lezioni dedicate. Questi seminari, workshop, visite guidate ed eventi interni mirano a stimolare la creatività, perché riteniamo che esista un legame tra la produzione artistica e il processo creativo necessario per affrontare i problemi strettamente legati alla quotidianità lavorativa.

Abbiamo quindi intrapreso una serie di collaborazioni a sostegno di artisti emergenti e artisti già riconosciuti, che si sono tradotte in:

- Sponsorizzazioni di mostre ed eventi artistici
- Visite guidate per i nostri collaboratori
- Numerose opere d'arte esposte all'interno delle nostre sedi
- Un ciclo di seminari dedicati alla storia dell'arte
- Una live performance, nella nostra sede principale dell'artista Afran

Live performance di Afran: arte come esperienza irripetibile

Al fine di trasmettere efficacemente il valore della cultura, i nostri collaboratori sono stati invitati ad assistere ad una performance artistica dal vivo, realizzata solo per noi nella nostra sede di Cermenate (CO).

La performance è stata realizzata dall'artista camerunense Francis Nathan Abiamba (in arte Afran), autore di opere e installazioni che trattano vari temi, tra i quali il senso di appartenenza, la salvaguardia dell'identità culturale, l'evoluzione della società nel tempo, il rapporto dell'essere umano con la tecnologia e la natura.

Nel corso dell'evento, Afran ha condiviso con i collaboratori di PLINK il suo percorso artistico, la sua ricerca sui materiali e il metodo creativo che ha elaborato, facendo luce su cosa significa veramente realizzare arte. Dopodiché, si è esibito in una live performance unica e irripetibile, che ha portato alla creazione di una nuova opera pittorica, oggi esposta nella collezione aziendale di PLINK.



Team building presso il parco Rossini Art Site



In PLINK coltiviamo l'apertura mentale, una dote che abbiamo scelto di sostenere anche attraverso un'esperienza di team building presso il Rossini Art Site di Briosco (MB).

Qui i nostri collaboratori hanno esplorato la collezione di sculture del Parco in modo non convenzionale.

I membri del nostro team sono stati infatti bendati, guidati dai colleghi nella scoperta tattile delle opere e poi invitati a interpretarle e a disegnarle senza l'uso della vista. È stato un potente esercizio di fiducia, di ascolto e di collaborazione.

Le operatrici del sito hanno poi raccontato la storia e il significato delle opere appena esplorate prima di ogni tappa successiva.

La disciplina attraverso la musica: workshop con Giorgio Fabbri

Anche la musica è una forma di espressione artistica. Abbiamo quindi organizzato un workshop condotto dal Maestro Giorgio Fabbri, direttore d'orchestra di fama internazionale. Insieme, abbiamo riflettuto su come la disciplina, l'ascolto attivo, la coordinazione, la flessibilità e il senso di responsabilità – qualità proprie della pratica musicale – siano anche competenze fondamentali per ogni organizzazione che ambisca ad ottenere risultati eccellenti.

In un'orchestra, per esempio, la flessibilità, l'ascolto attivo, la responsabilità individuale e la comunicazione non verbale sono elementi cruciali che contribuiscono alla creazione di performance musicali di alta qualità.

Abbiamo quindi ascoltato l'esperienza del Maestro Giorgio Fabbri e il suo rapporto con la disciplina, per poi realizzare una performance musicale collaborativa e corale, che ha coinvolto lo staff di PLINK nella sua interezza. Il risultato è stato ben più della somma delle singole azioni di ciascuno, a dimostrare che il senso di responsabilità verso i colleghi e la coordinazione portano a risultati impensabili e, oltretutto, belli.

5.4 SPONSORIZZAZIONI CULTURALI PER DIFFONDERE BELLEZZA

Siamo convinti che l’arte, quando espressa con un senso di responsabilità sociale, abbia il potere di agire in maniera educativa sul modo di vivere delle persone. Di conseguenza, l’arte può migliorare la società. Questa applicazione concreta di concetti apparentemente astratti come appunto quello di “arte” e quello di “bellezza” ha fatto sì che tra i nostri collaboratori nascesse la consapevolezza che con essi è effettivamente possibile essere competitivi facendo impresa in modo diverso. Professional Link è impegnata nella prmozione dell’arte attraverso una serie di collaborazioni con varie gallerie e con il movimento Arte Etica.

Tra le iniziative sostenute ricordiamo:

- La mostra “**Tintoretto – Pombo, maternità e passione**” alla Scuola Grande di San Rocco, Venezia
- La mostra “**Il tempo delle chimere**”, presso il padiglione nazionale del Camerun alla 59° Biennale Internazionale d’arte di Venezia
- La mostra “**Futurismo: Il dinamismo estetico**”, al museo Civico G. Bellini di Sarnico
- Il ciclo “**RE-Genesis**” a Verona, Vicenza e Sarnico
- L’installazione “**Orizzonte degli eventi**” di Matteo Mezzadri presso la Soglia Magica, SEA S.p.A. all’aeroporto di Malpensa
- La mostra collettiva “**Il Viaggio: tra Scoperta e Verità – il viaggio protagonista di una nuova visione**” presso il Museo Diocesano “Pietro G. Nonis” di Vicenza
- La mostra “**Alèm da Etica, a Arte Etica no diàlogo entre passado e futuro**” nel museo MUPA in Brasile, nel contesto della 14° Biennale Internazionale di Curitiba
- La mostra “**Arteologia, oltre l’etica: l’arte etica in dialogo fra passato e futuro**” al Museo naturalistico Archeologico di Vicenza

Questi progetti testimoniano la nostra volontà di contribuire alla diffusione della cultura come strumento educativo e trasformativo della società.

Arte e bellezza sono riconosciute dalle persone che lavorano in PLINK come strumenti di gestione dell’impresa e leva di vantaggio competitivo. Questo è testimoniato dalle sole 12 preferenze ottenute dalla risposta “piacevole passatempo lavorativo” nell’indagine eseguita nel 2024.

5.5 ARTE E GIOVANI: COSTRUIRE UN FUTURO POSSIBILE

I segnali di disagio tra le giovani generazioni sono sempre più evidenti, diffusi e innegabili. Non è più accettabile interpretare la sofferenza giovanile come un semplice disagio individuale. Il senso di inadeguatezza, la sfiducia verso il futuro, la pressione costante a performare e conformarsi alle aspettative sono sintomi evidenti di un sistema che fatica a sostenere le nuove generazioni proprio nel momento della vita in cui queste dovrebbero essere nel pieno del loro potenziale. Chi si affaccia al mondo del lavoro è chiamato a decidere chi vuole essere in una società che corre veloce ma non offre né spazi né direzioni chiare. Percorsi di carriera instabili, mancanza di riconoscimento, precarietà diffusa, la permacrisi... non c’è da sorprendersi se le ragazze e i ragazzi sono stanchi ancora prima di cominciare.

Nei giovani, le imprese cercano flessibilità, voglia di imparare e spirito d’iniziativa; ma per raccogliere queste qualità, devono prima seminare, creando contesti in cui le persone siano valorizzate, rispettate e libere di esprimere il proprio potenziale. Non basta più il salario, che pure resta un tema importante: restituire senso al lavoro significa anche offrire percorsi chiari, ambienti sicuri, formazione accessibile, vere opportunità di crescita professionale e umana. In Professional Link le persone, con i loro bisogni e le loro aspirazioni, vengono prima di qualsiasi infrastruttura. Per questo, nel nostro piccolo, cerchiamo di contribuire al miglioramento della situazione.

Abbiamo incontrato più volte le classi Quarte e Quinte di un Liceo Scientifico della provincia di Como, nell’ambito di un intervento dedicato ai futuri al valore dell’arte e al ruolo della cultura all’interno dell’impresa. Il confronto con le nuove generazioni ci ha restituito una fotografia a tratti preoccupante, fatta di sfiducia e precarietà, ma anche di un forte desiderio di trovare un senso.

L’incontro è stato stimolante e denso, confermando quanto **il dialogo tra scuola e impresa** sia fondamentale per costruire delle visioni condivise in merito al nostro domani. Abbiamo chiesto ai giovani cosa li spaventa di più del futuro. Le risposte (il fallimento, l’incertezza lavorativa, la perdita di umanità) ci hanno confermato quanto sia urgente creare ambienti di lavoro in cui le persone possano sentirsi valorizzate e ascoltate, dove il lavoro torni a essere fonte di senso e di dignità.

In Professional Link interpretiamo questo come la misson del nostro modo di fare impresa tramite la cultura, l’arte e la bellezza, che sono elementi essenziali per costruire ambienti di lavoro creativi, stimolanti e sostenibili.



Capitolo 6

Innovazione organizzativa con il Progetto Eulero

- 6.1 Una nuova concezione di organizzazione, a partire dalle persone
- 6.2 L'evento AnthroDay: l'antropologia in relazione con il business
- 6.3 Una cultura organizzativa orientata al futuro
- 6.4 Il modello organizzativo di PLINK è oggetto di ricerche accademiche
- 6.5 Il Progetto Eulero è un “modello non modello”



*Nel Progetto Eulero, i collaboratori non sono destinatari passivi del cambiamento, ma co-protagonisti.
In questo modo, l'azienda si evolve in modo partecipato, con il contributo di tutti.*

Innovazione organizzativa con il Progetto Eulero



Nel corso della nostra storia, abbiamo sempre creduto che la tecnologia non debba essere un fine, ma uno strumento per generare valore umano. Il nostro payoff, Connections beyond connectivity, esprime questa visione: la rete non è solo una struttura tecnica, è un mezzo che abilita le relazioni, connette le persone e rende possibili scambi significativi, capaci di generare un impatto sociale positivo.

6.1 UNA NUOVA CONCEZIONE DI ORGANIZZAZIONE, A PARTIRE DALLE PERSONE

In Professional Link abbiamo avviato una riflessione profonda sul nostro modello organizzativo, con l'intento di renderlo coerente non solo con gli obiettivi di crescita aziendale, ma anche con i valori che animano la nostra cultura interna. Tale percorso si è concretizzato con la formalizzazione del Progetto Eulero, un'iniziativa di innovazione organizzativa e sviluppo delle persone, concepita per essere scalabile e adattabile alla crescita dell'azienda.

Il progetto nasce da una constatazione semplice: per espanderci in modo socialmente sostenibile non era più sufficiente una gestione informale delle relazioni, delle competenze e delle responsabilità. Occorreva costruire un sistema capace di evolvere insieme a noi, che promuovesse in modo formale la circolazione della conoscenza, la partecipazione attiva e il benessere individuale.

"Avevamo la necessità di intraprendere una gestione delle persone più strutturata, attenta a valutare le competenze di ciascuno. Questo al fine di indentificare i nuovi talenti, valorizzare la formazione interna e soprattutto, prendersi cura del patrimonio esistente, in termini di valori, conoscenze, attitudini e motivazioni.

Ecco perchè abbiamo creato il Progetto Eulero"

Andrea Ferlin,
Ceo di Professional Link

Il superamento del modello piramidale

Molte imprese si sono sviluppate secondo un modello organizzativo piramidale con gerarchie chiare e rigide. In questo tipo di assetto, l'innovazione e la collaborazione tendono a essere ostacolate dalla compartimentazione e dall'asimmetria informativa. Professional Link ha deciso di superare questo paradigma, sviluppando un modello organizzativo fluido, dinamico e non gerarchico, basato sulla collaborazione tra centri di competenza interconnessi. In questa visione, ogni persona è portatrice di valore e parte attiva nella costruzione del sapere e nell'evoluzione dei processi. L'organizzazione è un sistema vivo, adattabile, che si rigenera continuamente grazie alla circolazione delle idee, al confronto e all'apertura.

Questo assetto ci permette di valorizzare al meglio le competenze individuali e di costruire una direzione condivisa da tutti. Le decisioni sono prese con un forte coinvolgimento orizzontale, nel rispetto della pluralità degli sguardi presenti in azienda. Nel Progetto Eulero, i collaboratori non sono destinatari passivi del cambiamento, ma co-protagonisti. In questo modo, l'azienda si evolve in modo partecipato, con il contributo di tutti.

L'ispirazione scientifica: la teoria dei grafi di Eulero come fondamento

Per rappresentare visivamente questo modello, ci siamo ispirati alla teoria matematica dei grafi, elaborata per la prima volta nel 1735 da Leonhard Euler. Il suo è un approccio che ha trovato applicazione in campi come l'informatica, la biologia, i social network e nella progettazione delle infrastrutture digitali. Tuttavia, la sua applicazione alla struttura organizzativa di un'azienda è, ad oggi, unica nel panorama italiano. Abbiamo adottato questo schema per rappresentare in modo intuitivo i nostri processi, le competenze, i flussi di comunicazione e le relazioni tra le persone.

Il modello è basato su dei punti interconnessi, i "nodi". Ciascun nodo rappresenta un centro di competenza, una persona o un gruppo di lavoro. Le connessioni tra i nodi (dette archi) rappresentano relazioni operative, flussi informativi e scambi di conoscenza. Il risultato è una mappa viva dell'azienda, che evolve nel tempo e che permette di cogliere istantaneamente lo stato dell'organizzazione, le sue interazioni, le sue aree di forza e le possibili criticità.

Questa rappresentazione si rivela uno strumento estremamente efficace anche per monitorare le dinamiche interne, pianificare interventi correttivi, anticipare problematiche e individuare nuove opportunità di sinergia tra reparti (testandole prima in un ambiente di simulazione).

Inoltre, l'organizzazione a grafo consente di visualizzare ciò che nei modelli tradizionali resta invisibile: le relazioni informali, i centri di influenza, i punti di snodo più importanti per i flussi aziendali. Questo ci permette di conoscere meglio noi stessi come organizzazione e, quindi, di evolvere.



Competenze condivise

Alla base del Progetto Eulero non ci sono solo schemi organizzativi, ci sono soprattutto competenze, che sono il fondamento della nostra identità collettiva. Ogni collaboratore è chiamato a sviluppare, vivere e trasmettere queste competenze:

Ascolto

la capacità di accogliere, capire e valorizzare il punto di vista altrui, è la base imprescindibile per la cooperazione

Apertura

l'attitudine ad accogliere la complessità e il cambiamento, riconoscendo la ricchezza che deriva dalla diversità di idee, esperienze e prospettive

Disciplina

il rispetto degli impegni, delle regole condivise, delle tempistiche e dei processi, come fondamento di un'organizzazione affidabile e coerente

Spirito commerciale

la volontà di generare valore per l'azienda e per i clienti in modo proattivo

Orientamento al cliente

la centralità della relazione con il cliente come base per costruire un rapporto di fiducia duraturo

Spirito d'iniziativa

la capacità di agire, proporre, innovare anche senza attendere istruzioni o comandi

Flessibilità

l'abilità di adattarsi con intelligenza alle trasformazioni, cogliendone le opportunità anziché temerne le conseguenze

Queste competenze non sono imposte né valutate in modo verticale: sono oggetto di costante riflessione, aggiornamento e confronto all'interno di percorsi personalizzati per ciascun lavoratore di PLINK.

Le competenze aziendali sono un investimento che porta vantaggi tangibili in termini di efficienza operativa, crescita, fidelizzazione dei clienti, risoluzione dei problemi e innovazione. Investire in queste competenze è investire nel successo a lungo termine dell'azienda e nel benessere delle persone che ne fanno parte.



6.2 L'EVENTO ANTHRODAY: L'ANTROPOLOGIA IN RELAZIONE CON IL BUSINESS

La nostra visione umanistica del business ha trovato una delle sue espressioni più originali nell'organizzazione di AnthroDay, un evento annuale dedicato al dialogo tra antropologia, impresa, cultura e tecnologia.

Ospitato con cadenza annuale dal 2023, AnthroDay è un momento di confronto e ispirazione, nel quale imprenditori, ricercatori, docenti universitari e professionisti si interrogano sui temi della sostenibilità sociale, della cultura d'impresa e dell'evoluzione delle organizzazioni.

