

[CELLULARLINEGROUP]

ESG REPORT 2024



[Our commitment for a **sustainable future**]

[INDICE]

1. INTRODUZIONE	6	6. PEOPLE&COMMUNITY	109
1.1 Lettera ai nostri stakeholder	6	6.1 Introduzione	109
1.2 Metodologie e criteri per la redazione del Bilancio	9	6.2 Diversity, Equity & Inclusion	113
2. CHI SIAMO	13	6.3 Sviluppo e valorizzazione delle Persone	119
2.1 Highlights Cellularline Group	13	6.4 People Care	127
2.2 Dati societari, Composizione del Gruppo, Organo Amministrativo, Informativa azionisti	17	6.5 Salute e Sicurezza sul Lavoro	137
2.3 La nostra Storia	25	6.6 Sostegno alla comunità	143
3. LA NOSTRA STRATEGIA	29	6.7 Impegni futuri	151
3.1 Introduzione	29	6.8 Informativa GRI	155
3.2 Purpose, Vision, Mission e Values	37	7. PRODOTTO&PACKAGING	165
3.3 Le nostre priorità e i nostri temi materiali	45	7.1 Introduzione	165
3.4 Mappatura e coinvolgimento degli stakeholder	57	7.2 Qualità e sicurezza dei prodotti	169
3.5 Modello di Business	61	7.3 Marketing responsabile e sostenibile	177
4. GOVERNANCE	65	7.4 Ricerca, sviluppo e innovazione come strategia per uno sviluppo sostenibile	185
4.1 La Governance della Sostenibilità	65	7.5 La gestione dei fornitori	195
4.2 La gestione fiscale	77	7.6 Impegni futuri	203
4.3 Impegni futuri	81	7.7 Informativa GRI	207
4.4 Informativa GRI	85	8. AMBIENTE	211
5. CUSTOMER&USERS	89	8.1 Introduzione	211
5.1 Introduzione	89	8.2 Monitoraggio delle performance ambientali	215
5.2 Customer Centricity	93	8.3 Impegni futuri	227
5.3 Impegni futuri	105	8.4 Informativa GRI	231
		9. ANNEXES	235
		9.1 Iniziative esterne, adesioni e associazioni	235
		9.2 Tabella di raccordo temi materiali GRI	241
		9.3 Indice dei contenuti GRI	245

INTRO DUZIO NE.

1.1

Introduzione

Lettera ai nostri stakeholder

Lettera ai nostri stakeholder

Siamo orgogliosi di presentarvi il nostro quinto ESG Report, testimonianza concreta del percorso di sostenibilità che il Gruppo Cellularline continua a portare avanti con determinazione, responsabilità e visione.

Anche nel 2024, abbiamo affrontato sfide complesse, ma lo abbiamo fatto con la consapevolezza che ogni passo verso un futuro più equo, inclusivo e sostenibile rappresenti un investimento nel valore duraturo del nostro Gruppo e della società in cui operiamo.

Il nostro impegno ESG si è ulteriormente rafforzato, guidato da una strategia che integra la sostenibilità in ogni ambito del nostro business. Abbiamo continuato a lavorare lungo le tre direttrici fondamentali della nostra trasformazione: Transizione ecologica e neutralità climatica, People Care, Diversity, Equity & Inclusion e Change System. Queste direttrici si sono tradotte in azioni concrete nelle sei aree chiave: Governance, Persone, Comunità, Fornitori, Ambiente e Clienti.

Nel 2024, abbiamo compiuto progressi significativi:

- **Ambiente:** abbiamo ampliato l'utilizzo di materiali riciclati e riciclabili nei nostri prodotti e packaging, riducendo ulteriormente l'impatto ambientale. Abbiamo inoltre avviato nuovi progetti per la misurazione e la riduzione delle emissioni lungo tutta la catena del valore.
- **Persone:** abbiamo implementato il piano di engagement emerso dal progetto di ascolto del 2023, con iniziative volte a migliorare il benessere, la formazione e la crescita professionale dei nostri collaboratori.
- **Comunità:** abbiamo rafforzato le collaborazioni con enti locali e organizzazioni no-profit, contribuendo attivamente a progetti di inclusione sociale e supporto alle fasce più fragili della popolazione.
- **Governance:** abbiamo consolidato i meccanismi di trasparenza e responsabilità, promuovendo una cultura aziendale sempre più orientata all'etica e alla sostenibilità.

Il nostro purpose, "Youmanizing the devices' experience", continua a guidarci: vogliamo rendere l'esperienza tecnologica più umana, accessibile e sostenibile.

Questo significa innovare con responsabilità, mettendo sempre le persone al centro delle nostre scelte.

Guardando al futuro, siamo determinati a proseguire su questa strada, consapevoli che la sostenibilità non è un traguardo, ma un percorso continuo. Continueremo a coinvolgere attivamente tutti i nostri stakeholder – dipendenti, clienti, partner, fornitori, comunità – perché solo insieme possiamo costruire un impatto positivo e duraturo.

Christian Aleotti
CEO



INTRO DUZIO NE.

1.2

Introduzione

Metodologie e criteri per la redazione del Bilancio

Metodologie e criteri per la redazione del Bilancio

Il presente documento rappresenta il quinto Bilancio di Sostenibilità (nel seguito anche solo “Bilancio”) del Gruppo Cellularline.

La società che rendiconta è Cellularline S.p.A. con sede legale in Via Grigoris Lambrakis 1/A, 42122 Reggio Emilia (RE), Società per azioni privata quotata al mercato Euronext STAR Milan.

Il Bilancio di Sostenibilità di Cellularline è redatto in conformità con i GRI Standards – nella modalità “In Accordance with GRI Standards” – pubblicati dal Global Reporting Initiative.

Il periodo di rendicontazione con cadenza annuale fa riferimento all’anno solare che va dal 1° gennaio 2024 al 31 dicembre 2024.

Il perimetro di rendicontazione del Bilancio comprende la capogruppo Cellularline S.p.A. e le seguenti Società consolidate integralmente: Cellular Spain S.L.U, Systema S.r.l., Worldconnect AG, Coverlab S.r.l. e Peter Jäckel GmbH.

Si segnala che le Società Cellular Immobiliaria Italiana S.L.U., Cellular Immobiliaria Helvetica S.A., Cellularline USA Inc, Cellularline Middle East FZE, Cellular Swiss S.A. e Subliros S.L. sono escluse in quanto non risultano significative ai fini della rendicontazione non finanziaria.

Ulteriori limitazioni rispetto a tale perimetro sono opportunamente indicate nel seguito del Bilancio.

Come raccomandato dal GRI 1 del 2021, il Bilancio di Sostenibilità 2024 ed i relativi KPI presentano i dati e le informazioni di bilancio al 31.12.2024 e i dati comparativi al 2023 e al 2022.

Eventuali limitazioni rispetto ai dati comparativi ed eventuali restatement degli stessi sono indicati nei singoli paragrafi.

Gli Standard GRI prevedono che il Bilancio di Sostenibilità contenga informazioni relative agli aspetti che sono ritenuti materiali, ovvero che riflettono gli impatti significativi per l’organizzazione da un punto di vista economico, ambientale e sociale e che sono in grado di influenzare in modo sostanziale le valutazioni e le decisioni degli stakeholders.

Il processo di raccolta dei dati e delle informazioni ai fini della redazione del presente Bilancio è stato gestito in collaborazione con le diverse funzioni aziendali, con l’obiettivo di consentire una chiara e precisa indicazione delle informazioni considerate significative per gli stakeholders secondo i principi di “balance, comparability, accuracy, timeliness, clarity and reliability” espressi dallo Standard GRI 1.

Salvo diversamente indicato, i dati e le informazioni del presente Bilancio di Sostenibilità si riferiscono alle società facenti parte del Gruppo Cellularline, al 31 dicembre 2024, consolidate integralmente all’interno della relazione finanziaria annuale.

I dati relativi agli esercizi precedenti sono riportati solo a fini comparativi, allo scopo di consentire una valutazione sull’andamento dinamico delle attività del Gruppo in un arco temporale di medio periodo.

Inoltre, per quanto riguarda le informazioni quantitative riportate nel presente documento per le quali è stato fatto ricorso a delle stime, tale dettaglio è opportunamente segnalato nei diversi capitoli.

Il Bilancio di Sostenibilità 2024 rappresenta lo strumento di comunicazione dei risultati annuali del percorso di Sostenibilità di Cellularline nei confronti dei propri stakeholder.

Il presente documento è sottoposto a Limited Assurance esterna da parte di KPMG S.p.A. Per la relazione di revisione si rimanda alle pagine finali del presente documento.

**CHI
SIAMO.**

2.1

Chi siamo

**Highlight
Cellularline Group**

Highlights Cellularline Group



+30
anni di storia



+290
dipendenti



HQ
Reggio Emilia



5 sedi
Italia, Spagna, Francia,
Svizzera e Germania



+55
paesi serviti



~31%
del fatturato annuo
deriva da prodotti
lanciati nell'anno stesso

3 divisioni

 <p>Red accessori per dispositivi multimediali</p>	 <p>Black prodotti e accessori legati al mondo delle moto e delle bici</p>	 <p>Blue prodotti commercializzati con marchi non di proprietà del Gruppo</p>
--	--	---

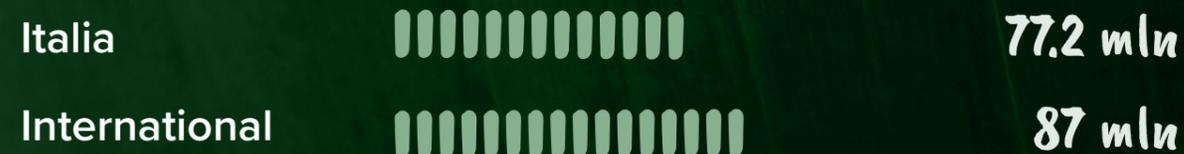
Ricavi netti 2024

164.3 mln

Ricavi delle vendite per linea di prodotto



Ricavi delle Vendite per area geografica



Adj. EBITDA

22.6 mln
% sui ricavi
9,5%

Risultato netto Adj.

8.6 mln
% sui ricavi
5,2%

Indebitamento finanziario netto 2024

22 mln
2023
35.4 mln
Variazione
-13.4 mln

2.2

CHI
SIAMO.

Chi siamo

Dati societari

Dati societari

Composizione del Gruppo, Organo Amministrativo, Informativa azionisti

Fondata a Reggio Emilia nel 1990, la nostra azienda si è affermata come leader a livello europeo nella progettazione e commercializzazione di accessori per smartphone e tablet. Ci distinguiamo come punto di riferimento nel panorama tecnologico e creativo, offrendo soluzioni innovative per dispositivi multimediali.

Sede Legale

Cellularline S.p.A.
Via Grigoris Lambrakis 1/A
42122 Reggio Emilia (RE) –
Italia

Dati legali

Capitale sociale Euro
21.343.189 i.v.

P. Iva e Codice Fiscale

09800730963

R.E.A. RE-315329

PEC

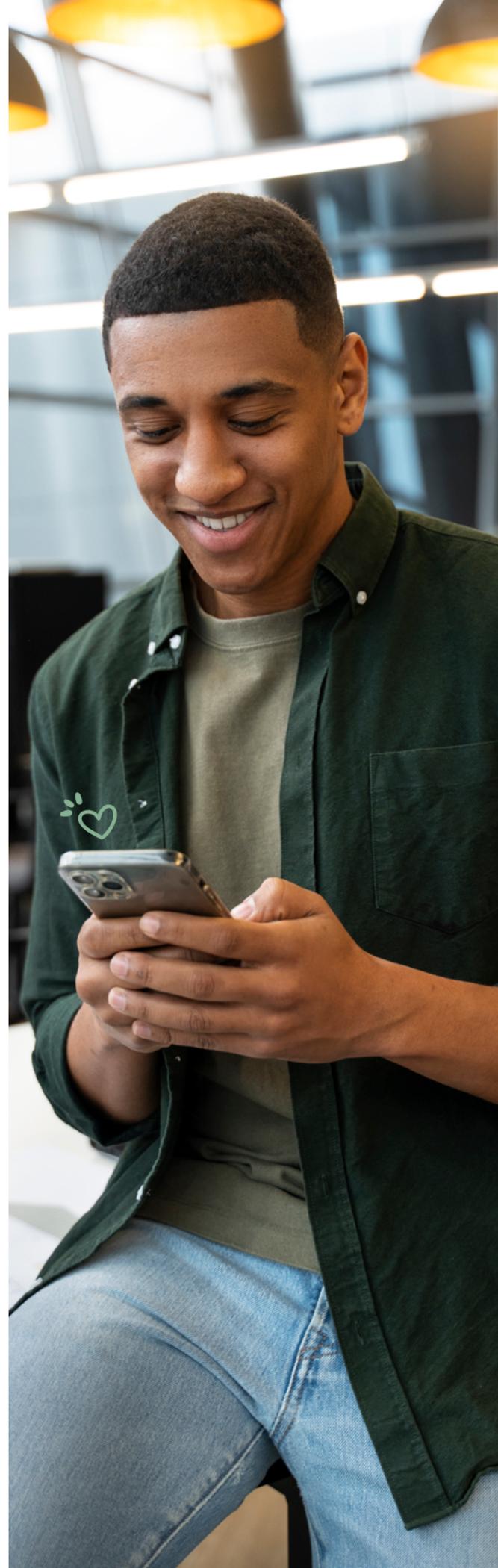
spa.cellularline@legalmail.it

ISIN

IT0005244618

Sito Corporate

www.cellularlinegroup.com



Composizione del Gruppo

Il Gruppo è articolato nelle seguenti entità giuridiche:

Cellularline S.p.A.: società capogruppo di diritto italiano con sede legale in Via Lambrakis 1/A, Reggio Emilia, attiva a livello nazionale e internazionale nella progettazione, distribuzione (anche in modalità white-label) e commercializzazione di accessori e dispositivi per smartphone, tablet, wearables, prodotti audio e soluzioni per la connettività in mobilità (automotive e micromobilità). La società dispone inoltre di una stabile organizzazione in Francia, sita in 91 Rue du Faubourg Saint-Honoré, Parigi, che funge da presidio commerciale per il mercato francese, con un organico composto da cinque risorse.

Cellular Spain S.L.U.: società di diritto spagnolo con sede in C/ Newton, 1 edificio 2 nave 1, 28914 Leganés (Madrid), interamente controllata, che cura la distribuzione dei prodotti a marchio Cellularline nei mercati spagnolo e portoghese.

Cellular Immobiliaria Italiana S.L.U.: società di diritto spagnolo con sede in Cl. Industrial N.50 Sur Edi 2 Nave 27, Leganés (Madrid), interamente controllata, proprietaria di un immobile precedentemente adibito a sede operativa di Cellular Spain, attualmente locato a terzi.

Cellular Immobiliaria Helvetica S.A.: società di diritto svizzero con sede in Via Ferruccio Pelli 9, Lugano, interamente controllata, proprietaria dell'immobile locato alla società commerciale Cellular Swiss S.A.

Systema S.r.l.: società di diritto italiano con sede in Via della Previdenza Sociale 2, Reggio Emilia, interamente controllata, operante nel mercato europeo degli accessori per la telefonia mobile nel canale Telco. In data 18 dicembre 2023, ha deliberato la fusione per incorporazione della società Pegaso S.r.l.

Worldconnect AG: società di diritto svizzero con sede a Diepoldsau, partecipata all'90%, leader globale nel segmento degli adattatori da viaggio premium. Fondata nel 2002, opera a livello internazionale attraverso i marchi SKROSS e Q2 Power, nonché tramite partnership OEM, offrendo una gamma completa di adattatori universali, specifici per paese e accessori per l'alimentazione.

Coverlab S.r.l.: società di diritto italiano con sede in Via Mantova 91/A, Parma, partecipata al 55%, attiva nel commercio elettronico tramite il sito proprietario www.coverlab.com, specializzata nella personalizzazione di accessori per smartphone a marchio Coverlab.

Subliros S.L.: società di diritto spagnolo con sede in C/ Jacquard 97, Sabadell (Barcellona), partecipata all'80%, operante nel settore e-commerce attraverso il proprio sito, focalizzata sulla personalizzazione di accessori per smartphone a marchio Allogio.

Cellularline USA Inc.: società di diritto statunitense con sede in 350 5th Avenue, Floor 41, New York, interamente controllata, responsabile della distribuzione dei prodotti Cellularline nei mercati statunitense e canadese.

Peter Jäckel GmbH: società di diritto tedesco con sede ad Alfeld (Bassa Sasso-

nia), partecipata al 60%, player storico nel mercato tedesco degli accessori per smartphone, attivo da oltre 25 anni con una consolidata rete di distribuzione nel settore dell'elettronica di consumo. Acquisita nel gennaio 2023.

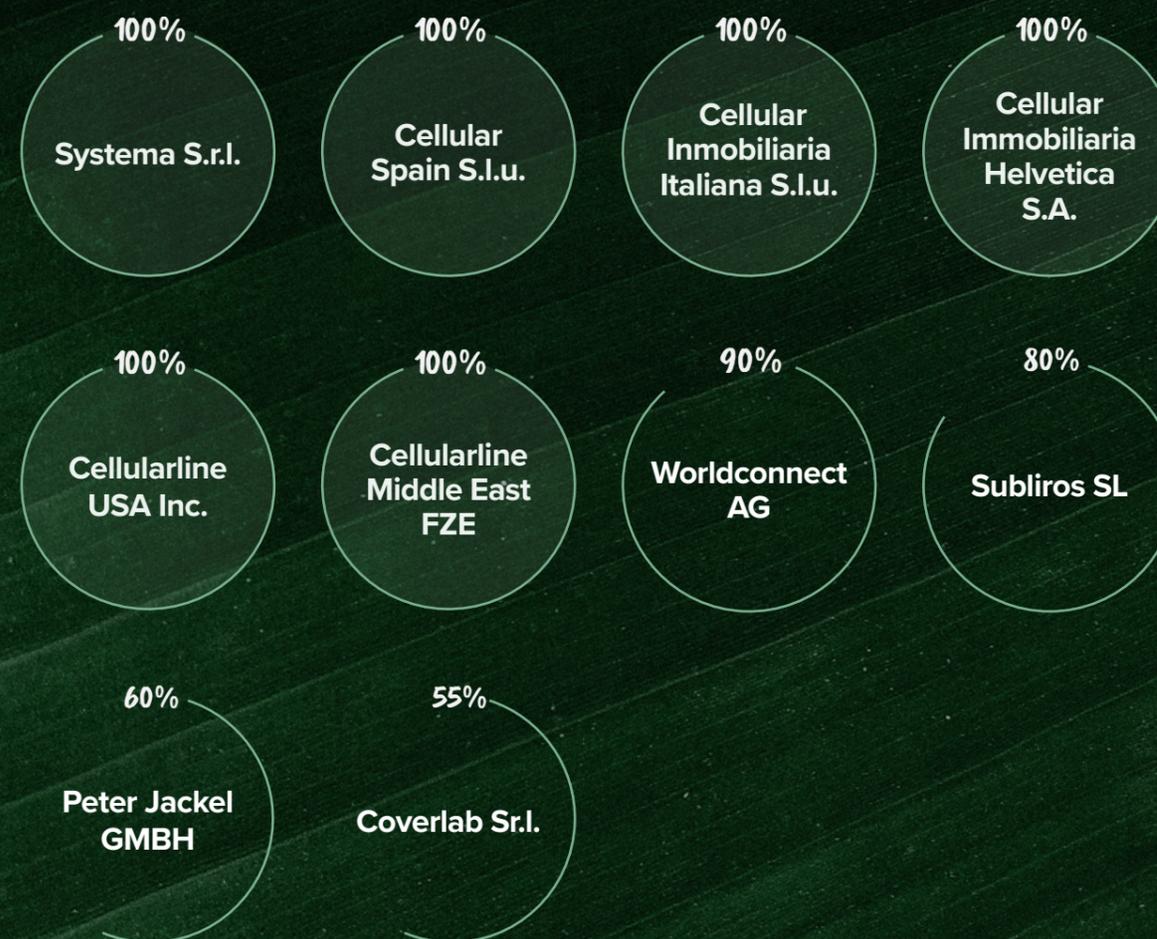
Cellular Middle East FZE: società costituita nell'aprile 2023 con sede a Dubai, interamente controllata, istituita per presidiare strategicamente il mercato del Medio Oriente attraverso la distribuzione di prodotti a marchio Cellularline.

Cellular Swiss S.A.: società di diritto svizzero con sede in Route de Marais 17, Box N.41, Aigle, partecipata al 50%, attiva nella distribuzione dei prodotti Cellularline nel mercato elvetico.



Struttura del Gruppo

Cellularline S.p.A. - Società controllate



Cellularline S.p.A. - Società collegate



Organismi sociali e di controllo Organo Amministrativo: Cda

Consiglio di Amministrazione

Antonio Luigi Tazartes	Presidente
Christian Aleotti	Vicepresidente e Amministratore Delegato
Marco Cagnetta	Amministratore Esecutivo
Donatella Busso	Amministratore Indipendente
Paola Vezzani	Amministratore Indipendente
Alessandra Bianchi	Amministratore Indipendente
Mauro Borgogno	Amministratore
Marco Di Lorenzo	Amministratore
Walter Alba	Amministratore Indipendente
Laura Elena Cinquini	Amministratore Indipendente

Comitato Controllo e Rischi

Donatella Busso	Presidente e Amministratore
Alessandra Bianchi	Amministratore
Paola Vezzani	Amministratore

Comitato Nomine e Remunerazione

Paola Vezzani	Presidente e Amministratore
Walter Alba	Amministratore Indipendente
Donatella Busso	Amministratore

Comitato Operazioni con Parti Correlate

Donatella Busso	Presidente e Amministratore
Alessandra Bianchi	Amministratore
Laura Elena Cinquini	Amministratore Indipendente

Collegio Sindacale

Lorenzo Rutigliano	Presidente
Daniela Bainotti	Sindaco Effettivo
Paolo Chiussi	Sindaco Effettivo
Guido Prati	Sindaco Supplente
Andrea Fornaciari	Sindaco Supplente

Organismo di Vigilanza

Anna Doro	Presidente
Alessandro Cencioni	Membro
Ester Marino	Membro

Società di Revisione Legale

KPMG S.p.a.

Informativa azionisti

Società quotata al Mercato Telematico Azionario - Segmento STAR gestito da Borsa Italiana S.p.A. Codice Alfanumerico: CELL.

Il capitale sociale è pari ad euro 21.343.189 suddiviso in n. 21.868.189 azioni ordinarie (ISIN: IT0005244618).

Tabella azionisti significativi (situazione al 31.12.2024)*

Azionista	% sul capitale sociale con diritto di voto
Christian Aleotti	12,37%
First Sicaf S.p.a.	7,77%
Quaero Capital S.A.	7,33%
Antonio Luigi Tazartes	7,19%

* Considerati unicamente i soggetti con una partecipazione superiore al 5%



2.3

CHI
SIAMO.

Chi siamo

La nostra storia

La nostra storia

“L’azienda reggiana Cellular Italia S.p.A., nata nel 1990 come società di distribuzione per i primi telefoni cellulari, lanciò negli anni ‘90 il marchio Cellularline”



1990

Nasce Cellular Italia S.p.A.



1995

Viene sviluppata una gamma completa di accessori per telefoni cellulari.



2005

Cellular Italia diventa un gruppo, declinando la sua leadership anche in nuovi canali distributivi e nuovi segmenti di prodotto.



2010

Cellular Italia raggiunge la distribuzione in oltre 50 paesi nel mondo.



2011

Nasce la Business Unit Interphone, dedicata allo sviluppo e commercializzazione di strumenti per la comunicazione ed accessori dedicati al mondo delle due ruote.



2018

Business Combination con Crescita e quotazione in Borsa (AIM Italia).



2015

L'azienda raggiunge la leadership europea nel mercato degli accessori per mobile device.



2013

L Capital (fondo di Private Equity sostenuto da LVMH) acquisisce la maggioranza dell'azienda, dando così l'avvio ad un importante progetto di crescita.



2019

Storico passaggio al mercato MTA, segmento STAR gestito da Borsa Italiana S.p.A. & acquisizione di SYSTEMA, azienda specializzata nel settore degli Operatori Telefonici a livello internazionale mediante la fornitura di accessori per smartphone.



2020

Accordo triennale con Altec Lansing per la co-progettazione, produzione e distribuzione per il mercato europeo dei prodotti audio. Acquisizione di Worldconnect AG, leader mondiale nel mercato degli adattatori da viaggio premium con il brand Skross.



2021

Acquisizione di Coverlab, brand con sviluppo e distribuzione interamente online, leader in Italia per la produzione di cover personalizzate.



2022

Acquisizione dell'80% di Subliros SL, e-commerce company spagnola attiva nel segmento degli accessori custom per smartphones con il marchio Allogio e signing dell'acquisizione del 60% di Peter Jaeckel, importante player tedesco operante nel settore degli accessori per smartphone.



2023

È stata finalizzata l'acquisizione di PeterJaekel (con una quota pari al 60%), società tedesca che opera nel settore degli accessori per smartphone. Lancio del nuovo brand Newrban, che segna l'entrata nel mercato degli accessori per la e-mobility.



2024

WorldConnect AG ha esercitato l'opzione Put di una tranche pari al 10% del capitale sociale della società, con l'esercizio dell'opzione Cellularline arriva a detenere una quota di controllo pari al 90% della Società.

L'Assemblea degli azionisti ha approvato la modifica degli articoli 3, 15 e 21 dello Statuto sociale di Cellularline al fine di acquisire la qualifica giuridica di "Società Benefit".

3.1

LA NOSTRA STRATEGIA .

La nostra strategia

**Cellularline S.p.A.
Società Benefit**

Cellularline S.p.A. Società Benefit

In linea con il percorso di sviluppo sostenibile intrapreso dall'azienda, nel 2024 abbiamo compiuto un ulteriore passo significativo, attraverso l'adozione dello status giuridico di Società Benefit.

Questa scelta riflette e rafforza, ufficializzandolo all'interno dell'oggetto sociale dello Statuto, il nostro impegno di lungo periodo nel creare valore sociale e ambientale verso tutti gli stakeholders.

Cosa significa Società Benefit?

Le Società Benefit rappresentano le aziende che, nell'esercizio di un'attività economica, oltre allo scopo di dividerne gli utili, perseguono una o più finalità di beneficio comune e operano in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni e attività culturali e sociali, enti e associazioni e altri portatori di interesse.

Nel 2016 l'Italia è diventata il primo Paese, dopo gli Stati Uniti, a introdurre nella propria legislazione la possibilità per le aziende di adottare la qualifica di Società Benefit, espressa nella legge 28 dicembre 2015, n. 208.

Secondo la norma,
le Società Benefit
presentano alcune
novità

- ✔ Una o più finalità di beneficio comune indicate nell'oggetto sociale, che devono essere perseguite come un obbligo giuridico di natura statutaria.
- ✔ L'obbligo, nella gestione, di bilanciare l'interesse dei soci con il perseguimento delle finalità di beneficio comune e gli interessi degli stakeholder.
- ✔ L'obbligo di comunicare in maniera trasparente il perseguimento del beneficio comune con una relazione annuale che contempli anche la misurazione dell'impatto generato, secondo standard di valutazione esterni, su governance, lavoratori, stakeholder del territorio e ambiente.
- ✔ La necessità di individuare un soggetto all'interno della società responsabile per il perseguimento del Beneficio comune, nonché il Responsabile d'impatto.

Come Società Benefit, nel corso del 2025 ci impegniamo a creare la struttura che ci permetta di perseguire e gestire il benefit in Cellularline S.p.A., ma anche a coinvolgere in questo percorso le altre aziende del Gruppo, supportandole ad integrare all'interno del proprio statuto clausole che vadano in questa direzione.

Perché essere una Società Benefit?

Essere Società Benefit è uno strumento legale per proteggere la nostra missione anche nel futuro e misurare ciò che conta, con chiare finalità integrate all'interno dello Statuto.

In particolare:

- **Proteggere e allineare la missione**
tramite l'integrazione a Statuto abbiamo esplicitato e formalizzato la nostra attenzione verso tutti i portatori di interesse (stakeholders), bilanciando l'interesse dei soci e l'interesse della collettività.
- **Misurare ciò che conta**
già dal 2021 avevamo iniziato a misurare i nostri risultati in termini di impatto positivo sulla società e sull'ambiente con la stessa completezza e con lo stesso rigore adottato per i risultati economico-finanziari. Ci impegniamo a continuare a rendicontare ogni anno le nostre attività attraverso una relazione di impatto, che descrive sia le azioni svolte che i piani e gli impegni per il futuro.

Come abbiamo deciso di formalizzare la nostra strategia in Cellularline S.p.A. come Società Benefit?

Il percorso di trasformazione in Società Benefit è iniziato con una riflessione profonda sulla nostra vocazione, rispondendo alla domanda "Qual è la ragione, lo scopo fondamentale per il quale esistiamo?" Interrogandoci, le nostre riflessioni sono naturalmente confluite verso un'unica risposta: Cellularline esiste per amplificare e semplificare l'esperienza d'uso dei dispositivi tecnologici.

Attraverso i talenti delle proprie persone, una costante attività di ricerca e innovazione e una visione condivisa con i propri partner, realizziamo prodotti e servizi per offrire la migliore esperienza dell'uso della tecnologia, nel rispetto dell'ambiente.

Abbiamo, poi, declinato la nostra vocazione nelle aree d'impatto e finalità di Beneficio Comune all'interno delle quali Cellularline S.p.A. ha un impatto diretto e che sono emerse come prioritarie. Queste indirizzano le azioni e gli obiettivi coerenti con i valori espressi nella nostra vocazione e sono definite come "Finalità specifiche di beneficio comune".

 <p>Finalità 1</p>	<p>valore umano</p> <p>Contribuire allo sviluppo del pieno potenziale delle proprie persone, creando un ambiente che possa garantire ai propri talenti benessere, motivazione e coinvolgimento; cooperare inoltre in maniera continuativa con i partner con cui condivide visione, idee e progettualità, per massimizzare la creazione di valore sociale e ambientale oltre che economico per tutto l'ecosistema.</p>
<p>valore per la collettività attraverso i prodotti e servizi</p> <p>Considerare l'aspetto umano dell'innovazione per progettare e realizzare i più efficaci prodotti e servizi con il minor impatto ambientale possibile, che possano soddisfare i bisogni delle persone, amplificando e chiarendo la potenzialità dell'esperienza tecnologica.</p>	 <p>Finalità 2</p>
 <p>Finalità 3</p>	<p>valore per l'ambiente e le generazioni future</p> <p>Attuare un'evoluzione progressiva del proprio modello di business e operativo verso un'economia a zero emissioni di gas climalteranti, in linea con gli obiettivi europei di neutralità climatica e quelli nazionali di transizione ecologica.</p>

Come misuriamo il nostro impatto?

In qualità di Società Benefit, come Cellularline S.p.A. siamo tenuti a misurare annualmente l'impatto della società sulle persone e sul pianeta, utilizzando uno standard internazionale di riferimento.

Già dal 2021 usiamo il B Impact Assessment (BIA), strumento sviluppato dalla non profit B Lab e impiegato da oltre 300.000 aziende al mondo, per la misura del nostro profilo e punteggio di impatto.