Tra i temi affrontati nelle ultime edizioni troviamo:

- La distribuzione equa dei benefici generati dalla tecnologia
- Il contributo della cultura e dell'arte alla produttività
- L'importanza del “patto oltre il contratto” come nuova forma di relazione professionale
- I futuri possibili che possiamo creare grazie alle contaminazioni tra discipline

L'evento si svolge in collaborazione con l'Università Milano-Bicocca ed è inserito nel contesto di natura internazionale del World Anthropology Day, promosso dall'American Anthropological Association. AnthroDay dimostra come il mondo della cultura e dell'antropologia possano offrire strumenti preziosi per leggere e trasformare le organizzazioni in direzioni economicamente e socialmente più sostenibili.

6.3 UNA CULTURA ORGANIZZATIVA ORIENTATA AL FUTURO

Attraverso il Progetto Eulero abbiamo scelto di affrontare la sfida dello sviluppo aziendale con un approccio radicalmente diverso rispetto ai modelli tradizionali. Abbiamo costruito un modello che nasce dalle persone e si sviluppa per le persone, fondato su una struttura di relazioni, competenze e valori che evolve e si adatta alle esigenze dell'organizzazione.

Questa visione non si limita a rispondere alle sfide del presente, si proietta anzi verso il futuro, accompagnando la crescita di PLINK anche in contesti sempre più complessi e globalizzati. In un mondo del lavoro dove l'incertezza e la rapidità del cambiamento possono generare spaesamento e disconnessione, noi scegliamo di investire sulla coerenza, sulla cura e sull'intelligenza condivisa. Crediamo che solo un ambiente di lavoro sano, rispettoso e aperto possa generare vera innovazione e risultati duraturi. Per questo, tutti i nostri strumenti, dai piani di sviluppo personalizzati alla Corporate Academy, dai tavoli operativi agli eventi culturali, sono progettati per generare connessioni che vanno oltre la connettività, creando valore umano prima ancora che economico.

Il Progetto Eulero è la manifestazione tangibile della nostra idea di impresa. È da qui che vogliamo partire per costruire un futuro più equo, più intelligente e, soprattutto, più umano.

Avendo percezione della rilevanza del suo agire quotidiano, il lavoratore può mettersi in gioco condividendo la sua conoscenza con i colleghi e può farsi promotore di nuove dinamiche.

6.4 IL MODELLO ORGANIZZATIVO DI PLINK È OGGETTO DI RICERCHE ACCADEMICHE

Il Progetto Eulero ha attirato l'interesse del mondo accademico. Sono infatti sempre più numerosi gli studenti e i ricercatori che scelgono di dedicare le loro tesi di laurea a Professional Link, considerandoci un caso di studio rilevante nel panorama delle imprese italiane orientate alla sostenibilità sociale perpetrata grazie all'arte e alla cultura.

Questa apertura al confronto con il mondo universitario è per noi un'occasione di crescita e autoanalisi, perché da un lato ci permette di mettere alla prova le nostre pratiche organizzative attraverso lo sguardo critico e costruttivo della ricerca, mentre dall'altro contribuiamo a formare una nuova generazione di professionisti sensibili al valore della cultura e dell'umanità nel lavoro.

Partecipare alla formazione dei giovani e alla costruzione di nuove visioni del lavoro è parte integrante del nostro impegno verso un futuro più umano.



Creatività, arte e benessere: il caso PLINK all'Università Cattolica di Milano

Nel 2024 abbiamo contribuito alla tesi magistrale di Danielle Migliavacca, studentessa del Corso di Laurea in Economia e Gestione dei Beni Culturali e dello Spettacolo presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore.

La sua tesi, dal titolo **Corporate Art Collection and Creativity at the Workplace: the case of Professional Link**, è stata discussa sotto la supervisione della Professoressa Chiara Paolino. Il lavoro ha approfondito il tema dell'influenza delle collezioni aziendali sulla creatività e sull'innovazione. Attraverso l'analisi dell'esperienza di Professional Link, Danielle ha indagato come l'arte possa incidere positivamente non solo sull'estetica degli spazi, ma anche sulla mentalità delle persone che li vivono.

L'arte come leva per lo sviluppo organizzativo: il caso PLINK all'Università degli Studi di Milano-Bicocca

Nel corso dell'anno accademico 2023/2024 l'Università degli Studi di Milano-Bicocca, attraverso il Dipartimento di Scienze Umane per la Formazione "Riccardo Massa", ha posto attenzione alla nostra realtà aziendale.

Lo ha fatto grazie al lavoro di Matteo Carloti, laureando nel Corso di Laurea Magistrale in Formazione e Sviluppo delle Risorse Umane, autore della tesi intitolata **Progetto Baobab: l'influenza dell'arte nelle imprese**, con la supervisione del Prof. Leonardo Menegola e del correlatore Prof. Daniele Zavagno.

Il lavoro di Matteo ruota attorno a una domanda tanto semplice quanto potente: **l'arte può influenzare positivamente il mondo del lavoro?** La risposta, attraverso il caso di Professional Link, è affermativa. Matteo ha dedicato un intero capitolo della sua tesi all'analisi del nostro modello organizzativo, descrivendoci come un esempio concreto di impresa che integra la cultura e l'arte nel proprio DNA.

6.5 IL PROGETTO EULERO È UN “MODELLO NON MODELLO”

Quando parliamo di “umanità in azienda”, la tentazione è quella di cercare un modello da applicare, un manuale con regole chiare e procedure ripetibili. Ma l'umanità non è né un algoritmo né una checklist, è relazione, contesto, esperienza vissuta, ed assume forme diverse a seconda delle persone, dei ruoli, delle culture e dei momenti storici.

Il Progetto Eulero di PLINK si basa quindi sull'idea che l'umanità è un fenomeno vivo, plurale e non riconducibile a schemi rigidi. In questo contesto, ogni imprenditore è invitato a costruire la propria personale declinazione di “umanità aziendale”. Non esiste infatti una formula valida per tutti, ma ci sono dei “principi guida” che ognuno può adattare alla realtà della sua azienda. L'invito è quello di non cercare la formula universale, ma anzi di cominciare a coltivare l'umanità come pratica quotidiana, coerente con la propria identità d'impresa.

In PLINK abbiamo fatto riferimento ad un approccio non dogmatico perché l'umanità non è un protocollo, è una pratica viva che assume forme diverse a seconda delle persone e dei contesti. Il Progetto Eulero è un modello di organizzazione interna, ma allo stesso tempo è anche un “non modello” perché è fatto sia di dimensioni sistematizzate, sia di una pluralità di percorsi per incarnarle. Parlare di “modello non modello” per noi significa valorizzare la libertà e la responsabilità individuale.

L'umanità in azienda rifiuta di immobilizzarsi in un'unica forma, perciò l'obiettivo del suo rilevamento è cercare una coerenza tra tutti gli elementi che rendono l'umanità un valore.

Nel 2024 PLINK ha erogato un questionario sul clima interno, che ha restituito informazioni utili per analizzare lo stato di sedimentazione del valore dell'umanità, come si nota dalla seguente matrice.

*“Il pensiero complesso non rinuncia a cercare regolarità, ma rifiuta di ridurre la complessità alla semplificazione”.
(Morin, 1990)*

Matrice di buon senso 4x4 dimensioni e livelli di azione

Livelli/Dimensioni	Valori ed etica 4,44/5	Relazioni e comunità 4,15/5	Cura e benessere 3,99/5	Visione creativa e futuro 3,78/5
Individuo 4,40/5	Integrità personale, coerenza 5,00/5	Ascolto attivo, empatia 55%	Equilibrio vita-lavoro, mindfulness 4,03/5	Visione ispiratrice, mindset innovativo 4,16/5
Team 4,15/5	Fiducia reciproca 22%	Collaborazione inclusione 4,69/5	Supporto reciproco 4,03/5	Co-creazione di idee 3,72/5
Organizzazione 3,75/5	Codici etici, governance trasparente NV	Cultura aziendale partecipativa 4,03/5	Politiche di welfare, smart working umano NV	Innovazione con un cuore (design, comu- nicazione) 3,47/5
Società 3,83/5	Responsabilità sociale 3,88/5	Legami con il territorio 3,72/5	Sostenibilità ambientale/sociale 3,90/5	Progetti di lungo termine, legacy NV

La matrice è costruita con i livelli aziendali sull'asse delle ordinate e le dimensioni valoriali sull'asse delle ascisse. I livelli aziendali sono standard, mentre le dimensioni valoriali sono il frutto di un'elaborazione interna a Professional Link.

Dall'analisi della matrice, possiamo notare alcuni elementi rilevanti:

- L'umanità è percepita in maniera più solida a livello di “individuo”. Questa considerazione deve tenere conto dell'autovalutazione, che generalmente è superiore alla realtà
- Troviamo un equilibrio tra tutte le valutazioni in “apparente” costruzione: lo scarto tra la valutazione massima (5) e la valutazione minima (3,72) è di soli 1,28 punti
- La dimensione della felicità in azienda porta ad una certa continuità tra la vita dentro e al di fuori dell'ufficio
- Arte e bellezza sono strumenti che contribuiscono ad accrescere il valore dell'umanità
- La gestione delle risorse avviene con umanità (esempi sono la cura delle persone, l'equilibrio e la motivazione)
- La leadership non è gerarchica ma ispirazionale, basata sull'esempio e sulla coerenza con i valori professati
- Il CEO incarna una visione integrata del fatto che l'umanità non è accessoria ma il fondamento del successo di PLINK
- Emerge che la felicità non è un concetto astratto, ma una pratica che si traduce in motivazione, cura e incremento del valore sul mercato. L'arte in azienda è un simbolo potente di questa visione
- C'è una forte rilevanza dei quadranti Cura e Benessere (Organizzazione/Team) e Visione Creativa e Futuro (Organizzazione/Individuo).

Capitolo 7

Prodotti e servizi

- 7.1 Le nostre soluzioni per le aziende
- 7.2 Il nostro approccio ai servizi

Il nostro approccio è proattivo e orientato al supporto: i servizi non si limitano a “funzionare”, ma sono gestiti da un team accompagna le imprese nella loro evoluzione digitale.

Prodotti e servizi

In oltre vent’anni di attività, Professional Link ha sviluppato un ecosistema di servizi molto diversi tra loro, pensati per rispondere in modo concreto e personalizzato alle esigenze di aziende di ogni settore e dimensione. Ciò che accomuna tali servizi è la filosofia secondo la quale utilizzare la tecnologia serve a migliorare la vita delle persone facilitandone il lavoro, rendendolo più sicuro, accessibile e collaborativo.

Gestire una rete, proteggere i dati, monitorare le infrastrutture... sono tutte attività fondamentali ma complesse, che spesso sottraggono tempo e risorse alle aziende. I servizi di Professional Link nascono per alleggerire questo carico, restituendo alle persone il tempo per concentrarsi su ciò che genera valore per il loro business.

Il nostro approccio è proattivo e orientato al supporto: i servizi non si limitano a “funzionare”, ma sono gestiti e curati da un team che monitora costantemente le infrastrutture, previene i problemi e accompagna le imprese nella loro evoluzione digitale.

Il valore aggiunto sta nella costruzione di un rapporto di fiducia col cliente: l’ascolto attivo, la trasparenza e la presenza costante ci rendono un partner capace di capire i problemi e trasformarli in soluzioni all’avanguardia.

La nostra capacità di ascolto ci consente di progettare infrastrutture su misura, che non si limitano a fornire connettività, ma che favoriscono la resilienza organizzativa e la continuità operativa senza sprechi di risorse.

7.1 LE NOSTRE SOLUZIONI PER LE AZIENDE

SICUREZZA INFORMATICA

Proteggere le persone, non solo i dati

Proteggere dati, asset, reti e servizi da minacce e rischi informatici è fondamentale, ma la protezione delle informazioni non è più solo una prerogativa tecnica: è diventata un dovere etico. Difendere dati, reti e sistemi significa tutelare la privacy delle persone e preservare la fiducia tra le organizzazioni e le comunità.

Per questo abbiamo ideato **Elephant in the Room**, una suite di servizi di sicurezza informatica che prende il nome da un’espressione che si riferisce a un problema evidente, ma ignorato. Infatti, proprio come l’elefante nella stanza, la sicurezza informatica è un fattore determinante per il business, ma è spesso trascurata, nonostante la sua urgenza, finché non si subisce un danno.

Elephant in the Room nasce per anticipare questo rischio, aiutando le aziende a sviluppare una cultura della prevenzione prima ancora che della remediation.

La suite è progettata per adattarsi al contesto di ciascuna realtà grazie a un approccio personalizzabile.

Si tratta di accompagnare le persone nella costruzione di un ambiente digitale protetto, nel quale poter lavorare in modo sereno. L’obiettivo della soluzione è duplice:

- Aumentare la consapevolezza delle vulnerabilità digitali dell’azienda, offrendo strumenti di monitoraggio e risposta tempestiva per individuare il pericolo prima che possa fare un danno
- Alleggerire il carico delle funzioni interne, fornendo l’assistenza necessaria per sviluppare una strategia difensiva completa e supporto continuo

Firewall, sicurezza degli endpoint e archiviazione sono il punto di partenza per garantire la salvaguardia delle risorse aziendali, la Network Detection and Response migliora le capacità di rilevamento e risposta alle minacce informatiche, mentre S.A.S.E. unisce versatilità, sicurezza e copertura globale...

Le soluzioni possibili sono tante, ma in PLINK facciamo in modo che il punto di riferimento sia sempre e solo uno: un fornitore che prioritizzi la comunicazione rapida e trasparente.

CONNETTIVITÀ

L’infrastruttura invisibile che sostiene il lavoro quotidiano

Ogni organizzazione ha un livello differente di digitalizzazione e, di conseguenza, necessità diverse in termini di connessione Internet. Essa deve essere coerente con le esigenze della realtà aziendale, possibilmente ottimizzando le risorse già in essere per trarre più vantaggi possibili dalla tecnologia in uso.

La piattaforma PLINK Super Cloud (PSC) offre un servizio stabile, ridondato e scalabile, indipendentemente dalla tecnologia utilizzata (fibra, rame, radio, LTE/4G). L’attenzione alla diversificazione dei percorsi e dei nodi riduce drasticamente i rischi di interruzione e permette alle imprese di lavorare serenamente in ogni situazione.

La soluzione include anche meccanismi di backup proattivo, per cui ogni sede può essere connessa a due link separati, ciascuno con un percorso autonomo. Questo approccio rafforza la sicurezza del servizio, evitando che un singolo guasto possa compromettere le attività lavorative.



CONNETTIVITÀ INTERNAZIONALE

Professional Link ha sviluppato un sistema di **connettività internazionale** pensato per semplificare la gestione di reti distribuite in diversi Paesi. Il nostro modello operativo consente ai clienti di affidarsi a un unico interlocutore per la realizzazione e il presidio delle connessioni tra sedi estere, superando la complessità dei contesti normativi, tecnologici e logistici locali.

L'evoluzione dei servizi Cloud ha reso la connettività Internet un'infrastruttura critica per il funzionamento delle aziende. In questo scenario, le tradizionali reti MPLS appaiono sempre meno adatte alle esigenze attuali delle aziende. PLINK ha risposto costruendo una rete di partnership in oltre 180 Paesi, selezionando con cura operatori che condividono la nostra stessa attenzione all'ascolto e al supporto.

L'expertise maturata sul campo, unita a un'organizzazione snella e a un'infrastruttura gestita internamente, ci consente di attivare vari tipi di soluzioni in tempi contenuti e con un livello di personalizzazione elevato. Ogni progetto internazionale è affidato a un Project Manager dedicato e monitorato dal nostro Assurance Team, con il supporto di un service desk italiano e di una piattaforma di monitoring costantemente accessibile.

FONIA FISSA E MOBILE

Comunicare è il fondamento di ogni relazione lavorativa. Per questo in Professional Link consideriamo la fonia come uno strumento di relazione, che deve essere facilmente accessibile e integrato nella quotidianità.

Siamo titolari di licenza nazionale per la fornitura di servizi telefonici, dati e cloud, attraverso una infrastruttura proprietaria distribuita sui principali nodi del territorio italiano. A ciò si aggiunge la licenza MVNO (Mobile Virtual Network Operator), che ci consente di offrire servizi di fonia e dati mobili su una delle reti più capillari a livello globale, presente in oltre 200 Paesi e connessa a più di 500 operatori.

Con questa architettura garantiamo numerazioni geografiche in tutti i distretti italiani, portabilità da qualsiasi operatore e servizi unificati tra fonia fissa e mobile.

L'offerta di fonia mobile PLINK si fonda su tre principi:

- 1. **Chiarezza e semplicità**, senza costi nascosti né sorprese
- 2. **Adattabilità della soluzione** a contesti lavorativi diversi
- 3. **Presenza costante di PLINK**, prima e dopo l'attivazione del servizio

Ogni bundle è costruito indicando chiaramente cosa è incluso e cosa no. Il listino per eventuali extra è accessibile, e l'upgrade della soluzione è sempre possibile senza costi aggiuntivi, per accompagnare l'evoluzione delle esigenze aziendali.

CLOUD AMBRA
Custodire il sapere

Con l'aumento della condivisione di dati in formato digitale, le aziende sono divise tra il bisogno di stare al passo con i tempi e il rischio di compromettere il proprio patrimonio di conoscenze. Conservare i dati in modo sicuro, accessibile e conforme alla normativa significa proteggere il sapere accumulato nel tempo dalle persone che vivono e fanno crescere l'azienda.

Per questo motivo Professional Link ha sviluppato **Cloud Ambra**, una piattaforma di cloud storage pensata per rispondere alla necessità di archiviazione e recupero delle informazioni aziendali.

Cloud Ambra offre una struttura altamente affidabile per il backup e il disaster recovery. Più che una soluzione tecnica è però un modo per non disperdere ciò che è stato costruito, per garantire continuità nei momenti critici e per difendere il patrimonio immateriale di ogni azienda. Il servizio si adatta in modo elastico alle necessità di ciascuna realtà, permettendo di superare i limiti fisici dell'infrastruttura locale e liberando risorse da impiegare in attività a più alto valore aggiunto. La protezione dei dati è sostenuta dagli strumenti IT più evoluti ma soprattutto da un supporto umano sempre presente.

VIP: VoIP e Unified Communication

Il servizio **VIP** nasce con l'obiettivo di semplificare le comunicazioni aziendali, eliminando le barriere tecniche tra le persone e connettendo sedi, dispositivi, software e ambienti di lavoro. Le nostre soluzioni di VoIP infatti permettono alla voce delle aziende di viaggiare con Internet, garantendo scalabilità, tracciabilità e semplicità di gestione.

Basato su tecnologia VoIP, VIP consente di gestire la fonia aziendale attraverso una piattaforma cloud che unifica numerazioni, sedi, dispositivi mobili e strumenti di comunicazione. Ciò significa rendere il semplice telefono parte di un ecosistema digitale più ampio, che include videoconferenze, messaggistica, gestione code ecc.

L'integrazione nativa di VIP con strumenti come Microsoft Teams permette di valorizzare le infrastrutture esistenti e facilitare il lavoro ibrido, riducendo la distanza tra i colleghi. VIP mette le persone in condizione di collaborare meglio, ovunque si trovino, con strumenti affidabili.

Il PBXè un sistema telefonico che consente, ovunque, la comunicazione interna di un'azienda grazie a tecnologie Voice Over IP e Cloud.

PIU – PLINK Internet Unplugged: connettività mobile

Essere connessi è essenziale per garantire continuità operativa anche nei contesti più remoti o nei momenti di criticità. Con questa consapevolezza, abbiamo creato **PIU – PLINK Internet Unplugged**, un servizio di connettività mobile pensato per offrire stabilità e flessibilità a tutte le organizzazioni, ovunque. PIU integra fonia e dati su rete LTE 4G e 5G per le aziende che desiderano un'infrastruttura capace di adattarsi a condizioni variabili, dalle sedi centrali a quelle più periferiche, fino agli spazi temporanei o in allestimento. In caso di indisponibilità della rete fissa, PIU fornisce infatti un'alternativa immediata, fungendo da backup intelligente per garantire la continuità dei servizi.

Questa proposta nasce dalla convinzione che la mobilità debba essere gestita come una vera risorsa: i lavoratori devono poter accedere agli strumenti aziendali da qualsiasi luogo con la stessa affidabilità e sicurezza di chi opera dalla sede centrale, PIU lo rende possibile.

Il servizio si basa su SIM capaci di operare senza liniti in tutta Europa, sfruttando le migliori reti mobili disponibili grazie all'interconnessione con operatori nazionali e internazionali. La connettività LTE/G non solo velocizza le trasmissioni, ma riduce la latenza e abilita nuovi scenari digitale, come l'uso dell'IoT,





Shop in A Bag
Continuità operativa per il mondo retail



Nel settore retail la business continuity è essenziale per garantire esperienze d’acquisto fluide, sia in presenza sia online. Con questa consapevolezza nasce Shop in A Bag, la soluzione pensata per garantire alle aziende del settore del commercio al dettaglio la piena operatività delle loro reti digitali, nel rispetto dei tempi e delle esigenze specifiche di ciascun brand. Shop in A Bag racchiude in un’unica offerta tutti i servizi IT necessari all’apertura e al funzionamento dei punti vendita. L’approccio è modulare e personalizzabile: ogni azienda può scegliere ciò di cui ha bisogno, senza essere vincolata da componenti inutili. Proprio come in una shopper, si prende ciò che serve, si lascia il resto. Questo consente ai team IT e ai CIO di operare con serenità anche in contesti con tempistiche serrate, senza dover gestire fornitori diversi né affrontare complessità burocratiche nelle diverse nazioni. Tutti i passaggi sono infatti gestiti da PLINK, che garantisce il monitoraggio proattivo anche nei contesti più sfidanti.

7.2 IL NOSTRO APPROCCIO AI SERVIZI

L’offerta di servizi di Professional Link non è quella di un catalogo, è un ecosistema costruito attorno al principio secondo il quale la tecnologia deve essere al servizio delle persone, non il contrario. Ogni nostra offerta nasce da un’analisi delle esigenze delle aziende e si sviluppa nel tempo attraverso un dialogo trasparente con i clienti.

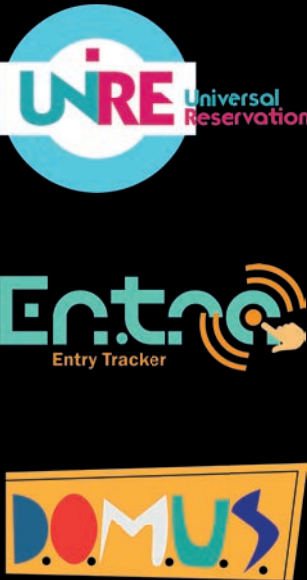
L’innovazione, per noi, è prima di tutto una forma di cura del tempo di vita delle persone, che è un bene prezioso e per questo va dedicato ad attività che generano valore, non sprecato per gestire disservizi o rincorrere risposte. I nostri servizi permettono alle imprese di affrontare la complessità tecnologica con serenità, perché affiancate da un team esperto e sempre presente. Affidarsi a PLINK significa non essere più soli nella gestione del cambiamento, perchè accompagniamo le aziende nella loro evoluzione digitale, anticipando aggiornamenti, potenziamenti e rinnovi infrastrutturali, con un approccio proattivo e responsabile.

Operiamo con logica MSP (Managed Service Provider), fornendo l’infrastruttura, la gestione continua e intelligente di reti, apparati e servizi in Italia e all’estero. Il nostro team monitora le prestazioni, prevenendo guasti e intervenendo tempestivamente per garantire sempre la massima efficienza operativa. Ciò che fa davvero la differenza è il fattore umano.

Affidare ad altri la gestione di componenti essenziali del proprio sistema operativo è un atto di fiducia e, per noi, il successo di un progetto si misura nella costruzione di partnership durature, basate sul rispetto e sulla comprensione delle esigenze specifiche di ciascun cliente. **Il nostro obiettivo non è vendere tecnologia, ma usarla per migliorare il lavoro.**

UniRe, En.Tra e D.O.M.U.S: applicazioni per un’esperienza di lavoro più semplice

Con la diffusione del lavoro ibrido, la buona gestione degli spazi aziendali è diventata un aspetto strategico. PLINK ha ideato tre strumenti: **UniRe, En.Tra e D.O.M.U.S.** per aiutare le aziende a ottimizzare l’uso delle risorse comuni e il lavoro da remoto.



UniRe (Universal Reservation) è una piattaforma digitale per la prenotazione di postazioni, sale riunioni, veicoli e altre risorse condivise. Il sistema è flessibile, personalizzabile e si adatta tanto alle piccole imprese quanto alle realtà multinazionali. Attraverso una gestione ordinata e trasparente, favorisce il rispetto reciproco, la collaborazione e l’equilibrio tra presenza fisica e lavoro da remoto.

En.Tra (Entry Tracker) permette di registrare e monitorare gli accessi e le uscite nelle sedi aziendali, sia da parte dei lavoratori sia dei visitatori. È uno strumento utile per garantire la sicurezza, agevolare la logistica quotidiana e gestire eventuali emergenze, come evacuazioni o comunicazioni sanitarie. Anche in questo caso, l’obiettivo è migliorare la qualità della vita lavorativa, semplificando i processi e proteggendo le persone.

D.O.M.U.S. (Desk Office Mobility Unified Security) è una soluzione per supportare il lavoro da remoto in modo sicuro e integrato. Il servizio unisce connettività, protezione dei dati e strumenti di comunicazione, offrendo un ufficio digitale a misura di persona. Con D.O.M.U.S. costruiamo un nuovo modo di gestire l’equilibrio tra vita privata e lavoro, rendendo la tecnologia un’alleata nel miglioramento dell’efficienza e del rispetto del tempo.

Capitolo 8

Le persone

- 8.1 La carta di identità di PLINK
- 8.2 La valorizzazione delle persone
- 8.3 Il senso nel lavoro
- 8.4 La formazione: costruire competenze, cultura e umanità
- 8.5 La partecipazione alla vita dell'impresa

Per noi il lavoro non è solo produzione di risultati, ma anche un progetto collettivo capace di generare felicità diffusa, anche fuori dall'azienda.

Le persone

8.1 LA CARTA DI IDENTITÀ DI PLINK

Nel 2024, PLINK conta 36 addetti, di cui 27 uomini e 9 donne. Il personale ha avuto un significativo incremento a partire dai primi mesi del 2020. Nel corso del biennio 2021/2022 sono entrati in organico 16 nuovi assunti con un incremento quindi del 100% del numero di addetti (da 16 a 32). Nel 2023 e 2024 si è completato il quadro assunzioni con 4 nuovi ingressi.

L'età media ad oggi si aggira intorno ai 43 anni, in calo rispetto agli anni precedenti anche a causa di una maggiore attenzione ai giovani e ad attività di scouting intraprese con scuole ed enti del territorio nell'ultimo quinquennio. Attualmente sono presenti 4 addetti under 30, 10 tra 30 e 40 anni, 11 tra 40 e 50 e 11 over 50.

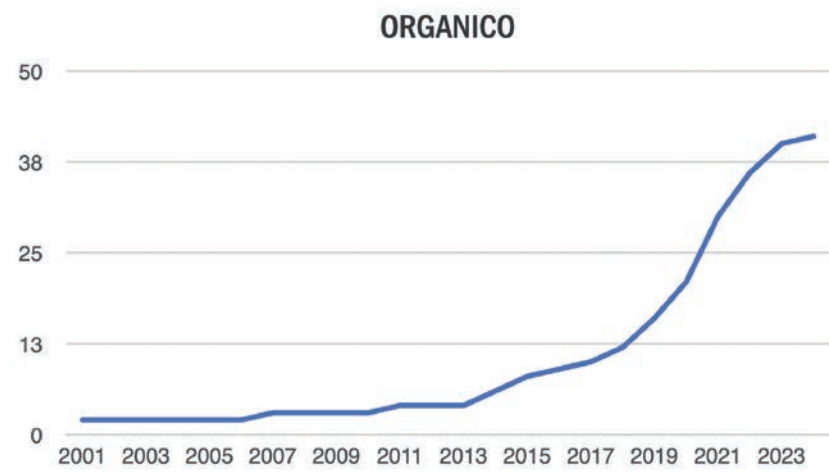
Nei prossimi mesi PLINK intende inserire in organico nuovi giovani neodiplomati e neolaureati sia per esigenze legate alla crescita, sia per effetto di due prossime uscite legate al raggiungimento dell'età pensionabile. Tutti i lavoratori sono assunti con contratti a tempo indeterminato.

8.2 LA VALORIZZAZIONE DELLE PERSONE

PLINK interpreta il lavoro non solo come produzione di risultati, ma come esperienza trasformativa. Un'esperienza in cui l'individuo si sente parte di un progetto collettivo, capace di generare felicità diffusa, anche fuori dall'azienda.

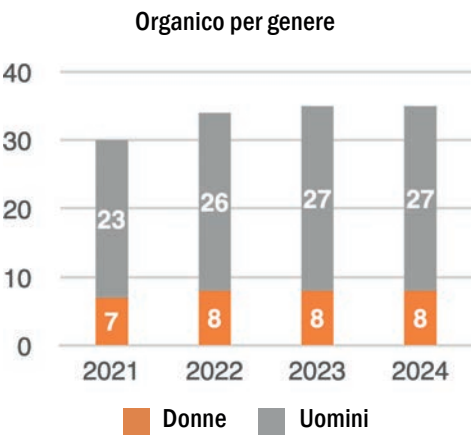
In un tempo in cui il lavoro rischia di perdere senso per molti, PLINK dimostra che è possibile e strategicamente efficace integrare lavoro e umanità, facendone un terreno di crescita personale e collettiva.

L'organico e il genere



Ad oggi sono 36 le persone che costituiscono l'organico di Professional link: 27 uomini e 9 donne. Le donne costituiscono il 25% dell'organico. È un dato significativo se paragonato al settore ICT europeo, dove le donne costituiscono solo il 18,5% del totale della forza lavoro.

Il risultato è significativo perché quello delle telecomunicazioni è un settore prevalentemente maschile e, in questo contesto, il dato assume un significato più profondo perchè PLINK non ha una politica di gestione attiva delle tematiche di genere. Nonostante ciò, Professional Link deve comunque migliorare la sua reputazione presso il suo stesso team, che ha valutato con un punteggio di 3,88/5; 1,18 la gestione della tematica di genere.



In PLINK, le persone non sono semplici risorse, ma anzi portatrici di valore. Il loro benessere, la loro crescita e la qualità delle relazioni che instaurano sono parte del vantaggio competitivo dell'azienda. Questa visione riconosce il contributo decisivo di chi lavora in PLINK e l'impatto che ha nelle decisioni e nelle azioni quotidiane dell'impresa.

Le scelte organizzative di PLINK sono quindi coerenti con il ruolo che le persone hanno all'interno dell'azienda stessa. Il Progetto Eulero (si veda il capitolo 6), modello organizzativo non gerarchico, è stato scelto infatti proprio perché basato su centri di competenza interconnessi.

Questo consente all'impresa di adottare una governance non piramidale, oltre a garantire una partecipazione diffusa che mette in luce il contributo individuale. In questo contesto, sono i talenti e le prospettive di ciascuno a ispirare le scelte e a guidare le decisioni.

PLINK sceglie di considerare le competenze e i talenti delle persone come un patrimonio strategico per la crescita dell'impresa, orientando le proprie scelte verso un modello in cui la tecnologia non è un fine, ma uno strumento capace di amplificare il valore umano. Attraverso la cultura organizzativa inclusiva e un modello operativo innovativo, PLINK dimostra come si possa creare valore economico sostenendo il benessere, la dignità e la felicità delle persone.