Rispetto agli anni precedenti, nel 2024 questo strumento ci ha permesso di perseguire un duplice scopo:

- ✔ **Rendicontare il nostro impatto in Cellularline S.p.A. come Società Benefit.**
- ✔ **Misurare gli impatti del Gruppo, per estendere il percorso di evoluzione anche alle altre Società Controllate (tema di cui parleremo all'interno del report, riportando i punteggi conseguiti a livello di Gruppo).**

In particolare, nel corso del 2024, grazie all'integrazione di alcune azioni di miglioramento dell'impatto, come Cellularline S.p.A. abbiamo conseguito 88,5 punti (punteggio dato dal self assessment).

88,5

Punteggio ottenuto con lo strumento di misurazione (punteggio dato dal self assessment del BIA)



19

Punteggio area Governance



26,1

Punteggio area Lavoratori



17,3

Punteggio area Comunità



22,3

Punteggio area Ambiente



3,8

Punteggio area Clienti

3.2

LA NOSTRA STRATEGIA

La nostra strategia

**Purpose,
Manifesto, Vision,
Mission e Valori**

Purpose

YOUmanizing the devices' experience

Il Purpose esplicita la nostra solida convinzione che sia l'essere umano a fare la differenza e non soltanto lo sviluppo tecnologico. Intercettare le nuove necessità e i bisogni degli utilizzatori finali attraverso l'innovazione sostenibile e il nostro know-how è il centro delle attività del Gruppo. Infatti, è l'interazione virtuosa fra la componente umana e quella tecnologica che riesce a fare la differenza per un sano sviluppo.

In questo senso, umanizzare e rendere accessibile a tutti l'esperienza tecnologica assume un solido e pragmatico significato di responsabilità sociale e ambientale della quale Cellularline Group si fa carico.



Manifesto

Crediamo che senza umanità, la potenza del Digitale sia nulla.

Crediamo nell'intuito, nella serietà delle competenze e nel miglioramento continuo della tecnologia e delle persone.

Crediamo che il vero valore di un prodotto risieda nello studio e nel design di funzionalità ingegnose, perché basate su bisogni reali: i tuoi.

Crediamo nella partnership e processi sinergici che permettono di progettare soluzioni migliori, perché condivise.

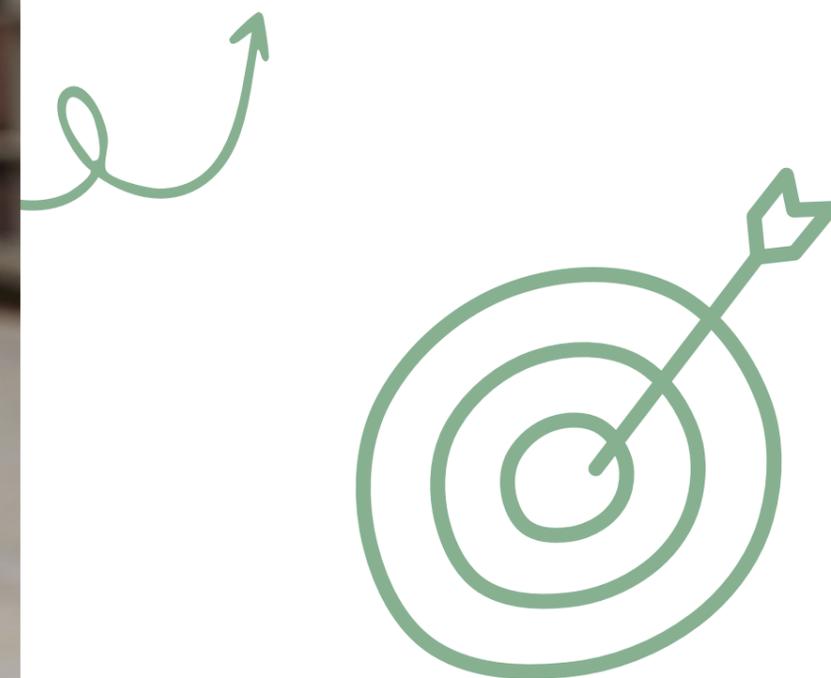
Crediamo che il rispetto sia tale solo se è a 360° e sostenuto da azioni concrete, misurabili e trasparenti. Come le nostre.

Crediamo che l'innovazione per essere reale, deve essere Youman: accessibile a tutti, e dare soluzioni per tutti, anche per te.



Vision e Mission

Siamo pronti ad oltrepassare ogni giorno nuovi traguardi: i nostri propositi di mercato, oltre ad essere orientati al consumatore finale, puntano al miglioramento continuo dei processi condivisi con i nostri clienti intermedi (B2B/Trade). Spinti da ambizione e da una forte passione per l'innovazione, abbiamo definito i nostri obiettivi di Gruppo (vision) e come poterli raggiungere (mission).



Trade

Vision

Migliorare costantemente i processi condivisi con i nostri partner per personalizzare l'offerta e i servizi attraverso un approccio strategico data driven e omnichannel.

Mission

Essere il Partner di riferimento per la creazione di valore sostenibile a lungo termine nel mercato degli accessori per device digitali.

Consumer

Vision

Diventare il Gruppo di Brand Leader nel mercato degli accessori per device digitali, riconosciuto per la capacità di creare soluzioni efficaci, semplici e sostenibili.

Mission

Alimentare un'offerta sinergica di Brand che, partendo dalle esigenze delle persone, progettano e realizzano soluzioni funzionali e sostenibili per far vivere a pieno tutte le potenzialità della esperienza digitale.

Valori

Knowledge and Proactivity

Dal 1990 continuiamo ad analizzare e comprendere profondamente i bisogni dei nostri clienti e i trend del mercato per creare vera innovazione.

Pro-Active Planning

Per rispondere efficacemente alle sfide di un mondo che cambia così rapidamente, sviluppiamo partnership e processi sinergici che permettono di progettare soluzioni migliori, perché basate sul confronto e sulla condivisione continui.

Ingegnous Simplification

Ci impegniamo a sviluppare soluzioni efficaci che semplificano la vita delle persone attraverso un approccio che unisce intuito, ingegno e stile.

Meaningful Value (For money)

Il valore dei nostri prodotti e servizi è il risultato del nostro impegno e delle nostre scelte responsabili per garantire la massima qualità e benefici concreti e tangibili.

360° Respect

Ogni nostra azione è guidata da un principio concreto di sostenibilità a tutto tondo: avere un impatto positivo sulla società, l'ambiente e gli stakeholder.

GUTS (Engagement and Commitment)

Alla base di tutto quello che facciamo ci sono persone, non risorse. Persone che infondono nel loro lavoro non solo competenze e abilità, ma anche passioni ed emozioni.

3.3

LA NOSTRA STRATEGIA

La nostra strategia

**Le nostre priorità
e i nostri temi
materiali**

Le nostre priorità e i nostri temi materiali

Nel contesto della rendicontazione non finanziaria, l'analisi di materialità rappresenta un elemento strategico fondamentale, finalizzato all'identificazione delle tematiche economiche, ambientali, sociali e di governance (ESG) maggiormente rilevanti per l'organizzazione e i suoi stakeholder.

In linea con l'approccio adottato nell'esercizio precedente, l'analisi è stata condotta secondo i GRI Universal Standards 2021, con particolare riferimento alla sezione GRI 3 – Material Topics, che definisce la metodologia basata sul concetto di "impact materiality". Tale approccio prevede che la rilevanza delle tematiche sia determinata in funzione degli impatti – positivi o negativi, attuali o potenziali, di breve o lungo termine – che le attività aziendali generano o possono generare sull'economia, sull'ambiente e sulle persone, inclusi i diritti umani, secondo una prospettiva inside-out.

Nel corso del 2023, il management del Gruppo Cellularline è stato coinvolto in un processo strutturato di identificazione e valutazione delle tematiche materiali, al fine di garantire l'allineamento strategico tra le priorità aziendali e le aspettative degli stakeholder. Per l'esercizio 2024 il Gruppo ha confermato l'analisi svolta nel corso del 2023 e pertanto non vi sono state modifiche significative in termini di impatti e relativi temi materiali rendicontati nel presente documento.

L'analisi è stata condotta adottando una prospettiva orientata all'impatto sull'ambiente esterno, con l'obiettivo di individuare le tematiche di maggiore rilevanza per il Top Management, in un'ottica di creazione di valore sostenibile e accountability trasparente.

A seguito della recente evoluzione normativa, il Gruppo Cellularline ha avviato un primo esercizio di analisi di materialità secondo il principio della Doppia Rilevanza, così come inteso dalla nuova direttiva CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive) e gli ESRS (European Sustainability Reporting Standards), che verrà concluso entro il 2025. Attraverso questa attività il Gruppo intende estendere l'attuale analisi svolta secondo i GRI Standard, in modo tale da intercettare anche i rischi e le opportunità che dal contesto esterno potrebbero impattare il Gruppo stesso.

Ai fini della rendicontazione relativa al FY 2024, si è tuttavia ritenuto necessario e coerente fare riferimento all'analisi di materialità in essere al 31 dicembre 2024.



Identificazione dei temi materiali

Per l'aggiornamento dei temi materiali, abbiamo utilizzato un approccio metodologico basato sulle novità introdotte dallo standard GRI 3 – Material Topics.



Analisi del contesto di riferimento

È stata condotta un'analisi strutturata su tre livelli – interna, di benchmark settoriale e di contesto – con l'obiettivo di identificare le tematiche rilevanti per il Gruppo Cellularline, tenendo conto della natura delle attività svolte, delle relazioni di business, del contesto di sostenibilità in cui l'organizzazione opera e delle aspettative espresse dai principali stakeholder. L'attività ha previsto un confronto sistematico con i risultati dell'analisi di materialità dell'esercizio precedente, al fine di validare e aggiornare i temi materiali già individuati, verificando la persistenza della loro rilevanza o l'emergere di nuove priorità in relazione all'evoluzione del contesto interno ed esterno.

Classificazione impatti

Per ciascuna delle tematiche rilevanti emerse dall'analisi di materialità, sono stati identificati e analizzati gli impatti positivi e negativi, attuali e potenziali, generati dalle attività del Gruppo. La mappatura degli impatti è stata successivamente sottoposta a un processo di validazione e integrazione,

attraverso il coinvolgimento diretto del management di Cellularline, al fine di garantire l'accuratezza, la coerenza e la rilevanza delle valutazioni effettuate rispetto al contesto operativo e strategico dell'organizzazione.

Valutazione impatti

Nell'ambito del processo di analisi di materialità, sono stati condotti colloqui individuali (one-to-one) con i membri del management del Gruppo, finalizzati alla valutazione qualitativa e quantitativa degli impatti associati a ciascuna tematica rilevante. A ciascun impatto è stato attribuito un punteggio in base a due dimensioni analitiche: la magnitudo dell'impatto (ovvero l'intensità delle conseguenze generate) e la probabilità di accadimento (ossia la verosimiglianza che tale impatto si verifichi). Questo approccio ha consentito di costruire una base solida per la successiva prioritizzazione delle tematiche materiali.

Prioritizzazione impatti e raggruppamento temi materiali

Le valutazioni raccolte sono state successivamente aggregate per ciascuna tematica materiale, al fine di determinare un indice sintetico di significatività. Tale indice è stato calcolato come prodotto tra la magnitudo e la probabilità di accadimento degli impatti associati a ciascun tema. Questo approccio quantitativo ha consentito di misurare in modo oggettivo la rilevanza complessiva di ogni tematica e di supportare un processo strutturato di prioritizzazione, funzionale alla definizione delle strategie di sostenibilità del Gruppo.

Identificazione degli stakeholder

La valutazione degli impatti associati a ciascuna tematica materiale è stata condotta attraverso interviste individuali con i responsabili delle prime linee aziendali. Ogni manager ha analizzato gli impatti in relazione alla propria area di competenza, adottando al contempo la prospettiva degli stakeholder esterni rilevanti, in coerenza con l'approccio di impact materiality (prospettiva inside-out). L'obiettivo è stato quello di valutare gli effetti che ciascun tema può generare sull'economia, sull'ambiente e sulle persone, inclusi i diritti umani.

Ecco il testo con gli a capo sistemati, senza alcuna modifica al contenuto:

A ciascun impatto è stato attribuito un punteggio sulla base di due dimensioni analitiche:

✔ **Magnitudo dell'impatto**, valutata secondo tre driver principali:

Scope: ampiezza e diffusione dell'impatto.

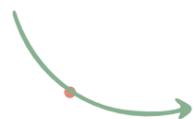
Rilevanza: gravità delle conseguenze generate.

Rimediabilità: possibilità di mitigazione o compensazione dell'impatto.

✔ **Probabilità di accadimento**, stimata in funzione dell'orizzonte temporale entro cui l'impatto si è già manifestato o è verosimile che si manifesti (es. entro 3-5 anni, oltre 10 anni).

Driver per la valutazione

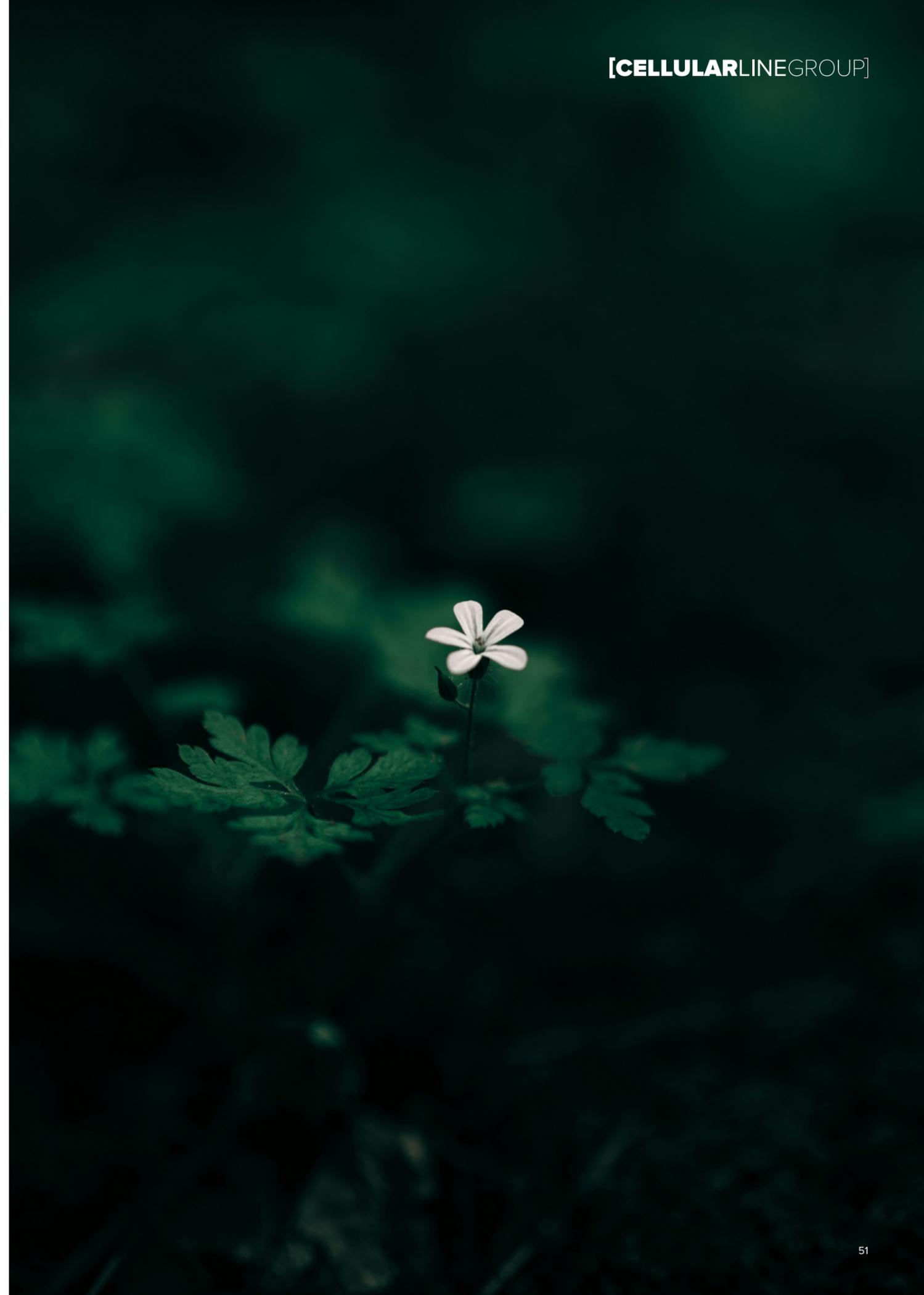
Ai partecipanti è stato richiesto di esprimere un giudizio strutturato in risposta ai seguenti quesiti:



Ritieni che le attività di Cellularline generino un impatto significativo sull'economia, sull'ambiente o sulle persone?

Con quale probabilità tale impatto si verifica o potrebbe verificarsi?

Con quale gravità si manifesterebbe tale impatto, in termini di conseguenze e portata?



I nostri impatti

A seguire si riportano la descrizione delle tematiche materiali e gli impatti positivi e negativi identificati.

-  Environment
-  People & Community
-  Product & packaging
-  Customer & Users
-  Governance

Tema materiale	Descrizione del tema	Principali impatti generati
 Climate change & Energy Efficiency	Garantire la gestione efficiente delle attività produttive con l'obiettivo di limitare l'impatto ambientale, con particolare riferimento alle emissioni di gas a effetto serra.	Impatti negativi all'ambiente derivanti dalla generazione di emissioni di CO2 nello svolgimento delle proprie attività e lungo la catena del valore.
 Environmental impact of products	Sviluppo di prodotti che utilizzano energie rinnovabili e quindi eco-efficienti.	impatti positivi derivanti dall'attuazione di pratiche circolari allo scopo di ridurre i rifiuti e l'utilizzo di materie prime vergini.
 Employee health and safety	Promuovere condizioni di lavoro che assicurino il pieno rispetto del diritto alla salute e alla tutela dell'integrità fisica e psicologica dei lavoratori dipendenti e collaboratori (es. appaltatori, fornitori, somministrati).	Diffusione della cultura della sicurezza e della prevenzione dei propri dipendenti e collaboratori mediante adeguate misure di protezione in grado di mitigare gli impatti negati dovuti a infortuni sul lavoro e malattie professionali.
 Respect for Human Rights	Garantire la tutela dei diritti umani all'interno, consolidando una cultura d'impresa contraria a ogni forma di violenza e discriminazione.	Impatti negativi derivanti da pratiche di lavoro forzato o minorile.
 People care & employee development	Accrescere e valorizzare professionalmente i dipendenti mediante attività formative e una gestione consapevole delle risorse umane (es. welfare, benefit, coperture sanitarie integrative, flessibilità oraria e/o smartworking).	Sviluppo del personale ed efficace gestione della valorizzazione professionale con impatti positivi sul benessere diffuso sulle proprie persone sul miglioramento dell'attraction e retention dei dipendenti.
 Diversity, Equity & Inclusion	Garantire pari opportunità a tutti i lavoratori, favorendo una cultura inclusiva nell'ambiente lavorativo.	Diffusione della cultura di DE&I e valorizzazione delle pari opportunità, con impatti positivi in termini di parità di accesso alla formazione.



Social initiatives

Supporto al territorio con iniziative a sostegno della collettività e degli enti locali, nonché potenziamento delle relazioni con i diversi attori del territorio mediante partnership, progettualità specifiche ecc...

Sensibilizzazione e sostegno ad iniziative locali di natura culturale e sviluppo dei temi legati alla sostenibilità e generazione di occupazione nella comunità locale.



Sustainable Supply Chain

Gestione responsabile della propria catena di fornitura.

Valutazione e gestione degli impatti ambientali/sociali negativi lungo la catena di fornitura e impatti positivi in termini di trasparenza e tracciabilità dei propri fornitori.



Product quality and safety

Assicurare un presidio continuo della qualità dei servizi offerti garantendo sempre prodotti sicuri e affidabili.

Impatti negativi relativi alla non conformità del prodotto agli standard di qualità e sicurezza.



Innovation and R&D

Garantire l'innovazione tecnologica di prodotto con lo scopo di rispondere alle tendenze emergenti.

Soddisfare esigenze in continua evoluzione attraverso prodotti sempre nuovi e un'offerta sempre più ampia e articolata.



Evolution of distribution channels

Garantire un impegno costante nell'evoluzione dei propri canali di distribuzione.

Incrementare le occasioni di incontro con i propri consumatori mediante l'ampliamento di canali di vendita e di distribuzione.



Economic Performance and creation of added value

Creazione di valore aggiunto e performance economiche soddisfacenti.

Creazione di valore aggiunto mediante la vendita dei propri prodotti.



Privacy & Cyber Security

Rispettare la privacy degli individui con l'obiettivo di assicurare la piena fiducia nelle nostre attività e di avere successo nella realtà digitale.

Perdita dei dati sensibili dei clienti/fornitori.



Ethical Marketing

Assicurare una comunicazione verso l'utente finale in coerenza con il nostro purpose ed i nostri valori.

Adeguate informativa alla clientela (ad esempio attività di marketing, etichettatura dei prodotti) che permetta di prendere decisioni informate e consapevoli.

 <p>Customer Centricity</p>	<p>Impegnarsi nel soddisfare le esigenze di tutti i clienti offrendo prodotti e servizi di qualità.</p>	<p>Assicurare un'adeguata gestione dei reclami, con impatti positivi in termini di miglioramento della customer experience.</p>
 <p>Anti - corruption and Business Ethics</p>	<p>Assicurare la presenza delle misure necessarie ad evitare il verificarsi di casi di corruzione, incluse iniziative di formazione e sensibilizzazione sul tema.</p>	<p>Diffusione della cultura di etica, integrità e trasparenza mitigando eventuali impatti negativi derivanti da reati di corruzione e concussione e conflitti di interesse.</p>

A seguire si riportano gli impatti positivi e negativi, attuali e potenziali identificati che possono influenzare la creazione di valore aziendale. Le tematiche sono state classificate in cinque categorie: **environment, people & community, product & packaging, customer & users e governance.**

L'elenco di seguito riportato è il risultato dell'analisi appena descritta.

Temi con impatti negativi		Inside-out
	Sustainable Supply Chain	■
	Climate change & Energy Efficiency	■
	Environmental impact of products	■
	Product quality and safety	■
	Employee health and safety	■
	Privacy & Cyber Security	■
	Anti - corruption and Business Ethics	■
	Ethical Marketing	■
	Respect for Human Rights	■
Temi con impatti positivi		Inside-out
	Innovation and R&D	■
	Evolution of distribution channels	■
	Diversity, Equity & Inclusion	■
	Employee health and safety	■
	People care & employee development	■
	Environmental impact of products	■
	Economic Performance and creation of added value	■
	Social initiatives	■
	Sustainable Supply Chain	■
	Ethical Marketing	■
	Customer Centricity	■

I dati sono presentati dividendo le valutazioni degli impatti negativi da quelle degli impatti positivi, prioritizzati. Tuttavia, per ragioni di conformità metodologica al GRI, entrambi le tabelle presentano la lista completa di tutti i temi materiali oggetti di valutazione, al netto della tipologia di impatto (positivo e/o negativo) associato a ciascuno di essi in fase di identificazione.

Alla luce di tali criteri, le tematiche maggiormente materiali con impatti positivi risultano dunque essere:

- Innovation and R&D

- Evolution of distribution channels
- Diversity, Equity & Inclusion
- Employee Health and Safety

Alla luce di tali criteri, le tematiche maggiormente materiali con impatti negativi risultano dunque essere:

- Sustainable Supply Chain
- Climate change & Energy Efficiency
- Environmental impact of products
- Product quality and safety

Legenda

- Impatto molto significativo e probabile (valutazione complessiva da maggiore di 10 a 16)
- Impatto significativo e possibile (valutazione complessiva da maggiore di 6 a 10)
- Impatto moderato e improbabile (valutazione complessiva da maggiore di 3 a 6)
- Impatto minore e raro (valutazione complessiva da 1 a 3)



3.4

LA NOSTRA STRATEGIA

La nostra strategia

Mappatura e coinvolgimento degli stakeholder

Mappatura e coinvolgimento degli stakeholder

Il Gruppo si impegna a generare valore condiviso per tutti gli stakeholder strategici con cui interagisce, includendo clienti, partner commerciali, fornitori, collaboratori interni e la comunità nel suo significato più ampio. Riteniamo che la costruzione di relazioni solide, continuative e trasparenti con tali attori sia un elemento abilitante per il rafforzamento della fiducia e un fattore chiave per l'attuazione efficace della nostra strategia di sostenibilità.

Negli anni precedenti abbiamo avviato un progetto strutturato di mappatura degli stakeholder, finalizzato a identificare e classificare i soggetti rilevanti all'interno del nostro ecosistema. Tale attività ha consentito di acquisire una maggiore consapevolezza del sistema relazionale in cui operiamo, di definire una tassonomia condivisa a livello aziendale e di sviluppare una matrice di classificazione degli stakeholder, utile a evidenziare il grado di rilevanza, coinvolgimento e disponibilità alla collaborazione rispetto agli obiettivi di sostenibilità del Gruppo.

Sulla base di questa analisi, è stato avviato un percorso di definizione di una strategia di engagement mirata, orientata a rafforzare il dialogo e la cooperazione con gli stakeholder prioritari, al fine di massimizzare l'efficacia delle iniziative intraprese e promuovere una cultura aziendale fondata sulla condivisione, la trasparenza e la responsabilità.

Gli stakeholder individuati sono stati raggruppati nelle seguenti macrocategorie:



stakeholder esterni
stakeholder interni

Per ciascuna categoria di stakeholder abbiamo individuato specifiche modalità di coinvolgimento, in parte già realizzate nel biennio 2023-2024 ed in parte da attuare nei prossimi anni, che hanno come obiettivo quello di garantire l'ascolto degli stakeholder e sviluppare progetti di collaborazione per creare valore e promuovere lo sviluppo sostenibile.

Categorie di stakeholder

Modalità di coinvolgimento



Comunità

- Donazioni e iniziative a favore di Dynamo Camp, Gast Onlus, Fondazione Libellula, Grade Onlus e Croce Verde di Reggio Emilia.
- Partecipazione ad eventi come il Festival dei Giovani e il TEDxReggioEmilia.



Persone

- Survey interne su tematiche ambientali, di engagement sulla sostenibilità e di clima.
- Creazione di un team interfunzionale dedicato a Diversity, Equity & Inclusion, e rilascio della Policy aziendale.
- Coinvolgimento di tutto il Gruppo in attività formative sul percorso di sostenibilità dell'azienda, sul Codice Etico e sulla Policy di Diversity, Equity & Inclusion.
- Progetti di coinvolgimento delle persone interne ed esterne attraverso il mantenimento dell'Oasi Cellularline e lo sviluppo del piano di Engagement (incentivi alla mobilità sostenibile, aumento permessi per paternità e conferma smart working).
- Inserimento della formazione nell'onboarding dei nuovi assunti.



Clienti

- Incontri con i clienti nel corso di eventi con l'obiettivo di raccontare la strategia di sostenibilità e stabilire un contatto su possibili progettualità da sviluppare insieme.
- Monitoraggio delle pratiche di sostenibilità realizzate dai Clienti con l'obiettivo di individuare possibili aree di collaborazione.



Fornitori

- Costruzione di survey dedicate alla mappatura delle buone pratiche di sostenibilità applicate dai fornitori e condivisione dei risultati.
- Coinvolgimento nella costruzione di un nuovo framework di valutazione nell'ambito del progetto di Supply Chain Evolution.
- Monitoraggio delle pratiche di sostenibilità realizzate dai fornitori con l'obiettivo di individuare possibili progettualità da sviluppare insieme.
- Collaborare e supportare fornitori in difficoltà.



Media

- Interviste con la stampa sulle tematiche ESG, con l'obiettivo di condividere la strategia del gruppo e relativo piano di azione.
- Parte del piano editoriale LinkedIn dedicato alla comunicazione delle iniziative e raggiungimenti in ambito ESG.



Competitor

- Monitoraggio delle pratiche di sostenibilità dei competitor con l'obiettivo di individuare eventuali aree di miglioramento.



Investors

- Costante aggiornamento e applicazione dei principi/suggerimenti in ambito di corporate governance e di successo sostenibile.
- Conference call sui risultati finanziari, partecipazione a roadshow e conferenze di settore con incontri bilaterali e di gruppo con investitori istituzionali (sia equity che debito), condivisione di feedback con investitori attenti alle tematiche di sostenibilità.
- Rinnovo e arricchimento della sezione Investor Relations all'interno del nostro sito web.

3.5

LA NOSTRA STRATEGIA .

La nostra strategia

Modello di business



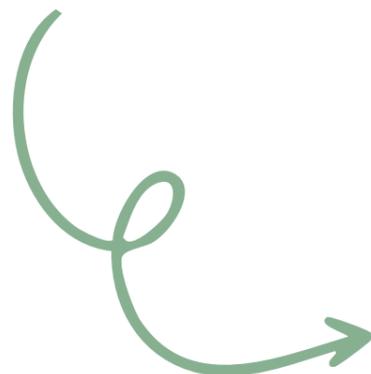
La catena del valore

Il Gruppo presidia l'intero ciclo di vita del prodotto, dalla fase di ideazione fino alla commercializzazione, attraverso un modello operativo integrato che combina attività core gestite internamente con processi esternalizzati ad alto valore aggiunto. Le attività strategiche interne includono la progettazione e lo sviluppo dei prodotti, nonché la gestione delle attività di marketing e comunicazione, affidate a team dedicati di Ricerca & Sviluppo e Marketing Intelligence. Queste funzioni operano sulla base di un approccio data-driven, orientato all'analisi delle tendenze di mercato e all'evoluzione tecnologica, al fine di anticipare i bisogni dei consumatori e garantire un time-to-market competitivo.



Un modello di business flessibile

Le attività di produzione e logistica sono invece affidate a partner esterni selezionati, in un'ottica di flessibilità operativa e scalabilità. Questo modello consente di ottimizzare i volumi produttivi e di garantire elevati standard qualitativi, grazie alla selezione di fornitori certificati e tecnologicamente avanzati.



Strategia gestita internamente



Marketing Intelligence e Ricerca & Sviluppo

- Analisi dei comportamenti d'uso degli utenti a livello locale e internazionale
- Monitoraggio delle dinamiche competitive e delle tendenze di settore
- Sviluppo di strategie di marketing e trade marketing
- Progettazione e sviluppo prodotto in-house
- Rapidità ed efficienza nei processi di lancio sul mercato (go-to-market)



Gestione dell'Offerta e Comunicazione

- Gestione strategica delle categorie di prodotto
- Pianificazione e segmentazione dell'offerta
- Definizione delle politiche di pricing
- Ottimizzazione degli assortimenti per canale e cliente
- Produzione interna di contenuti digitali a supporto della comunicazione omnicanale

Efficienza Operativa Gestita Esternamente



Produzione

- Gestione strategica della supply chain produttiva
- Selezione e certificazione dei fornitori secondo criteri di qualità e innovazione
- Rinegoziazione continua delle condizioni contrattuali
- Partnership strategiche e accordi di fornitura in esclusiva
- Controlli di qualità in fase produttiva e in ingresso



Logistica e magazzino

- Gestione continuativa dei rapporti con i partner logistici per lo stoccaggio e la distribuzione
- Utilizzo di magazzini completamente automatizzati per garantire efficienza e tracciabilità

4.1

GOVERNANCE.



Governance

La Governance della Sostenibilità

La Governance della Sostenibilità

"Una gestione efficace del cambiamento rappresenta un presupposto essenziale per lo sviluppo sostenibile delle attività aziendali, in particolare in un contesto socio-economico in rapida evoluzione. In tale prospettiva, il percorso di Innovazione Sostenibile intrapreso dal Gruppo si fonda sulla definizione e implementazione di strategie e piani di sviluppo strutturati a livello di Governance, considerati il motore propulsivo per l'evoluzione del modello di business".

Cosa abbiamo fatto: le nostre storie di impatto

Qual è la ragione per cui esistiamo?

Il nostro purpose

Nel corso dell'ultimo esercizio, abbiamo consolidato l'adozione e la diffusione del nostro purpose, elemento fondante dell'identità aziendale e guida strategica per l'orientamento delle nostre azioni.



Riteniamo che una chiara definizione della nostra ragion d'essere consenta di rafforzare il legame con l'ecosistema di riferimento, favorendo il riconoscimento e la distintività dei brand del Gruppo sul mercato. Non si tratta di un mero esercizio valoriale, ma di un impegno concreto a tradurre i principi ispiratori in obiettivi operativi, coerenti con i nostri valori fondanti. Tale approccio si riflette nei nostri programmi di miglioramento continuo in ambito di sostenibilità di prodotto, nonché nelle iniziative volte a promuovere il benessere delle persone che operano all'interno dell'organizzazione. L'integrazione del purpose nella gestione aziendale rappresenta, quindi, un elemento chiave per la creazione di valore condiviso e duraturo.

Distribuzione della ricchezza creata
172M di euro
 valore economico generato nel 2024

Nell'ottica di promuovere un modello di sviluppo sostenibile e integrato, il Gruppo si impegna attivamente nei confronti di tutti gli stakeholder che contribuiscono al conseguimento degli obiettivi aziendali.

Riconosciamo il ruolo centrale di questi attori nel nostro ecosistema e, per tale ragione, adottiamo un approccio orientato alla redistribuzione equa del valore generato, quale leva strategica per

Valore distribuito per categoria di stakeholder nel 2024:



alimentare un ciclo virtuoso di crescita e innovazione. La produzione e distribuzione del valore economico – calcolata come differenza tra ricavi e costi operativi – rappresenta uno strumento chiave per misurare la ricchezza generata dall'impresa, comprenderne le modalità di creazione e analizzare come essa venga allocata tra i diversi portatori di interesse.

Nel 2024, il Gruppo ha generato un valore economico pari a 172 milioni di euro, registrando un incremento del 5% rispetto all'esercizio 2023. Questo approccio integrato consente di mantenere un equilibrio tra performance economiche, ambientali e sociali, rafforzando la coerenza tra strategia aziendale e principi di sostenibilità.

Rafforzamento della strategia di Gruppo

Nel corso dell'ultimo esercizio, abbiamo misurato le performance economiche sociali e ambientali del Gruppo per definire una solida strategia, guidata dal percorso di Cellularline S.p.A. e sostenuto da un forte commitment del Consiglio di Amministrazione e dal coinvolgimento diretto del Board.

Questo percorso è una continuazione rispetto all'analisi ed evoluzione di Cellularline S.p.A.

L'adozione del BIA, a livello di Gruppo, ha consentito di valutare in modo sistematico le nostre aree di impatto e di allineare il processo di rendicontazione agli standard del Global Reporting Initiative (GRI), grazie al protocollo di collaborazione tra B Lab e GRI.

Il nostro report di sostenibilità ripercorre le principali aree di impatto analizzate attraverso il BIA, illustrando i risultati conseguiti e le iniziative più significative, insieme agli impegni assunti per il futuro.



19

Punteggio area Governance

Il **B Impact Assessment (BIA)** è uno strumento di misurazione riconosciuto a livello internazionale che consente di misurare la performance ambientale, sociale e di governance delle organizzazioni. Il modello si articola in cinque aree tematiche principali, ciascuna delle quali analizza aspetti chiave dell'impatto generato dall'impresa:

Governance



Valuta l'efficacia e la trasparenza del sistema di governance aziendale, con particolare attenzione all'integrazione degli obiettivi sociali e ambientali nei processi decisionali. Gli ambiti di analisi includono: etica e integrità, accountability, trasparenza nella rendicontazione degli impatti, coinvolgimento degli stakeholder e coerenza tra missione e pratiche operative.

Persone



Analizza il contributo dell'organizzazione al benessere dei propri collaboratori, attraverso indicatori relativi a politiche retributive, benefit aziendali, opportunità di formazione e sviluppo professionale, salute e sicurezza sul lavoro, nonché flessibilità organizzativa.

Comunità



Esamina l'impatto dell'azienda sul tessuto sociale e territoriale in cui opera. I criteri di valutazione includono diversità e inclusione, creazione di occupazione, iniziative di volontariato e filantropia, relazioni con la comunità locale e gestione responsabile della catena di fornitura.

Ambiente



Valuta la gestione ambientale complessiva dell'organizzazione, considerando aspetti quali: efficienza energetica, utilizzo delle risorse, emissioni, logistica, gestione dei rifiuti e impatti ambientali lungo la supply chain. Include inoltre la progettazione di prodotti o servizi orientati alla risoluzione di problematiche ambientali, come la produzione di energia rinnovabile, la riduzione dei consumi o la tutela della biodiversità.

Customers & Users



Analizza l'impatto positivo generato dai prodotti o servizi offerti, in termini di benefici sociali o ambientali per gli utenti finali. La valutazione si concentra sull'efficacia delle soluzioni proposte nel rispondere a bisogni reali e sulla capacità dell'azienda di generare valore per categorie vulnerabili o sottoservite.

Come lo facciamo

Struttura di Governance

Il sistema di governance del Gruppo è progettato per generare valore sostenibile nel medio-lungo termine, garantendo al contempo trasparenza, responsabilità e allineamento con le aspettative dei principali stakeholder. Tale sistema comprende le attività di indirizzo strategico, gestione e controllo, ed è ispirato ai principi del Codice di Corporate Governance delle società quotate, cui il Gruppo aderisce volontariamente per assicurare elevati standard di efficienza e accountability.

Il nostro Sistema di amministrazione e controllo

Adottiamo un sistema di amministrazione e controllo basato sul modello tradizionale, includendo:

Assemblea degli azionisti

Organo sovrano della società, rappresenta l'interesse collettivo degli azionisti. Ai sensi delle disposizioni di legge vigenti, l'Assemblea dei Soci è competente, in sede ordinaria, ad approvare il bilancio, a nominare e revocare gli Amministratori, i sindaci, il Presidente del Collegio Sindacale e a stabilire il compenso degli Amministratori e dei sindaci. L'Assemblea delibera su quant'altro di sua competenza ai sensi di legge. In sede straordinaria l'Assemblea delibererà sulle modificazioni dello Statuto nonché su tutto quanto è riservato alla sua competenza dalla legge.

Consiglio di amministrazione¹

Responsabile della gestione strategica e operativa della Società, il Consiglio di Amministrazione (nel seguito anche solo "CdA") è composto da 10 membri (6 uomini e 4 donne), di cui 2 esecutivi e 8 non esecutivi.

L'età media è di 57,5 anni. Il CdA ha istituito al proprio interno tre comitati con funzioni consultive e istruttorie:

- Comitato Controllo e Rischi
- Comitato Remunerazione e Nomine
- Comitato per le Operazioni con Parti Correlate

Collegio sindacale

Organo di controllo e vigilanza, monitora l'operato del CdA e delle società controllate, con particolare attenzione a operazioni che possano avere impatti rilevanti su risultati economici, situazione patrimoniale o finanziaria.

È composto da cinque membri (tre effettivi e due supplenti), di cui una donna effettiva.

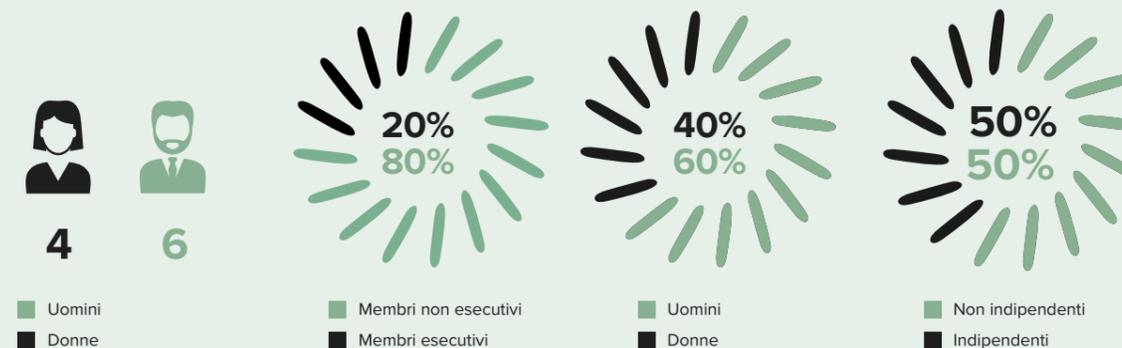
L'età media dei componenti è di 52,8 anni.

Organismo di vigilanza

Istituito ai sensi del D.Lgs. 231/2001, l'Organismo di Vigilanza (nel seguito anche solo "OdV") è un organo collegiale con riporto diretto al Consiglio di Amministrazione. Ha il compito di vigilare sull'efficace attuazione e aggiornamento del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo. È composto da tre membri, di cui due di genere femminile, selezionati in base a requisiti di autonomia, indipendenza, professionalità e continuità operativa.

¹Gli attuali membri del Consiglio sono in carica dal 28/04/2023. Secondo quanto definito dallo Statuto, gli amministratori durano in carica per un periodo, stabilito dall'Assemblea, non superiore a tre esercizi con decorrenza dall'accettazione della carica; scadono alla data dell'Assemblea convocata per l'approvazione del bilancio relativo all'ultimo esercizio della loro carica e sono rieleggibili

Composizione del Consiglio di Amministrazione¹ per genere e ruolo e requisiti di indipendenza



Sistema di gestione del Beneficio Comune e responsabile d'impatto

In qualità di Società Benefit, Cellularline SpA ha assegnato in modo chiaro le responsabilità relative alla gestione delle Finalità Specifiche di Beneficio Comune come espresso dalla normativa, definendo un sistema di gestione del beneficio comune.

Responsabile d'impatto

Referente d'impatto dell'azienda identificato dall'organo amministrativo: è responsabile del coordinamento di tutte le attività operative, coinvolgendo tutte le funzioni necessarie per portare avanti l'attività di pianificazione, misurazione/monitoraggio e rendicontazione. Per Cellularline Spa, è stato nominato come Responsabile d'impatto, Luisa Cataldo (Group HR Manager).

Comitato ESG

Gruppo che si occupa d'impatto per una più efficiente gestione delle diverse aree d'impatto: supporta il Responsabile d'Impatto nelle diverse attività; i membri hanno l'ownership delle singole azioni relative alla propria area di competenza. Maggiori dettagli sul Comitato ESG sono riportati nell'apposito paragrafo.

CDA

Agisce, come tutti gli amministratori, secondo ordinari principi generali, avendo particolare cura di tenere tuttavia in considerazione il bilanciamento dell'interesse dei soci, il perseguimento delle Finalità di Beneficio Comune indicate nell'oggetto sociale e gli interessi degli stakeholder.

I nostri comitati

Comitato nomine e remunerazione

Organo con funzioni consultive e propositive, il Comitato supporta il Consiglio di Amministrazione nelle valutazioni relative alla nomina e alla definizione delle politiche retributive degli amministratori e dei dirigenti con responsabilità strategiche. È composto da tre amministratori non esecutivi indipendenti, di cui due di genere femminile, con un'età compresa tra i 52 e i 66 anni.

Comitato parti correlate

È l'organo competente per l'analisi e la valutazione delle operazioni con parti correlate. In presenza di operazioni complesse o di particolare rilevanza, il Comitato può avvalersi del supporto di consulenti indipendenti, incaricati di redigere perizie, fairness opinion o legal opinion. Il Comitato è composto da tre amministratori indipendenti non esecutivi, tutti di genere femminile, con un'età media di 49 anni.

Comitato controllo rischi

Ha il compito di definire le linee guida del Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi (nel seguito anche solo "SCGR"), verificandone l'adeguatezza rispetto alla struttura organizzativa, al profilo di rischio e agli obiettivi strategici della Società. Ha funzioni consultive e propositive e ha il compito di supportare il Consiglio di Amministrazione con adeguata attività istruttoria, le valutazioni e le decisioni del Consiglio di Amministrazione relative al sistema di controllo interno e di gestione dei rischi, nonché quelle relative all'approvazione delle relazioni finanziarie periodiche. Il Comitato è composto da tre amministratori indipendenti non esecutivi, tutti di

genere femminile, con un'età media di 55 anni. Ogni comitato è composto almeno per l'88% da amministratori indipendenti di genere femminile.

Comitato ESG

Per rafforzare l'integrazione della sostenibilità nella governance aziendale, è stato istituito il Comitato ESG, con funzioni di supervisione e indirizzo strategico sui progetti attivi nelle aree Governance, Persone, Comunità, Fornitori, Ambiente e Clienti.

Il Comitato è composto da dodici membri:

Christian Aleotti – CEO

Marco Cagnetta – General Manager Sales & Marketing

Luisa Cataldo – Group HR Manager

Michela Carpanoni – Sustainability Specialist

Mauro Borgogno – Group CFO

Giacomo Rizzi - Group Finance, Tax & Credit Director

Massimiliano Tarantino - Group Controlling & BI Director

Ester Marino – Group Legal Director

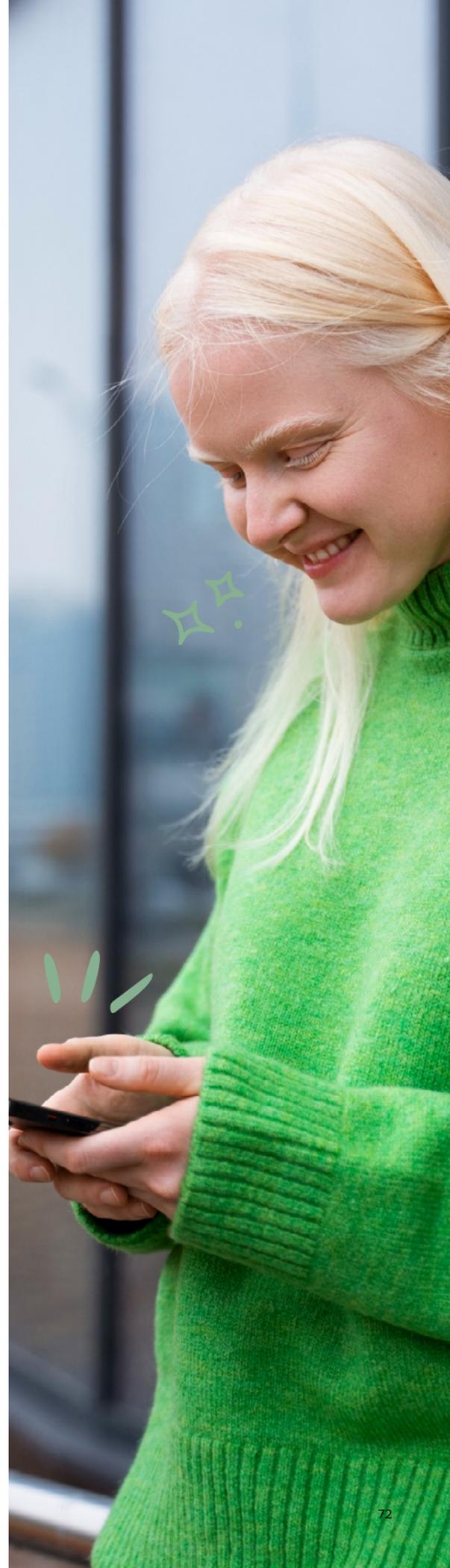
Alessio Lasagni – Marketing Director & Chief Digital Officer

Maurizio Bossi – Chief Operating Officer

Marco Barbiero – R&D Manager

Rocco Bonforte – Procurement Manager

"Lavoriamo con tutto il team alla costruzione di un nuovo modello di impresa, in cui il business rappresenti una forza positiva capace di generare impatti virtuosi sulle persone e sull'ambiente."



I nostri presidi per una gestione responsabile del business

Sistema di controllo interno e gestione dei rischi

L'SCGR è costituito dall'insieme di regole, procedure e strutture organizzative finalizzate a garantire un'efficace identificazione, valutazione, gestione e monitoraggio dei principali rischi aziendali.

Il sistema è progettato per:

- assicurare l'efficienza e l'efficacia dei processi operativi;
- garantire l'affidabilità, la completezza e la tempestività dell'informativa finanziaria;
- assicurare la conformità normativa;
- tutelare il patrimonio aziendale.

Il SCGR è coerente con le best practice internazionali e considera tutte le principali categorie di rischio che potrebbero compromettere il raggiungimento degli obiettivi strategici del Gruppo, contribuendo così al successo sostenibile dell'organizzazione.

Compliance normativa ed integrità

Con l'obiettivo di rafforzare la governance aziendale e prevenire il rischio di commissione dei reati previsti dal D.Lgs. 231/2001, il Consiglio di Amministrazione ha deliberato, in data 3 marzo 2018, l'adozione del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo. Tale strumento è finalizzato a garantire condizioni di trasparenza, correttezza e integrità, tutelando la reputazione aziendale, gli interessi degli azionisti e il valore del capitale umano. Nel 2022, il Modello è stato oggetto di un aggiornamento sostanziale, volto a migliorarne l'efficacia e l'aderenza all'attuale assetto organizzativo. La nuova versione è strutturata per processi aziendali, superando l'impostazione precedente basata sulle categorie di reato, al fine di favorire una maggiore identificazione operativa da parte delle funzioni coinvolte. I presidi di controllo sono stati rivisitati per garantirne l'applicabilità concreta e il valore aggiunto per l'organizzazione. È in fase di approvazione l'adozione di un Modello organizzativo e la nomina di un Organismo di Vigilanza (OdV) da parte di società controllata. Inoltre, ogni società del Gruppo ha accesso alla

piattaforma online di whistleblowing presente sul sito aziendale di Cellularline per comunicare, in modo riservato e sicuro, eventuali condotte non conformi.

L'obiettivo è assicurare un sistema di controllo interno coerente e integrato a livello di Gruppo.

Formazione e Sensibilizzazione

Nel 2024, il Gruppo ha proseguito le attività formative in materia di responsabilità amministrativa degli enti, con particolare attenzione alla prevenzione dei reati corruttivi. L'iniziativa rientra in un più ampio programma di diffusione della cultura della compliance e della responsabilità etica.

Funzioni e Poteri dell'Organismo di Vigilanza

LL'OdV, dotato di autonomia, indipendenza e continuità d'azione, esercita un ruolo di vigilanza sull'efficace attuazione del Modello 231. Dispone di ampi poteri, tra cui:

- accesso diretto alla documentazione aziendale;
- collaborazione con le funzioni e gli organi societari;
- conferimento di incarichi a consulenti esterni.

L'OdV è anche destinatario delle segnalazioni di violazioni o sospette violazioni dei principi etici e comportamentali previsti dal Modello. La segnalazione può avvenire in forma scritta o in forma orale, tramite lo strumento della piattaforma informatica dedicata raggiungibile tramite il seguente link <https://cellularline.integrity.complylog.com/>, ovvero in forma cartacea tramite invio di lettera al seguente indirizzo:

Organismo di Vigilanza di Cellularline S.p.a.

c/o Cellularline S.p.a.

Via G. Lambrakis n. 1/A

42122 – Reggio Emilia

Il portale, conforme alla normativa sul Whistleblowing garantisce la tutela del segnalante da qualsiasi forma di ritorsione.

Procedura Whistleblowing e Gestione delle Segnalazioni

Nel 2023, l'OdV ha adottato una nuova procedura interna in materia di Whistleblowing, in linea con le disposizioni della Direttiva UE, disciplinando le modalità di trasmissione, ricezione, analisi e gestione delle segnalazioni.

Tutte le comunicazioni sono trattate con la massima riservatezza. L'OdV può avvalersi del supporto dell'Internal Auditor e di consulenti esterni per le attività istruttorie. A seguito delle segnalazioni ricevute, l'azienda può attivare misure correttive per sanare eventuali violazioni normative o regolamentari e prevenire il ripetersi di comportamenti non conformi.

Flussi Informativi e Monitoraggio

Nel corso degli anni sono stati strutturati e indirizzati flussi informativi periodici verso l'OdV, finalizzati a:

- supportare l'attività di vigilanza;
- consentire l'analisi retrospettiva delle cause di eventuali non conformità;
- monitorare in modo continuativo l'operatività aziendale.

Sono stati inoltre distribuiti questionari semestrali per ciascuna area di rischio, compilati dai Key Officer designati, i quali hanno partecipato a sessioni formative specifiche per garantire una gestione conforme dei dati sensibili.

Codice Etico

In parallelo al Modello 231, il Gruppo ha adottato un Codice Etico, condiviso con tutti gli stakeholder interni ed esterni. Il documento definisce i valori, i principi etici e le regole di condotta che guidano l'operato dell'organizzazione, promuovendo trasparenza, responsabilità e coerenza con il sistema valoriale aziendale.

Il Codice rappresenta un riferimento fondamentale per lo sviluppo di una cultura aziendale solida, inclusiva e orientata alla sostenibilità.

Nel 2024 non si sono verificati episodi di corruzione o altri reati assimilabili.

Politica di remunerazione

La Politica di Remunerazione adottata dal Gruppo definisce i principi, i criteri e le linee guida che regolano la determinazione e l'applicazione delle prassi retributive nei confronti degli Amministratori, dei Dirigenti con Responsabilità Strategiche e, nel rispetto di quanto previsto dall'art. 2402 del Codice Civile, dei componenti del Collegio Sindacale. Tale politica disciplina inoltre le modalità di monitoraggio della sua corretta attuazione.

La Politica è stata approvata dall'Assemblea degli Azionisti in data 17 aprile 2025, su proposta del Comitato per le Nomine e la Remunerazione e previa deliberazione del Consiglio di Amministrazione del 10 marzo 2025.

Il documento è stato redatto in coerenza con il modello di governance tradizionale adottato dalla Società, in conformità con le raccomandazioni del Codice di Corporate Governance e tenendo conto delle disposizioni contenute nell'art. 2.2.3 del Regolamento dei Mercati organizzati e gestiti da Borsa Italiana S.p.A., nonché delle relative Istruzioni per gli emittenti con qualifica STAR.

Per ulteriori dettagli, si rimanda alla Relazione sulla Remunerazione disponibile sul sito istituzionale: www.cellularlinegroup.com.



4.2

GOVERNANCE.



Governance

La gestione fiscale

Cosa abbiamo fatto: le nostre storie di impatto

Certificazione AEO

Nel corso del 2022, il Gruppo ha conseguito, con il massimo livello di affidabilità (rating AA), la certificazione AEO – Authorized Economic Operator, nelle due componenti:

- AEOC (Customs Simplifications), relativa alla semplificazione delle procedure doganali;
- AEOS (Security and Safety), riferita alla sicurezza della supply chain.

L'ottenimento congiunto delle certificazioni AEOC e AEOS, che costituiscono lo status AEOF (Authorized Economic Operator Full), rappresenta un riconoscimento formale dell'elevato livello di conformità normativa e gestionale raggiunto lungo l'intera catena di approvvigionamento.

Tale risultato conferma l'impegno costante del Gruppo nel rafforzare la propria governance operativa, garantendo l'allineamento dei processi aziendali agli standard richiesti dalle autorità doganali e fiscali, sia a livello nazionale che internazionale. Le certificazioni AEOF sono state regolarmente mantenute anche nel 2024, a testimonianza della solidità e continuità del nostro sistema di controllo interno e della nostra capacità di presidiare i rischi connessi alle operazioni transfrontaliere.

Come lo facciamo

La strategia fiscale del Gruppo riflette i principi, gli obiettivi e gli impegni definiti nelle procedure interne, che stabiliscono gli standard comportamentali attesi in materia tributaria. L'Organizzazione è fortemente orientata a operare con integrità, trasparenza e conformità normativa, perseguendo una gestione fiscale sostenibile nel lungo periodo. Il Gruppo garantisce il pieno rispetto delle normative fiscali in tutte le giurisdizioni in cui opera, collaborando attivamente con consulenti fiscali, revisori e autorità competenti per assicurare la corretta determinazione, dichiarazione e liquidazione delle imposte. La gestione del rischio fiscale è improntata a una bassa propensione al rischio, con l'obiettivo di evitare qualsiasi violazione delle disposizioni tributarie vigenti.

La responsabilità della gestione fiscale è affidata al Group Accounting, Tax and Credit Director, in coordinamento con il Group CFO, con l'obiettivo di garantire efficienza operativa e piena aderenza alle normative applicabili. L'approccio alla pianificazione fiscale è prudente: il Gruppo non adotta strategie aggressive né ricorre a strutture prive di sostanza economica finalizzate a ottenere vantaggi fiscali indebiti.

Tuttavia, ove previsto da normative nazionali, il Gruppo valuta l'accesso a incentivi fiscali legittimi volti a promuovere investimenti, occupazione e sviluppo economico. Le scelte fiscali sono basate su interpretazioni ragionevoli e fondate, anche in presenza di normative complesse. I rischi fiscali vengono costantemente monitorati, analizzati internamente e, ove necessario, gestiti con il supporto di consulenti qualificati.

Questo consente di adeguare tempestivamente le pratiche fiscali aziendali alle evoluzioni normative e agli orientamenti delle autorità competenti.

Il contributo fiscale del Gruppo si articola in diverse categorie di imposte, tra cui:

Imposte sul reddito

(es. imposta sul reddito delle società);

Imposte patrimoniali

(es. imposte su proprietà e immobili);

Imposte sul lavoro

(es. contributi e ritenute versate per conto dei dipendenti);

Imposte indirette

(es. IVA, accise, dazi doganali);

Imposte su transazioni immobiliari

(es. vendita o locazione di beni immobili).

Il tax rate effettivo del Gruppo è influenzato dalla distribuzione geografica dei risultati ante imposte e dalle normative fiscali locali, nonché da eventuali fattori contingenti che possono incidere sulla determinazione dell'onere fiscale complessivo.

4.3

GOVERNANCE.



Governance

Impegni futuri

Impegni futuri

Miglioramento performance

Il nostro percorso sostenibile non si caratterizza per avere un traguardo specifico, ma per la continua ricerca di miglioramento. Per questo ci impegniamo a lavorare nei prossimi anni per migliorare progressivamente la nostra performance nei confronti delle persone e dell'ambiente.

Monitoraggio e impegno

Intendiamo farlo seguendo modelli riconosciuti e monitorando gli avanzamenti nel tempo. Ci impegniamo, infatti, a rendicontare le informazioni sulla nostra performance di sostenibilità attraverso il BIA e l'utilizzo dei più recenti standard di rendicontazione per un'efficace piano di azione sostenibile. Continueremo a caratterizzarci per la nostra trasparenza e accessibilità, grazie alla quale i nostri stakeholder possono sempre essere aggiornati in merito al nostro percorso sul tema.

Cultura aziendale

Continueremo con il nostro percorso di valorizzazione di ciò che facciamo. Abbiamo cominciato con la definizione del nostro purpose e vogliamo continuare con lo sviluppo e la diffusione interna di una cultura legata ai valori condivisi e alla sostenibilità.

Coinvolgimento stakeholder

Per gli stakeholder interni, ci impegniamo a strutturare azioni e procedure formali di coinvolgimento, definendo obiettivi e KPI utili a monitorare i risultati nel tempo. Dopo la survey di engagement 2024, che ha guidato la scelta del percorso 2025, è prevista una nuova survey di clima somministrata nel 2025, pensata per valutare il livello di coinvolgimento e consapevolezza delle nostre persone.

Per gli stakeholder esterni, il coinvolgimento avverrà attraverso l'analisi di doppia materialità, con l'obiettivo di identificare in modo strutturato le priorità condivise e i temi rilevanti per l'azienda e il contesto in cui opera.

Integrazione obiettivi ESG

Vogliamo continuare con l'inserimento di obiettivi ESG nel nostro piano di incentivi dei manager e/o professional.

Società Benefit

Nel prossimo anno, ci impegniamo a perseguire le finalità previste dalla Relazione d'Impatto 2024, traducendole in obiettivi concreti da monitorare attraverso KPI specifici. Questo ci permetterà di misurare in modo trasparente i risultati ottenuti e di rafforzare il nostro contributo positivo in ambito sociale e ambientale.

Competenze generali e caratteristiche professionali degli Amministratori

In merito alla professionalità, il Consiglio di Amministrazione raccomanda che sia garantito un efficace bilanciamento tra il valore della continuità e le esigenze di un costante rinnovo del Consiglio stesso, raggiungendo un'adeguata diversificazione e complementarietà dei profili professionali.

Impegni futuri confermati 2025

- Integrazione delle società controllate nella gestione e nei presidi già adottati dalla Capogruppo (disclosure dell'obiettivo presente nel testo)
- Perseguimento delle azioni previste nella relazione d'impatto per il raggiungimento delle finalità di beneficio comune



4.4

GOVERNANCE.



Governance

Informativa GRI

GRI Standard 201-1 - Valore economico generato e distribuito

Valore economico direttamente generato e distribuito	u.n.	2024	2023	2022
Valore economico direttamente generato		172.016	163.432	143.977
Valore economico distribuito		(155.579)	(160.606)	(130.686)
Costi operativi		(120.982)	(133.206)	(108.413)
Retribuzioni e benefit	€/000	(23.718)	(22.033)	(19.349)
Pagamenti ai fornitori di capitale		(7.543)	(3.942)	(3.299)
Pagamenti alla Pubblica Amministrazione		(3.240)	(1.310)	464
Investimenti nella Comunità		(96)	(114)	(88)
Valore economico trattenuto		16.436	2.826	13.291

GRI Standard 405-1 - Diversità negli organi di governo

Riga di Intestazione (Fascia d'età):	u.m.	2024	2023	2022
< 30		0	0	0
30-50	N.	3	4	4
> 50		7	6	7
Totale componenti CDA		10	10	11

Componenti del CdA suddivisi per genere	u.m.	2024	2023	2022
Uomini		6	6	8
Donne		4	4	3
Totale componenti CDA		10	10	11



5.1

CUSTOMER & END- USERS.



Customer & End-Users

Introduzione

La nostra identità aziendale, tanto nel percorso storico quanto nella visione futura, si fonda su un impegno costante nell'ascolto e nella comprensione delle esigenze dei nostri clienti, ponendo al centro delle nostre strategie la creazione di valore attraverso soluzioni mirate e orientate alla soddisfazione dei loro bisogni.

3,8

**Customer & End-User
Punteggio BIA
al 31/12/2024**



3,8

**Punteggio area
Clienti**



**Portiamo le nostre soluzioni
agli user in oltre
55 paesi**

Negli ultimi anni, il contesto competitivo ha subito una profonda trasformazione, caratterizzata da un'accelerazione nei processi di innovazione tecnologica e commerciale, nonché da una crescente attenzione da parte degli stakeholder verso i temi della sostenibilità ambientale e sociale. In tale scenario, il nostro impegno è quello di mantenere un ruolo attivo e distintivo, contribuendo allo sviluppo sostenibile del settore e rispondendo in modo proattivo all'evoluzione delle esigenze dei clienti. La nostra strategia si fonda sull'integrazione sinergica di due direttrici fondamentali: l'adozione di tecnologie avanzate e la riduzione dell'impatto ambientale e sociale delle nostre attività.