8.3 IL SENSO NEL LAVORO

Il senso nel lavoro riguarda la percezione soggettiva che una persona ha del valore, dell'utilità e della coerenza tra ciò che fa professionalmente e ciò che è o desidera essere. È un concetto che va oltre la semplice soddisfazione lavorativa o il benessere economico: coinvolge motivazione profonda, identità e cultura. La condivisione di questa visione è emersa dalle risposte al questionario, nelle quali molti rispondenti hanno indicato l'importanza di “un luogo dove crescere, esprimersi e contribuire a qualcosa di più grande”. Il senso del proprio lavoro, il contributo per raggiungere il quadro generale, è valutato con un punteggio di 4,16/5. Il dato è rilevante, ma quello più significativo è la deviazione standard di 0,72. Ciò indica una concordanza sulla valutazione che attraversa tutta l'azienda. A conferma dell'importanza del “senso”, la soddisfazione nel lavoro è valutata con un punteggio di 4,38/5 con grado di concordanza di 0,72.

8.4 LA FORMAZIONE: COSTRUIRE COMPETENZE, CULTURA E UMANITÀ

La formazione è uno degli strumenti strategici attraverso cui PLINK sviluppa il proprio capitale umano e rafforza la sua identità. In coerenza con una visione che valorizza la dimensione umana come elemento guida del modello organizzativo, i percorsi formativi sono progettati per sviluppare competenze trasversali integrandole in una prospettiva di lungo periodo che coinvolge l'intera comunità aziendale. Questo, per garantire lo sviluppo delle competenze tecniche necessarie a:

- affrontare le sfide quotidiane in un settore tecnologico in rapida evoluzione
- promuovere valori e attitudini come la responsabilità diffusa, la collaborazione e l'ascolto, che sono alla base dell'umanità come leva di innovazione

Le caratteristiche distintive della formazione in PLINK

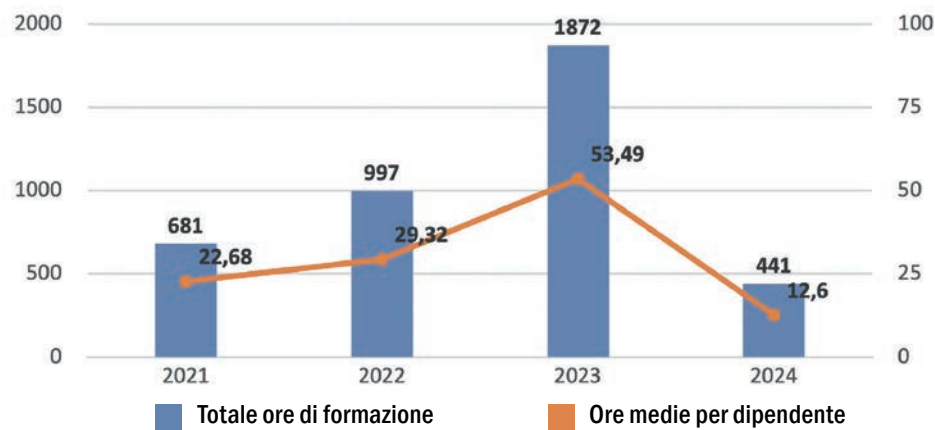
Dai dati raccolti tramite l'indagine interna effettuata nel 2024, risulta che la formazione aziendale è percepita in modo fortemente positivo. Infatti, essa contribuisce alla crescita delle competenze. Inoltre, è giudicata “flessibile” (15 rispondenti), “innovativa” (11 rispondenti) ed “efficace” (10 rispondenti), oltre che in linea con le esigenze operative e strategiche dell'azienda. Solo una minoranza la percepisce come “non allineata agli obiettivi aziendali” (6 risposte) o “troppo tradizionale” (3 risposte).

Questo dato conferma come PLINK abbia saputo costruire dei percorsi adattivi e personalizzati, capaci di rispondere alla pluralità di bisogni formativi presenti in un'organizzazione non gerarchica come quella disegnata dal Progetto Eulero.

I temi trattati spaziano dalla formazione tecnica (11 risposte), essenziale per mantenere un alto livello di competenza nel settore TelCo, a percorsi più specifici legati ad aree specialistiche (3), alla formazione commerciale e alla contaminazione disciplinare (2 ciascuna). Degna di nota è anche l'attenzione alla cultura umanistica (2 risposte), che riflette la volontà di integrare nel lavoro elementi capaci di stimolare la creatività.

L'attenzione di PLINK verso la formazione si collega strettamente alla visione umanistica dell'impresa, e l'integrazione tra formazione tecnica e quella culturale rappresenta un unicum nel panorama delle imprese TelCo. Come dimostrato dal coinvolgimento accademico sul caso PLINK (si veda il capitolo 6, paragrafo 4), l'azienda si posiziona come un laboratorio in cui formazione e cultura aziendale si alimentano a vicenda, creando un ecosistema fertile per l'innovazione.

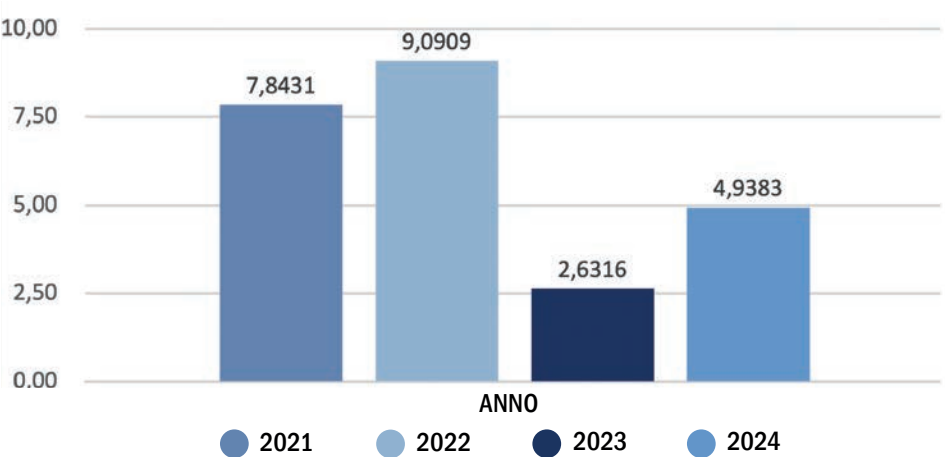
Ore di formazione



L'attività di formazione è stata per anni erogata limitatamente all'attività necessarie per sviluppare le competenze tecniche per garantire un servizio e un intervento qualitativamente alto.

Dal 2022 è stata poi avviata una campagna volta a promuovere un modello di impresa fondato su valori autenticamente umani. Sono così intervenuti musicisti, artisti e consulenti che hanno stimolato le persone di PLINK a unire tecnologia e bellezza. Il calo del 2024 è attribuibile al basso turnover grazie al quale le competenze acquisite sono rimaste in azienda.

Turn-over in uscita



Un basso turnover in uscita indica che, in un dato periodo di tempo, poche persone lasciano l'azienda.

Questo è generalmente considerato un segnale positivo perché:

- Minimizza la perdita di competenze ed esperienza accumulate nel tempo, portando stabilità organizzativa
- Suggerisce la presenza di soddisfazione tra i lavoratori, un buon engagement e un senso di appartenenza che portano ad avere un clima aziendale sano
- Porta ad avere minori costi limitando le spese legate a selezione, inserimento e formazione di nuove risorse
- Assicura la continuità operativa tramite processi più fluidi e relazioni interne più consolidate

Il basso turnover in uscita è poi un indicatore di benessere e solidità dell'organizzazione, che si traduce in efficienza e vantaggio competitivo, nonché testimonianza delle energie investite nel creare un'organizzazione attenta al valore dell'umanità.

8.5 LA PARTECIPAZIONE ALLA VITA DELL'IMPRESA

Ogni organizzazione vive e cresce grazie al dialogo costante con chi la circonda: collaboratori, clienti, partner, comunità locali.

Uno degli aspetti più significativi che emergono dalla ricerca condotta all'interno di Professional Link riguarda la partecipazione dei collaboratori ai processi di miglioramento continuo. La maggioranza la percepisce come un'opportunità di crescita, capace di aumentare motivazione, senso di appartenenza e benessere. In altre parole, chi lavora in PLINK sente di poter fare la differenza e di contribuire in prima persona alla vita dell'impresa.

Il livello di informazione viene valutato positivamente (con una media di 3,6 su 5), segno che i flussi comunicativi esistono e sono apprezzati. Tuttavia, il margine di miglioramento è evidente: non basta “informare”, serve aprire un canale bidirezionale in cui la comunicazione diventi scambio e ascolto.

Da stakeholder ad ambasciatori

L'immagine che PLINK restituisce a chi la conosce è molto solida: il punteggio medio della reputazione si attesta a 8,3 su 10, con un Net Promoter Score positivo (46). Significa che numerosi stakeholder sono pronti a farsi “ambasciatori” spontanei dell'impresa, consigliandola ad altri. Questo è un capitale reputazionale che nasce proprio dal senso di partecipazione e dalla fiducia costruita negli anni.

Il legame con il territorio

Non meno rilevante è il rapporto con la comunità esterna. La maggioranza degli intervistati ritiene che un'azienda debba occuparsi del territorio in cui opera, in particolare affrontando problematiche di carattere sociale. Quando si chiede quale sia il modo migliore di farlo, le risposte sono inequivocabili: non basta erogare fondi, meglio puntare su partnership con associazioni e progetti di volontariato aziendale.

La partecipazione è il cuore della questione: le persone vogliono un'impresa che si sporchi le mani e lavori fianco a fianco con il contesto in cui è inserita.

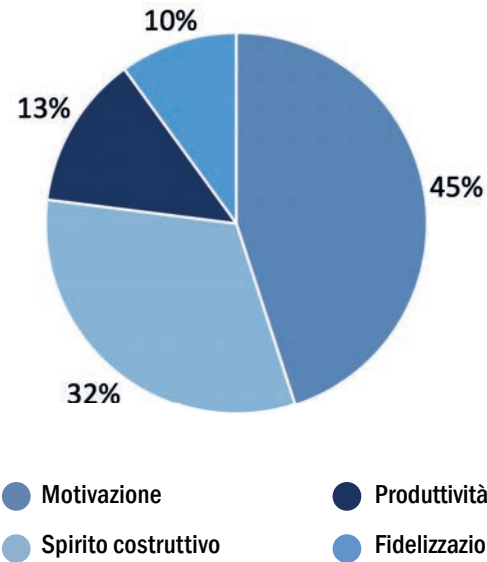
Nel mondo delle imprese la fiducia e la trasparenza sono beni sempre più rari, ma PLINK ha già una base solida: il passo successivo è trasformare la partecipazione dei suoi stakeholder in un vero e proprio motore di innovazione e responsabilità condivisa.

L'impatto della partecipazione alla vita di PLINK

La partecipazione alla vita aziendale è una delle condizioni che ne amplifica i circoli virtuosi. I principali effetti emersi dalla ricerca 2024 sono l'aumento della motivazione (14 risposte) e il consolidamento di uno spirito più costruttivo (10 risposte).

L'aumento della produttività (4 risposte) e la fidelizzazione delle persone (3 risposte) confermano che le persone percepiscono i processi di miglioramento anche come un fattore motivazionale e relazionale. La partecipazione attiva alla vita aziendale stimola l'impegno personale, rafforza lo spirito di collaborazione e una visione costruttiva nei confronti del proprio lavoro. In PLINK, tale partecipazione è vissuta più come un valore culturale che come leva di efficienza diretta.

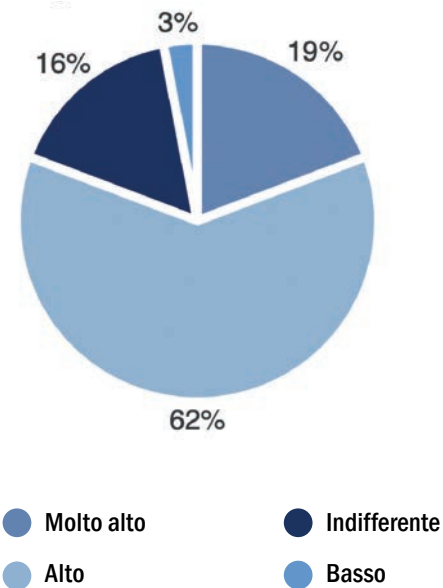
Impatto della partecipazione



La partecipazione produce i suoi effetti anche nello spirito aziendale, considerato dall'81% delle persone rispondenti come alto.

Partendo da questa base è significativo notare che il 19% ritiene lo spirito triennale migliorato, mentre l'81% lo considera stabile su un arco di sei mesi.

Impatto sul clima aziendale



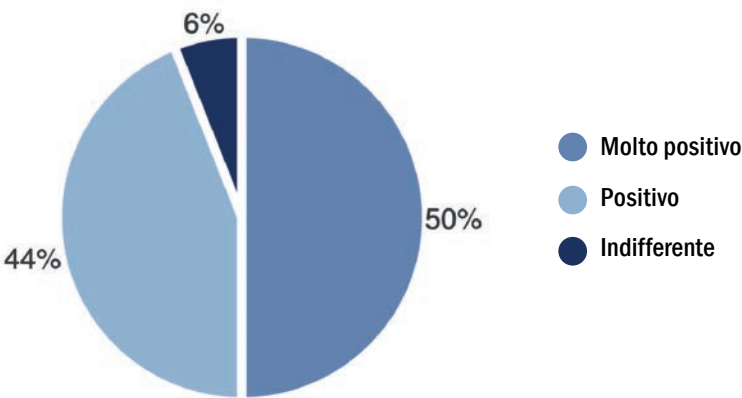
Nello specifico:

- **Partecipazione:** i dati mostrano che la partecipazione è soprattutto un fattore motivazionale e di coesione, più che di pura efficienza.
- **Clima aziendale:** la maggior parte dei lavoratori percepisce un clima positivo, sebbene la crescita rispetto al passato sia leggermente rallentata.

Rapporti con i colleghi

In merito al rapporto tra colleghi, non è stata rilevata nessuna risposta negativa: prevale un clima di collaborazione e fiducia reciproca. Le relazioni interne risultano forti e improntate alla fiducia, sia con colleghi sia con la direzione. Esiste dunque un terreno fertile per sviluppare ulteriormente la cultura partecipativa. L'insieme dei dati suggerisce che la partecipazione non è solo uno strumento organizzativo, ma anche un fattore di benessere relazionale, che consolida sia il legame tra colleghi sia quello con il management.

Impatto sulle relazioni interne



Capitolo 9

Impatto sociale

- 9.1 L'impatto sociale di PLINK: benessere diffuso e umanità operativa
- 9.2 L'approccio territoriale
- 9.3 La reputazione di PLINK: risultati dell'indagine 2024

Attraverso l'arte e numerose esperienze condivise, l'impresa non utilizza il territorio come mero mercato di sbocco, ma lo riconosce come ecosistema in cui generare valore economico, culturale e simbolico

Impatto sociale

Il rapporto tra Professional Link e il territorio nel quale si inserisce è un caso paradigmatico di radicamento territoriale in senso sociologico. L'impresa si sviluppa infatti attraverso il suo rapporto con un contesto culturale, sociale ed economico che ne plasma le traiettorie di sviluppo: il territorio non è uno sfondo neutro, ma anzi un campo relazionale nel quale si intrecciano istituzioni, attori sociali, associazioni e pratiche culturali.

La stessa PLINK non si limita a “fare impresa” in un luogo, ma intraprende uno scambio simbolico con esso, riconoscendone le specificità e assumendole come risorse per l'innovazione. La relazione con gli stakeholder locali come comunità civili, enti sociali, università, artisti e reti associative, si configura quindi come una forma di capitale sociale, capace di rafforzare tanto la legittimazione quanto la capacità trasformativa dell'organizzazione.

Non sorprende che PLINK abbia aderito a progetti come quello di ICONA a Ivrea, volto alla valorizzazione dell'eredità olivettiana, o che abbia promosso eventi come AnthroDay, in collaborazione con l'Università di Milano Bicocca. Attraverso arte pubblica, collezioni aziendali e spazi condivisi, l'impresa non utilizza il territorio come mero mercato di sbocco, ma lo riconosce come ecosistema complesso, dove il valore generato è al tempo stesso economico, culturale e simbolico.