L'obiettivo è sviluppare soluzioni innovative che coniughino performance, responsabilità e valore per tutti gli stakeholder. Nei paragrafi seguenti, presentiamo le principali iniziative intraprese per rafforzare la relazione con i nostri partner commerciali e con gli utilizzatori finali, illustrando le modalità con cui abbiamo affrontato le sfide poste dal contesto di mercato. Inoltre, delineiamo i nostri impegni futuri, orientati al miglioramento continuo e alla creazione di valore sostenibile.

5.2

CUSTOMER & END-
USERS.



Customer & End-Users

**Customer
Centricity**

Cosa abbiamo fatto: le nostre storie di impatto

Servizio e costante supporto al trade

Il contesto competitivo attuale ha spinto i nostri partner commerciali a ripensare in modo strutturale la customer experience nei punti vendita, con un'attenzione crescente verso prodotti e brand che dimostrano un impegno concreto in ambito di sostenibilità ambientale e sociale.

Per rispondere efficacemente a questa evoluzione e intercettare le nuove aspettative del mercato, abbiamo rafforzato la collaborazione strategica con i nostri partner, confermando un approccio sempre più basato su analisi e ricerca applicata ai canali di vendita. Questo ci consente di proporre soluzioni personalizzate e ad alto valore aggiunto in termini di assortimento, materiali espositivi e qualità dell'esperienza d'acquisto.

Parallelamente, abbiamo potenziato le attività di formazione e aggiornamento della nostra forza vendita, dislocata sul territorio, che svolge anche un ruolo attivo nella formazione del personale dei punti vendita.

A tal fine, è stato implementato un piano formativo strutturato, volto a sviluppare:

competenze tecniche sui prodotti e sulle tecnologie

competenze commerciali, per tradurre le caratteristiche tecniche in argomentazioni di vendita efficaci

competenze relazionali e comunicative, per migliorare la capacità di interazione e proposta

Riteniamo che la capacità di soddisfare le aspettative degli utenti finali richieda un mix di competenza, agilità e flessibilità, che coltiviamo costantemente attraverso il monitoraggio dei trend di mercato e l'analisi dei bisogni emergenti dei consumatori attraverso ricerche di mercato.



Strategia Omnichannel

Considerando l'attuale fenomeno della crescente digitalizzazione dei comportamenti di acquisto, l'adozione di una strategia omnicanale rappresenta un requisito imprescindibile per garantire un'esperienza coerente, fluida e personalizzata ai nostri clienti. In un mercato in cui il consumatore può accedere ai prodotti attraverso una molteplicità di touchpoint, è fondamentale presidiare in modo integrato tutti i canali di contatto e vendita.

In tale ottica, il Gruppo ha continuato a valorizzare e rafforzare le partnership strategiche con i retailer, intensificando nel 2024 le collaborazioni orientate alle vendite sui canali e-commerce dei nostri partner. Tali sinergie rappresentano un elemento chiave per inserirsi in modo efficace nella customer journey omnicanale, generando valore condiviso e migliorando la qualità dell'esperienza d'acquisto.

A supporto di questa visione, abbiamo proseguito gli investimenti nel progetto di evoluzione digitale e sviluppo dell'e-commerce, adottando un modello operativo integrato che sfrutta simultaneamente diversi strumenti e piattaforme, con l'obiettivo di ottimizzare la gestione dei percorsi d'acquisto ibridi.

Le iniziative intraprese si inseriscono in una strategia più ampia di valorizzazione del portafoglio prodotti e di ricerca di nuove opportunità di crescita, attraverso un miglioramento continuo della comunicazione, della formazione e della soddisfazione degli utenti finali.

Nuovo processo Consumer Care B2C

Il processo di gestione delle richieste di assistenza pre e post-vendita rivolte ai consumatori finali (B2C) è stato ulteriormente ottimizzato, proseguendo un percorso di miglioramento continuo già avviato negli anni precedenti. L'obiettivo è garantire un servizio sempre più efficiente, reattivo e orientato alla soddisfazione del cliente, attraverso l'adozione di strumenti avanzati per l'analisi e la gestione delle interazioni. Nel 2024, il focus si è concentrato sull'efficiamento del software di gestione, con interventi mirati alla pulizia e strutturazione dei dati, alla differenziazione delle attività per brand e dipartimento prodotti e alla miglior tracciabilità operativa. Questo ha consentito di incrementare la velocità di gestione dei ticket e, parallelamente, di valorizzare il canale come fonte strategica di insight qualitativi e quantitativi.

L'introduzione di un sistema di reportistica strutturata e continuativa ha rappresentato un ulteriore passo avanti. La qualità dei dati gestiti ha permesso di sviluppare dashboard quantitative sempre accessibili, utili per il monitoraggio costante delle performance del servizio. Inoltre, è stato istituito un processo di condivisione interna dei risultati:

- Report operativi trimestrali condivisi con il team Marketing;
- Report strategici semestrali (H1 e FY) presentati in sede di riunione executive, con l'obiettivo di integrare i dati di customer care nei processi decisionali aziendali.

Il sistema di comunicazione con i clienti finali è stato potenziato attraverso l'adozione di un Web Form dedicato, un sistema di canalizzazione delle richieste e l'integrazione delle mailing list, con l'obiettivo di centralizzare le interazioni verso un Single

Point of Contact (SPOC).

A supporto dell'autonomia dell'utente, sono stati aggiornati i contenuti della sezione FAQ e potenziate le funzionalità del Chatbot, basato su modelli avanzati di intelligenza artificiale generativa.

Per il 2025 è previsto lo sviluppo di un tag dedicato alla valutazione qualitativa della customer satisfaction, che fungerà da baseline per l'implementazione di un sistema strutturato di monitoraggio dei feedback, a supporto di una gestione sempre più data-driven e orientata al miglioramento continuo.

I nostri canali di contatto



HAI BISOGNO DI AIUTO?

CONTATTACI

FAQ
In questa sezione troverai le nostre risposte più frequenti su ordini, spedizioni, acquisti e consegne, sulla registrazione al sito e su tutti i servizi che Cellularline ti offre.

WEB FORM
Se desideri segnalare un problema relativo ad un prodotto, un servizio o desideri inoltrare segnalazioni e richieste su iniziative commerciali compila il web form, riceverai una risposta nel più breve tempo possibile.

CHAT BOT
Se preferisci un aiuto in tempo reale, scrivi all'interno della nostra chat.

[Clicca qui](#) [Clicca qui](#) [Clicca qui](#)

Chat Bot
è attivo in
specifici orari
9-13 e 14-18



Live the Excellence

Nel 2024, abbiamo nuovamente promosso l'evento istituzionale "Live the Excellence", un'importante piattaforma di confronto strategico con i nostri partner chiave. L'iniziativa ha rappresentato un'opportunità privilegiata per illustrare le linee guida evolutive e le prospettive di sviluppo delle principali categorie merceologiche — accessori per smartphone, tablet, dispositivi audio — attraverso un'esposizione strutturata delle nostre gamme prodotto e l'impiego di materiali POP finalizzati al supporto del sell-out.

"Live the Excellence" si configura come un momento cruciale per la condivisione dei trend e delle opportunità di mercato con i nostri partner, l'intercettazione delle nuove esigenze dei canali distributivi, la valorizzazione delle sinergie commerciali e il rafforzamento delle relazioni consolidate con gli stakeholder.

LTE rappresenta inoltre un momento cruciale nel quale condividere, attraverso lo strumento del workshop, il punto di vista aziendale rispetto a tematiche ad alto valore strategico per lo sviluppo del business come, a titolo di esempio, le politiche di prodotto, servizio e commerciali relative all'attachment (vendita dell'accessorio contestuale alla vendita del device). L'evento si inserisce nel nostro percorso di continuo posizionamento come player innovativo, orientato alla leadership nelle strategie di go-to-market e nello sviluppo di soluzioni ad alto valore aggiunto.

Come lo facciamo

L'innovazione tecnologica e la crescente sensibilità verso le tematiche ambientali e sociali rappresentano i principali driver strategici che orientano le scelte aziendali di Cellularline negli ultimi anni. In un contesto competitivo in continua evoluzione, il ruolo del consumatore si è trasformato: da semplice fruitore a soggetto consapevole, attivamente coinvolto nei processi decisionali d'acquisto. Per rispondere a questa trasformazione, il Gruppo ha adottato un approccio dinamico e orientato all'ascolto, fondato su un aggiornamento continuo dell'offerta e su un solido impianto di consumer research.

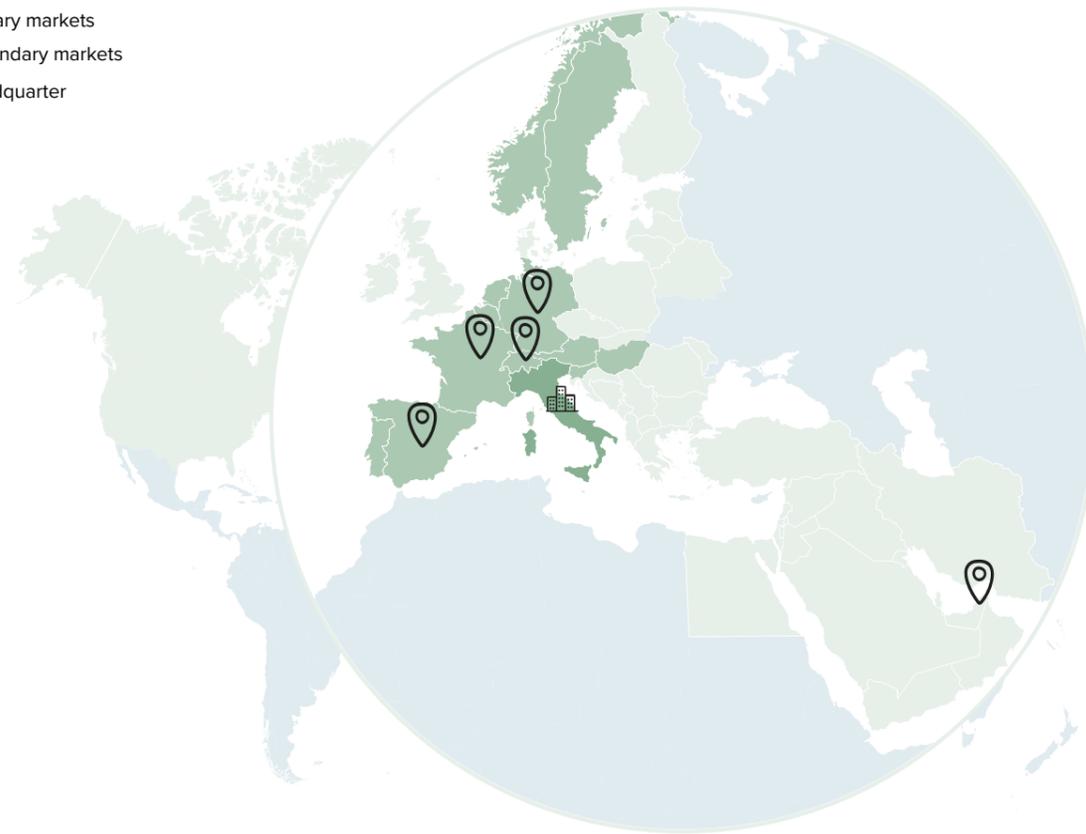
Nel 2024, è stato portato avanti un articolato programma di ricerche di mercato, con particolare attenzione alla categoria delle custodie, al fine di individuare aree di miglioramento, opportunità di innovazione e nuove direttrici evolutive. L'attività ha incluso metodologie qualitative come focus group e interviste in-store, con l'obiettivo di analizzare in profondità i comportamenti d'acquisto e le dinamiche decisionali degli shopper. Gli insight emersi hanno guidato lo sviluppo di nuove soluzioni di packaging ed espositive, in linea con le esigenze emergenti del mercato e con l'obiettivo di rafforzare il posizionamento competitivo del brand.

A complemento di queste attività, Cellularline ha promosso il coinvolgimento diretto di clienti e partner attraverso l'organizzazione di incontri durante eventi di settore. Questi momenti di confronto hanno rappresentato un'opportunità per condividere la strategia ESG dell'azienda e per sviluppare progettualità comuni, rafforzando il dialogo con gli stakeholder e promuovendo una cultura della sostenibilità condivisa.



"La nostra strategia si basa su un modello di gestione integrato che vuole massimizzare il percorso di acquisto dei nostri clienti"

- Main markets
- Primary markets
- Secondary markets
- 🏢 Headquarter
- 📍 Sedi

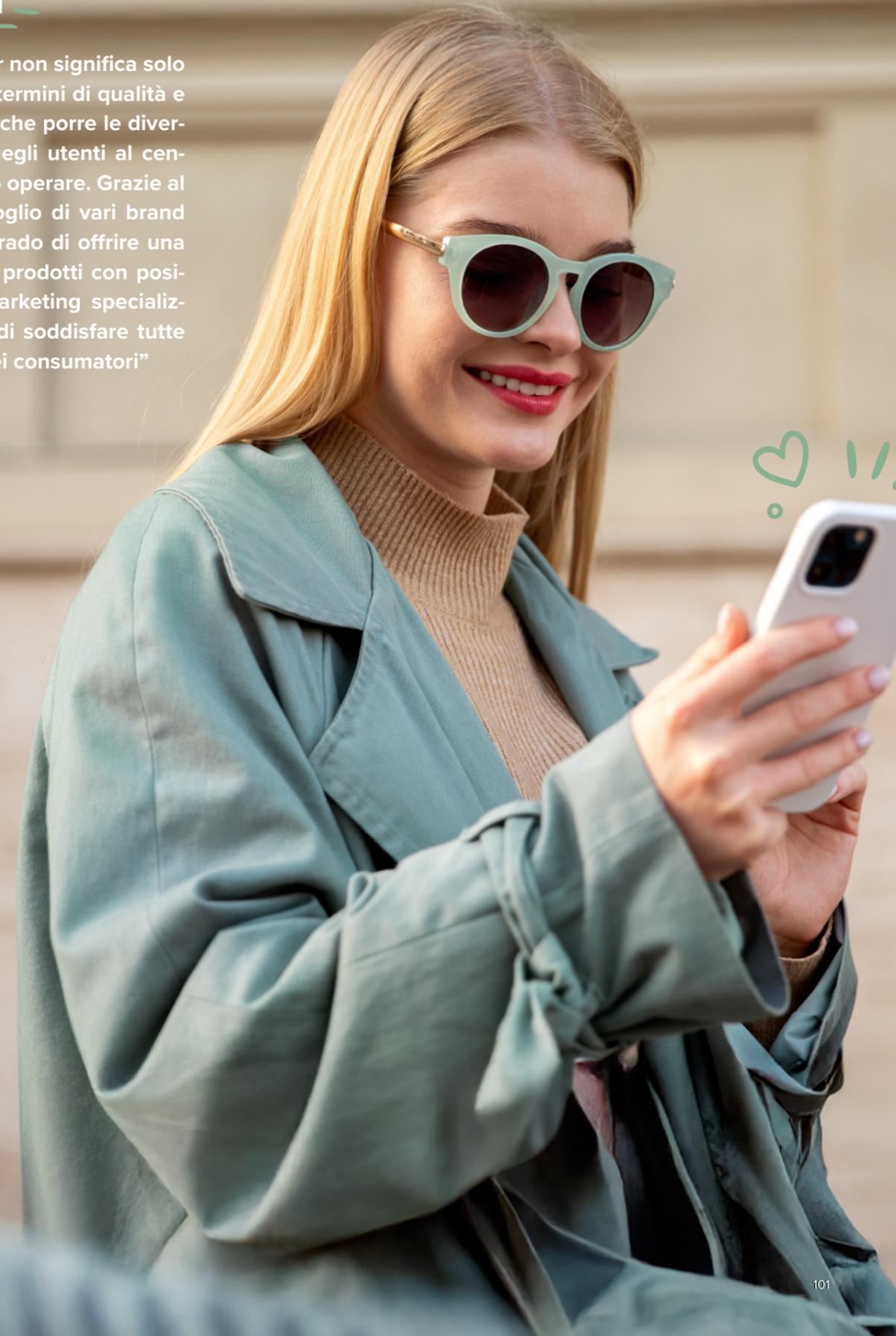


Presenza Geografica

Il nostro marchio Cellularline è uno dei principali operatori nel settore degli accessori per smartphone e tablet nell'area EMEA, nonché leader di mercato in Italia; inoltre, ci posizioniamo, per volumi, tra i principali operatori in Spagna, Svizzera, Belgio, Olanda, Austria e vanta un buon posizionamento competitivo negli altri Paesi europei.

I nostri brand

“Essere leader non significa solo eccellenza in termini di qualità e design, ma anche porre le diverse esigenze degli utenti al centro del proprio operare. Grazie al nostro portafoglio di vari brand di, siamo in grado di offrire una vasta gamma prodotti con posizionamenti marketing specializzati in grado di soddisfare tutte le esigenze dei consumatori”



I nostri Brand

Cellularline



È il marchio di riferimento a livello europeo nel mercato degli accessori per smartphone e tablet. Grazie ad un'accurata strategia di prodotto, basata su qualità eccellente, design e innovazione, garantisce soluzioni in linea con le tendenze tecnologiche, cercando costantemente di coniugare prestazioni eccellenti con facilità d'uso.

Ploos



Lanciato nel 2020, Ploos si distingue per design e funzionalità essenziali ed è caratterizzato da un eccellente value for money che permette a Cellularline di rafforzare il presidio in alcuni mercati EMEA e in canali nei quali la sua presenza presenta ampi margini di sviluppo.

Music Sound



Marchio audio che trasmette un nuovo punto di vista nel mondo della musica: stile, colore e immaginazione. Accessori accattivanti e colorati per un pubblico giovane che ama ascoltare la musica in casa e in mobilità e, allo stesso tempo, ama farsi notare. Tutto questo oltre a una forte attenzione al rapporto qualità-prezzo.

Newrban



Lanciato da Cellularline nel 2023, Newrban segna il nostro debutto nel mondo della mobilità sostenibile. La gamma di prodotti è pensata per migliorare la sicurezza e l'efficacia della mobilità urbana con prodotti innovativi e sostenibili, che includono soluzioni per la visibilità e il trasporto, riflettendo il nostro impegno verso una mobilità più sicura e a basso impatto sull'ambiente urbano.

Cosmo Nova



Sono i marchi che il gruppo ha creato in esclusiva per il canale Specialist Telecom a livello europeo. L'ampia gamma di prodotti offerti è in grado di soddisfare tutte le esigenze di un punto vendita Telco e di massimizzare il tasso di attaccamento. I marchi sono conosciuti sul mercato sia per l'ottimo rapporto qualità/prezzo che per la sostenibilità della filiera.

Interphone



Marchio che identifica una linea di accessori con soluzioni innovative dedicate alla comunicazione in movimento tra motociclisti. Grazie all'estrema funzionalità e affidabilità dei suoi dispositivi, i prodotti Interphone sono diventati il compagno ideale per i viaggi o in città.

Skross



Marchio leader nel segmento degli adattatori da viaggio premium. I dispositivi e gli alimentatori periferici specifici per i singoli paesi sono disponibili in oltre 600 punti vendita del canale Travel Retail.

Q2 power



Marchio per adattatori da viaggio e altre soluzioni di ricarica complementare e con diverso posizionamento rispetto al marchio Skross, con un rapporto qualità-prezzo conveniente.

coverlab

Coverlab

Marchio di riferimento in Italia e all'estero per la vendita online di custodie ed accessori personalizzati per smartphone che mira a soddisfare le esigenze sofisticate e crescenti degli amanti della moda e del look personalizzato.

Allogio



Acquisita nel Novembre 2022 Subliros SL., social-commerce company spagnola, proprietaria del brand Allogio, marchio di riferimento nel segmento custom degli accessori per smartphone. Tale acquisizione ci permetterà di rafforzare ulteriormente la nostra presenza nel canale e-commerce.

Le nostre linee di prodotto



Linea di prodotto Red

Comprende accessori per dispositivi multi-mediali (quali custodie, cover, supporti per auto, vetri protettivi, alimentatori, carica batterie portatili, cavi dati e di ricarica, cuffie, auricolari, speaker e prodotti tecnologici indossabili).

- Cellularline
- Ploos
- Newrban
- Music Sound



Linea di prodotto Black

Include tutti i prodotti e accessori legati al mondo delle moto e delle bici (quali, ad esempio, interfonni e supporti per smartphone).

- Interphone
- Newrban



Linea di prodotto Blue

Raggruppa i prodotti commercializzati in Italia non a marchio Cellularline (ad esempio distribuzione dei prodotti originali Samsung).

Rete di vendita

Multicanalità e prossimità al cliente sono i nostri punti di forza per rafforzare il rapporto con gli utenti.

I nostri prodotti sono commercializzati principalmente attraverso i seguenti canali di vendita:

- consumer electronics;
- grande distribuzione food;
- travel retail;
- telco;
- e-commerce;
- altri canali offline.

5.3

CUSTOMER & END- USERS.



Customer & End-Users

Impegni futuri

Impegni futuri

Live the Excellence

Vogliamo continuare a sensibilizzare e coinvolgere i nostri stakeholder sulle strategie, progetti e attività svolte in tema ESG mediante la veicolazione di questi contenuti all'interno del nostro evento creato ad hoc. Un evento dedicato alle eccellenze Cellularline nell'ambito del quale prevediamo sempre un ampio spazio dedicato al racconto del progetto ESG e alla sensibilizzazione sulle tematiche di sostenibilità.

Ricerche di mercato

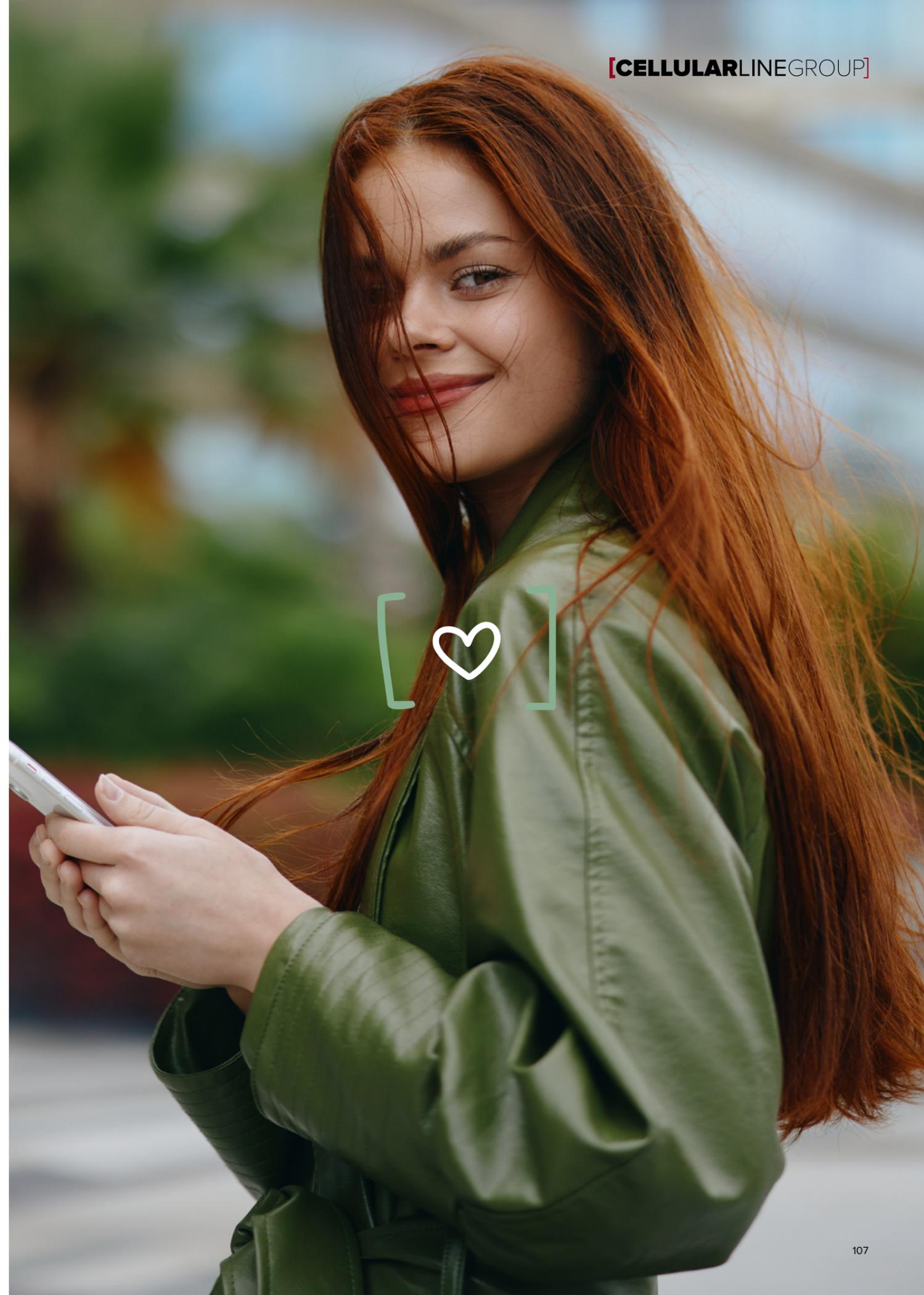
Anche per il 2025 sono previsti ulteriori studi di ricerca finalizzati a comprendere meglio i bisogni dei possessori di dispositivi digitali e accessori. Queste analisi ci permettono di rimanere all'avanguardia e di rispondere efficacemente alle evoluzioni di mercato.

Monitoraggio della soddisfazione del cliente

Il 2025 rappresenterà la baseline di riferimento per la valutazione ed il monitoraggio delle recensioni dei consumatori finali, prevedendo l'implementazione di nuove attività per misurare la soddisfazione del cliente; in particolare, condurremo un'analisi soggettiva basata sull'interazione con il cliente e richiederemo al cliente finale una valutazione via mail su base volontaria.

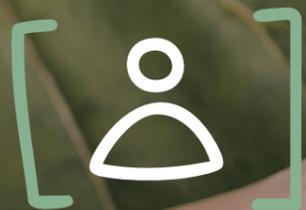
Analisi di materialità

Continueremo con il nostro percorso di valorizzazione di ciò che facciamo. Abbiamo cominciato con la definizione del nostro purpose e vogliamo continuare con lo sviluppo e la diffusione interna di una cultura legata ai valori condivisi e alla sostenibilità.



6.1

PEOPLE & COM MUNI TY.



People&Community

Introduzione

People & Community

Il Gruppo Cellularline adotta un approccio human-centric come pilastro della propria strategia di business.

Nel corso degli ultimi anni, anche in concomitanza con significativi processi di trasformazione organizzativa, abbiamo mantenuto un focus costante sul capitale umano, promuovendo iniziative orientate alla valorizzazione e allo sviluppo delle competenze, sia professionali sia personali.

In quest'ottica, continuiamo a incrementare gli investimenti in programmi formativi e in progetti ad alto impatto sociale, con l'obiettivo di generare valore condiviso per la comunità aziendale e per l'ecosistema degli stakeholder. Il 2024 ha rappresentato un anno strategico per il Gruppo, caratterizzato da un forte impegno nel coinvolgimento attivo delle persone nei processi di evoluzione organizzativa e culturale.

Siamo fermamente convinti che il capitale umano costituisca il principale fattore abilitante della competitività aziendale. Per questo, ci impegniamo a garantire un ambiente di lavoro inclusivo, orientato alla crescita professionale e allo sviluppo integrale della persona.

Nei paragrafi successivi illustreremo le principali iniziative implementate, i processi di People Management & Development che guidano le nostre azioni quotidiane e gli impegni assunti per il miglioramento continuo.



17,3

Punteggio area
Comunità



26,1

Punteggio area
Lavoratori

6.2

PEOPLE & COM MUNI TY.



People&Community

Diversity, Equity & Inclusion

Diversity, Equity & Inclusion

Promuoviamo attivamente una cultura dell'inclusione, riconoscendo e valorizzando l'unicità di ogni individuo come leva strategica per la crescita organizzativa. Questo impegno si traduce in iniziative concrete che prendono forma all'interno dell'azienda e si estendono all'esterno, generando un impatto positivo sull'intero ecosistema di riferimento



29%

dei dipendenti
ha meno di 35
anni

65%

dei neoassunti
nel 2024 rientra
nella fascia di età
18-35 anni

96%

dei dipendenti sono
impiegati con un
contratto a tempo
indeterminato

Cosa abbiamo fatto: le nostre storie di impatto

Diversity, Equity & Inclusion: un impegno costante

Il Gruppo Cellularline riconosce la diversità come un asset strategico per l'innovazione, la competitività e la crescita sostenibile dell'organizzazione e del contesto socioeconomico in cui opera.

In tale prospettiva, promuoviamo attivamente un cambiamento culturale orientato all'inclusione, attraverso la creazione di un ambiente di lavoro equo, rispettoso e privo di discriminazioni basate su genere, età, abilità, condizioni di salute, etnia, orientamento sessuale, identità di genere o convinzioni personali.

A supporto di questa visione, il Gruppo ha implementato iniziative strutturate volte a consolidare una cultura aziendale fondata sui principi di equità, rispetto e valorizzazione del potenziale individuale.

Dal 2022, un team interfunzionale, composto da figure aziendali provenienti da diverse funzioni e selezionate su base volontaria, guida le iniziative legate alla DE&I con l'obiettivo di presidiare e promuovere attivamente le tematiche legate alla diversità e all'inclusione

Nel 2024, il team interfunzionale di Diversity, Equity & Inclusion di Cellularline Group ha lavorato alla strutturazione di un piano d'azione volto a promuovere un ambiente di lavoro sempre più equo, inclusivo e attento alle persone.

Alla base di questo percorso c'è stata la condivisione di survey con le persone di Cellularline S.p.A., che ha permesso di raccogliere percezioni, bisogni e spunti concreti e indicazioni per definire i principi del progetto

Grazie a questo ascolto attivo, sono stati identificati quattro principi chiave, che rappresentano le aree prioritarie di intervento: genere, generazioni, ambiente di lavoro, benessere organizzativo.

Sulla base di questi ambiti, il team DE&I ha definito un piano di azioni e iniziative mirate, che guideranno il lavoro del Gruppo nel futuro prossimo, con l'obiettivo di rendere sempre più concreto e condiviso l'impegno verso un'organizzazione centrata sulle persone.

Tra gli impegni presi nel piano, continua l'attenzione verso il tema della gender diversity, ambito in cui il Gruppo ha avviato, già da diversi anni, un percorso strutturato verso l'equità retributiva. Attraverso un'analisi sistematica del gender pay gap, siamo in grado di individuare aree di miglioramento e implementare azioni correttive mirate.

Membri del team:

Franco Capetta
Enterprise & Application Manager

Lara Zaccarelli
International Customer care Manager

Cecilia Facini
Demand & Co-Packaging Manager

Marco Barbiero
R&D Manager

Claudia Di Modica
HR Business partner &
Employer branding Manager

Eleonora Pinca
Executive Assitant & Product scouting Coordinator

Luisa Cataldo
Group HR Manager

Nel 2024, il Gruppo Cellularline ha rinnovato la propria adesione al network della Fondazione Libellula, un ente impegnato nella promozione di un cambiamento culturale volto alla prevenzione della violenza di genere e alla lotta contro ogni forma di discriminazione nei confronti delle donne. La Fondazione opera all'interno delle realtà aziendali aderenti attraverso iniziative mirate alla diffusione di una cultura del rispetto, alla costruzione di ambienti di lavoro inclusivi e al superamento degli stereotipi di genere, con particolare attenzione all'empowerment femminile.