9.1 L'IMPATTO SOCIALE DI PLINK: BENESSERE DIFFUSO E UMANITÀ OPERATIVA

Il modello di impresa di PLINK è un esempio di umanizzazione della governance.

L'azienda assume l'umanità non solo come principio etico, ma come criterio gestionale, generando un ciclo virtuoso: il benessere interno si traduce in responsabilità esterna, e viceversa. In questo senso, l'organizzazione si avvicina al paradigma della responsabilità sociale d'impresa (CSR), ma lo declina in chiave più relazionale e comunitaria.

I lavoratori riconoscono l'impatto positivo dell'umanità sulla felicità, sulla coesione e sul clima aziendale. La specificità di PLINK risiede però nel fatto che questa umanità non resta confinata ai margini organizzativi: è concepita come bene collettivo da redistribuire sul territorio. Infatti, il 61% dei rispondenti all'indagine interna ritiene che un'impresa debba “prendersi cura del contesto in cui opera”, mentre un ulteriore 39% si dichiara incerto, segno che il tema è comunque percepito come rilevante.

Relativamente a PLINK, il 100% delle risposte positive indica che l'azienda debba farsi carico delle problematiche sociali; ciò evidenzia una chiara aspettativa: l'impresa deve agire non solo come attore economico, ma anche come soggetto civico.

9.2 L'APPROCCIO TERRITORIALE

L'orientamento relazionale precedentemente descritto trova riscontro in alcune pratiche concrete.

La sede di Cermenate è stata progettata come spazio per il benessere collettivo, secondo criteri di sostenibilità ambientale e attenzione ai bisogni dei collaboratori. Le partnership culturali con università e associazioni, le iniziative artistiche aperte alla cittadinanza e la partecipazione a reti per l'innovazione sociale, inoltre, configurano l'impresa come nodo attivo di una rete territoriale più ampia.

In questo senso, il Progetto Eulero assume una valenza paradigmatica: da modello organizzativo interno diventa principio replicabile verso l'esterno, proponendo un'idea di governance trasparente, partecipativa e “umana”.

Da un punto di vista sociologico, ciò richiama il concetto di “innovazione sociale” intesa non solo come introduzione di nuove tecnologie, ma come produzione di nuove forme di relazione e di cura dei luoghi.



Artantide e il movimento Arte Etica

Dal 2019 Professional Link sponsorizza, tramite la galleria Artantide di Verona, il Movimento Arte Etica e le sue numerose mostre temporanee. Lo facciamo perché siamo convinti che l'arte, quando espressa con un senso di responsabilità sociale, abbia il potere di agire in maniera educativa sul modo di vivere delle persone e, di conseguenza, migliorare la società.

Incontri con le scuole

Quello dell'arte in azienda è un discorso non scontato per una realtà che si occupa di telecomunicazioni, ma che proprio per questo incuriosisce, e lo fa a tal punto da richiamare anche le scuole. Nel 2024 abbiamo infatti accolto nella nostra sede un gruppo di giovani studenti dell'IIS Jean Monnet di Mariano Comense, che ci hanno fatto visita per scoprire la nostra collezione d'arte e parlare del rapporto che esiste tra la cultura umanistica e un nuovo modo di approcciare la produttività.

Confrontarsi con i giovani è per noi un elemento necessario nella progettazione un futuro basato sulla sostenibilità sociale, che va di pari passo con una visione rinnovata del concetto di “progresso”.

ASD Virtus pallacanestro Cermenate

Dal 2020 Professional Link è main sponsor della prima squadra di basket di Cermenate, posizionata in serie C Gold.

Virtus Cermenate è una società di pallacanestro con oltre 300 atleti tesserati e altri sponsor minori.

Abbiamo avviato la sponsorizzazione nel pieno del periodo di pandemia di Covid-19, con la consapevolezza che la squadra non avrebbe avuto la possibilità di giocare a causa della sospensione della stagione sportiva. Abbiamo scelto di sostenerla comunque, poiché senza tale supporto il futuro della squadra non sarebbe stato garantito. In aggiunta, sarebbe venuta meno la possibilità, per molti giovani, di intraprendere una carriera sportiva incentrata su valori quali la collaborazione e lo spirito di squadra, che PLINK condivide appieno.

BikeUP

Dal 2021 Professional Link è sponsor tecnico dell'evento BikeUP, primo festival internazionale dedicato alle e-bike e uno dei più importanti raduni dedicati alla mobilità sostenibile. L'evento si svolge a Bergamo e a Torino, con una media di 30.000 visitatori ogni anno e 165 articoli sulla stampa nazionale. PLINK fornisce la connettività mobile agli stand e agli operatori della manifestazione, contribuendo alla buona riuscita dell'evento grazie ai suoi servizi di fonia mobile.

Associazione Antonio Castelnuovo

Forniamo un numero verde all'Associazione Antonio Castelnuovo di Cermenate (CO).

L'associazione opera nell'ospedale di Varese ed è nata per favorire la ricerca e la cura in campo oncoematologico (leucemie e tumori del sangue) e per sensibilizzare alla donazione del midollo osseo. In questo caso, non abbiamo richiesto nessun riscontro in termini di visibilità, poiché riteniamo che il bene vada fatto con il solo obiettivo del bene stesso.

Regali solidali

Dal 2021, Professional Link ha scelto di rendere il Natale ancora più speciale per i suoi clienti, affidando la realizzazione dei doni natalizi ad associazioni di beneficenza del territorio. Questa iniziativa ci permette di sostenere le organizzazioni che lavorano instancabilmente per il benessere e la dignità dell'essere umano.

Collaboriamo con Azione Contro La Fame, che si impegna a combattere la fame e la malnutrizione nel mondo, e Cooperativa Penna Nera, la quale promuove l'inclusione sociale, l'indipendenza dell'individuo e il rispetto della dignità umana.

9.3 LA REPUTAZIONE DI PLINK: RISULTATI DELL'INDAGINE 2024

La dimensione reputazionale conferma la solidità di questa costruzione identitaria.

I dati raccolti internamente parlano di una valutazione media di 8,31 su 10, con bassa dispersione (deviazione standard 1,80) e un Net Promoter Score di +46: indicatori che segnalano fiducia, orgoglio di appartenenza e presenza di numerosi "ambasciatori" interni. Un'analisi incrociata mostra che i principali driver reputazionali non coincidono soltanto con performance tecniche, ma anche con valori e pratiche relazionali:

- **Umanità:** è riconosciuta come strumento distintivo di gestione
- **Felicità lavorativa:** è legata a un clima aziendale positivo, percepito anche all'esterno
- **Relazioni territoriali:** l'impegno civico rafforza la credibilità
- **Innovazione culturale:** iniziative come AnthroDay rafforzano la reputazione oltre i confini del core business

L'azienda gode di una reputazione forte e autentica, alimentata dalla coerenza interna, dall'impatto sociale e da una cultura organizzativa focalizzata sul valore dell'umanità.

In un contesto globale segnato da trasformazioni rapide e incertezze sistemiche, PLINK rappresenta un caso di innovazione relazionale, dimostrando che la tecnologia e l'impresa possono essere al servizio delle persone e dei territori.



Capitolo 10

L'impatto ambientale di PLINK

- 10.1 L'impatto ambientale nel settore delle telecomunicazioni
- 10.2 L'impatto ambientale di PLINK

Con l'obiettivo di ridurre l'impatto delle proprie attività, PLINK ha avviato un percorso di efficientamento energetico e di miglioramento delle proprie prestazioni ambientali, che ha già portato a risultati concreti.

L’impatto ambientale di PLINK

10.1 L’IMPATTO AMBIENTALE NEL SETTORE DELLE TELECOMUNICAZIONI

L’impatto ambientale è qualsiasi cambiamento (positivo o negativo) dell’ambiente causato da un’attività umana. Che si tratti di un prodotto o di un servizio, l’impatto si valuta di solito lungo tutto il ciclo di vita (produzione-uso-fine vita) del prodotto o del servizio e attraverso più indicatori, ad esempio:

- Emissioni climalteranti (CO2e)
- Consumi energetici
- Consumo d’acqua
- Uso di risorse e materie prime
- Inquinamento di aria, acqua, suolo e acustico
- Rifiuti ed e-waste
- Effetti su biodiversità e uso del suolo

La metodologia più diffusa per valutare l’impatto di un prodotto è il Life Cycle Assessment (LCA). Il ciclo di vita dei prodotti e dei servizi, nel settore delle telecomunicazioni è costituito dalla fase di upstream e dalla fase operativa. Le principali voci da considerare sono quindi upstream, operatività e downstream.

Upstream (fornitura)

- Estrazione e produzione di apparati di rete, CPE e terminali
- Logistica e imballaggi

Operatività (uso)

- Consumi elettrici di RAN, backhaul, trasporto, core e data center
- Combustibili per gruppi elettrogeni e flotte operative
- Infrastrutture e cantieri con possibili effetti locali su suolo e sul paesaggio

Downstream e fine vita

- Consumo energetico dei dispositivi degli utenti
- Produzione e trattamento di rifiuti elettronici (WEEE), recupero dei materiali, riuso e ricondizionamento

Nota: l’esposizione ai campi elettromagnetici riguarda soprattutto la salute pubblica e la conformità normativa; non è di solito un indicatore ambientale LCA.

10.2 L’IMPATTO AMBIENTALE DI PLINK

Il settore delle telecomunicazioni è noto per essere uno dei comparti più energivori a causa dell’energia richiesta per il funzionamento continuo di infrastrutture di rete, data center e in generale della sua filiera.

Professional Link dispone di due sedi adibite ad ufficio e quindi caratterizzate da consumi energetici molto contenuti. La sede principale di Cermenate è dotata peraltro di sistemi avanzati di efficientamento energetico sia per quanto riguarda l’illuminazione dei locali, sia per la presenza di impianti di condizionamento e trattamento aria ad alta efficienza energetica.

Tuttavia, vi è la consapevolezza della rilevanza ambientale dovuta alla presenza di apparecchiature e server collocati presso due data center esterni, necessari per l’erogazione dei nostri servizi.

Con l’obiettivo di ridurre l’impatto delle proprie attività, l’azienda ha avviato un percorso di efficientamento energetico e di miglioramento delle proprie prestazioni ambientali, che ha già portato a risultati concreti.

La ristrutturazione della rete

Nel corso del 2024 abbiamo realizzato un impegnativo progetto di ristrutturazione della rete di trasmissione dati che ha consentito di eliminare oltre 40 apparati altamente energivori (120W cad.) e 4 apparati di confine (350 W cad.) sostituendoli con soli 6 apparati di nuova generazione ad alte prestazioni ed elevato efficientamento energetico (325W cad.). Ciò ha consentito la riduzione della potenza installata, per il solo comparto rete dati, di oltre 4kW che, su base annua in consumo continuo, corrispondono a circa 37MWh di energia risparmiata.

La revisione del cloud storage

Parallelamente, si è provveduto a revisionare completamente i sistemi cloud e storage adottando, anche in questo comparto, soluzioni più moderne e attente ai consumi.

L’introduzione di nuovi moduli cloud ha consentito la riduzione di consumi valutabile in un risparmio di circa 15MWh annui.

I data center

Tutti i data center presso i quali sono dislocate le nostre apparecchiature sono dotati di certificazione ISO14001 e 50001 e garantiscono quindi un’elevata efficienza del rapporto kbit_prodotto / kW_consumato.

I dispositivi elettronici

Siamo tutti consapevoli dell’impatto ambientale indotto dalla produzione e smaltimento di dispositivi elettronici. Capita sovente di dover ammodernare alcuni collegamenti presso le sedi dei clienti per via della disponibilità di nuove e più performanti soluzioni di connettività. Siamo attenti a recuperare e riutilizzare tutti gli apparati di telecomunicazione che vengono sostituiti, ricondizionandoli e rendendoli quindi idonei per un nuovo utilizzo, prolungandone in definitiva la vita e riducendo quindi l’impatto dovuto al loro smaltimento.

Attraverso queste azioni, PLINK conferma la volontà di coniugare lo sviluppo dei propri servizi con un modello di gestione responsabile, contribuendo alla riduzione dell’impatto ambientale del settore TelCo e promuovendo una cultura di sostenibilità orientata al lungo periodo.

Capitolo 11

La sostenibilità di PLINK

- 11.1 La percezione della sostenibilità
- 11.2 Gli SDG ai quali PLINK guarda

La sostenibilità non si esaurisce in indicatori ambientali o normativi: è qualcosa di più profondo, che riguarda il modo in cui l'azienda sceglie di vivere i propri valori e di relazionarsi con le persone e con il territorio.

La sostenibilità di PLINK

11.1 LA PERCEZIONE DELLA SOSTENIBILITÀ

Quando si parla di sostenibilità si intende un modello di gestione dell’impresa che, attraverso il coinvolgimento degli stakeholder nel migliorare le performance ambientali, economiche e sociali, massimizza la reputazione e il valore dell’azienda.

Per Professional Link la sostenibilità non si esaurisce però in indicatori ambientali o normativi: è qualcosa di più profondo, che riguarda il modo in cui l’azienda sceglie di vivere i propri valori e di relazionarsi con le persone e con il territorio; E non potrebbe essere altrimenti: sostenibilità e umanità, integrate nella gestione dell’azienda diventano quasi sinonimo l’una dell’altra.

La sostenibilità come valore umano

Dalla recente indagine condotta all’interno dell’organizzazione, emerge che i valori riconosciuti come distintivi di PLINK sono la collaborazione, l’impegno e l’umanità. Non è un caso che proprio questi tre aspetti siano percepiti come fondamentali anche per il futuro dell’azienda.

La sostenibilità, dunque, non è solo un obiettivo di business, ma un principio che guida i comportamenti quotidiani, orientando i rapporti tra colleghi, con i clienti e con la comunità.

Se guardiamo alla scala di importanza attribuita ai valori, tutti si collocano su punteggi molto alti (tra 4 e 5 su 5). In cima troviamo la collaborazione, seguita dall’umanità e dalla responsabilità. Questo significa che PLINK non vede la sostenibilità come una funzione separata, ma come un elemento integrato in un approccio che unisce etica, relazioni e responsabilità sociale.

Persone e territorio

Un altro elemento forte che emerge dall’indagine è l’attenzione che l’azienda rivolge verso il benessere delle persone e del territorio. Per PLINK, “essere sostenibili” vuol dire favorire la crescita professionale e il benessere dei collaboratori, rafforzare la coesione e la fiducia interne e soprattutto assumersi la responsabilità di contribuire positivamente al contesto locale. Questa visione unisce l’attenzione globale ai temi etici e sociali al radicamento nella realtà quotidiana di chi vive e lavora vicino all’azienda.

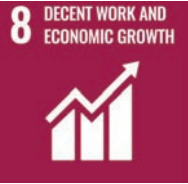
Lo scopo: umanità, bellezza e felicità

Lo scopo di PLINK non si limita a indicatori economici o produttivi, ma include concetti come umanità, arte, bellezza e felicità. Parole che, tradotte in pratica, significano pensare a un’impresa che non solo produce valore economico, ma anche culturale e relazionale, alimentando una visione di sostenibilità che parla di persone e di futuro.

11.2 GLI SDG AI QUALI PLINK GUARDA

Gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG) sono la cornice di riferimento che guida le imprese e le istituzioni verso un modello di crescita responsabile, inclusivo e orientato al futuro.

Per PLINK, tra i 17 obiettivi individuati dall’Agenda 2030, risultano particolarmente significativi gli SDG 8, 9 e 17.



L'SDG 8 è per noi un obiettivo fondamentale in quanto promuove una crescita economica duratura, sostenibile e inclusiva, insieme a lavoro dignitoso per tutti, in linea con l’impegno della nostra azienda a valorizzare le persone e il loro contributo.



L'SDG 9, dedicato all’innovazione e alle infrastrutture, si collega direttamente alla nostra attività, che fa dell’innovazione tecnologica e organizzativa un pilastro di sviluppo. Inoltre, è per noi particolarmente significativo perseguire questo obiettivo con lo scopo di fare vera innovazione promuovendo soluzioni che incontrino i bisogni reali delle persone, diffondendo in modo inclusivo i vantaggi delle tecnologie emergenti, al fine di migliorare la vita di tutti.



Infine, l'SDG 17 sottolinea l’importanza delle partnership e della collaborazione, elementi che per un operatore di medie dimensioni come il nostro sono essenziali per creare valore condiviso e affrontare con efficacia le sfide globali. Inoltre, la partecipazione attiva alla vita di associazioni che promuovo costantemente questi valori e la collaborazione costante con enti, fondazioni e istituzioni sono per noi una fonte preziosa di arricchimento per i valori che promuoviamo quotidianamente con il nostro lavoro.

Capitolo 12

Sustainable Development Goals

- 12.1 L'impegno di PLINK per uno sviluppo sostenibile
- 12.2 Modello di misurazione della coerenza di PLINK nei confronti degli SDG
- 12.3 Progetti e impegni per il futuro

“Una partnership ben costruita non è solo uno scambio di competenze, ma un modo per moltiplicare l'impatto positivo della tecnologia nella vita delle persone.”

*Andrea Ferlin
CEO di Professional Link Srl*

Sustainable Development Goals

12.1 L'IMPEGNO DI PLINK PER UNO SVILUPPO SOSTENIBILE

In PLINK, crediamo che fare impresa oggi significhi assumersi una serie di responsabilità rispetto al tipo di futuro che costruiamo con il nostro modo di stare nel mercato. Per questo abbiamo implementato delle iniziative sociali e culturali che coprono un segmento significativo degli SDG indicati nell'Agenda ONU 2030 per lo Sviluppo Sostenibile; in particolare, integriamo l'obiettivo 17 nella nostra strategia d'impresa.

Obiettivo 17: Partnership per gli obiettivi di sviluppo sostenibile



L'Obiettivo di Sviluppo Sostenibile (SDG) 17, intitolato **“Partnership per gli obiettivi”**, è l'ultimo degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile definiti dall'ONU nell'Agenda 2030. La sua funzione è trasversale: senza il raggiungimento dell'SDG 17, nessuno degli altri 16 obiettivi può essere pienamente conseguito.

In questo contesto, le aziende sono chiamate a:

- Collaborare in reti di impatto
- Integrare gli SDG nelle proprie strategie di sostenibilità
- Sostenere progetti che rafforzino il tessuto sociale ed economico dei territori
- Condividere conoscenze, dati e buone pratiche con altri attori

Per noi perseguire l'Obiettivo 17 significa riconoscere che la collaborazione strutturata e trasparente con altri attori pubblici, privati, accademici e sociali è essenziale per generare del valore sociale ed economico in modo sostenibile. Riconosciamo il valore del “fare rete” per affrontare sfide come la digitalizzazione e l'equità nell'accesso alle tecnologie. Lavoriamo quindi per costruire partnership trasparenti e di lungo termine, che valorizzino le competenze di ciascun attore coinvolto e mettano la tecnologia al servizio delle persone.

Nel corso del periodo di rendicontazione abbiamo rafforzato le nostre partnership tecnologiche con fornitori e system integrator per garantire la continuità e la scalabilità dei nostri servizi cloud e dati; abbiamo anche partecipato a tavoli di lavoro intersettoriali e a reti di imprese per lo scambio di buone pratiche, con particolare attenzione alla trasformazione digitale in ottica umano centrica.

Abbiamo instaurato inoltre delle partnership orientate alla formazione e allo sviluppo delle competenze. Collaboriamo con licei e università per facilitare l'ingresso dei giovani nel mondo del lavoro e sosteniamo iniziative volte a diffondere la cultura del benessere organizzativo attraverso il confronto con altre imprese.

Il nostro modello organizzativo (denominato **“Progetto Eulero”**) è esso stesso un'applicazione dell'SDG 17, poiché lo traduce in una struttura a grafo basata sulla collaborazione tra centri di competenza interconnessi.

Nel quadro del progetto abbiamo avviato:

- Collaborazioni con enti di formazione, favorendo l'ingresso di giovani talenti nella nostra squadra
- Percorsi interni di aggiornamento continuo anche in dialogo con partner esterni
- Iniziative come AnthroDay, evento che ospitiamo annualmente in collaborazione con l'Università Milano Bicocca, per promuovere il dialogo tra impresa, artisti e il mondo accademico

Obiettivi 8 e 9: lavoro e imprese

Accanto all'SDG 17, anche altri due obiettivi dell'Agenda 2030 trovano espressione nella nostra quotidianità aziendale.



“Lavoro dignitoso e crescita economica”

Lo scopo è promuovere una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, accompagnata da piena occupazione e lavoro dignitoso per tutti.

Crescita responsabile

Professional Link persegue una strategia di espansione graduale e sostenibile, basata su investimenti tecnologici e crescita organica delle competenze interne. Ogni nuovo progetto è un'occasione per valorizzare il capitale umano in un'ottica di lungo periodo per questo scegliamo partner e fornitori che condividono i nostri stessi valori.

Benessere, equità e rispetto

PLINK adotta una cultura organizzativa partecipativa, che favorisce il dialogo tra team e la condivisione delle decisioni strategiche. Garantiamo condizioni eque e flessibilità lavorativa, nel rispetto del work-life balance. Investiamo nel miglioramento degli spazi e degli strumenti di lavoro per garantire salute, sicurezza e comfort.

Crescita per tutti

Il lavoro non è solo produttività, ma anche responsabilizzazione e realizzazione personale. Sosteniamo quindi un approccio alla tecnologia che non sostituisce le persone, ma le potenzia, rendendole più libere di essere creative.

Ogni risultato economico è considerato sostenibile solo se accompagnato da una crescita che genera vantaggi per tutti quelli che l'hanno resa possibile.



“Imprese, innovazione e infrastrutture”

Costruire infrastrutture resilienti, promuovere un'industrializzazione inclusiva e sostenibile e favorire l'innovazione.

Professional Link svolge un ruolo strategico nel rendere disponibili infrastrutture resilienti, sicure ed efficienti a favore della digitalizzazione del tessuto produttivo.

Infrastruttura distribuita

La nostra rete è articolata su nodi interconnessi e geograficamente distribuiti, per garantire continuità operativa, scalabilità e ridondanza. Adottiamo sistemi di monitoraggio proattivo con l'obiettivo di prevenire guasti e ottimizzare le performance.

Il nostro modello è pensato per crescere senza congestionare, assicurando stabilità e affidabilità anche in contesti in forte espansione.

Innovazione continua

Investiamo in ricerca e sviluppo per aggiornare le soluzioni erogate e integrare tecnologie emergenti. Sperimentiamo nuove architetture digitali nel rispetto dell'interoperabilità.

Sostegno all'ecosistema imprenditoriale

Offriamo soluzioni personalizzate per la digitalizzazione delle imprese, riducendo la complessità tecnologica e migliorando la fruibilità dei servizi. Accompagniamo i nostri clienti nell'adozione responsabile delle tecnologie, ponendo l'accento su trasparenza, accessibilità e autonomia gestionale.

La nostra strategia di sostenibilità è stata costruita non per dichiarazione, ma per coerenza: ogni azione, progetto o decisione organizzativa è pensata per generare un impatto che sia positivo, umano e durevole.

12.2 MODELLO DI MISURAZIONE DELLA COERENZA DI PLINK NEI CONFRONTI DEGLI SDG

Abbiamo elaborato un modello per verificare la coerenza tra gli SDG e le azioni della nostra azienda. Il sistema si basa su quattro assi di valutazione, applicati a ciascun SDG.

Asse di Valutazione	Descrizione	Punteggio
A. Allineamento Valoriale	Coerenza con i valori identitari di PLINK	0-3
B. Integrazione Operativa	Presenza dell'SDG nei progetti, nei processi e nelle pratiche aziendali	0-3
C. Impatto Misurabile	Evidenza di impatti concreti verso l'SDG come interventi, iniziative, partnership ecc.	0-3
D. Coinvolgimento degli Stakeholder	Grado di partecipazione interna/esterna a quell'SDG	0-3

Soglie qualitative:

- 9-12 = SDG Strategico
- 5-8 = SDG Coerente
- 1-4 = SDG Potenziale (da sviluppare)

SDG	Titolo	A	B	C	D	Totale	Categoria
17	Partnership/obiettivi	3	3	3	3	12	Strategico
9	Innovazione e infrastrutture	2	3	2	2	9	Strategico
8	Lavoro dignitoso	3	3	3	2	11	Strategico

Lo scenario dell'adozione della sostenibilità si presenta frammentato: da un lato vi sono le imprese che la dichiarano, talvolta in modo puramente formale, dall'altro quelle che la traducono in azioni concrete. PLINK ha scelto la via più impegnativa. Prima di intraprendere questo percorso, infatti, ha sviluppato un modello di valutazione volto a misurare la coerenza tra la propria identità aziendale e gli SDG, così da comprenderne l'efficacia e orientarne l'evoluzione futura. Dopodiché si sono presi in considerazione, nella comunicazione istituzionale, i soli SDG che l'azienda sta gestendo attivamente. In questo modo, la sostenibilità in PLINK nasce da un confronto oggettivo con gli stakeholder e solo successivamente diventa strategia e azione.

Il modello di valutazione ha evidenziato come gli SDG siano gestiti a livello strategico. La decisione di concentrarsi su due obiettivi specifici risponde alla volontà di trasmettere agli stakeholder la certezza che gli impegni assunti dall'azienda si traducono in risultati concreti.

12.3 PROGETTI E IMPEGNI PER IL FUTURO

Nel solco dell'SDG 8 ci impegniamo a sviluppare nuove iniziative che favoriscano lo sviluppo di una economia inclusiva, sostenibile e ad alto valore umanistico.

Nel prossimo futuro rafforzeremo ulteriormente i percorsi di formazione continua già in essere, per favorire la crescita di competenze interne e renderle accessibili a tutti gli addetti. Svilupperemo poi nuovi percorsi di mentoring per giovani talenti e categorie a rischio di esclusione dal mondo del lavoro e promuoveremo maggiormente pratiche di economia circolare e “innovazione frugale” per generare valore riducendo al contempo il nostro impatto ambientale.

Ci impegniamo a misurare con maggiore precisione sia i progressi legati al benessere delle persone (dentro e fuori l'azienda) sia l'impatto sociale delle iniziative che abbracceremo. Resta, su tutto, una grande forza trainante: **crediamo che la crescita non sia solo un traguardo economico, ma un impegno quotidiano a garantire lavoro dignitoso, sicurezza, equità e realizzazione personale per tutti gli attori coinvolti.** In coerenza con l'SDG 9, PLINK intende rafforzare il proprio ruolo nello sviluppo di infrastrutture digitali sicure, accessibili e inclusive, capaci di sostenere la competitività del sistema produttivo e favorire una crescita diffusa.

Per il futuro ci impegniamo ad ampliare la resilienza e la capillarità della rete, garantendo stabilità e continuità anche nei contesti più dinamici e complessi. Desideriamo incrementare gli investimenti in ricerca e sviluppo, con particolare attenzione alle tecnologie emergenti e alle soluzioni interoperabili e sperimentare modelli di infrastruttura digitale a basso impatto ambientale, con criteri di efficienza energetica e sostenibilità. Siamo convinti di dover giocare un ruolo importante nel favorire la digitalizzazione inclusiva delle PMI, semplificando l'accesso a strumenti tecnologici avanzati e riducendo barriere di costo e complessità. Intendiamo dare un'ulteriore spinta alle iniziative di innovazione digitale che favoriscano una distribuzione equa dei vantaggi prodotti dalle nuove tecnologie.

Pensiamo sia quindi necessario consolidare l'ecosistema collaborativo basato su trasparenza, sicurezza e responsabilizzazione degli attori coinvolti, che ha caratterizzato il nostro agire in questi anni.

Considerando infine l'SDG17, è obiettivo primario per PLINK continuare a espandere la propria rete di relazioni al fine di alimentare un costante e costruttivo confronto con realtà impegnate in iniziative di impatto. La nostra partecipazione in Quinto Ampliamento ci vede impegnati, dal 2024, anche come membri del direttivo. In questo ambito desideriamo continuare a fornire il nostro contributo per costruire nuovi modelli di impresa che meglio rispondano alle mutate condizioni sociali.

Professional Link intende proseguire e alimentare ulteriormente la propria collaborazione con istituti di formazione superiore e universitaria con l'obiettivo di scovare e valorizzare giovani talenti, ma anche di confrontarsi con il mondo dell'accademia per comprendere al meglio le dinamiche legate al mondo del lavoro e, in particolare, all'effetto dirompente delle nuove tecnologie e alla loro capacità di modificare le nostre vite. A tale scopo proseguiremo in particolare le collaborazioni già avviate con L'Università Milano Bicocca (facoltà di sociologie e antropologia), L'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano e l'Istituto di Istruzione Superiore “Jean Monnet” di Mariano Comense.

Siamo infine intenzionati a mantenere attive tutte le relazioni con enti non-profit e associazioni del territorio con le quali già collaboriamo in modo attivo (cfr. Cap 8) e confermiamo la nostra apertura alle nuove iniziative che si potranno verificare. La costruzione di reti di imprese che operano in sinergia condividendo risorse per raggiungere obiettivi comuni, è per noi una preziosa leva di business. Resta quindi obiettivo primario la continua costruzione di relazioni e di partnership con aziende e attori del settore, nella consapevolezza che, oggi più che mai, non è possibile affrontare da soli il mercato e gestire il mondo del lavoro senza un confronto continuo con tutti i soggetti coinvolti.