~47% di dipendenti del Gruppo sono **DONNE**

Aree di intervento



Prevenzione e contrasto della violenza sulle donne e della discriminazione di genere



Next generation: azioni rivolte a figli e figlie dei dipendenti



Empowerment organizzativo e sviluppo di culture inclusive



Azioni consenzuali

Come lo facciamo

Il Gruppo Cellularline si impegna a garantire condizioni di equità e pari opportunità nell'ambiente di lavoro, promuovendo lo sviluppo professionale indipendentemente da qualsiasi forma di discriminazione, inclusi etnia, religione, genere, età, disabilità, nazionalità, orientamento sessuale, opinioni politiche, appartenenza sindacale o stato civile.

Nel 2024, a conferma di questo impegno, è stata formalmente implementata una politica aziendale in materia di Diversity, Equity & Inclusion (DE&I), con l'obiettivo di integrare in modo sistemico questi principi all'interno dei processi organizzativi, delle pratiche HR e della cultura aziendale.

Questa iniziativa, che si applica a tutte le società del Gruppo, rappresenta la formalizzazione di un impegno concreto per contribuire a rendere l'ambiente di lavoro più equo, rispettoso e accogliente, in cui ogni persona possa sentirsi valorizzata nella propria unicità.

La policy nasce come naturale evoluzione del percorso ESG avviato dal Gruppo nel 2020 e affonda le radici nel Purpose aziendale "Youmanizing the Devices' Experience", che pone al centro le persone e l'esperienza umana nella relazione con la tecnologia. In questo contesto, la DE&I, oltre che come impegno concreto, è riconosciuta come leva strategica per l'innovazione, la crescita sostenibile e il benessere organizzativo.

Diversity, per Cellularline, significa valorizzare tutto ciò che rende unica ogni persona, l'Inclusione è intesa come capacità

di ascolto, rispetto e accoglienza delle differenze, mentre l'Equity si concretizza nella volontà di garantire pari opportunità, tenendo conto delle specificità e dei bisogni individuali.

Sulla base di questi principi e sulla base di quanto emerso da una survey condivisa con le persone della capogruppo, sono state individuate quattro aree di intervento prioritarie: genere, generazioni, ambiente di lavoro e benessere. Per ognuna di queste aree sono state identificate delle azioni e programmi. Il documento definisce chiaramente l'ambito di applicazione dei principi DE&I in molteplici processi aziendali: selezione del personale, politiche retributive, welfare, work-life balance, performance, formazione e sviluppo.

La Policy si inserisce in un sistema di governance solido e trasparente, approvato dal Comitato DE&I e dalla Funzione HR. Nel documento sono infatti previste e rese disponibili le modalità di segnalazione riservata per eventuali violazioni dei principi, gestite nel rispetto della normativa vigente e dei codici aziendali.

La policy è resa disponibile nel sito istituzionale di gruppo e nella repository aziendale, e condivisa con le persone attraverso una sessione di formazione.

6.3

PEOPLE & COM MUNI TY.

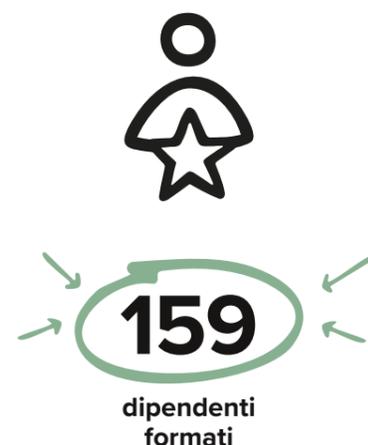


People&Community

Sviluppo e valorizzazione delle Persone

Sviluppo e valorizzazione delle Persone

Crediamo in un'organizzazione che evolve attraverso le persone. Per questo coltiviamo un contesto in cui apprendimento, crescita e valorizzazione del talento siano parte integrante della nostra cultura. Investiamo con convinzione nella formazione, non solo come strumento di sviluppo professionale, ma come leva strategica per rafforzare le competenze e generare valore condiviso. Ogni iniziativa formativa è pensata per alimentare curiosità, stimolare il pensiero critico e contribuire a un ambiente inclusivo, dinamico e orientato al futuro.



Cosa abbiamo fatto: le nostre storie di impatto

Performance management

Per il Gruppo, lo sviluppo delle competenze – sia in ambito manageriale che tecnico-specialistico – rappresenta una leva strategica per il miglioramento continuo dell'efficacia operativa, l'evoluzione dei processi e la valorizzazione delle persone. A partire dal 2020, abbiamo trasformato il nostro approccio al Performance Management, integrando agli obiettivi di business anche traguardi legati alla crescita delle competenze trasversali e della leadership, per supportare una crescita solida e consapevole.

Per favorire performance elevate e durature, abbiamo promosso una cultura fondata sulla collaborazione tra funzioni, incoraggiando la definizione di obiettivi condivisi e interdipendenti, capaci di generare valore trasversale e impatto sistemico.

In coerenza con il nostro percorso verso una sostenibilità integrata, abbiamo rafforzato l'allineamento tra obiettivi economico-finanziari e quelli ESG (Environmental, Social & Governance), estendendo questa visione a tutti i livelli organizzativi.

Questo modello integrato ci consente di coniugare la crescita del business con una cultura della responsabilità, rendendo più solido il legame tra strategia aziendale e impatto ambientale e sociale.

87,3%

dei dipendenti del Gruppo è coinvolto in processi formalizzati di valutazione delle prestazioni e dello sviluppo professionale

52,6%

delle persone del Gruppo Cellularline è già parte del programma di incentivi di breve periodo sulla performance

People and Culture Program

Anche per il 2024, il Gruppo Cellularline ha confermato l'impegno della gestione del programma formativo strategico denominato "People Care & Development (Skill & Will)", finalizzato al potenziamento delle competenze di leadership e alla diffusione di una cultura manageriale orientata alla valorizzazione delle persone. L'iniziativa si propone di strutturare un approccio sistemico alla gestione delle persone, promuovendo una maggiore integrazione tra i responsabili di funzione e l'area Human Resources, con l'obiettivo di consolidare pratiche di people management efficaci e sostenibili

Il programma si fonda su tre pilastri metodologici: delega, coaching e motivazione, e mira a creare spazi di confronto strutturato, favorendo la definizione condivisa di strategie gestionali e lo sviluppo di percorsi di crescita professionale e motivazionale all'interno dei team. Proseguito anche nel 2024, in questa prima fase, il progetto ha coinvolto circa 25 collaboratori appartenenti alle funzioni Marketing, Digital & e-Commerce e Ricerca & Sviluppo (R&D). Elemento centrale del percorso è l'ado-

zione del modello analitico "Skill/Will", che consente ai manager di mappare e segmentare periodicamente i propri collaboratori in base al livello di competenza e motivazione.

Tale analisi permette di identificare i cosiddetti "cantieri di lavoro prioritari", ovvero ambiti specifici su cui attivare interventi mirati per migliorare la performance individuale e rafforzare l'engagement.

Il programma prevede inoltre momenti di confronto verticale, durante i quali i manager ricevono feedback orizzontali e condividono best practice e strategie operative da applicare ai cantieri identificati.

L'obiettivo a medio termine è l'estensione del progetto a tutte le funzioni aziendali, al fine di consolidare un linguaggio comune e una cultura organizzativa orientata alla gestione evoluta e consapevole delle persone.

Training ESG



Formazione e sensibilizzazione interna sui temi ESG

Nel 2024, il Gruppo Cellularline ha proseguito con determinazione il proprio percorso di integrazione della sostenibilità all'interno della cultura aziendale, potenziando le attività di formazione e comunicazione interna sui temi ESG.

Durante i Town Hall aziendali, è stato dato continuo aggiornamento al personale sulla strategia ESG e sull'evoluzione del Master Plan 2023–2025, costruito secondo la metodologia BIA (Benefit Impact Assessment), con particolare attenzione alle principali aree di intervento e agli obiettivi di miglioramento dell'impatto aziendale.

Nel corso dell'anno, tutti i dipendenti del Gruppo sono stati coinvolti in sessioni formative dedicate a tre ambiti chiave: Progetto ESG, Diversità, Equità e Inclusione (DE&I) e Codice Etico. Le formazioni, registrate e rese disponibili sulla piattaforma aziendale, sono state integrate nel nuovo processo di onboarding e costituiscono oggi un riferimento stabile per la formazione dei nuovi ingressi.

Parallelamente, è stato confermato il programma di onboarding ESG rivolto ai neo-assunti, con l'obiettivo di trasmettere fin da

subito la visione sostenibile dell'azienda e gli impegni futuri in ambito ambientale, sociale e di governance.

A completamento di questo percorso, è stato confermato il welcome kit sostenibile, simbolo tangibile dell'impegno del Gruppo verso pratiche responsabili e inclusive.

Job Posting

Nel corso del 2024, abbiamo continuato a utilizzare il sistema di Job Posting interno, uno strumento strategico per favorire la mobilità interna e la crescita professionale. Tale iniziativa consente a ogni collaboratore di candidarsi a nuove opportunità all'interno dell'organizzazione, promuovendo un modello di sviluppo basato sull'auto responsabilizzazione e sulla valorizzazione del potenziale individuale.

Parallelamente, è stato consolidato il processo di Performance Management, supportato dalla piattaforma digitale JOIN UP, che facilita il dialogo continuo tra manager e collaboratori.

Il processo si articola in tre fasi principali:

Goal Setting:

definizione congiunta di obiettivi individuali, competenze chiave e KPI di performance.

Mid-Year Review:

momento intermedio di confronto e feedback sull'andamento degli obiettivi e delle competenze.

Final Evaluation & Feedback Meeting:

valutazione finale e condivisione strutturata dei risultati raggiunti e delle aree di miglioramento.

A completamento del processo, viene redatto un Individual Development Plan (IDP), che definisce le azioni di sviluppo personalizzate per ciascun collaboratore.

Nel 2024, il piano formativo aziendale si è focalizzato sul rafforzamento di tre macroaree di competenza:

Competenze trasversali:

corsi su informatica, compliance e Modello 231, sicurezza informatica, policy di smart working.

Competenze di sviluppo personale:

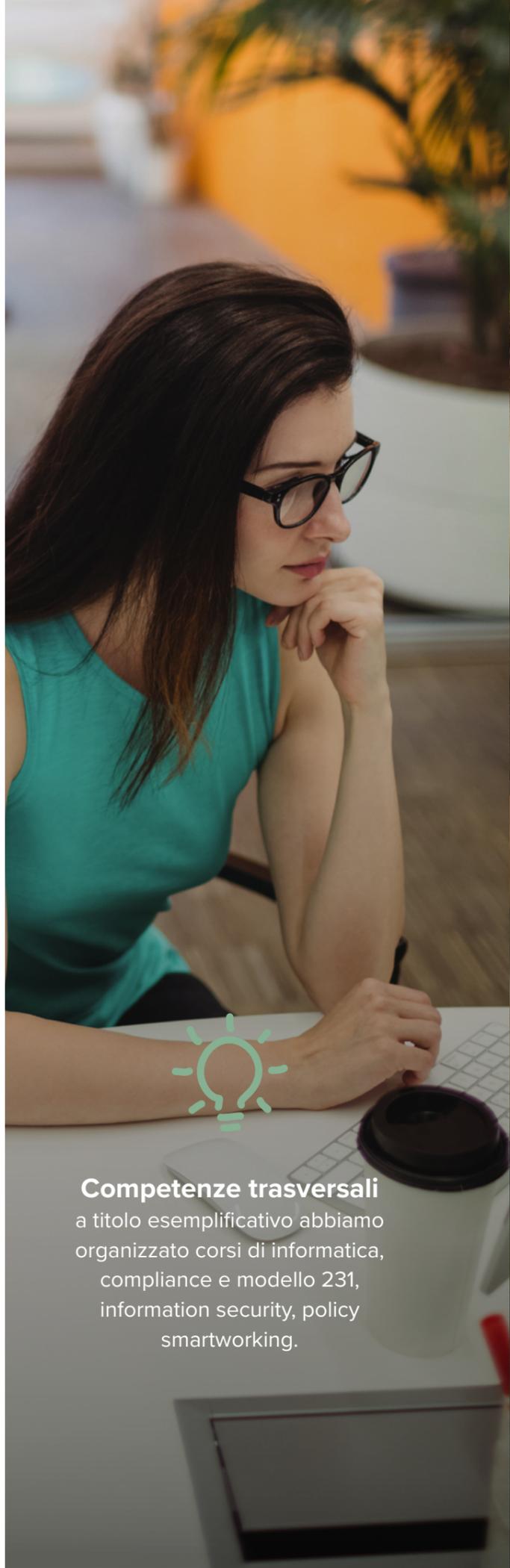
formazione su lingue straniere, integrazione orizzontale, leadership, intelligenza emotiva e performance management.

Competenze tecnico-professionali:

percorsi formativi specialistici per l'aggiornamento continuo delle competenze funzionali, in linea con le esigenze specifiche delle diverse aree aziendali.



Ci siamo concentrati sul rafforzamento delle seguenti competenze...



Competenze trasversali
a titolo esemplificativo abbiamo organizzato corsi di informatica, compliance e modello 231, information security, policy smartworking.



Competenze di sviluppo personale
ovvero lingue, comunicazione, leadership, intelligenza emotiva, performance management.



Competenze tecnico professionali
ovvero tutti i corsi specifici legati alla funzione di appartenenza al fine di aggiornare con continuità il know how delle diverse funzioni aziendali.

6.4

PEOPLE & COM MUNI TY.



People&Community

People Care

People Care

// Il benessere delle nostre persone rappresenta una priorità strategica per il Gruppo. Ci impegniamo attivamente nell'ascolto e nella comprensione dei bisogni individuali, promuovendo iniziative mirate a migliorare il benessere complessivo — economico, sociale e psico-fisico — dei nostri collaboratori. Questo approccio si traduce in un sistema integrato di welfare aziendale, volto a sostenere la qualità della vita lavorativa e personale, rafforzando al contempo il senso di appartenenza e l'engagement organizzativo //



Cosa abbiamo fatto: le nostre storie di impatto

Ascolto delle nostre persone

Nel quadro delle nostre politiche di ascolto attivo e coinvolgimento organizzativo, abbiamo istituito un canale strutturato di dialogo interno volto a raccogliere in modo sistematico le opinioni, le esigenze e i suggerimenti delle nostre persone, tutti i livelli organizzativi.

Ruolo dell'HR Business Partner

Nel 2024, il Gruppo ha ulteriormente evoluto il ruolo dell'HR Business Partner, con l'obiettivo di rafforzare l'allineamento tra le strategie di gestione delle persone e le esigenze operative delle linee di business. Tale figura assume una funzione chiave nel supportare i Line Manager nella gestione quotidiana dei team, facilitando l'applicazione concreta delle competenze acquisite nei percorsi di formazione manageriale progettati ad hoc. L'HR Business Partner è oggi responsabile di processi strategici quali il recruiting, lo sviluppo delle competenze e il disegno organizzativo, operando in stretta sinergia con le funzioni aziendali per garantire un presidio efficace delle dinamiche HR. Il suo intervento è sempre più integrato nei progetti di business, con l'obiettivo di fornire un supporto contestualizzato e orientato alla valorizzazione del capitale umano, secondo i principi di cura, crescita e inclusione. In questo contesto, l'HR Business Partner agisce come facilitatore del dialogo tra esigenze organizzative e benessere individuale, pro-

muovendo un ambiente di lavoro fondato sulla sicurezza psicologica, sull'ascolto attivo e sull'engagement autentico.

Appical, l'app di onboarding

Nel corso del 2024, abbiamo proseguito il processo di ottimizzazione della nostra piattaforma digitale di onboarding, Appical, con l'obiettivo di migliorare l'esperienza di inserimento dei nuovi collaboratori e garantire un'integrazione efficace e coerente con la cultura aziendale del Gruppo. L'applicazione è stata oggetto di aggiornamenti continui, sia in termini di contenuti che di funzionalità, sulla base dei feedback raccolti e delle esigenze emerse. Appical fornisce una panoramica strutturata sull'organizzazione, facilitando l'accesso a informazioni chiave, strumenti operativi e riferimenti utili per orientarsi nei primi giorni di attività. Un elemento distintivo del progetto è stato il rafforzamento del coinvolgimento dei Line Manager nelle diverse fasi del processo di onboarding, dalla progettazione dei contenuti alla loro implementazione. Questo approccio ha permesso di garantire un'accoglienza personalizzata e un supporto concreto sin dal primo giorno, contribuendo a rafforzare il senso di appartenenza e l'engagement dei nuovi ingressi.

Smart working Policy

Nel 2024, il Gruppo Cellularline ha continuato a promuovere lo smart working come modalità organizzativa capace di coniugare flessibilità, efficienza e benessere individuale.

La policy interna sul lavoro agile si basa su principi di fiducia, responsabilizzazione e collaborazione interfunzionale, con l'obiettivo di migliorare la produttività, aumentare l'agilità dei processi organizzativi e contribuire alla riduzione dell'impatto ambientale.

Tra le pratiche consolidate, l'utilizzo dello smart working durante i periodi di chiusura aziendale – come nel periodo natalizio – permette di garantire la continuità del servizio, mantenere operativa l'attività aziendale e ridurre i consumi energetici grazie alla chiusura della sede.

Il modello prevede per i dipendenti la possibilità di accedere a forme di lavoro flessibile, nel rispetto della normativa vigente, mediante la sottoscrizione di un accordo individuale. Questo approccio valorizza l'autonomia operativa e favorisce l'equilibrio tra esigenze aziendali e bisogni personali.

Engagement e valorizzazione delle persone

Il Gruppo Cellularline riconosce le proprie persone come il motore dell'organizzazione e pone al centro delle sue strategie il loro benessere, la motivazione e lo sviluppo. In questa prospettiva, nel 2024 è stato strutturato un piano di engagement ampio e articolato, basato su un approccio "dipendente-centrico" e finalizzato a rafforzare il senso di appartenenza, la partecipazione attiva e il coinvolgimento

lungo tutto il percorso professionale.

Il piano si fonda su cinque pilastri chiave:

Genitorialità: interventi concreti a supporto dei genitori, tra cui l'estensione del part-time per le mamme, permessi retribuiti per malattia dei figli, congedi aggiuntivi per i papà e misure a favore delle adozioni.

Work-life balance: flessibilità oraria, pausa pranzo modulabile, smart working in occasione delle chiusure aziendali e accesso gratuito a servizi di benessere psicofisico (Buddyfit).

Sociale-relazionale: eventi aziendali, town hall periodici e giornate dedicate all'ambiente o al volontariato per rafforzare la dimensione comunitaria.

Formazione: percorsi su soft skill e leadership, academy interna, piattaforme di apprendimento continuo e programmi formativi per genitori e caregiver.

Economico-finanziario: welfare aziendale, assistenza fiscale convenzionata, agevolazioni per il trasporto pubblico e incentivi al carpooling.

Il progetto promuove inoltre un dialogo continuo con le persone tramite survey periodiche, iniziative di ascolto attivo e coinvolgimento diretto, anche attraverso ambassador interni. L'obiettivo è costruire un ambiente di lavoro stimolante, inclusivo e orientato al miglioramento continuo, in cui ogni collaboratore possa sentirsi parte attiva di una comunità solida e orientata al futuro.



Tutela della privacy e cybersecurity

Nel contesto della crescente digitalizzazione, il Gruppo Cellularline considera la protezione dei dati personali e la sicurezza informatica come elementi strategici fondamentali per costruire e mantenere un rapporto di fiducia con tutti gli stakeholder. Questo impegno si traduce in un presidio costante della conformità normativa in materia di privacy, in particolare al Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati (GDPR), e nella promozione di una cultura aziendale orientata alla responsabilità digitale. I dati personali trattati includono informazioni relative a persone giuridiche, come partner commerciali e distributori, dati personali dei consumatori raccolti tramite e-commerce e canali social, nonché dati di dipendenti, collaboratori e consulenti, gestiti nell'ambito dei rapporti di lavoro e professionali.

Per garantire un presidio efficace, è stato istituito un Ufficio Privacy composto dal Group Legal Director e supportato, per quanto di competenza, dalla funzione IT e da consulenti esterni per esigenze specialistiche. Dal 2023, l'Ufficio è stato potenziato con la nomina di un Data Protection Officer esterno e con l'introduzione di Privacy Owner per ciascuna funzione aziendale coinvolta nel trattamento dei dati. Queste figure collaborano attivamente attraverso flussi comunicativi strutturati e incontri periodici, con l'obiettivo di monitorare il livello di compliance e garantire l'adeguamento continuo alle normative vigenti. È stato inoltre definito un Modello Organizzativo per la Gestione dei Dati, mantenuto aggiornato attraverso il Registro delle attività di trattamento, e attivato un canale dedicato per la gestione delle richieste e delle segnalazioni da parte degli interessati.

Nel 2024, l'Ufficio Privacy ha esteso il monitoraggio della compliance anche alle società controllate, come Systema Srl e Coverlab, e ha gestito criticità legate alla sicurezza con Subliros. A livel-

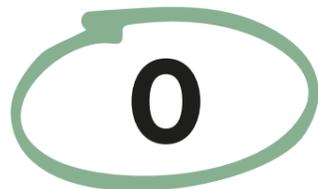
lo corporate, si è lavorato all'adozione di policy sugli strumenti informatici e di una procedura di gestione dei data breach, con l'obiettivo di rafforzare l'accountability di ciascuna società del Gruppo. La cybersecurity è stata integrata in modo strutturale nell'agenda strategica aziendale, con un approccio basato sul rischio volto a prevenire e mitigare le minacce informatiche. L'infrastruttura IT è costantemente monitorata e protetta da misure tecniche e organizzative avanzate, tra cui la protezione dell'infrastruttura fisica e logica, l'adozione di policy per l'uso sicuro degli strumenti digitali e la definizione di accessi profilati e controllati.

Nel corso del 2024, è stato condotto un Vulnerability Assessment e Penetration Testing con il supporto di consulenti esterni specializzati, che ha rilevato due vulnerabilità prontamente gestite. Inoltre, è stata avviata un'analisi dei rischi di sicurezza informatica provenienti sia dall'interno, come comportamenti scorretti dei dipendenti, sia dall'esterno, come fornitori IT critici. In quest'ottica, si stanno redigendo documenti e procedure aziendali fondamentali, tra cui un Incident Response Plan, un Manuale di Sicurezza Interno e una Politica BYOD (Bring Your Own Device). È stata anche implementata una tecnica di URL Filtering per limitare l'accesso a siti web potenzialmente dannosi.

La sicurezza informatica è oggi considerata un pilastro della responsabilità sociale d'impresa. Cellularline promuove una cultura della sicurezza attraverso programmi formativi estesi a tutto il personale, con particolare attenzione ai rischi legati al fattore umano, come il phishing e le tecniche di ingegneria sociale. Il Gruppo ha sottoscritto una polizza assicurativa per la copertura del rischio cyber e ha escluso l'ap-

plicabilità della Direttiva NIS 2, a seguito di un'analisi dei servizi svolti. Fin dalle prime fasi di organizzazione del sistema di gestione dei dati, l'azienda, costituendo un organigramma privacy e coinvolgendo attivamente i Privacy Owner, ha individuato le funzioni aziendali a presidio dei processi strategici anche al fine di garantire la sensibilizzazione del personale.

Infine, nel corso dell'anno è stata condotta una valutazione d'impatto sulla protezione dei dati (DPIA) relativa alla linea di prodotti smartwatch Cellularline ION e alla loro applicazione associata. L'attenzione alla tutela del dato e alla sua riservatezza è regolarmente gestita e rafforzata, anche attraverso l'attenzione dedicata ai temi della cybersecurity, che nel 2024 ha visto un ulteriore consolidamento.



denunce comprovate ricevute riguardanti la violazione della privacy nel corso del 2024.



Come lo facciamo

Il Gruppo Cellularline riconosce l'importanza strategica dell'equilibrio tra vita professionale e personale quale leva per il benessere organizzativo e la sostenibilità delle performance. In tale ottica, promuoviamo un sistema integrato di welfare aziendale volto a supportare il wellbeing complessivo dei nostri collaboratori attraverso servizi e strumenti concreti. Il piano di welfare include iniziative mirate a migliorare la qualità della vita lavorativa e a facilitare la conciliazione tra esigenze professionali e personali. Presso l'headquarter di Reggio Emilia, i dipendenti possono accedere alla piattaforma Welfare Edenred, mentre in tutte le sedi italiane è attiva la piattaforma Corporate Benefit, che consente l'utilizzo di convenzioni, voucher sconto e altri servizi a valore aggiunto. Inoltre, è stata introdotta la possibilità di usufruire di uno o due giorni di smart working settimanali, in linea con la nostra policy di flessibilità organizzativa. A conferma dell'efficacia delle nostre politiche di conciliazione, si evidenzia che l'85% dei dipendenti rientrati da congedo parentale risulta ancora in forza dopo 12 mesi, un indicatore significativo dell'impatto positivo delle nostre misure di supporto alla genitorialità e alla retention.

Nel quadro della strategia di prevenzione e mitigazione dei rischi informatici, il Gruppo Cellularline ha implementato il programma formativo "Cyber Security Culture", finalizzato a rafforzare la consapevolezza organizzativa sui comportamenti sicuri da adottare in ambito digitale. L'iniziativa è rivolta sia ai nuovi assunti, attraverso percorsi di onboarding dedicati, sia all'intera popolazione aziendale tramite campagne di comunicazione mirate, attivate in corrispondenza dell'emergere di specifiche minacce cyber.

³Sono escluse le figure professionali che hanno rapporti diretti con i clienti e con la forza vendite, le figure professionali che, per motivi organizzativi, tecnici e di presidio sede, non possono lavorare da remoto, i titolari di un rapporto di stage curriculare o tirocinio post curriculare.

Parallelamente, è stato consolidato un sistema integrato di misure di difesa informatica, che comprende:

- la protezione dei sistemi e degli applicativi esposti su internet;
- il rafforzamento dei presidi tecnologici e dei meccanismi di governance della sicurezza;
- l'implementazione di controlli specifici per la gestione del rischio cyber derivante da terze parti;
- interventi volti a garantire la business continuity dei servizi IT corporate;
- il potenziamento delle attività di monitoraggio e gestione dei sistemi centrali.

In un'ottica di miglioramento continuo, il set di contromisure viene costantemente aggiornato per garantire un adeguato livello di resilienza rispetto all'evoluzione delle minacce informatiche.

Questo approccio proattivo e dinamico consente di presidiare in modo efficace la sicurezza digitale, contribuendo alla protezione degli asset informativi e alla continuità operativa dell'organizzazione.



6.5

PEOPLE & COM MUNI TY.

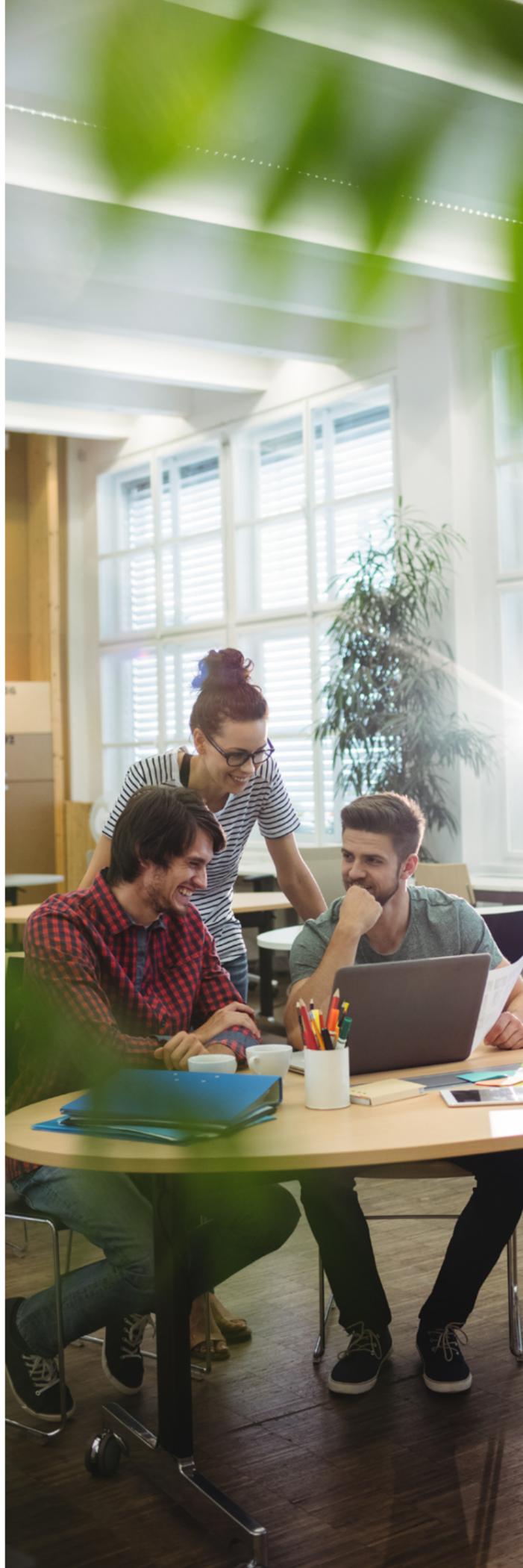


People&Community

Salute e Sicurezza sul Lavoro

Salute e sicurezza sul lavoro

Il Gruppo Cellularline persegue con determinazione l'obiettivo di garantire i più elevati standard di salute e sicurezza nei luoghi di lavoro, considerandoli elementi imprescindibili per la tutela del benessere delle proprie persone. La creazione di un ambiente lavorativo sicuro, protetto e accogliente rappresenta una priorità strategica, nonché un presupposto fondamentale per promuovere un clima organizzativo positivo e sostenibile



Cosa abbiamo fatto: le nostre storie di impatto

Medicina del lavoro

Il Gruppo Cellularline adotta un approccio proattivo alla salute e sicurezza sul lavoro, superando il mero adempimento normativo per promuovere un processo di miglioramento continuo delle condizioni lavorative.

In tale contesto, abbiamo attivato una partnership strategica con Check-Up Service, società specializzata in Medicina del Lavoro con sede a Reggio Emilia. Questa collaborazione ci consente di accedere a un gruppo multidisciplinare composto da medici competenti e tecnici specializzati, che supportano l'organizzazione nella pianificazione, gestione e monitoraggio della sorveglianza sanitaria, in conformità con le mansioni specifiche e le condizioni di salute dei lavoratori. L'obiettivo è garantire un presidio costante e qualificato, in grado di tutelare il benessere fisico dei dipendenti e contribuire alla creazione di un ambiente di lavoro sicuro, sostenibile e conforme ai più elevati standard di prevenzione.

Come lo facciamo²

In conformità al D.Lgs. 81/08, il Gruppo Cellularline ha adottato un approccio strutturato e proattivo alla gestione della salute e sicurezza sul lavoro, finalizzato non solo al rispetto degli obblighi normativi, ma anche al miglioramento continuo delle condizioni lavorative. È stato redatto il Documento di Valutazione dei Rischi (nel seguito anche solo "DVR"), comprensivo delle valutazioni dei rischi specifici, che consente di analizzare in modo sistematico le potenziali minacce per la salute e la sicurezza dei lavoratori, tenendo conto delle attività svolte, delle attrezzature impiegate e dei contesti operativi.