Capitolo 13

I KPI DI PLINK

I KPI di PLINK

A. Standard Universali (Universal Standards 2021)

Codice	Disclosure/Tema	Descrizione/contenuto	Rendicontazione
GRI 1: Foundation	-	Principi di rendicontazione, modalità di applicazione	Si
GRI 2: General Disclosures	2-1, 2-2, ...	Informazioni generali sull'organizzazione, governance, strategia, politiche, impegni, stakeholder, pratiche	Si
GRI 3: Material Topics	3-1, 3-2, 3-3	Processo per identificare i temi materiali, lista dei temi, modalità di gestione dei temi materiali	Si

B. Topic/Temi specifici (Economico, Ambientale, Sociale)

Di seguito alcuni tra i principali Disclosure Standard (codici) con i principali indicatori:

Codice Economico/Governance	Tema/Categoria	Indicatori principali/contenuto	Rendicontazione
GRI 201	Performance economica	201-1 Valore economico generato e distribuito	Si
		201-2 Impatti finanziari legati al cambiamento climatico	Non applicabile
GRI 202	Presenza sul mercato	202-1 Rapporto tra salario iniziale e salario minimo	No
		202-2 Percentuale di dirigenti assunti da comunità locali	No
GRI 203	Impatti economici indiretti	203-1 Investimenti in infrastrutture e servizi	Non applicabile
		203-2 Impatti economici significativi indiretti	Non applicabile
GRI 204	Pratiche di approvvigionamento	204-1 Percentuale di spesa su fornitori locali	No
GRI 205	Anticorruzione	205-1 Operazioni valutate per rischio corruzione	Non applicabile
		205-2 Formazione in politiche anticorruzione	Non applicabile
		205-3 Casi confermati di corruzione e azioni intraprese	Non applicabile
GRI 206	Comportamento anticoncorrenziale	206-1 Azioni legali per pratiche anticoncorrenziali	Non applicabile
GRI 207	Tasse	207-1 Approccio fiscale	Non applicabile
		207-2 Governance fiscale, controlli e rischi	Non applicabile
		207-3 Coinvolgimento stakeholder su fiscalità	Non applicabile
		207-4 Report paese per paese (Country-by-country)	Non applicabile

Codice ambientale	Tema/Categoria	Indicatori principali/contenuto	Rendicontazione
GRI 301	Materiali	301-1 Materiali usati	Non applicabile
		301-2 Materie prime riciclate	Non applicabile
		301-3 Prodotti reclamati/packaging riciclato	Non applicabile
GRI 302	Energia	302-1 Consumo di energia	No
		302-2 Energia rinnovabile	No
		302-3 Efficienza energetica	Si
		302-4 Riduzioni di consumo energetico	Si
GRI 303	Acqua e scarichi idrici	303-1 Prelievo idrico	Non applicabile
		303-2 Fonti idriche	Non applicabile
		303-3 Scarico idrico (qualità/quantità)	Non applicabile
GRI 304	Biodiversità	304-1 Habitat influenzati	Non applicabile
		304-2 Impatti su aree protette	Non applicabile
		304-3 Specie minacciate coinvolte	Non applicabile
GRI 305	Emissioni	305-1 Emissioni dirette (Scope 1)	Non applicabile
		305-2 Emissioni indirette (Scope 2)	Non applicabile
		305-3 Emissioni indirette ulteriori (Scope 3)	Non applicabile
		305-4 Intensità di emissioni	Non applicabile
		305-5 Riduzioni delle emissioni	Si
		305-6 Emissioni evitate (es. crediti)	Non applicabile
GRI 306	Rifiuti	306-1 Produzione di rifiuti	Non applicabile
		306-2 Rifiuti per tipologia e destinazione	Non applicabile
		306-3 Riduzioni rifiuti	Non applicabile
		306-4 Rifiuti avviati a recupero/riciclo/smaltimento	Non applicabile
GRI 307	Conformità ambientale	307-1 Non conformità ambientali/sanzioni	Non applicabile
GRI 308	Valutazione ambientale dei fornitori	308-1 Nuovi fornitori valutati secondo criteri ambientali	Non applicabile
		308-2 Impatti ambientali significativi nei fornitori e azioni intraprese	Non applicabile

Legenda

Si = rendicontato

No = non rendicontato

Non applicabile = non è pertinente al business di PLINK

Codice Sociale & diritti umani/Lavoro	Tema/Categoria	Indicatori principali/contenuto	Rendicontazione
GRI 401	Occupazione	401-1 Nuove assunzioni/turnover	Si
		401-2 Benefici per dipendenti	No
		401-3 Congedi parentali	No
GRI 402	Relazioni lavoro-management	402-1 Periodi di preavviso per cambiamenti operativi	No
GRI 403	Salute e sicurezza sul lavoro	403-1 Sistema di gestione salute e sicurezza	Non applicabile
		403-2 Consulazione lavoratori	Si
		403-3 Qualificazione/formazione salute e sicurezza	Si
		403-4 Incidenti lavoro (tasso, gravità)	Si
		403-5 Malattie professionali	No
		403-6 Programmi di sicurezza	Si
		403-7 Formazione sicurezza	Si
		403-8 Valutazioni salute e sicurezza	Si
		403-9 Infortuni sul lavoro/numero e tasso	No
GRI 404	Formazione e istruzione	404-1 Ore di formazione per dipendente	Si
		404-2 Programmi per competenze/riqualificazione	No
		404-3 Percentuale di personale che riceve valutazioni di performance/sviluppo	Non applicabile
GRI 405	Diversità e pari opportunità	405-1 Diversità negli organi di governo e dipendenti	Si
GRI 406	Non discriminazione	405-2 Rapporto retribuzione base donne/uomini	No
GRI 407	Libertà di associazione e contrattazione collettiva	406-1 Incidenti di discriminazione e misure correttive	No
GRI 408	Lavoro minorile	407-1 Operazioni/fornitori con rischio di restrizione di libertà sindacale	No
GRI 409	Lavoro forzato/obbligatorio	408-1 Operazioni/fornitori con rischio di lavoro minorile	Non applicabile
GRI 410	Pratiche per la sicurezza	409-1 Operazioni/fornitori con rischio di lavoro forzato	Non applicabile
GRI 411	Diritti dei popoli indigeni	410-1 Personale di sicurezza formato in diritti umani	Non applicabile
GRI 412	Valutazione dei diritti umani	411-1 Incidenti di violazioni di diritti dei popoli indigeni	Non applicabile
		412-1 Valutazioni dei diritti umani	Non applicabile
		412-2 Comunicazione a soggetti esterni su aspetti di diritti umani	Non applicabile
GRI 413	Comunità locali	412-3 Reclami relativi ai diritti umani	Non applicabile
		413-1 Operazioni con coinvolgimento comunità/valutazioni di impatto/programmi	Si
GRI 414	Valutazione sociale dei fornitori	413-2 Operazioni con impatti negativi significativi su comunità locali	No
		414-1 Nuovi fornitori valutati su criteri sociali	No
GRI 415	Politiche pubbliche	414-2 Impatti sociali significativi nella supply chain e azioni	No
GRI 416	Salute e sicurezza dei clienti	415-1 Contributi politici	No
GRI 417	Marketing e etichettatura	416-1 Valutazioni degli impatti salute/sicurezza di prodotti/servizi	Non applicabile
		417-1 Requisiti informativi per prodotti/servizi	Si
		417-2 Incidenti non conformità informazione/etichettatura	No
GRI 418	Privacy dei clienti	417-3 Incidenti non conformità comunicazione marketing	No
GRI 419	Conformità socioeconomica	418-1 Reclami accertati su violazioni di privacy/perdita dati clienti	Non applicabile
		419-1 Non conformità legali/normative in ambito sociale/economico	Non applicabile



Capitolo 14

La dimensione economica

- 14.1 Sintesi del Bilancio d'Esercizio 2024
- 14.2 Relazione di Gestione 2024
- 14.3 Ripartizione del valore aggiunto

Il rafforzamento dell'autofinanziamento e la stabilità nella redistribuzione attestano un modello d'impresa capace di coniugare solidità economica, equità sociale e sostenibilità di lungo periodo.

La dimensione economica

14.1 SINTESI DEL BILANCIO D'ESERCIZIO 2024

Introduzione

Il bilancio al 31 dicembre 2024 della Professional Link S.r.l., redatto secondo i principi contabili nazionali e in forma abbreviata ai sensi dell'art. 2435-bis c.c., rappresenta in modo veritiero e corretto la situazione patrimoniale, finanziaria ed economica della società. È stato predisposto in continuità aziendale e approvato dall'organo amministrativo senza riserve.

Stato Patrimoniale – Situazione sintetica

Totale attivo: € 6.290.769
Totale passivo: € 6.290.769
Patrimonio netto: € 2.128.561
Debiti: € 2.553.192
Fondo TFR: € 411.494
Debiti verso fornitori: € 1.197.522
Crediti verso clienti: € 1.982.786
Attivo circolante: € 2.633.452

Immobilizzazioni

Totale: € 3.391.505
- Immateriali: € 159.920
- Materiali: € 3.047.784
- Finanziarie: € 183.801 (di cui partecipazioni in Icona Srl per € 150.000)

Attivo circolante

Crediti: € 2.062.189
Disponibilità liquide: € 569.263
Rimanenze: € 2.000

Conto Economico – Dati essenziali

Valore della produzione: € 7.841.404
Costi della produzione: € 7.523.533
Risultato operativo (EBIT): € 317.871
Risultato ante imposte: € 262.114
Utile netto d'esercizio: € 242.889

14.2 RELAZIONE DI GESTIONE 2024

Premessa

La presente relazione, pur non obbligatoria per legge, integra il bilancio 2024 con una visione gestionale dei principali fenomeni economico-finanziari di Professional Link. Essa fornisce un quadro chiaro dell'andamento della società e delle sue prospettive.

Contesto operativo

Professional Link opera nel settore dei servizi di telecomunicazioni e ICT in qualità di operatore licenziatario con autorizzazione generale per la fornitura del servizio telefonico e reti dati per l'intero territorio italiano. Il 2024 ha visto una solida crescita dei ricavi di PLINK grazie al consolidamento dell'offerta in fibra, servizi cloud, cybersecurity e LTE in un mercato ancora competitivo e in espansione.

Il contesto operativo di mercato è contraddistinto da una vasta diffusione delle tecnologie di frontiera, ormai accessibili a tutti gli operatori a condizioni economiche simili. In assenza, quindi, di vantaggi competitivi legati al possesso di una nuova tecnologia in via esclusiva o alla possibilità di acquisto a condizioni economiche più favorevoli rispetto alla concorrenza l'azienda ha adottato un modello di crescita fondato sulla capacità di elaborare soluzioni originali e fortemente innovative, sfruttando le tecnologie più avanzate per sviluppare le migliori soluzioni nel campo delle telecomunicazioni, con l'obiettivo di migliorare concretamente la vita delle persone. Per perseguire questo obiettivo, PLINK ha scelto di investire con decisione nelle persone, affinché siano in grado di innovare sfruttando in modo originale tecnologie già esistenti ma spesso non impiegate al pieno delle loro potenzialità. Innovare, infatti, non significa soltanto creare qualcosa di nuovo, ma anche saper reinterpretare le tecnologie correnti con uno sguardo inedito. Il vero motore dell'innovazione sono quindi le persone, le quali devono saper immaginare il futuro e avere il coraggio di provare a realizzarlo. In quest'ottica, l'azienda ha puntato con forza sulla formazione tecnica e sullo sviluppo di una cultura diffusa tra i collaboratori, con l'obiettivo di rendere tutti sempre più capaci di comprendere i bisogni dei clienti e tradurli in soluzioni che migliorino la qualità della loro vita. I dati di bilancio evidenziano l'impegno profuso in questa direzione. D'altra parte, i risultati conseguiti sia in termini di nuovi e importanti contratti e clienti, sia relativamente alla reputazione che l'azienda gode in questo momento sul mercato sono risultati tangibili che dimostrano l'efficacia del modello adottato.

Ricavi

Totale ricavi: € 7.845.419, così suddivisi:

- Connettività: € 5.180.081 (66%)
- Telefonia: € 1.101.936
- Noleggio apparati: € 793.195
- Servizi ISP e cloud: € 354.458
- Altri ricavi e contributi: € 415.749

Il 2024 è stato caratterizzato dall'acquisizione di importanti contratti per clienti con sedi in Italia e all'estero. L'azienda ha sviluppato una fitta rete di collaborazioni con operatori corrispondenti in più di 20 Paesi esteri, attraverso i quali fornisce reti internazionali al servizio delle sedi e delle filiali di grandi clienti corporate e multinazionali. La capacità di gestire e governare la complessità legata allo sviluppo di questi progetti ha reso PLINK maggiormente competitiva, aprendo un settore molto promettente riferibile a tutte le realtà che hanno sedi distribuite su aree molto vaste. Rientrano in questa categoria le catene retail monomarca nel modo del fashion e del luxury furniture, come pure le corporate di grandi dimensioni che hanno sedi e stabilimenti dislocati in più punti in Italia e all'estero. I maggiori introiti sulla voce “connettività” sono riferibili a questa iniziativa, oltre che a contratti sottoscritti da aziende italiane di primaria importanza che hanno voluto affidarsi a noi per i servizi di connettività, a riprova dell'affidabilità e della reputazione di cui gode l'azienda.

Costi e risultato economico

Totale costi della produzione: € 7.602.530
Principali componenti di costo:

- Servizi esterni: € 4.455.573
- Personale: € 2.176.335
- Ammortamenti: € 407.204
- Costi merci: € 274.790
- L'utile netto (€ 242.889) mostra un incremento significativo rispetto al 2023 (€ 40.354), evidenziando la solidità operativa della società.

Le voci principali di costo sono riferibili alle forniture di servizi di rete da carrier nazionali e internazionali e ai costi del personale. In particolare, il personale rappresenta indubbiamente una voce di costo rilevante (circa il 28%). Questo colloca PLINK tra le prime 50 imprese del settore per livello di redditività (fonte “rapporto PLIMSOLL”).

Gli anni tra il 2020 e 2023 sono stati particolarmente impegnativi per via di alcuni fattori sia interni sia esogeni. Nel corso di questi anni l'azienda ha comunque continuato a crescere a livelli più alti rispetto alla media del settore. Tuttavia, la crescita, che nel 2019 aveva sfiorato il 30% YoY, si è assestata tra il 10% e il 15% YoY. Parte di questo effetto deriva dalla contingente crisi COVID che ha prodotto un rallentamento nello sviluppo di alcuni progetti.

Bisogna inoltre considerare che in questi anni PLINK ha compiuto ingenti investimenti per la sua sede HQ, per l'ampliamento e rinnovo delle infrastrutture telematiche e per l'inserimento in organico di circa 20 addetti (si è passati dai 16 del 2020 ai 35 del 2024), fattore rivelatosi poi determinante. Tutti questi elementi sono alla base del processo di sviluppo che l'azienda ha intrapreso e i cui effetti positivi si evidenziano già nel miglioramento di alcuni indici di performance del bilancio 2024 rispetto agli anni precedenti.

Investimenti e sviluppo

Incrementi in immobilizzazioni: € 349.119

L'incremento in immobilizzazioni è frutto di investimenti rilevanti effettuati sull'infrastruttura di rete, in particolare:

- La razionalizzazione di apparati ai nodi di interconnessione
- L'acquisizione di nuovi moduli hardware per il potenziamento dell'infrastruttura cloud e il potenziamento dei sistemi di storage e backup
- La sottoscrizione dell'aumento di capitale in ICONA SpA oltre che l'adesione al finanziamento soci.

Professional Link intende proseguire sulla via tracciata in questi ultimi quattro anni potenziando il proprio organico e ampliando il ventaglio di servizi ad alto valore aggiunto, raggiungendo una clientela di fascia alta, esigente in merito alla qualità e affidabilità dei servizi forniti. Già nel corso del 2025, si prevede di effettuare investimenti rilevanti per un ulteriore ammodernamento dell'infrastruttura (centrale telefonica pubblica, apparati di interconnessione ai nodi, sistemi cloud, storage e backup, protezione e cyber security).

Persone e welfare

La società ha investito il 3,5% del suo fatturato in welfare e premi di risultato (oltre € 272.000) a beneficio dei propri addetti. Tali spese sono state sostenute a favore di corsi di formazione, sicurezza, fringe benefit e premi di produzione. Come anticipato nell'analisi del contesto, gli investimenti in formazione del personale sono considerati strategici per lo sviluppo presente e futuro di PLINK. L'orientamento di questi anni è sempre stato rivolto alla costruzione di una comunità di persone raccolte attorno a un insieme di valori precisi, rappresentativi dell'identità aziendale, sui quali è costruito il nostro vantaggio competitivo. Migliorare costantemente la qualità della vita spesa all'interno delle pareti dell'azienda è per PLINK un obiettivo primario e non negoziabile, oltre che una vera e propria leva di sviluppo del business. Con questo capitolo di spesa l'azienda intende rappresentare, anche dal punto di vista economico, la coerenza con quanto espresso ai capitoli 1, 4, 5, 6 e 8 di questo report.