È stato istituito un organigramma funzionale per la sicurezza, che prevede:

- la nomina del Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione, affidato a un professionista esterno;
- la designazione del Medico Competente, in ottemperanza alla normativa vigente;
- l'individuazione dei Preposti, degli Addetti alle emergenze e dei Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza.

²Tale informativa è applicabile a Cellularline S.p.A., le altre società controllate operano nel pieno rispetto delle normative vigenti nei propri paesi di appartenenza.

Il Servizio di Prevenzione e Protezione (nel seguito anche solo "SPP"), in collaborazione con consulenti esterni, effettua regolarmente audit interni e analisi di conformità, elaborando piani di miglioramento a breve e lungo termine condivisi con il Datore di Lavoro. La sorveglianza sanitaria è gestita in collaborazione con Check-Up Service, società di Medicina del Lavoro con sede a Reggio Emilia. Il Medico Competente, in sinergia con il SPP, effettua valutazioni periodiche delle postazioni di lavoro, con particolare attenzione ai rischi ergonomici e all'utilizzo prolungato di videoterminali.

Durante la riunione periodica ex art. 35 D.Lgs. 81/08, vengono inoltre analizzate le mansioni che richiedono l'adozione di Dispositivi di Protezione Individuale (nel seguito anche solo "DPI"), regolarmente forniti ai lavoratori.

Il SPP monitora costantemente le condizioni di rischio attraverso incontri periodici con i referenti per la sicurezza, analizzando eventi incidentali, near miss e segnalazioni provenienti da Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza (nel seguito anche solo "RLS"), lavoratori o direzione. È attiva una procedura strutturata per la gestione delle segnalazioni di situazioni pericolose, supportata da attività formative specifiche volte a promuovere la cultura della prevenzione. La partecipazione attiva dei lavoratori è garantita attraverso momenti formativi e canali di consultazione diretta con gli RLS e i referenti HSE.

In un'ottica di tutela integrata del benessere psico-fisico, vengono svolte regolarmente attività di monitoraggio dello stress lavoro-correlato, i cui esiti, unitamente a quelli della sorveglianza sanitaria, non hanno evidenziato criticità significative. Questi risultati confermano l'efficacia delle misure adottate e l'adeguatezza dell'ambiente lavorativo.

6 infortuni
nel 2024 su
un totale di
428.325 ore
lavorate.



Pathways to Wellness

Nel 2023 il Gruppo Cellularline ha lanciato il programma "Pathways to Wellness", un'iniziativa, confermata anche per il 2024, di sensibilizzazione e promozione del benessere psico-fisico, finalizzata a incoraggiare l'adozione di stili di vita salutari e sostenibili da parte dei collaboratori. Il programma si fonda su un approccio olistico al benessere, articolato in cinque dimensioni chiave: Physical, Occupational, Emotional, Spiritual e Intellectual.

Partnership con Buddyfit

È stata attivata una convenzione con Buddyfit, piattaforma digitale dedicata al fitness e al benessere mentale, che ha consentito a tutti i dipendenti del Gruppo di accedere gratuitamente a tre sessioni settimanali condotte da trainer certificati.



6.6

PEOPLE & COM MUNI TY.



People&Community

Sostegno alla comunità

Salute e sicurezza sul lavoro

Il Gruppo Cellularline si impegna a generare un impatto positivo sul territorio, con particolare attenzione alla comunità locale di Reggio Emilia, sede del nostro Headquarter. Sosteniamo iniziative sociali, culturali e educative, con l'obiettivo di promuovere inclusione, coesione e valorizzazione delle nuove generazioni, in linea con i principi di corporate citizenship.

Cosa abbiamo fatto: le nostre storie di impatto

Programma UNORA

Nel 2024, Cellularline ha rinnovato il proprio impegno verso la responsabilità sociale d'impresa aderendo con convinzione al programma della Fondazione³ Unora ETS – Donare un'ora del proprio lavoro, un'iniziativa di payroll giving che consente ai dipendenti di devolvere una piccola parte del proprio stipendio a favore di progetti solidali ad alto impatto sociale.

Grazie alla partecipazione attiva di 29 collaboratori, l'azienda ha raccolto complessivamente 3.920 euro, posizionandosi al terzo posto tra le aziende più generose aderenti al programma nel corso dell'anno. Questo risultato è stato reso possibile dalla generosità dei dipendenti, che hanno donato in media 130 euro ciascuno, contribuendo a una raccolta mensile di circa 320 euro. I fondi sono stati equamente distribuiti tra diversi progetti promossi da organizzazioni non profit, ciascuno dei quali ha generato un impatto concreto e misurabile nella vita di persone e comunità in difficoltà. Tra i progetti sostenuti, spicca "Mobilità solidale AIL", che ha permesso a due pazienti oncoematologici e ai loro caregiver di affrontare dieci viaggi verso centri di cura specializzati, superando barriere economiche e geografiche. Il progetto "Il piatto che conta" di Helpcode Italia ha garantito un anno di pasti in mensa a un bambino di Maputo, migliorando la sua nutrizione e frequenza scolastica. Con il contributo a Fondazione Soletterre, sono state finanziate 20 sessioni di supporto psicologico per pazienti pediatriche nei reparti di oncematologia degli ospedali di Pavia e Taranto.

³(Fondazione Soletterre, Fondazione Umberto Veronesi ETS, Associazione Italiana Sclerosi Laterale Amiotrofica ONLUS, ENPA ODV, Fondazione Mission Bambini ETS, Fondazione ABIO Italia ONLUS per il Bambino in Ospedale, Help Code Italia ETS, Smile House Fondazione ETS, Associazione Centro La Tenda ONLUS)

Il programma ha inoltre sostenuto la Fondazione Umberto Veronesi, permettendo a 20 pazienti di accedere ad analisi genetiche per la diagnosi precoce del tumore al seno. Con Fondazione ABIO, sono stati formati 2 nuovi volontari per migliorare l'esperienza ospedaliera dei bambini. Il progetto "Ho cura di te" di ENPA ha garantito 6 mesi di cure e cibo per i cuccioli di un rifugio, mentre il contributo ad AISLA ha coperto un mese di gestione del centro di ascolto per pazienti affetti da SLA. Infine, il sostegno al Centro La Tenda di Napoli ha permesso a 10 bambini di ricevere supporto scolastico quotidiano per l'intero anno, e il progetto Scintilla di Mission Bambini ha distribuito 450 merende ai bambini ospiti delle strutture educative "Stella". Il programma Unora rappresenta per Cellularline non solo un'iniziativa di solidarietà, ma un vero e proprio strumento di partecipazione collettiva, in cui l'impegno individuale si traduce in un impatto sociale condiviso. Ogni ora donata ha contribuito a costruire un futuro più equo, inclusivo e sostenibile, rafforzando il legame tra l'azienda, i suoi collaboratori e la comunità.

Festival dei giovani - Noisiamofuturo

Nel 2024, Cellularline ha rinnovato la collaborazione con NOISIAMOFUTURO®, realtà impegnata nella promozione di iniziative dedicate ai giovani, con l'obiettivo di favorire l'interazione, l'orientamento e la partecipazione attiva delle nuove generazioni. Questa partnership si inserisce nel più ampio impegno del Gruppo verso la responsabilità sociale, con particolare attenzione al sostegno dei percorsi educativi e formativi dei giovani. Attraverso

il supporto a progetti e attività promosse da NOISIAMOFUTURO®, Cellularline ha contribuito alla creazione di spazi di confronto e crescita, in cui studenti, docenti e professionisti possono dialogare su temi legati all'innovazione, alla sostenibilità e al futuro del lavoro. L'obiettivo è quello di stimolare nei giovani una maggiore consapevolezza del proprio ruolo nella società e di incoraggiarli a diventare protagonisti attivi del cambiamento.

GAST Summer Camp 2024

Nel 2024, Cellularline ha scelto di sostenere con convinzione il GAST Summer Camp, un progetto promosso da G.A.S.T. Onlus che si propone di rendere accessibile l'attività motoria e ricreativa a ragazzi e adolescenti con disabilità intellettive e/o fisiche. Il camp si svolge nei mesi estivi di giugno, luglio e inizio agosto, offrendo un'esperienza continuativa in ambienti naturali, con l'obiettivo di migliorare la qualità della vita dei partecipanti e delle loro famiglie. Il programma si articola su cinque giorni a settimana, per un totale di 40 giornate e 308 ore di attività distribuite su otto settimane. Le attività si svolgono in piscina, in collina, in montagna, al mare e in città, con un ricco calendario che include escursioni, sport, laboratori manuali e didattici, esperienze sensoriali e momenti di socializzazione. Tra le iniziative speciali figurano le giornate in Riviera con la pratica del SUP (Stand Up Paddle), trekking in Appennino con l'ausilio di Joelette per la mobilità assistita, attività con animali, laboratori di cucina e visite culturali a musei e biblioteche. Il progetto si fonda su valori di accoglienza, accompagnamento, interazione e supporto, garantendo

do un rapporto educativo personalizzato che varia da 1:1 a 1:3, in base alle esigenze specifiche dei partecipanti. L'approccio educativo mira a favorire l'autonomia, la fiducia in sé stessi e l'inclusione sociale, attraverso un percorso di adattamento graduale all'ambiente naturale e alle dinamiche di gruppo. Attraverso un'erogazione liberale, Cellularline ha contribuito concretamente alla realizzazione e all'ampliamento del progetto, con un sostegno economico nel 2024, e un impegno già previsto per ciascuno degli anni 2025 e 2026. Questo contributo ha permesso di estendere la durata del camp e di offrire un servizio ancora più strutturato e continuativo, rappresentando un importante punto di riferimento per le famiglie durante il periodo estivo. Il GAST Summer Camp incarna pienamente i valori di inclusione, benessere e responsabilità sociale che guidano l'azione di Cellularline, confermando l'impegno dell'azienda nel promuovere iniziative che generano un impatto positivo e duraturo sul territorio e sulle comunità più fragili.

TEDxReggio Emilia

Anche nel 2024, Cellularline ha confermato con orgoglio il proprio supporto a TEDxReggioEmilia, evento indipendente affiliato al network globale TED (Technology, Entertainment, Design), giunto alla sua tredicesima edizione. L'iniziativa si distingue per la capacità di generare ispirazione, stimolare il pensiero critico e favorire il confronto con esperienze e visioni innovative, in piena sintonia con i valori di apertura, inclusività e innovazione che caratterizzano l'identità del Gruppo. L'edizione di quest'anno, ospitata presso il Teatro Ariosto, ha rappresentato un vero e proprio viaggio ispirazionale, incentrato sul

tema del coraggio: il coraggio di affrontare le sfide, condividere visioni personali e trasformare le opportunità in cambiamento. Cellularline è orgogliosa di aver preso parte a questo evento straordinario, che promuove il progresso e alimenta la cultura dell'innovazione.

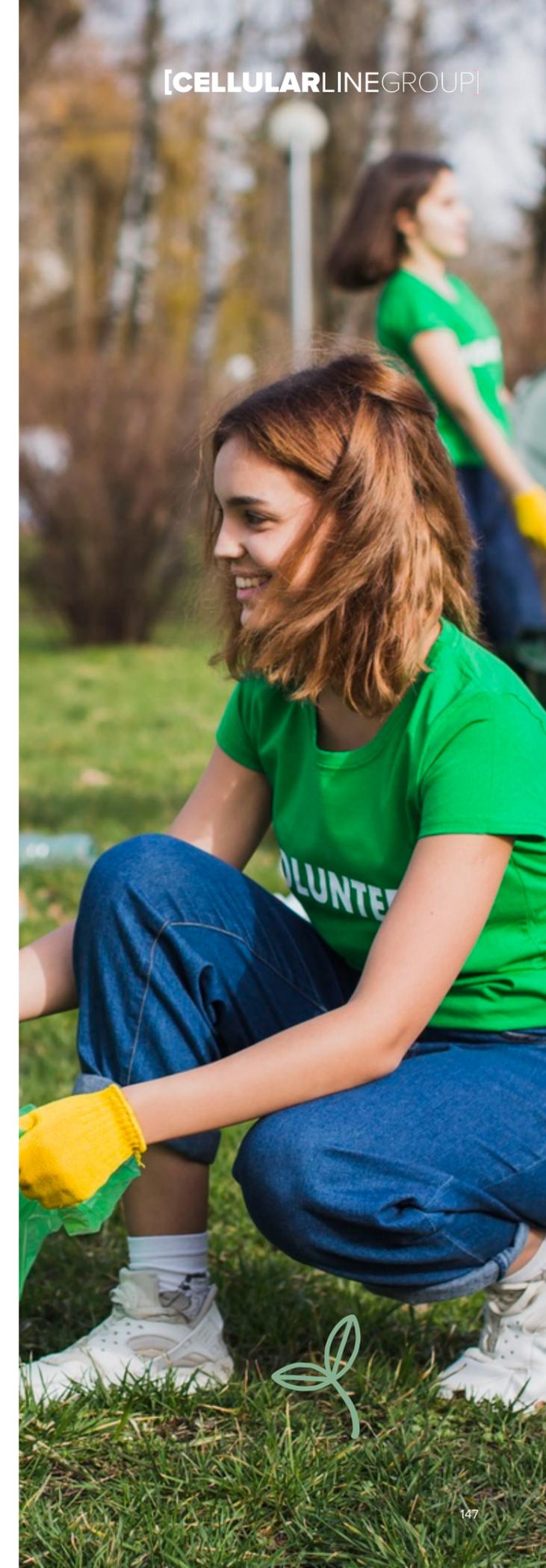
Un ringraziamento speciale va anche ai membri del nostro team che hanno partecipato all'evento, incarnando i valori aziendali e contribuendo attivamente a un'esperienza di crescita e trasformazione condivisa. Il sostegno a TEDxReggioEmilia rappresenta per Cellularline un investimento nella diffusione di idee che ispirano il futuro e rafforzano il legame tra impresa, cultura e comunità.

Iniziativa "Facciamo battere il #cuore verde" promossa dalla Croce Verde di Reggio Emilia

Nel corso dell'anno, il Gruppo ha rinnovato il proprio impegno a favore della Croce Verde di Reggio Emilia, sostenendo il Charity Temporary Shop finalizzato alla raccolta fondi per l'acquisto di beni destinati alla pubblica assistenza. In particolare, Cellularline ha contribuito con un'erogazione liberale destinata all'acquisto di un nuovo pulmino attrezzato per il trasporto di persone con disabilità, uno strumento essenziale per garantire mobilità, inclusione e accesso ai servizi sanitari e sociali. Il nuovo mezzo consentirà alla Croce Verde di potenziare le proprie attività di assistenza, migliorando la qualità della vita di numerosi cittadini in condizioni di fragilità.

Fondazione GRADE Onlus

Nel 2024, Cellularline ha rinnovato il proprio impegno verso la comunità e la salute pubblica sostenendo la Fondazione GRADE Onlus con una donazione. Questo gesto rappresenta un contributo concreto alla promozione della ricerca scientifica e al miglioramento della qualità della vita dei pazienti oncematologici. La Fondazione GRADE, da oltre 35 anni, è attivamente impegnata nel sostenere l'AUSL IRCCS di Reggio Emilia, promuovendo progetti di ricerca, ampliando le possibilità terapeutiche e contribuendo allo sviluppo di strutture sanitarie all'avanguardia. Cellularline ha scelto di affiancare la Fondazione in un momento particolarmente significativo: la conclusione anticipata del progetto "Ricerca o non ricerca?", che ha raggiunto l'ambizioso traguardo di 1,2 milioni di euro raccolti in meno di tre anni. La donazione di Cellularline contribuirà al nuovo progetto promosso da GRADE, volto all'ampliamento del reparto di Ematologia del CORE, inaugurato nel marzo 2024. L'obiettivo è raccogliere 1,3 milioni di euro per finanziare i lavori strutturali, l'attivazione di sei nuovi posti letto, l'acquisto di tecnologie avanzate e il sostegno a undici nuovi professionisti già operativi nel reparto. Il progetto, lanciato con lo slogan "Facciamo crescere la nostra squadra del CORE", celebra i 25 anni dell'Ematologia al Santa Maria Nuova e guarda al futuro con l'introduzione di terapie innovative per pazienti affetti da linfomi non Hodgkin.





PlasticFree – evento in collaborazione con Treadom

Nel 2024, Cellularline ha promosso un'importante iniziativa ambientale in collaborazione con Treadom, organizzando un evento PlasticFree aperto alla comunità e finalizzato alla raccolta di plastica e rifiuti abbandonati. L'iniziativa ha visto il coinvolgimento attivo dei dipendenti dell'azienda, che hanno partecipato con entusiasmo e senso di responsabilità, contribuendo in modo diretto alla tutela del territorio. Durante l'evento sono stati raccolti 855 kg di rifiuti, un risultato significativo che testimonia l'efficacia dell'azione collettiva e l'impatto positivo che può derivare da un impegno condiviso. L'attività si è svolta in un clima di collaborazione e sensibilizzazione, con l'obiettivo di promuovere comportamenti più consapevoli e responsabili nei confronti dell'ambiente.

L'iniziativa si inserisce nel più ampio percorso di sostenibilità intrapreso da Cellularline, che mira a integrare la tutela ambientale nelle proprie pratiche aziendali e a coinvolgere attivamente i propri stakeholder in progetti di valore. La col-

laborazione con Treadom ha rafforzato il legame tra azione locale e visione globale, unendo la lotta contro l'inquinamento da plastica alla promozione di una cultura ecologica diffusa. Un ringraziamento speciale va anche ai membri del nostro team che hanno partecipato all'evento, incarnando i valori aziendali e contribuendo attivamente a un'esperienza di crescita e trasformazione condivisa. Il sostegno a TEDxReggioEmilia rappresenta per Cellularline un investimento nella diffusione di idee che ispirano il futuro e rafforzano il legame tra impresa, cultura e comunità.

Sosteniamo i City Camp di Dynamo

Nel 2024, Cellularline ha rinnovato il proprio sostegno ai City Camp di Dynamo, programmi di terapia ricreativa rivolti a bambini e ragazzi affetti da patologie gravi o croniche. L'obiettivo è offrire esperienze inclusive e di valore, capaci di stimolare lo sviluppo delle capacità individuali e del potenziale personale. In particolare, l'iniziativa si inserisce in un percorso pluriennale che ha già raggiunto oltre 88.000 beneficiari, grazie alla collaborazione con associazioni ed enti specializzati.

Come lo facciamo

La crescita del nostro business non si limita alla dimensione interna dell'organizzazione, ma si estende alla considerazione attiva del contesto socioeconomico in cui operiamo. Riconosciamo il valore strategico delle esternalità positive che le nostre attività possono generare e ci impegniamo affinché tali impatti contribuiscano in modo concreto al benessere collettivo. Essere impresa, per il Gruppo Cellularline, significa non solo gestire in modo efficiente i processi commerciali, ma anche assumere un ruolo proattivo nello sviluppo sostenibile del territorio. La creazione di occupazione qualificata, gli investimenti nel capitale umano e il sostegno a iniziative sociali rappresentano leve fondamentali attraverso cui contribu-

iamo alla crescita del contesto locale.

In quest'ottica, affrontiamo con senso di responsabilità il nostro ruolo all'interno della comunità, consapevoli che il progresso condiviso si fonda su relazioni di collaborazione e su un forte senso di appartenenza al territorio.

Le iniziative che promuoviamo testimoniano il nostro impegno concreto verso un modello di impresa orientato al valore sociale e alla coesione.



6.7

PEOPLE & COM MUNI TY.



People&Community

Impegni futuri

Impegni futuri

Policy DE&I

Nel 2025 ci impegniamo a integrare la formazione sulla Policy Diversity, Equity & Inclusion, rilasciata e condivisa nel 2024, all'interno del percorso di onboarding dei nuovi assunti, affinché i principi di inclusione siano trasmessi sin dal primo momento del loro ingresso nel Gruppo.

Cellularline Group Academy

Nel 2025 sarà avviata l'Academy interna del Gruppo, una delle azioni previste nella Relazione d'Impatto a supporto delle finalità di beneficio comune. Il progetto nasce con l'obiettivo di valorizzare le competenze, favorire la condivisione del sapere e promuovere la crescita professionale delle nostre persone. In vista del lancio, nel 2024 è stato avviato un percorso di formazione dei formatori tramite un programma di Training dei Trainer, finalizzato a fornire ai colleghi gli strumenti necessari per progettare ed erogare i corsi interni in modo efficace e coinvolgente.

Processo di Talent Management

Nel 2025 implementeremo piani di sviluppo personalizzati, una delle azioni previste nella Relazione d'Impatto a sostegno delle finalità di beneficio comune. Tali percorsi mirano a valorizzare le competenze individuali, promuovere la crescita professionale e rafforzare l'engagement, attraverso iniziative di formazione continua, mentoring e lo sviluppo di carriere sostenibili.

Team building

Nel 2025 prenderà il via un'iniziativa di team building pensata per rafforzare la coesione tra le persone del Gruppo e promuovere un ambiente di lavoro inclusivo, dove le diversità rappresentano un valore e una ricchezza condivisa. Attraverso attività coinvolgenti e partecipative, l'obiettivo è fornire relazioni autentiche, stimolare l'ascolto reciproco e valorizzare ogni contributo, creando le basi per una collaborazione efficace e rispettosa delle unicità di ciascuno.

Volontariato

Confermeremo anche per i prossimi anni la nostra adesione al progetto UNORA, che consente ai nostri dipendenti di devolvere il loro tempo all'interno degli orari lavorativi a favore dei progetti promossi dalle organizzazioni che compongono il Comitato Unora Onlus.

Impegno verso la comunità locale

Nel 2025 proseguiremo il nostro impegno a favore della comunità locale confermando il sostegno triennale al GAST Summer Camp, un'iniziativa che promuove l'inclusione sociale attraverso esperienze educative e sportive.

Inoltre, provvederemo a individuare e selezionare una nuova realtà del territorio da supportare, ampliando il percorso già intrapreso. Anche questa azione rientra tra quelle previste nella Relazione d'Impatto, a sostegno delle finalità di beneficio comune orientate alla crescita e al benessere della comunità.



6.8

PEOPLE & COM MUNI TY.



People&Community

Informativa GRI

Nel 2023 l'informazione non è disponibile per Worldconnect AG, Cellular Spain S.I.u, Subliros, Coverlab S.r.l e Cellularline Swiss S.a. In merito all'esercizio 2024, come esposto all'interno della nota metodologica, il perimetro di rendicontazione risulta essere composto da: Cellularline S.p.A., Peter Jäckel, Coverlab S.r.l., Systema S.r.l., Worldconnect AG, Cellular Spain S.I.u. Pertanto, eventuali scostamenti rispetto ai precedenti esercizi possono essere ricondotti alla modifica sopracitata. Eventuali limitazioni di perimetro sono opportunamente segnalate in calce alle relative tabelle.

GRI Standard 2-7 - Dipendenti per tipologia contrattuale e genere

	u.m.	2024			2023			2022		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Tempo indeterminato	N°	150	136	286	133	122	255	125	117	242
Tempo determinato		7	4	11	3	8	11	1	8	9
Totale dipendenti		157	140	297	136	130	266	126	125	251

Nel 2024 il numero dei dipendenti con orario non garantito è pari a 0

GRI Standard 2-7 - Dipendenti per tipologia d'impiego e genere

	u.m.	2024			2023			2022		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Full-time	N°	154	123	277	133	116	249	123	109	232
Part-time		3	17	20	3	14	17	3	16	19
Totale dipendenti	157	140	297	136	130	266	126	125	251	

Nel 2023 l'informazione non è disponibile per Cellularline Swiss S.a.

GRI Standard 2-8 - Lavoratori non dipendenti

	u.m.	2024	2023	2022
Consulenti		9	4	3
Somministrati	N°	4	1	2
Stagisti		0	-	1
Totale Italia		13	5	6

I dati relativi ai non dipendenti sono riferiti alle Società Italiane del Gruppo

GRI Standard 2-21 - Rapporto annuale di compensazione Totale

	2024	2023	2022
Worldconnect AG	2,44	2,41	1,86
Systema S.r.l	4,20	3,85	4,00
Cellularline Spain	3,58	2,44	-
Subliros S.L.	-	2,00	-
Cellularline S.p.A.	11,59	11,25	10,89
Coverlab S.r.l	2,65	3,79	2,94
Peter Jackel GmbH	5,03	4,92	-

Nel 2022 l'informazione non è disponibile per Peter Jackel GmbH, Cellular Spain S.I.U. e Cellularline Swiss S.a.
Nel 2024 l'informazione non è disponibile per Subliros S.L. poiché non rientra più all'interno del perimetro di rendicontazione

GRI Standard 405-1 - Diversità dei dipendenti per categoria professionale

	u.m.	2024			2023			2022		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Dirigenti		16	2	18	19	2	21	18	2	20
Quadri	N°	32	18	50	31	20	51	31	20	51
Impiegati		87	114	201	85	108	193	76	103	179
Operai		1	-	1	1	-	1	1	-	1
Totale dipendenti	136	134	270	136	130	266	126	125	251	

Nel 2022 l'informazione non è disponibile per Cellularline Swiss S.a.
Nel 2024 l'informazione non è disponibile con questo dettaglio per Peter Jackel GmbH.

GRI Standard 405-1 - Diversità dei dipendenti per fasce di età

	u.m.	2024			2023			2022		
		18-35	36-50	>50	18-35	36-50	>50	18-35	36-50	>50
Dirigenti		-	7	11	2	7	12	-	8	12
Quadri	N°	5	31	12	4	35	12	3	34	14
Dipendenti		72	88	43	72	83	38	71	80	28
Operai		-	1	-	-	1	-	-	1	-
Totale dipendenti	77	127	66	78	126	62	74	123	54	

Nel 2022 l'informazione non è disponibile per Cellularline Swiss S.a.
Nel 2024 l'informazione non è disponibile con questo dettaglio per Peter Jackel GmbH.

GRI Standard 405-1 - Dipendenti appartenenti a categorie protette

	u.m.	2024	2023	2022
Dipendenti appartenenti a categorie vulnerabili	N°	8	8	7

Nel 2022 l'informazione non è disponibile per Cellularline Swiss S.a.
Nel 2024 l'informazione non è disponibile per Peter Jackel GmbH.
Nel 2023 e nel 2024 il numero di dipendenti appartenenti a categorie vulnerabili è pari a 8, di cui 7 donne e 1 uomo.

GRI Standard 405-2 - Rapporto del salario base (RAL) e della remunerazione totale (comprensiva della parte variabile) delle donne rispetto agli uomini, suddiviso per categoria professionale

Cellularline S.p.A.

Salario base	u.m.	2024	2023	2022
Dirigenti		52%	49%	58%
Quadri		90%	85%	87%
Impiegati	%	83%	78%	97%
Operai		-	-	-
Remunerazione totale media	u.m.	2024	2023	2022
Dirigenti		49%	46%	57%
Quadri		82%	79%	79%
Impiegati	%	80%	75%	95%
Operai		-	-	-

Worldconnect AG

Salario base	u.m.	2024	2023	2022
Dirigenti		-	-	-
Quadri		88%	91%	88%
Impiegati	%	61%	78%	61%
Operai		-	-	-
Remunerazione totale media	u.m.	2024	2023	2022
Dirigenti		-	-	-
Quadri		86%	85%	92%
Impiegati	%	58%	74%	58%
Operai		-	-	-

Cellular Spain S.I.u.

Salario base	u.m.	2024	2023	2022
Dirigenti		66%	67%	58%
Quadri		89%	90%	101%
Impiegati	%	87%	95%	96%
Operai		-	-	-
Remunerazione totale media	u.m.	2024	2023	2022
Dirigenti		57%	58%	55%
Quadri		88%	90%	96%
Impiegati	%	86%	95%	94%
Operai		-	-	-

Systema S.r.l.

Salario base	u.m.	2024	2023	2022
Dirigenti		-	-	-
Quadri		69%	70%	67%
Impiegati	%	-	49%	58%
Operai		-	-	-
Remunerazione totale media	u.m.	2024	2023	2022
Dirigenti		-	-	-
Quadri		75%	72%	67%
Impiegati	%	-	38%	49%
Operai		-	-	-

Nel 2023 non è possibile la comparazione dei dati per Subliros s.r.l. e Coverlab s.r.l. a causa del ridotto numero di dipendenti. In riferimento a Coverlab S.r.l., il rapporto del salario base e della remunerazione totale delle donne rispetto agli uomini non è comparabile. Per il 2024 il dato non risulta disponibile per le Società Coverlab S.r.l. e Peter Jackel.

GRI Standard 401-1 - Nuove assunzioni e turnover

Numero assunti per genere	u.m.	2024			2023			2022		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Nuovi assunti	N°	21	17	38	19	30	49	16	23	39

Numero assunti per fasce d'età	u.m.	2024			2023			2022		
		18-35	36-50	>50	18-35	36-50	>50	18-35	36-50	>50
Nuovi assunti	N°	25	6	7	29	16	4	31	7	1

Numero dei nuovi assunti per paese	u.m.	2024			2023			2022		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Italia		13	14	27	14	26	40	14	21	35
Spagna		2	-	2	1	-	1	-	-	-
Svizzera		1	3	4	2	4	6	2	2	4
Francia		-	-	-	2	-	2	-	-	-
Germania		4	-	4	-	-	-	-	-	-
Altro		1	-	1	-	-	-	-	-	-
Totale assunzioni		21	17	38	19	30	49	16	23	39

Nel 2022 l'informazione non è disponibile per Cellularline Swiss S.a.

Numero cessati per genere	u.m.	2024			2023			2022		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Cessati	N°	19	12	31	12	25	37	12	21	33

Nel 2022 l'informazione non è disponibile per Cellularline Swiss S.a.

Numero cessati per fasce d'età	u.m.	2024			2023			2022		
		18-35	36-50	>50	18-35	36-50	>50	18-35	36-50	>50
Cessati	N°	14	10	7	20	11	6	13	16	4

Nel 2022 l'informazione non è disponibile per Cellularline Swiss S.a.

Numero di cessati per paese	u.m.	2024			2023			2022		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Italia	N°	12	10	22	10	21	31	11	19	30
Spagna		1	-	1	1	1	2	-	-	-
Svizzera		-	2	2	1	2	3	1	2	3
Francia		-	-	-	-	1	1	-	-	-
Germania		6	-	6	-	-	-	-	-	-
Totale cessati			19	12	31	12	25	37	12	21

Nel 2022 l'informazione non è disponibile per Cellularline Swiss S.a.

Turnover ingresso e in uscita	u.m.	2024			2023			2022		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Turnover (+)	N°	13,37%	12,14%	12,79%	8,82%	19,23%	13,91%	9,50%	16,80%	13,10%
Turnover (-)		12,10%	8,57%	10,43%	13,97%	23,10%	18,40%	12,70%	18,40%	15,50%

Nel 2022 l'informazione non è disponibile per Cellularline Swiss S.a.

Il tasso di turnover in negativo è calcolato come il rapporto fra il numero dei cessati e il corrispettivo totale di genere dei dipendenti. Il tasso di turnover in positivo è calcolato come il rapporto fra il numero degli assunti e il corrispettivo totale di genere dei dipendenti.

GRI Standard 404-1 - Ore di formazione annua per categoria professionale e genere

	u.m.	2024			2023			2022		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Dirigenti	h	229,5	5,2	234,7	48,0	16,0	64,0	478,0	118,5	596,5
Quadri		340,0	288,7	628,7	156,3	87,5	243,8	1.061,0	938,0	1.999,0
Impiegati		564,9	929,0	1.493,9	233,3	279,3	512,5	1.621,5	3.302,5	4.924,0
Operai		-	-	-	-	-	-	9,0	-	9,0
Totale			1.134,54	1.222,90	2.357,30	437,6	382,8	820,3	3.169,50	4.359,00

Nel 2022 l'informazione non è disponibile per Cellular Spain S.l.u., Coverlab S.r.l., Worldconnect AG e Cellularline Swiss S.a.

Nel 2023 l'informazione non è disponibile per Systema S.r.l.

Nel 2024 l'informazione non è disponibile per Cover Lab S.r.l. e Peter Jackel GmbH.

I dati sulla formazione relativi al 2022 si discostano notevolmente rispetto ai successivi esercizi a causa di un pacchetto formativo finanziato a cui il Gruppo ha avuto accesso (Fondo Nuove Competenze), successivamente non erogato negli esercizi successivi.

GRI Standard 404-1 - Ore medie annue di formazione

	u.m.	2024			2023			2022		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Dirigenti	n	14,3	2,6	13,0	4,4	8,0	4,9	26,6	59,3	29,8
Quadri		10,6	16,0	12,6	7,8	8,8	8,1	34,2	46,9	39,2
Impiegati		6,5	8,5	7,6	6,7	8,0	7,3	21,3	32,1	27,5
Operai		-	-	-	-	-	-	9,0	-	9,0
Totale			8,3	9,5	8,9	6,6	8,1	7,3	22,8	46,1

Nel 2022 l'informazione non è disponibile per Cellular Spain S.l.u., Coverlab S.r.l., Worldconnect AG e Cellularline Swiss S.a.

Nel 2023 l'informazione non è disponibile per Systema S.r.l.

Nel 2024 l'informazione non è disponibile per Cellularline Spain, Cover Lab S.r.l. e Peter Jackel GmbH.

GRI Standard 404-1 - Ore di formazione per aree formative

	u.m.	2024	2023	2022
Competenze trasversali (informatica, compliance, information security, policy, MOG, ecc)		196	51	1.515
Competenze di sviluppo personale (lingue, comunicazione, leadership, intelligenza emotiva, performance management, ecc)	h	1.326	291	3.086
Competenze tecnico professionali (corsi specifici legati alla funzione di appartenenza)		688	284	2.927
Totale		2.210	626	7.528

Per il 2023 la suddivisione per area si riferisce esclusivamente a Cellularline S.p.A.

Nel 2024 l'informazione non è disponibile per Cellularline Spain, Cover Lab S.r.l. e Peter Jackel GmbH.

GRI Standard 401-3 - Congedo parentale

	u.m.	2024			2023			2022		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Dipendenti che hanno avuto diritto al congedo parentale		106	108	214	-	5	5	6	13	19
Dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale		1	13	14	-	5	5	3	11	14
Dipendenti che sono tornati al lavoro durante il periodo di riferimento dopo aver usufruito del congedo parentale	h	1	13	14	-	5	5	3	11	14
Dipendenti che sono tornati al lavoro dopo aver preso il congedo parentale e che sono ancora dipendenti dell'organizzazione nei 12 mesi successivi al ritorno		1	11	12	-	5	5	3	11	14

Nel 2022 l'informazione non è disponibile per Worldconnect AG, Systema S.r.l, Coverlab S.r.l e Cellularline Swiss S.a. Nel 2023 l'informazione è disponibile solo per Cellularline S.p.A. Nel 2024 l'informazione non è disponibile per Cellularline Spain, Cover Lab S.r.l., Systema S.r.l. e Worldconnect AG.

GRI Standard 404-3 - Numero e percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale

	u.m.	2024			2023			2022		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Dirigenti		16	2	18	13	1	14	13	1	14
Quadri		31	17	48	26	16	42	27	18	45
Impiegati	n	81	106	187	69	100	169	50	93	143
Operai		1	-	1	1	-	1	1	-	1
Totale		129	125	254	109	117	226	91	112	203

Nel 2023 l'informazione non è disponibile per Worldconnect AG, Cellular Spain S.l.u, Subliros, Coverlab S.r.l e Cellularline Swiss S.a. Nel 2024 l'informazione non è disponibile per Cover Lab S.r.l. e Peter Jackel GmbH.

	u.m.	2024			2023			2022		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Dirigenti		100%	100%	100%	68%	50%	67%	72%	50%	70%
Quadri		97%	94%	96%	84%	80%	82%	87%	90%	88%
Impiegati	%	93%	97%	95%	81%	93%	88%	66%	90%	80%
Operai		100%	-	100%	100%	-	100%	100%	-	100%
Totale		97%	72%	97%	80%	90%	85%	72%	90%	81%

Nel 2023 l'informazione non è disponibile per Worldconnect AG, Cellular Spain S.l.u, Subliros, Coverlab S.r.l e Cellularline Swiss S.a

GRI Standard 403-9 - Infortuni sul lavoro dei dipendenti e indici infortunistici

	u.m.	2024			2023			2022		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Totale ore lavorate dai dipendenti	h.	224.408	203.917	428.325	228.644	206.847	435.492	149.386	154.183	303.569
Numero di infortuni	n	5	1	6	-	2	2	-	-	-
Numero di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (ad esclusione dei decessi) ¹	n	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Numero di giorni di assenza per infortuni	g	161	25	186	-	43	43	-	-	-
Numero decessi	n	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Numero dipendenti	n	143	133	276	123	126	249	97	105	202
Tasso incidenza ²		3,50	0,75	2,17	-	1,59	0,80	-	-	-
Tasso di gravità ³		0,72	0,12	0,43	-	0,22	0,11	-	-	-
Tasso infortuni sul lavoro registrabili ⁴		22,28	4,90	14,01	-	9,67	4,59	-	-	-
Tasso per infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (esclusi i decessi) ⁵		-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tasso decessi risultanti da infortuni sul lavoro ⁶		-	-	-	-	-	-	-	-	-

¹numero giorni di assenza/numero ore lavorate *1.000

²numero di infortuni/ numero dipendenti *100

³numero giorni di assenza/numero ore lavorate *1.000

⁴numero di infortuni sul lavoro registrabili/numero totale di ore lavorate *1.000.000

⁵numero di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze/numero totale di ore lavorate *1.000.000

⁶infortuni sul lavoro

Per il 2023 è stato effettuato un restatement a seguito di un miglioramento del processo di raccolta del dato. Nel 2024 l'informazione non è disponibile per Worldconnect AG.

7.1

PRODUCT & PACKAGING.



Product&Packaging

Introduzione

Product & Packaging

“I principi di innovazione, qualità e sostenibilità guidano lo sviluppo dei nostri prodotti e delle relative soluzioni di packaging. Il nostro approccio progettuale è orientato alla creazione di valore per l’utente finale, con l’obiettivo di soddisfare in modo sempre più efficace le sue esigenze, garantendo al contempo la minimizzazione dell’impatto ambientale e sociale lungo l’intero ciclo di vita del prodotto”.

Nei paragrafi seguenti vengono illustrati i processi implementati per assicurare elevati standard di qualità e sicurezza dei nostri prodotti. Vengono inoltre descritte le iniziative strategiche e le policy aziendali che orientano lo sviluppo di nuovi prodotti e soluzioni di packaging, con l’obiettivo di migliorarne la sostenibilità ambientale e l’efficienza lungo l’intero ciclo di vita.



8,2

Gestione della catena di distribuzione e fornitura (Punteggio BIA al 31/12/2024)

7.2

PRODUCT & PACKAGING.



Product&Packaging

Qualità e sicurezza dei prodotti

Qualità e sicurezza dei prodotti

“La qualità e la sicurezza rappresentano requisiti fondamentali e non negoziabili all'interno della nostra strategia aziendale. Sono elementi intrinseci alla nostra identità organizzativa e costituiscono il tratto distintivo di ciascun accessorio, conferendogli affidabilità, performance costante e valore differenziante sul mercato”.



Cosa abbiamo fatto: le nostre storie di impatto

Quality DNA

La qualità dei nostri prodotti costituisce un principio cardine che orienta ogni scelta strategica e operativa dell'azienda, influenzando direttamente la progettazione e la realizzazione di ciascun articolo.

Nel 2018 abbiamo istituito il programma Quality DNA, un framework valoriale che conferisce unicità e riconoscibilità ai nostri prodotti nei mercati di riferimento, consentendoci di evidenziare differenziali competitivi concreti attraverso un portafoglio ampio, affidabile e conforme ai più elevati standard di sicurezza.

Per assicurare il mantenimento dei livelli qualitativi attesi, adottiamo un sistema strutturato di controlli presso i nostri siti produttivi, finalizzato alla verifica continua delle performance e dell'eccellenza operativa.

Tutti i prodotti sono sottoposti a test rigorosi in conformità alle normative vigenti, integrati da ulteriori verifiche condotte presso laboratori accreditati a livello internazionale. Prima dell'immissione sul mercato, ogni articolo è oggetto di controlli qualitativi approfonditi, sia di tipo visivo che funzionale, a garanzia della sua conformità e affidabilità.

La qualità è la nostra migliore forma di espressione.

Il presente progetto fornisce un'analisi approfondita delle caratteristiche distintive del nostro approccio alla progettazione e allo sviluppo prodotto. La passione, la dedizione e l'impegno costante che guidano le nostre attività sono parte integrante della nostra identità aziendale e rappresentano fattori differenzianti che ci posizionano in modo univoco nel panorama competitivo.

Tra gli elementi qualificanti del nostro operato si evidenziano:

Conformità normativa

piena tracciabilità e verificabilità della conformità alle direttive europee in materia di commercializzazione e distribuzione di componenti elettroniche, con validità estesa ai principali mercati internazionali;

Eccellenza progettuale e qualitativa

selezione accurata dei materiali, attenzione al design e cura dei dettagli costruttivi, finalizzati a garantire durabilità, funzionalità e user experience ottimale. A supporto di tali standard, vantiamo certificazioni di terza parte, tra cui la certificazione TÜV Rheinland per la sicurezza dei nostri powerbank;

Interoperabilità e standardizzazione

adesione al Consorzio Bluetooth SIG¹, che assicura la piena compatibilità e affidabilità funzionale dei nostri dispositivi audio wireless;

Innovazione sostenibile

partecipazione attiva al Wireless Power Consortium, organismo internazionale che promuove lo sviluppo di standard aperti per la ricarica wireless. Tale adesione ci consente di contribuire alla creazione di soluzioni interoperabili e universali, riducendo la frammentazione tecnologica e favorendo un'esperienza d'uso semplificata e sostenibile per l'utente finale.

¹Una comunità globale di oltre 36.000 aziende che collabora per unificare, armonizzare e guidare l'innovazione nella vasta gamma di dispositivi connessi tramite Bluetooth. Aderiamo al Consorzio Bluetooth per garantire massimi livelli di prestazione e standard di sicurezza dei nostri dispositivi.

NEL 2024 SONO STATI LANCIATI:

30

PRODOTTI BLUETOOTH

6

PRODOTTI WIRELESS



Certificazione ISO 9001:2015

A testimonianza del nostro impegno verso l'eccellenza operativa e la gestione proattiva della qualità, abbiamo conseguito la certificazione ISO 9001:2015, che definisce gli standard internazionali per i sistemi di gestione della qualità. Tale riconoscimento attesta l'adozione di un approccio sistemico e orientato al miglioramento continuo, finalizzato a garantire elevati livelli qualitativi lungo l'intera catena del valore e a minimizzare i rischi potenziali per l'utilizzatore



Come lo facciamo

Ogni prodotto sviluppato dalla nostra azienda è il risultato di un'approfondita analisi di mercato, finalizzata all'identificazione puntuale dei bisogni e delle aspettative degli utilizzatori finali. Fin dalle fasi preliminari di progettazione, adottiamo un approccio integrato basato su criteri di affidabilità funzionale, sostenibilità ambientale e qualità certificata. In particolare, la selezione dei fornitori avviene secondo rigorosi criteri di qualificazione, privilegiando partner in grado di garantire elevati standard qualitativi e conformità normativa. Il processo produttivo è sottoposto a un sistema di controllo qualità continuo, che include l'implementazione di azioni correttive e preventive per assicurare la conformità ai requisiti tecnici e normativi.

Prima dell'avvio della produzione in serie, ogni prodotto viene validato attraverso un campione di preproduzione, sottoposto a test funzionali approfonditi e verifiche di conformità alle certificazioni richieste per l'immissione nei mercati di destinazione. A valle del processo, ogni unità è oggetto di un collaudo finale che include controlli visivi, funzionali e, se necessario, ulteriori test specifici. I risultati vengono condivisi con i fornitori per favorire il miglioramento continuo. Il nostro team Ricerca & Sviluppo effettua inoltre controlli a campione su ogni lotto in ingresso, al fine di garantire la costanza degli standard qualitativi nel tempo.

Per assicurare la riconoscibilità e il posizionamento distintivo dei nostri prodotti, ci impegniamo a garantire:

Funzionalità

i nostri accessori sono progettati per ottimizzare l'esperienza d'uso dei dispositivi digitali, rispondendo in modo puntuale alle abitudini e alle esigenze degli utenti. Il design e le caratteristiche tecniche sono orientati alla massima praticità, ergonomia e intuitività d'uso.

Sicurezza

ogni prodotto è progettato per garantire la tutela della salute e della sicurezza dell'utilizzatore. Durante la fase di sviluppo vengono condotte valutazioni di rischio per identificare e mitigare potenziali pericoli. Le informazioni relative alla sicurezza sono comunicate in modo trasparente e tempestivo attraverso la documentazione tecnica e i manuali d'uso.

Affidabilità

l'impiego di materiali selezionati, la precisione nelle lavorazioni e l'attenzione alle finiture assicurano durabilità e performance costanti. La nostra competenza tecnica ci consente di sviluppare soluzioni perfettamente compatibili con le specifiche dei dispositivi digitali di riferimento.

Trasparenza

forniamo informazioni chiare, complete e verificabili su tutti i canali di comunicazione, inclusi packaging, manualistica e contenuti digitali. Evitiamo dichiarazioni non supportate da evidenze tecniche, mantenendo un approccio comunicativo basato su rigore e responsabilità.

Attribuiamo massima priorità agli impatti sulla salute e sicurezza dei consumatori.

Per questo motivo, richiediamo ai nostri fornitori il rispetto integrale delle normative europee in materia di materiali e sostanze pericolose, sia per la tutela dell'utilizzatore finale sia per la salvaguardia degli operatori coinvolti nella produzione.

Per i prodotti a maggiore complessità tecnica, forniamo indicazioni specifiche sui laboratori internazionali accreditati presso cui eseguire i test di conformità alle normative di sicurezza europee.

Nel corso del 2022, è stata registrata una sola contestazione, relativa a un prodotto non più in produzione, certificato secondo uno standard non aggiornato. L'evento ha comportato una sanzione di entità trascurabile e non ha generato segnalazioni RAPEX né richieste di ritiro.

Nel 2023, sono stati rilevati tre casi di non conformità formale in Germania e Francia, riguardanti carenze informative su confezioni e manuali. Anche in questi casi, non sono state imposte sanzioni né attivate procedure di allerta o ritiro, in quanto in nessun caso tali non conformità formali hanno generato impatti sulla sicurezza dei consumatori.

Nel 2024, di tutte le comunicazioni ricevute dalle autorità in relazione ad eventuali non conformità aventi impatto su salute e sicurezza, nessuna ha determinato una sanzione. A tutte le comunicazioni si è replicato con opportuni chiarimenti/argomentazioni, con conseguente riscontro positivo da parte delle autorità.

7.3

PRODUCT & PACKAGING.



Product&Packaging

**Marketing
responsabile e
sostenibile**

Marketing responsabile e sostenibile

Promuoviamo una comunicazione trasparente e strutturata, sia a livello interno che esterno, in merito alle iniziative intraprese nell'ambito della sostenibilità ambientale. In particolare, valorizziamo e diffondiamo le best practice adottate in materia di riciclo e gestione responsabile delle risorse, con l'obiettivo di sensibilizzare tutti gli stakeholder e favorire comportamenti virtuosi lungo l'intera catena del valore



Cosa abbiamo fatto: le nostre storie di impatto

Istruzioni d'uso

Al pari dell'attenzione riservata alla qualità dei nostri prodotti, attribuiamo analogha importanza alla trasparenza informativa nei confronti dei clienti e degli utenti finali. In particolare, ci impegniamo a redigere manuali d'uso chiari, completi e conformi alle normative vigenti, includendo tutte le istruzioni necessarie per un utilizzo corretto e sicuro del prodotto. Tali documenti contengono anche le indicazioni obbligatorie relative allo smaltimento responsabile delle apparecchiature a fine vita, in linea con le direttive ambientali applicabili. Inoltre, forniamo informazioni supplementari su base volontaria, finalizzate a facilitare l'esperienza d'uso e a promuovere comportamenti consapevoli e sostenibili da parte dell'utilizzatore.



cellularline

ESTIM (TRACY TAG)

تحذيرات
الأمان



TRACY TAG



From the website or www.cellularlinegroup.com



The Apple Find My network provides an easy, secure way to locate compatible personal items using the Find My app on your iPhone, iPad, Mac, or the Find Items app on Apple Watch.

To use the Apple Find My app to locate this item, the latest version of iOS, iPadOS, or macOS is recommended. The Find Items app on Apple Watch requires the latest version of watchOS.

Use of the Works with Apple badge means that a product has been designed to work specifically with the technology identified in the badge and has been certified by the product manufacturer to meet Apple Find My network product specifications and requirements. Apple is not responsible for the operation of this device or use of this product or its compliance with safety and regulatory standards.

Apple, Apple Find My, Apple Watch, Find My, iPhone, iPad, iPadOS, Mac, macOS and watchOS are the trademarks of Apple Inc. iOS is a trademark or registered trademark of Cisco in the U.S. and other countries and is used under license.

EN - In certain cases, using this device can prevent medical devices from working properly (e.g. pacemakers). Prolonged exposure to high volume and prolonged use can cause permanent hearing damage. Do not use the device in places where it might be dangerous not to hear environmental sounds (e.g. level crossings, on train station platforms) When using it while driving, please abide by existing legislation in any respective countries Please supervise children when they use the device, and keep accessories or packaging out of reach Do not place the device in places exposed to damp, dust, soot, vapour, direct sunlight, or too high or too low temperatures; otherwise it might malfunction. Do not ingest the battery, risk of chemical burns. This product contains a button-cell battery. If swallowed, the button-cell battery can cause serious internal burns in as little as two hours and may result in death. Keep new and used batteries out of reach of children. If the battery compartment does not close properly, discontinue use of the product and keep it out of the reach of children. If you suspect batteries have been swallowed or inserted into any part of the body, seek medical attention immediately. This product is not a toy and is not edible.

IT - L'utilizzo del dispositivo può in alcuni casi interferire con il corretto funzionamento di dispositivi medicali (es. Pacemaker) L'esposizione prolungata a un volume elevato ed un utilizzo prolungato possono provocare danni permanenti all'udito. Non utilizzare il dispositivo in luoghi in cui potrebbe risultare pericoloso non sentire i suoni ambientali (es. passaggi a livello, sulle banchine delle stazioni dei treni) In caso di utilizzo durante la guida attenersi alle normative vigenti nei rispettivi paesi Sorvegliare i bambini quando utilizzano il dispositivo, inoltre, tenere fuori dalla loro portata accessori o parti di packaging Non collocare il dispositivo in luoghi esposti a umidità, polvere, fuliggine, vapore, luce solare diretta, temperature troppo elevate o troppo basse, in caso contrario potrebbero verificarsi malfunzionamenti Non ingerire la batteria, rischio di ustioni chimiche. Questo prodotto contiene una batteria a bottone. Se ingerita, la batteria a bottone può causare gravi ustioni interne in appena due ore e portare alla morte. Tenere le batterie nuove e quelle usate fuori dalla portata dei bambini. Se lo scompartimento della batteria non si chiude bene, sospendere l'utilizzo del prodotto e tenerlo al riparo della portata dei bambini. Se sospettate che delle batterie siano state ingerite o inserite in qualsiasi parte del corpo chiedete immediatamente assistenza medica. Questo prodotto non è un giocattolo e non è commestibile.

Etichettatura

Negli ultimi anni, il Gruppo ha concentrato i propri sforzi sul consolidamento delle iniziative avviate in ambito di marketing etico, con particolare attenzione all'accuratezza, alla trasparenza e alla conformità delle informazioni fornite al consumatore. Tutte le azioni intraprese sono state pienamente allineate alle linee guida formalizzate nel 2022, garantendone l'applicazione coerente e sistematica in ogni punto di contatto con il pubblico.

Un'area di particolare rilievo è stata la comunicazione relativa allo smaltimento dei prodotti e del packaging. In questo ambito, sono stati implementati ulteriori miglioramenti, in particolare per il mercato francese, dove sono stati rispettati i requisiti normativi specifici in materia di etichettatura ambientale. A rafforzare questo impegno, è stato introdotto l'inserimento sistematico delle istruzioni di smaltimento direttamente sui packaging dei prodotti, accompagnato da un QR code che rimanda a una pagina web dedicata, offrendo così al consumatore informazioni chiare, aggiornate e facilmente accessibili.



Il manifesto di marketing etico

Abbiamo formalizzato il nostro approccio alla comunicazione responsabile attraverso la redazione di un Manifesto di Marketing Etico, articolato su tre assi strategici: persone, ambiente e prodotto. Il documento definisce i principi guida che orientano le nostre attività comunicative, promuovendo valori quali inclusività, equità, trasparenza, sostenibilità ambientale e responsabilità sociale. Particolare attenzione è riservata alla corretta informazione sullo smaltimento dei prodotti e dei relativi imballaggi, in coerenza con gli obiettivi di sostenibilità aziendale. Nel corso del 2024 è stata formalizzata, nel processo di creazione delle nuove campagne di comunicazione, la verifica da parte del CMO del rispetto del manifesto di marketing etico prima del go live.

Comunicazione a 360°

L'iniziativa nasce con l'obiettivo di estendere l'impegno aziendale in ambito di sostenibilità anche alla comunicazione ambientale, con particolare riferimento alla gestione del fine vita dei prodotti e al riciclo. Il principio di economia circolare rappresenta il fondamento della nostra strategia di sostenibilità, e in tale ottica il progetto mira a fornire al consumatore finale informazioni chiare, accessibili e conformi sulle corrette modalità di smaltimento del packaging e dei prodotti.

Le indicazioni relative alla composizione dei materiali e alle modalità di conferimento sono riportate direttamente sulla confezione e rese disponibili anche attraverso una pagina web dedicata, accessibile tramite QR code. Tale piattaforma digitale mette a disposizione informazioni disponibili in 20 lingue per facilitare il corretto riciclo dei materiali, promuovendo comportamenti sostenibili e invitando gli utenti a verificare le normative ambientali vigenti nei rispettivi mercati di riferimento



Sezione del sito web dedicata alla sostenibilità

Per rafforzare la trasparenza e la tracciabilità del nostro impegno in ambito ambientale e sociale, abbiamo sviluppato una sezione dedicata alla sostenibilità all'interno del nostro sito corporate. Questo spazio digitale documenta il nostro percorso di miglioramento continuo, illustrando progetti, iniziative, risultati e obiettivi legati all'innovazione sostenibile. Inoltre, la sezione ospita la pubblicazione periodica dei nostri report di sostenibilità, a supporto di una comunicazione chiara, verificabile e orientata agli stakeholder.

Corri a visitare il nostro sito - <https://www.cellularline-group.com/sostenibilita/>

Come lo facciamo

Il marketing riveste un ruolo strategico trasversale, non solo nelle attività di sviluppo prodotto, progettazione del packaging e definizione dei contenuti comunicativi, ma anche nell'ambito della sostenibilità ambientale e sociale. In tale contesto, il nostro impegno si concretizza nella diffusione di informazioni accurate, trasparenti e funzionali, con l'obiettivo di supportare in modo consapevole i consumatori nella fase di scelta, utilizzo e dismissione dei nostri prodotti.

Attraverso un approccio multicanale integrato, veicoliamo contenuti informativi tramite packaging, etichette, manuali d'uso e una sezione dedicata del sito web aziendale, fornendo dettagli tecnici sulle caratteristiche dei prodotti e promuovendo le corrette modalità di riciclo e smaltimento, in conformità con le normative vigenti. Questa strategia comunicativa è orientata a generare un impatto positivo e misurabile sull'ambiente e sulla società, contribuendo alla costruzione di un modello di consumo più responsabile e alla valorizzazione della trasparenza come leva di fiducia verso tutti gli stakeholder.



7.4

PRODUCT & PACKAGING.



Product&Packaging

**Ricerca, sviluppo e
innovazione come
strategia**

Ricerca, sviluppo e innovazione come strategia

Ricerca e innovazione rappresentano leve strategiche centrali nella nostra visione aziendale. Attraverso un monitoraggio costante dell'evoluzione tecnologica e delle dinamiche di mercato, sviluppiamo linee di prodotto in grado di rispondere in modo puntuale alle esigenze degli utenti, garantendo al contempo elevata competitività e capacità di personalizzazione. I nostri accessori si distinguono per l'ampiezza dell'offerta, la versatilità funzionale e l'attenzione al design, configurandosi come soluzioni uniche nel panorama di riferimento



Cosa abbiamo fatto: le nostre storie di impatto

Linea BECOME, gamma di accessori eco-friendly

La linea BECOME è stata sviluppata per rispondere alla crescente domanda di prodotti a ridotto impatto ambientale, espressa da una fascia sempre più consapevole di consumatori orientati alla sostenibilità.

In linea con il significato evocativo del nome, la linea si propone di offrire soluzioni concrete e misurabili per la riduzione dell'impronta ecologica dei nostri accessori. Negli anni passati, è stata introdotta una nuova gamma composta da custodie protettive e vetri temperati per display, realizzati rispettivamente con materiali riciclati pre consumer al 100% e post consumer al 60% provenienti da filiere certificate secondo lo standard GRS² (Global Recycled Standard).

In continuità con questo approccio, nel 2024 sono stati lanciati nuovi accessori per la ricarica di smartphone e tablet – tra cui cavi e caricatori – anch'essi realizzati con materiali riciclati al 100% da filiera GRS.

Anche il packaging della linea è stato progettato secondo criteri di eco-compatibilità: ogni confezione è realizzata in carta 100% riciclata e riciclabile, certificata FSC® (Forest Stewardship Council®), a garanzia della provenienza da foreste gestite in modo responsabile e sostenibile.

Nel contesto della nostra strategia di sostenibilità, la linea di prodotti eco-compatibili BECOME rappresenta un'iniziativa concreta per promuovere la tutela dell'ambiente e la salvaguardia della biodiversità marina. Acquistando i prodotti di questa linea, i consumatori partecipano attivamente al programma internazionale "1% for the Planet", che incoraggia aziende e individui a devolvere l'1% del proprio fatturato a favore di organizzazioni non profit impegnate nella protezione dell'ambiente. Grazie a questa adesione, abbiamo destinato l'1% del fatturato generato dalla linea BECOME a **Sea Shepherd**, organizzazione no-profit riconosciuta a livello globale per il suo impegno nella conservazione degli oceani e nella difesa della fauna marina. Inoltre, parte dei fondi è stata devoluta alla campagna **OPERATION CLEAN WAVES**, un progetto dedicato al recupero dei rifiuti marini come materiali solidi persistenti, prodotti lavorati scartati, smaltiti o abbandonati nell'ambiente marino e costiero.

Questa iniziativa rafforza il valore della linea BECOME non solo come gamma di accessori per smartphone sostenibili, ma anche come simbolo del nostro impegno tangibile verso un futuro più responsabile. Attraverso la collaborazione con realtà attive nella protezione del mare, contribuiamo a ridurre l'impatto ambientale del nostro settore e a sensibilizzare i consumatori sull'importanza di scelte consapevoli.

² GRS, il Global Recycle Standard è un'organizzazione no-profit internazionale che garantisce il contenuto di materiali da riciclo tramite il rilascio di una dichiarazione ambientale verificata.

Miglioramento del profilo di sostenibilità dei prodotti

Nel 2023 abbiamo completato lo sviluppo di una nuova linea di custodie per smartphone realizzate interamente con plastica riciclata post-consumo proveniente da ambienti marini e costieri. Questi prodotti, commercializzati a partire da marzo 2023, mantengono inalterati gli standard qualitativi e le performance funzionali attese, grazie alla selezione accurata dei materiali. Già negli anni precedenti avevamo avviato l'integrazione di materiali riciclati nella quasi totalità della nostra gamma di custodie, con percentuali variabili dal 20% per i modelli trasparenti fino al 50% per quelli colorati e a libro. Nel 2024 abbiamo mantenuto i nostri impegni intrapresi negli anni passati sul miglioramento del profilo di sostenibilità dei prodotti. Abbiamo lavorato sul consolidamento dei compound con componente riciclata, aumentando dove possibile la percentuale di materiale riciclato. Su alcune categorie di prodotto sono stati implementati i profili di sostenibilità già presenti in BECOME, come ad esempio l'aumento delle percentuali di riciclato all'interno di alcuni compound per la produzione di custodie a libro.

Miglioramento del packaging su tutti i prodotti

L'integrazione della sostenibilità nella nostra strategia aziendale si riflette anche nella progettazione del packaging, considerato non solo come elemento protettivo, ma come componente con un proprio ciclo di vita ambientale. L'approccio adot-

tato prevede la riduzione dell'impatto ambientale attraverso soluzioni progettuali orientate al riciclo, alla riduzione dei materiali e all'ottimizzazione logistica.

Dal 2020 abbiamo avviato un processo di progressiva eliminazione della plastica vergine monouso. Nel 2022, l'utilizzo di tale materiale è stato ridotto del 60%, a parità di volumi venduti. In alcune categorie, la plastica è stata sostituita con materiali compostabili o carta certificata FSC®. Nel 2023, abbiamo ulteriormente ridotto l'impiego di plastica monouso e ridimensionato le confezioni, con l'obiettivo di contenere il consumo complessivo di carta e le emissioni di gas serra associate alla logistica. La quota di carta certificata FSC® utilizzata nei nostri imballaggi nel 2024 si attesta al 92%, in linea con l'anno precedente.

Tra le iniziative più rilevanti, si segnala la riduzione delle dimensioni degli imballaggi nella categoria "Energia", che ha consentito un risparmio di 9 tonnellate di carta, mantenendo invariati i volumi di vendita. Inoltre, la linea Ricarica ha registrato una riduzione media del 20% del volume di confezionamento, con benefici anche in termini di efficienza logistica e riduzione dell'impatto ambientale complessivo. Complessivamente, queste azioni hanno permesso di risparmiare 19 tonnellate di carta nel 2023.



Nel corso dell'anno abbiamo avviato test tecnici sulla rimozione della laminatura in polipropilene dalle carte utilizzate nei nostri imballaggi, con l'obiettivo di migliorare l'efficienza del processo di riciclo e aumentare il recupero della cellulosa. I risultati preliminari sono stati positivi e l'implementazione graduale è prevista su alcune linee di prodotto nel 2024. Parallelamente, abbiamo avviato un processo di riprogettazione strutturale del packaging, volto a facilitare la separazione dei materiali da parte del consumatore e a promuovere un riciclo corretto e semplificato.