Indicatori di sintesi

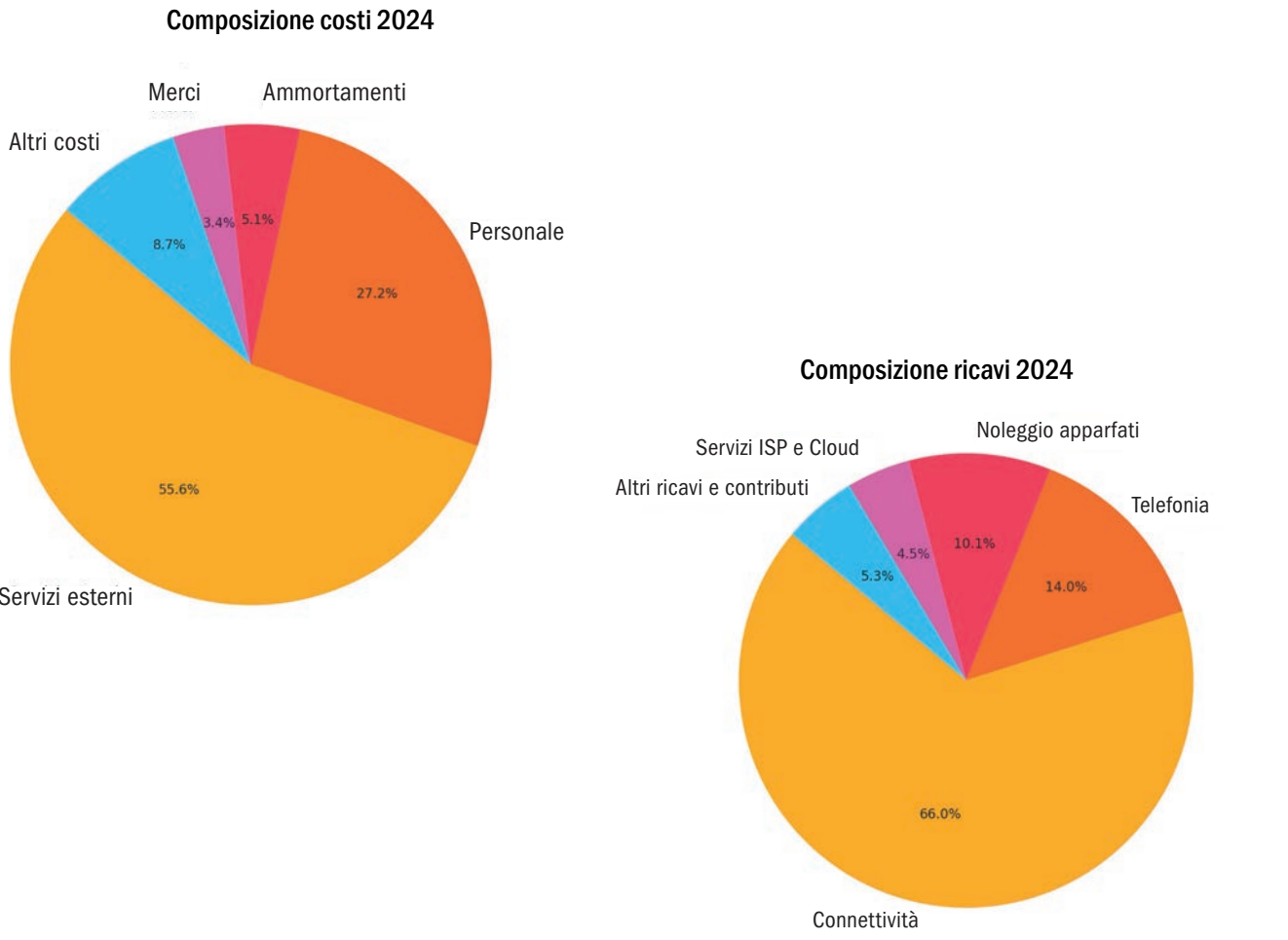
- EBITDA: € 735.000
- EBIT: €317.871
- Risultato ante imposte: €262.114
- Utile netto di esercizio: €242.889
- Margine operativo lordo: € 844.952
- Incidenza costo del lavoro / ricavi: ~27,7%
- Redditività netta: 3,1%
- Posizione finanziaria netta: positiva (cassa > debiti a breve)
- ROE (utile/patrimonio netto): ~11,4%

Conclusioni

Il 2024 conferma una gestione sana e dinamica, con l'utile in crescita, un rafforzamento patrimoniale e investimenti coerenti con la strategia aziendale. Le prospettive per il 2025 restano favorevoli, con un ulteriore sviluppo dell'offerta cloud e dei servizi digitali integrati. La situazione attuale è frutto di una serie di iniziative adottate nel corso dell'ultimo quadriennio e che hanno visto l'azienda impegnata in importanti investimenti nell'ambito del personale e di tipo materiale.

- Nuovo HQ
- Espansione nodi e IDC
- Razionalizzazione delle infrastrutture di rete
- Partecipazioni in ICONA
- Aumento degli addetti (da 16 a 35)
- Investimenti nella formazione del team aziendale
- Investimenti in marketing e comunicazione

Particolarmente rilevanti risultano oggi i costi fissi legati ai salari. Seppure questa voce di costo incida molto sui conti e sia superiore alla media del settore, l'azienda ritiene di mantenere questi livelli di retribuzione che considera adeguati alla qualità del personale attualmente in forza. È necessario considerare la situazione congiunturale e alcuni eventi esogeni che hanno prodotto un rallentamento della crescita rispetto alle previsioni. Pur avendo mantenuto alti livelli di crescita (>10% YoY), infatti, lo sviluppo dell'azienda ha subito un rallentamento legato alla pandemia del 2020, soprattutto in relazione ai servizi dedicati alle catene retail (che nell'occasione sono state costrette a chiudere per un certo periodo e quindi a ridimensionare gli investimenti in tecnologia). D'altra parte, gli investimenti posti in atto, nella convinzione oggi confermata di poter avere una rilevante presenza nel mercato TLC con servizi di alto profilo tecnologico, hanno prodotto una, seppur lieve, tensione nei conti, oggi brillantemente superata, oltre che un leggero conseguente peggioramento degli indici di performance economica. Gli investimenti effettuati e la capacità di Professional Link di stare nel mercato con soluzioni valide e innovative, ci consentono oggi di ripartire su livelli di performance economiche più in linea con le nostre reali possibilità. Le sfide future in questo senso ci impongono di ottimizzare i margini, efficientare i costi fissi e sviluppare nuovi servizi.



14.3 RIPARTIZIONE DEL VALORE AGGIUNTO

Il valore aggiunto è la ricchezza netta prodotta internamente dall'azienda. La ripartizione del valore aggiunto serve a capire come l'impresa distribuisce la ricchezza che ha creato attraverso la propria attività produttiva e mostra come il valore è distribuito tra i diversi soggetti che vi partecipano.

La ripartizione

Il valore aggiunto è generalmente distribuito tra i seguenti soggetti:

- Personale - tramite salari, stipendi e oneri sociali (remunerazione del lavoro)
- Pubblica amministrazione - con imposte, tasse e contributi (remunerazione dello Stato)
- Finanziatori - attraverso interessi e oneri finanziari (remunerazione del capitale di credito)
- Azionisti o soci - con la distribuzione degli utili (remunerazione del capitale di rischio)
- Impresa stessa - tramite gli utili trattenuti (autofinanziamento per sviluppo e investimenti)

Sul piano strategico, la ripartizione del valore aggiunto mostra le scelte di politica aziendale e le priorità dell'impresa. La ripartizione del valore aggiunto è uno strumento strategico per valutare la sostenibilità del modello di business, poiché mostra se la ricchezza generata dall'impresa viene distribuita in modo equilibrato tra tutti i fattori produttivi. Un'allocazione non adeguata, infatti, può compromettere nel tempo la solidità e la capacità competitiva dell'azienda. La ripartizione è utile per monitorare l'efficienza e la produttività, poiché consente di capire se la ricchezza prodotta cresce in linea con i costi del personale e del capitale. Inoltre, mostra come varia nel tempo la quota di valore destinata a ciascuno stakeholder.

Alcune imprese includono la ripartizione del valore aggiunto nel bilancio sociale o nei loro report di sostenibilità al fine di mostrare in modo trasparente il loro impatto economico sul territorio.

La ripartizione del valore aggiunto di PLINK

Nel 2024 la quota di valore destinata a “Utile reinvestito” è quella che ha registrato la crescita più significativa, mentre la componente riferita a “Persone” ha mostrato la contrazione più marcata.

Ripartizione del Valore Aggiunto (valori in €)	2022	2023	2024
Lavoratori	3.136.848,89	3.810.276,93	4.327.860,92
Stato (imposte)	41.826,00	0,00	19.225,00
Finanziatori	17.191,10	40.865,89	55.757,71
Comunità	11.115,00	3.725,00	2.180,00
Ammortamenti	339.707,83	382.122,82	407.204,95
Azionisti	0,00	0,00	0,00
Utile reinvestito	-399.860,25	-736.328,09	-397.987,37

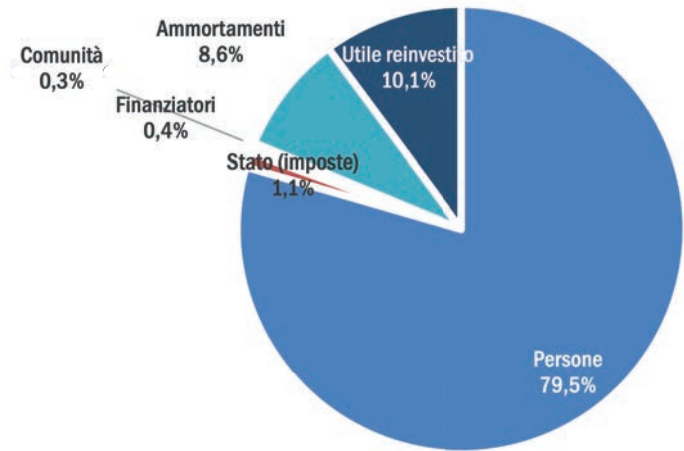
Ciò evidenzia un riequilibrio nella distribuzione del valore aggiunto a favore dell'utile reinvestito, in linea con la strategia aziendale di valorizzazione delle risorse e del capitale umano, e una razionalizzazione delle risorse destinate alle persone nel triennio.

Nel complesso, la struttura di ripartizione del valore aggiunto mostra una buona stabilità e un orientamento alla condivisione del valore creato, a beneficio sia degli stakeholder interni (persone, azionisti, finanziatori) sia di quelli esterni (Stato e comunità).

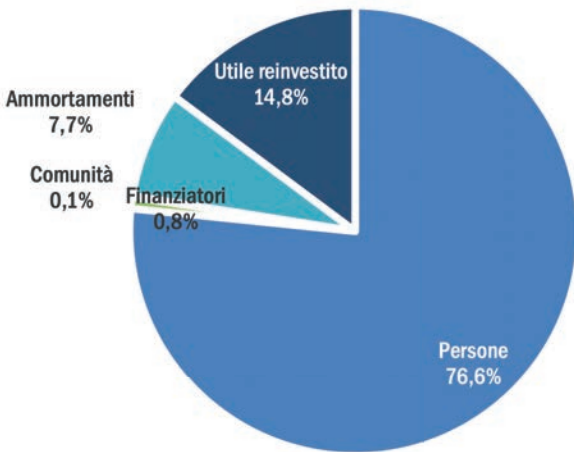
Il rafforzamento dell'autofinanziamento, grazie a una gestione equilibrata degli ammortamenti e degli utili reinvestiti, conferma l'impegno dell'impresa verso una crescita sostenibile di lungo periodo.

L'analisi del valore aggiunto nel triennio 2022-2024 mostra come PLINK sia sempre più in grado di generare e redistribuire valore all'interno di un ecosistema complesso di stakeholder.

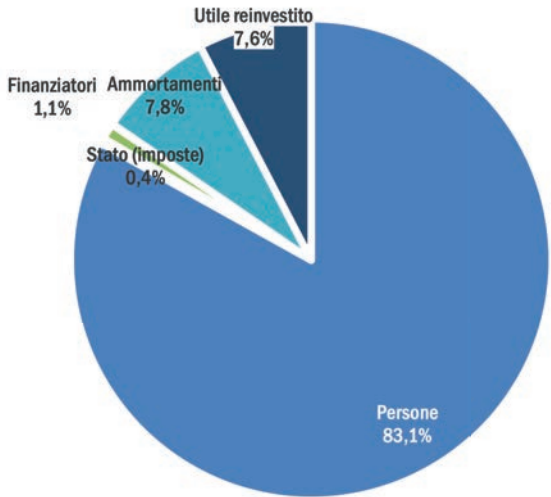
Ripartizione valore aggiunto 2022



Ripartizione valore aggiunto 2023



Ripartizione valore aggiunto 2024



La crescita del valore aggiunto, insieme alla stabilità delle quote destinate alle persone e alla comunità, riflette un modello di sviluppo in cui la produttività economica si intreccia con la coesione sociale. L'aumento della quota riconducibile a determinati stakeholder evidenzia un processo di riequilibrio tra capitale umano e capitale finanziario, in cui la ricchezza non è solo prodotta, ma anche reinterpretata come bene collettivo. In questa prospettiva, la redistribuzione del valore è

una forma di riconoscimento sociale che consolida il patto di fiducia tra PLINK e la popolazione aziendale. L'impresa emerge così come soggetto attivo nella costruzione di valore condiviso e la sostenibilità economica diventa parte integrante della sostenibilità sociale. La continuità dell'autofinanziamento e la moderata evoluzione delle quote destinate a imposte e oneri finanziari dimostrano una governance orientata alla resilienza e alla responsabilità collettiva.

L'analisi del valore aggiunto si inserisce nel più ampio framework ESG, evidenziando come la performance economica dell'impresa sia strettamente connessa alle sue dimensioni ambientali e sociali.

Il valore economico generato è il risultato di un sistema relazionale che integra persone, comunità e ambiente. In questa prospettiva, la creazione di valore condiviso assume una funzione strategica: consente di consolidare la fiducia degli stakeholder, alimentare la coesione interna e promuovere pratiche di governance responsabile. Il rafforzamento dell'autofinanziamento e la stabilità nella redistribuzione tra persone, Stato e comunità attestano un modello d'impresa capace di coniugare solidità economica, equità sociale e sostenibilità di lungo periodo.

Professional Link si configura così come un attore sociale, orientato sì alla generazione di profitto, ma anche alla produzione di impatti positivi diffusi, che contribuisce alla costruzione di un'economia più inclusiva e socialmente sostenibile.

Nota metodologica

Quello che state leggendo è il primo documento di rendicontazione di sostenibilità di Professional Link. Per noi rappresenta un passo importante, che nasce dalla volontà di assumerci la totale responsabilità del nostro operato nei confronti delle persone e delle realtà con le quali entriamo in relazione ogni giorno, sia da un punto di vista di business, sia (e soprattutto) dal punto di vista umano.

Sebbene Professional Link non sia soggetta ad alcun obbligo normativo in tal senso, abbiamo scelto di redigere comunque questo documento per rafforzare il dialogo con i nostri stakeholder e promuovere la nostra cultura aziendale, da sempre fondata sulla trasparenza, sull'ascolto e sul progresso umano prima ancora che tecnologico.

Abbiamo deciso di chiamare questo testo “Documento di rendicontazione” perché non si limita a descrivere le nostre attività e i nostri risultati, ma esprime anche una precisa scelta strategica: quella di rendere visibile un percorso di sostenibilità sociale che ha preso forma nel tempo, dentro e fuori dall'azienda. Le iniziative che abbiamo avviato, giunte oggi a un grado di maturità significativo, meritano un canale di comunicazione strutturato, che possa crescere ed evolversi nel tempo insieme a noi e ai nostri interlocutori.

Questa prima edizione nasce con un focus sugli stakeholder interni, i quali sono protagonisti diretti del percorso di sostenibilità di PLINK fin dalla sua fondazione. Il loro coinvolgimento si è concretizzato attraverso tre workshop partecipativi e un'indagine interna finalizzata a misurare l'impatto generato.

Il documento di rendicontazione è disponibile anche sul sito web di Professional Link all'indirizzo www.plink.it

IL PERIMETRO DI RENDICONTAZIONE

Di seguito descriviamo il perimetro del documento di rendicontazione 2024 di Professional Link

Anno di riferimento: 2024

Periodicità: annuale

Periodo di rendicontazione: 1° gennaio 2024 - 31 dicembre 2024

Pubblicazione del documento di rendicontazione precedente: non applicabile (prima edizione)

Società comprese nel perimetro di rendicontazione: Professional Link Srl (nel documento di rendicontazione per indicare Professional link si useranno anche i termini “azienda” e “PLINK”)

Limitazioni: nessuna




Variazioni significative nel trattamento dei dati: non applicabili (prima edizione)

Cambiamenti significativi durante il periodo di redazione: nessuno



Connections beyond Connectivity

Professional Link S.r.l.
Via Alcide De Gasperi, 4/A 22072 Cernenate (CO)
Tel. +39 031 778912
comunicazioni@plink.it
www.plink.it

 PLINK: Professional Link
 Professional Link
 [plink_professional_link](https://www.instagram.com/plink_professional_link)