Sostenibilità ambientale a 360*: anche i materiali espositivi

I nostri materiali espositivi contengono

oltre il 56%
di materie prime riciclate

che equivalgono a un livello di riciclato nella base polimerica di **più dell'80%³**

Negli ultimi anni, Cellularline ha avviato un percorso strutturato e ambizioso verso la sostenibilità ambientale, con l'obiettivo di ridurre significativamente l'impatto ecologico delle proprie attività. Questo impegno si è tradotto in una revisione profonda e sistematica dei materiali e dei processi produttivi, con particolare attenzione agli espositori, ai ganci, agli imballaggi e ai materiali POP (Point of Purchase).

Nel caso degli espositori cartonati, Cellularline ha scelto di eliminare completamente la plastificazione superficiale, una pratica che comprometteva la riciclabilità del materiale e ne aumentava l'impatto ambientale. Parallelamente, è stato abbandonato l'utilizzo di inchiostri a base solvente, sostituiti con inchiostri a base di oli vegetali, più sostenibili e meno dannosi per l'ambiente. Un altro passo fondamentale è stato l'adozione esclusiva di cartone certificato FSC, proveniente da foreste gestite in modo responsabile, che garantisce la tracciabilità e la sostenibilità della materia prima. Questa trasformazione ha interessato tutte le principali tipologie espositive, tra cui espositori da terra, da banco, palbox e strutture con ripiani. In particolare, l'introduzione del cartone DISPA FSC ha permesso di sostituire materiali ad alto impatto ambientale come il forex e l'alluminio, mantenendo al contempo elevati standard di resistenza e qualità estetica.

Anche gli espositori permanenti sono stati oggetto di una revisione sostanziale. Cellularline ha scelto di orientarsi verso un modello di economia circolare, privilegiando l'uso di materiali riciclati e riciclabili e riducendo progressivamente l'impiego di materiali vergini. Il cartone non certificato è stato completamente eliminato anche in questo ambito, in favore di materiali tracciabili e sostenibili. La progettazione degli espositori è stata ripensata per facilitare lo smontaggio e il corretto smaltimento dei componenti, contribuendo così a una gestione più efficiente del fine vita del prodotto. La comunicazione ambientale è stata potenziata attraverso l'applicazione di etichette che indicano in modo chiaro la composizione dei materiali e le modalità di smaltimento, oltre all'inserimento del simbolo del riciclo direttamente sugli espositori.

Un'attenzione particolare è stata riservata ai ganci utilizzati per l'esposizione dei prodotti. Cellularline ha sostituito i materiali plastici tradizionali con il PPGF30R, un polimero a base di polipropilene rinforzato con fibre di vetro al 30% riciclato. Questa scelta ha permesso di mantenere elevate prestazioni meccaniche, riducendo al contempo l'impatto ambientale. Inoltre, è stata ottimizzata la logistica attraverso confezionamenti più efficienti, che hanno contribuito a ridurre gli sprechi e migliorare la gestione del magazzino. Anche gli imballaggi dei materiali POP sono stati oggetto di una revisione coerente con gli obiettivi di sostenibilità. Cellularline ha cessato l'acquisto di cartone non certificato, adottando esclusivamente materiali conformi agli standard FSC. Questa scelta ha rafforzato la coerenza del messaggio ambientale lungo tutta la catena del valore, garantendo maggiore trasparenza e affidabilità nei confronti dei clienti e dei partner commerciali.

Un elemento distintivo del percorso green di Cellularline è rappresentato dalla volontà di comunicare in modo chiaro e trasparente le scelte ambientali effettuate. A tal fine, l'azienda ha introdotto un sistema di etichettatura ambientale su tutti i materiali espositivi, con indicazioni precise sulla composizione e sul corretto smaltimento. Le certificazioni, come quella FSC e il simbolo del riciclo, sono state rese visibili direttamente sui prodotti, contribuendo a sensibilizzare il consumatore e a rafforzare la reputazione aziendale.

³ Le informazioni riportate derivano dalla dichiarazione del fornitore e si applicano al materiale quando lascia gli impianti di produzione e non coprono eventuali aggiunte o modifiche apportate dai trasformatori.

Come lo facciamo

Lo sviluppo e l'innovazione costituiscono elementi strategici centrali nella nostra visione aziendale, integrati da un approccio orientato alla sostenibilità ambientale e all'economia circolare. Le decisioni relative all'avvio di nuovi progetti si fondano su due pilastri metodologici: analisi di mercato e valutazioni del ciclo di vita sostenibile.

Lo sviluppo del prodotto secondo criteri di sostenibilità richiede un approccio integrato che consideri non solo gli impatti ambientali, ma anche quelli sociali lungo l'intero ciclo di vita. L'analisi SLCA rappresenta uno strumento fondamentale per valutare gli effetti sociali associati a ciascuna fase della filiera produttiva, dalla materia prima allo smaltimento. Attraverso questa metodologia, è possibile identificare rischi e opportunità legati ai diritti umani, alle condizioni di lavoro, al coinvolgimento della comunità e alla governance aziendale.

I risultati dell'SLCA permettono di progettare prodotti che minimizzano gli impatti negativi sulle persone e massimizzano i benefici sociali. Ciò può tradursi in scelte di approvvigionamento più etiche, in una maggiore trasparenza nei processi produttivi e in un miglioramento delle condizioni lavorative nei paesi in via di sviluppo. Inoltre, l'integrazione dell'SLCA favorisce l'adozione di strategie di responsabilità sociale d'impresa più credibili ed efficaci.

In fase di progettazione, i dati raccolti possono guidare decisioni su materiali, fornitori e processi, promuovendo soluzioni innovative orientate al benessere collettivo. In questo modo, lo sviluppo sostenibile del

prodotto non è solo un obiettivo ambientale, ma diventa anche una leva per la giustizia sociale e il miglioramento continuo delle performance aziendali.

Le funzioni interne di Marketing e Ricerca & Sviluppo hanno svolto un ruolo determinante nell'integrazione dei criteri di sostenibilità nei processi di progettazione, contribuendo a definire soluzioni innovative e responsabili.

Uno degli elementi distintivi del nostro approccio è il costante investimento in ricerca e sviluppo di materiali alternativi, in grado di garantire elevate prestazioni tecniche e, al contempo, una minore impronta ambientale. Abbiamo sperimentato l'impiego di miscele di plastica vergine e riciclata, nonché di polimeri bio-based, mantenendo inalterati gli standard qualitativi. Inoltre, in collaborazione con i nostri fornitori, abbiamo attivato iniziative di valorizzazione degli scarti di produzione, come il riutilizzo del 100% dei residui di microfibra (PU) all'interno della filiera tessile.



7.5

PRODUCT & PACKAGING.



Product&Packaging

La gestione dei fornitori

La gestione dei fornitori

La condivisione dei processi produttivi con la nostra rete di fornitori rende il loro coinvolgimento nelle fasi di sviluppo prodotto un fattore strategico di primaria importanza.

Il miglioramento continuo del nostro impatto ambientale e sociale è strettamente connesso a una gestione responsabile e a una selezione accurata dei partner di fornitura, in linea con i nostri standard etici e di sostenibilità. La collaborazione attiva con fornitori qualificati rappresenta un elemento chiave per garantire la coerenza tra gli obiettivi aziendali e le pratiche adottate lungo l'intera catena del valore

Cosa abbiamo fatto: le nostre storie di impatto

Business Social Compliance Initiative (BSCI)

A partire dal 2022, abbiamo aderito al processo di qualifica della Business Social Compliance Initiative (BSCI), promossa da Amfori, quale riferimento internazionale per il monitoraggio e il miglioramento delle performance di responsabilità sociale nella supply chain. In una prima fase, l'attenzione si è concentrata sul consolidamento delle relazioni con i fornitori già attivi, per i quali erano state effettuate visite ispettive e raccolte informazioni pre-pandemia. L'analisi dei report BSCI ha consentito di valutare il livello di conformità ai requisiti etico-sociali previsti dallo standard. Nel 2023, il processo di qualifica è stato ulteriormente standardizzato e integrato nei protocolli di approvvigionamento, rafforzando il presidio sui fornitori strategici. Nel 2024 abbiamo assunto un ruolo attivo nel monitoraggio e nel supporto al miglioramento del loro rating di responsabilità sociale, estendendo l'adesione al programma anche ai fornitori dell'Estremo Oriente già certificati BSCI. La standardizzazione dei processi ci ha portato ad avere l'84% dei nostri fornitori certificati BSCI. (la percentuale è riferita ai soli fornitori del far east).

Survey ESG

Nel corso del 2024, abbiamo ampliato un'indagine ESG rivolta ai nostri fornitori, con l'obiettivo di valutare il loro livello di maturità in materia di sostenibilità ambientale, sociale e di governance. I risultati evidenziano che oltre il 69% dei fornitori dispone di certificazioni che attestano la qualità dei processi, la gestione ambientale conforme e il rispetto dei diritti umani nei luoghi di lavoro.

Valutazione sui diritti umani ottenuta per il **69%** dei fornitori

Supply Chain Evolution

Nel 2024 abbiamo proseguito il programma Supply Chain Evolution, in continuità con le attività intraprese nel 2023, con l'obiettivo di trasformare la nostra catena di fornitura in un fattore abilitante della strategia di sostenibilità aziendale. Il progetto promuove un nuovo modello di relazione con i fornitori, fondato sui principi di co-evoluzione, trasparenza e responsabilità condivisa, attraverso l'implementazione di iniziative orientate alla sostenibilità, in linea con il piano strategico aziendale.

Qualifica dei fornitori

Abbiamo potenziato il nostro processo di procurement introducendo un cruscotto di qualifica dei fornitori, applicabile sia ai fornitori di prodotto che di servizio. Questo strumento consente la mappatura e valutazione delle performance di sostenibilità, attribuendo un punteggio basato su criteri ESG, quali a titolo esemplificativo: possesso del codice etico, pubblicazione del codice etico, possesso di iso sulla sicurezza sul lavoro, gestione emissioni, acqua, ecc. Sebbene il punteggio non incida direttamente sulla qualifica formale del fornitore, rappresenta un indicatore strategico per identificare opportunità di miglioramento e orientare le azioni di sviluppo della supply chain.

Nel corso del 2024 lo strumento di qualifica è stato digitalizzato utilizzando strumenti interni. Abbiamo lanciato un progetto di onboarding e qualifica dei fornitori attraverso il quale ci doteremo di una piattaforma con cui renderemo ancora più strutturato il processo.

Valutazione dei fornitori

Abbiamo inoltre sviluppato un cruscotto di valutazione dinamica, integrato nel processo di Vendor Rating, per monitorare l'evoluzione delle performance dei fornitori nel tempo. I fornitori sono tenuti a compilare periodicamente un questionario strutturato, che include indicatori relativi a innovazione, gestione del rischio e sostenibilità. I dati raccolti consentono di valutare l'andamento delle performance e di definire piani di co-evoluzione personalizzati.

Il cruscotto di qualifica determina un punteggio del fornitore che ci consente di...



Codice di condotta fornitori

Abbiamo formalizzato un Codice di Condotta Fornitori, sottoscritto da circa l'83% della nostra base fornitori, che include una sezione dedicata ai principi ESG. Il documento definisce le linee guida operative per l'allineamento ai valori aziendali lungo l'intera catena di fornitura, promuovendo relazioni collaborative, trasparenti e basate sulla fiducia reciproca, nel rispetto dell'ambiente, dei diritti umani e della legalità.

Il Codice di Condotta Fornitori di Cellularline promuove sostenibilità ambientale, tutela dei diritti umani e condizioni di lavoro sicure. Valorizza la diversità, l'inclusione e la crescita professionale. Richiede comportamenti etici, trasparenti e conformi alle leggi. Sostiene il coinvolgimento delle comunità locali e pratiche socialmente responsabili. L'adesione al Codice è obbligatoria e soggetta a verifiche e miglioramenti continui.

Policy sugli acquisti sostenibili

Abbiamo adottato una Policy per gli Acquisti Sostenibili, che estende i criteri ESG anche all'approvvigionamento di beni e servizi non legati direttamente alla produzione. La policy promuove l'adozione di materiali e soluzioni a basso impatto ambientale e sociale, sensibilizzando le funzioni aziendali coinvolte sugli aspetti di responsabilità sociale d'impresa. L'obiettivo è ridurre i rischi associati alla supply chain e implementare strumenti di gestione proattiva per mitigarli, contribuendo alla creazione di valore condiviso.

I principi della nostra policy sugli acquisti sostenibili



Supporto a fornitori in difficoltà

In coerenza con il nostro approccio collaborativo alla gestione della supply chain, ci impegniamo a supportare attivamente i fornitori che si trovano ad affrontare criticità economiche temporanee o fasi di rapida evoluzione del business. Negli ultimi tre anni, tale impegno è stato ulteriormente rafforzato per rispondere alle difficoltà derivanti dal contesto macroeconomico globale. In presenza di problematiche legate alla produzione o all'approvvigionamento di materie prime, abbiamo garantito ai nostri partner una visibilità anticipata e trasparente sugli impegni futuri, al fine di favorire la continuità operativa.

Come lo facciamo

Le nostre principali tipologie di forniture si distinguono in:

-  **prodotti finiti pronti per la commercializzazione;**
-  **semilavorati da confezionare su territorio nazionale;**
-  **materiali comunicazione a supporto delle iniziative commerciali;**
-  **materiali di consumo necessari per la preparazione degli ordini;**
-  **materiali di consumo e confezionamento.**

La gestione strategica dei fornitori rappresenta un elemento chiave per garantire la continuità operativa, la qualità dei prodotti e l'allineamento ai principi di sostenibilità aziendale. Il processo di qualifica si articola attraverso visite preliminari presso gli stabilimenti produttivi, condotte dai team tecnici e di procurement, finalizzate alla valutazione della solidità finanziaria, della capacità produttiva, degli standard qualitativi e della compatibilità con le esigenze aziendali. A supporto di questa fase, viene utilizzato un questionario di valutazione (Vendor Assessment Form) che raccoglie informazioni su struttura organizzativa, certificazioni, pratiche di sostenibilità e conformità etica. I fornitori che superano positivamente questa fase accedono alla campionatura tecnica e all'avvio delle negoziazioni economiche.

Riconosciamo che le prestazioni della nostra azienda sono strettamente legate a quelle dei nostri fornitori e promuoviamo un dialogo collaborativo con loro, credendo nell'importanza di un reciproco apprendimento e co-evoluzione.

Come già menzionato, abbiamo istituito un Codice di Condotta Fornitori, impegnandoci a garantire standard elevati di condizioni lavorative, trattamento equo dei dipendenti e pratiche etiche lungo la nostra catena di approvvigionamento. Chiediamo a tutti i nostri fornitori di restituire il "Modulo di Impegno" sottoscritto da un rappresentante legale, dimostrando così il loro impegno aderendo a tali principi.

Inviemo a tutti i nostri fornitori un capitolato di fornitura completo, che include tutte le informazioni generali, le istruzioni operative per la gestione degli ordini, delle spedizioni e delle etichettature, nonché per la raccolta dei dati pondo-volumetrici. Nel capitolato sono inoltre inclusi il codice etico e le norme per il rapporto con il Gruppo. Chiediamo a tutti i fornitori di rispettare il D.Lgs. 231/01 e di aderire ai principi etico-comportamentali del Codice Etico e del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo, disponibili sul sito www.cellularlinegroup.com o su richiesta. Con l'accettazione del capitolato, il fornitore dichiara di aver preso visione di tali documenti. Qualsiasi comportamento in violazione di queste disposizioni ci dà il diritto di risolvere il contratto.

Monitoriamo costantemente i nostri fornitori attraverso una serie di indicatori di valutazione, aggiornati ogni sei mesi, che riflettono il grado di aderenza del fornitore alle nostre richieste nel capitolato di fornitura. Inoltre, mensilmente aggiorniamo un indicatore di monitoraggio del lead time di produzione, un elemento critico per il nostro business. Questo monitoraggio avviene attraverso riunioni specifiche in cui vengono valutate le performance dei fornitori e vengono identificati gli interventi necessari per migliorare la gestione del lead time.



7.6

PRODUCT & PACKAGING.



Product&Packaging

Impegni futuri

Impegni futuri

Investimenti

Continua il nostro impegno a investire risorse umane ed economiche per sviluppare nuovi prodotti basati su materiali riciclabili al fine di ridurre gli impatti ambientali.

Miglioramento della supply chain

Desideriamo proseguire con il programma di analisi, valutazione e coinvolgimento della nostra supply chain per promuoverne il miglioramento secondo driver e standard che considerino gli impatti ambientali e sociali.

Nel 2025 avvieremo un progetto che ci permetterà di dotarci di una piattaforma attraverso la quale qualificheremo i fornitori.

Codice di condotta fornitori

Per il 2025 intendiamo coinvolgere ulteriormente i fornitori richiedendo loro di sottoscrivere il "Modulo di impegno", garantendo così la lettura e l'accettazione dei principi inclusi nel Codice di Condotta.

Business social compliance initiative (BSCI)

Dopo la valutazione di un gruppo pilota di fornitori, prevediamo di estendere il progetto a tutti i nostri fornitori con un fatturato annuo pari o superiore a 5.000 euro.

Rinnovamento del packaging

Tra le iniziative più rilevanti in ottica di sostenibilità, segnaliamo l'introduzione di nuovi packaging per la categoria delle custodie, interamente realizzati in carta. Grazie a un innovativo sistema di apertura e chiusura, è stato possibile eliminare completamente l'utilizzo di magneti, attualmente presenti nei pack tradizionali, che verranno sostituiti gradualmente nel corso del 2025.

Ottimizzazione dimensionale del packaging

Stiamo studiando nuove soluzioni per ridurre le dimensioni del packaging utilizzato per i nostri prodotti, ottenendo così un risparmio di materiale e di emissioni di gas climalteranti legati ai trasporti.

Confermiamo pienamente gli obiettivi comunicati per la riduzione delle dimensioni dei packaging prodotti. Questi target sono in linea con le nuove normative UE, che prevedono il principio di "right-sizing" e limiti rigorosi al vuoto all'interno delle confezioni, con un massimo del 50% entro il 2030. Ridurre peso e volume non solo rispetta gli impegni legislativi, ma migliora anche l'efficienza logistica, contenendo emissioni e costi. Il nostro piano prevede una revisione dei layout packaging e l'introduzione di materiali ottimizzati, garantendo sempre l'integrità e la funzionalità del prodotto. Siamo quindi pienamente coerenti e determinati nel perseguire una confezione più sostenibile, efficiente e conforme.

Ampliare la gamma di prodotti composti da materiale riciclato

Durante il 2023 abbiamo avviato alcuni progetti di innovazione circa l'implementazione di materiale riciclato per la produzione di prodotti più complessi (prodotti equipaggiati con circuiti stampati e/o con diverse combinazioni di materiali utilizzati per la produzione degli stessi). Ci diamo come obiettivo sfidante quello di avere entro i prossimi 2 anni almeno una gamma delle nostre tre macrocategorie di prodotto (protezione e stile, ricarica e utilità e audio) completamente composta da materiale riciclato.

Relativamente all'implementazione del compound riciclato su altre categorie di prodotto, stiamo attualmente lavorando per estendere l'applicazione di questa soluzione entro il 2025. L'obiettivo è garantire coerenza con gli impegni precedentemente dichiarati, assicurando nel contempo un'adeguata qualità tecnica e ambientale dei nuovi prodotti. Il processo coinvolge una fase di test e ottimizzazione dei materiali per ciascuna categoria interessata. Rimaniamo quindi allineati con la roadmap di sostenibilità già condivisa.



7.7

PRODUCT & PACKAGING.



Product&Packaging

Informativa GRI

GRI Standard 416-2 – Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi

Casi di non conformità in materia di impatti sulla salute e sicurezza di prodotti e servizi	U.M.	2024	2023	2022
Casi di non conformità con le normative che comportino un'ammenda o una sanzione		0	0	1
Casi di non conformità con le normative che comportino un avviso	N.	0	3	0
Casi di non conformità con i codici di Autoregolamentazione		0	0	0

I dati si riferiscono esclusivamente alla Società Cellularline S.p.A.

GRI Standard 301-1 - Materiali utilizzati per peso o volume

Plastica ⁴	U.M.	2024	2023	2022
Gamma energia		18	21	22
Gamma protezione	Tonnellate	17	20	0
Gamma audio		13	18	16
Totale		48	59	38

Carta	U.M.	2024	2023	2022
Gamma energia		282	395	241
Gamma protezione	Tonnellate	223	228	287
Gamma audio		98	142	225
Totale		603	765	753

GRI Standard 301-2 - Materiali utilizzati che provengono da riciclo

Plastica ⁵	U.M.	2024	2023
Gamma energia		1,3	5,0
Gamma Protezione	Tonnellate	7,5	1,5
Gamma audio		-	30,0
Totale		8,8	36,5

Carta	U.M.	2024	2023
Gamma energia		236,3	272,6
Gamma Protezione	Tonnellate	175,8	171,5
Gamma audio		91,8	90,8
Totale		503,9	534,9

I dati del 2024 relativi ai materiali utilizzati si riferiscono a Cellularline S.p.A., Coverlab, Peter Jackel e WorldConnect.

GRI 204-1 - Proporzione di spesa verso i fornitori locali

Valore complessivo delle forniture di beni, servizi e prestazioni lavorative per area geografica	U.M.	2024	2023	2022
Italia		25%	27%	20%
Europa (esclusa Italia)		14%	7%	6%
Asia	%	61%	66%	74%
America		0%	0%	0%
Totale		100%	100%	100%

I dati si riferiscono a Cellularline S.p.A., in quanto maggiormente significativi in termini di volumi.

Fornitori certificati	U.M.	2024	2023	2022
Certificazione ISO 9001		48%	42%	10%
Certificazione ISO 14001	%	29%	18%	43%
Certificazione SA8000		2%	4%	4%

I dati sulle certificazioni riferiti alle Società Italiane del Gruppo sono stati calcolati a consuntivo del 2024.

⁴ Si specifica che per i valori del 2023 dei materiali utilizzati è stato effettuato un restatement, passando da 20 a 21 (Gamma energia), da 19 a 20 (Gamma protezione) e da 35 a 18 (Gamma audio), dovuto ad un miglioramento del processo di raccolta del dato.

⁵ Si specifica che per i valori del 2023 dei materiali utilizzati è stato effettuato un restatement, passando da 6,5 a 5 (Gamma energia), dovuto ad un miglioramento del processo di raccolta del dato.

8.1

AM
BIEN
TE.



Ambiente

Introduzione

Ambiente

“La tutela dell’ambiente rappresenta per noi un principio fondante e un dovere etico verso le generazioni presenti e future. La consapevolezza che ogni azione aziendale genera un impatto sull’ecosistema guida quotidianamente le nostre scelte strategiche e operative. Riteniamo che il rispetto per l’ambiente sia espressione di responsabilità, cultura e progresso civile”



La nostra missione, visione e purpose aziendale sono orientati alla sostenibilità ambientale

intesa come leva di valore condiviso e crescita duratura. Operiamo con l’obiettivo di minimizzare gli impatti ambientali lungo l’intero ciclo di vita dei nostri prodotti e processi, adottando un approccio sistemico e proattivo.

Nei paragrafi seguenti illustreremo in modo puntuale le iniziative, i progetti e gli interventi concreti che abbiamo implementato – e che ci impegniamo a sviluppare nei prossimi anni – per contribuire attivamente alla transizione ecologica e alla salvaguardia del pianeta.



22,3

**Punteggio area
Ambiente**

8.2

AM
BIEN
TE.



Ambiente

Monitoraggio delle performance ambientali

Monitoraggio delle performance ambientali

La decarbonizzazione rappresenta una delle sfide più rilevanti e prioritarie del nostro tempo, in linea con l'obiettivo strategico dell'Unione Europea di raggiungere la neutralità climatica entro il 2050.

Si tratta di un traguardo ambizioso, la cui realizzazione richiede un impegno condiviso e sistemico lungo l'intera catena del valore. Ogni attore coinvolto è chiamato ad assumersi la piena responsabilità dei propri impatti ambientali e adottare misure concrete per la loro progressiva eliminazione

Cosa abbiamo fatto: le nostre storie di impatto

Il nostro impianto fotovoltaico

Un altro tassello per raggiungere gli obiettivi di sostenibilità che ci siamo prefissati

Nel 2022 è stata completata l'installazione dell'impianto fotovoltaico presso la sede centrale di Reggio Emilia. Al fine di massimizzare la produzione di energia elettrica da fonte rinnovabile e incrementare il livello di autosufficienza energetica, è stata adottata la decisione tecnica di installare parte dei moduli fotovoltaici anche sulle falde con esposizione nord. Tale scelta progettuale è stata motivata dall'obiettivo di raggiungere una quota di autoconsumo pari al 70%, ottimizzando così l'efficienza complessiva del sistema in relazione ai fabbisogni energetici dell'edificio.

 **195.8MWh**
Energia prodotta dal fotovoltaico Cellularline S.p.A

 **64%**
Energia Autoprodotta Consumata

 **125.8MWh**
Energia Elettrica Consumata

 **36%**
Energia Autoprodotta restituita alla rete

Data center e sostenibilità

I principali sistemi informativi centrali, inclusi quelli gestionali e applicativi, sono ospitati presso il Data Center di WIIT Group situato a Milano (MI). L'efficienza energetica di tali infrastrutture rappresenta un aspetto critico, in quanto il consumo elettrico associato al funzionamento continuo degli apparati IT, dei sistemi di alimentazione e dei dispositivi di raffreddamento è particolarmente elevato. In questo contesto, l'ottimizzazione dei consumi energetici non solo risponde a logiche di contenimento dei costi operativi, ma si inserisce anche in una più ampia strategia di decarbonizzazione, in linea con gli obiettivi di neutralità climatica.

L'energia elettrica utilizzata per l'alimentazione dei nostri sistemi informativi è interamente certificata tramite Garanzia d'Origine (nel seguito anche solo "GO"), attestazione rilasciata dal Gestore dei Servizi Energetici S.p.A. (nel seguito anche solo "GSE") che garantisce la provenienza dell'energia da fonti rinnovabili, in conformità alla Direttiva 2009/28/CE. La certificazione GO è emessa esclusivamente per l'energia prodotta da impianti dotati di identificazione tecnica IRGO, secondo quanto previsto dalla Procedura Tecnica del GSE approvata con Decreto del Ministero dello Sviluppo Economico del 21 dicembre 2007, previo parere del Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare.

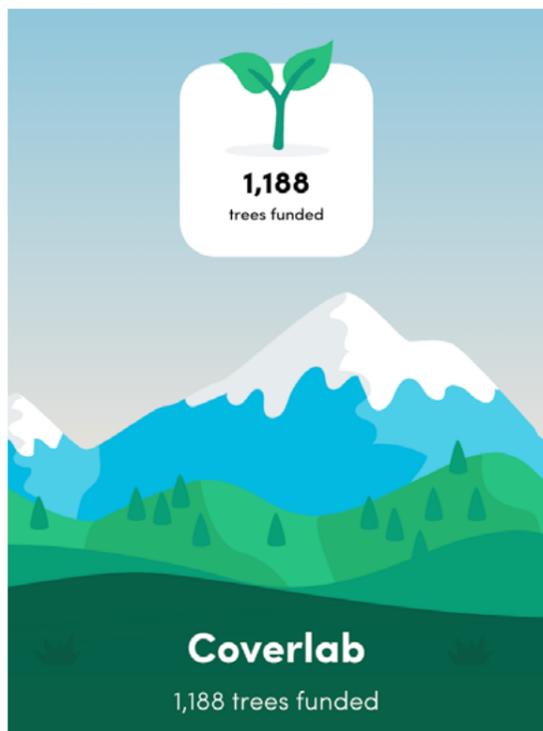
Ecologi

Il contrasto al cambiamento climatico richiede un insieme coordinato di interventi, alcuni dei quali possono essere implementati nel breve termine per generare impatti ambientali immediati e misurabili.

In quest'ottica, abbiamo scelto di aderire all'iniziativa promossa da Ecologi, realtà internazionale il cui core business è focalizzato sulla mitigazione delle emissioni climalteranti e sul ripristino degli ecosistemi naturali.

Attraverso un modello di finanziamento basato su contributi volontari provenienti da tutto il mondo, Ecologi sviluppa e sostiene progetti ad alto valore ambientale e sociale, finalizzati alla riduzione delle emissioni di gas serra, alla riforestazione e alla rigenerazione ambientale.

Nel quadro di questa collaborazione, abbiamo deciso di utilizzare la piattaforma per donare 1.500 alberi ai nostri fornitori come simbolo di impegno condiviso, e di finanziare la piantumazione di ulteriori 1.500 alberi in aree selezionate, contribuendo attivamente alla compensazione delle emissioni e alla promozione della biodiversità.



3Bee: OASI Cellularline

Nel corso del 2024, Cellularline ha rafforzato il proprio impegno verso la sostenibilità ambientale attraverso una serie di iniziative mirate alla tutela della biodiversità, in collaborazione con 3Bee. Il progetto “Oasi della Biodiversità” rappresenta un pilastro strategico del nostro percorso di responsabilità ambientale, integrando azioni concrete di rigenerazione degli ecosistemi con l’adozione di tecnologie avanzate per il monitoraggio ambientale. Tra le principali attività realizzate, si evidenzia l’adozione dell’alveare “Colmena CLG”, situato nella regione di León, in Spagna. Quest’area, caratterizzata da fioriture spontanee di erica e calluna, è riconosciuta per la produzione di mieli dalle elevate qualità organolettiche, apprezzati a livello internazionale. L’iniziativa si inserisce in un contesto di apicoltura rigenerativa che valorizza la biodiversità locale e contribuisce alla salvaguardia degli impollinatori, elementi chiave per la salute degli ecosistemi.

Parallelamente, attraverso il progetto “Pollinate the Planet”, abbiamo sostenuto la piantumazione e la cura di 150 alberi ad alto potenziale nettario, tra cui biancospino, acacia, prugnolo e ciliegio. Queste specie, selezionate per la loro capacità di offrire fioriture scalari e continue, rappresentano una risorsa fondamentale per l’alimentazione degli impollinatori e per il mantenimento degli equilibri ecologici locali. L’intervento ha inoltre contribuito alla compensazione delle emissioni di CO2, grazie alla capacità di assorbimento diretta degli alberi e al miglioramento della qualità del suolo.

Un esempio concreto di questo impegno è rappresentato dal bosco aziendale di Calderino, in Emilia-Romagna, dove sono stati messi a dimora 100 alberi appartenenti a sette specie diverse. Il potenziale nettario del bosco è stato calcolato sulla base di dati scientifici, stimando una produzione annuale in grado di sostenere migliaia di api. L’assorbimento di CO2 è stato stimato in base alla crescita delle singole specie arboree, con una proiezione su un ciclo di vita di vent’anni.

A supporto di queste attività, Cellularline partecipa alla costruzione di una delle più grandi reti tecnologiche di monitoraggio ambientale in Europa. In particolare, utilizziamo “Flora”, uno strumento sviluppato in collaborazione con l’Agenzia Spaziale Europea per l’analisi satellitare della capacità dei territori di ospitare impollinatori, e “Spectrum”, un dispositivo IoT basato sulla bioacustica per il rilevamento e l’identificazione degli impollinatori presenti in un’area. Questi strumenti consentono un monitoraggio scientifico avanzato e forniscono dati preziosi per la ricerca e la conservazione della biodiversità.

I risultati ottenuti al 30 giugno 2023, ultimo dato consuntivo disponibile, evidenziano l’efficacia del progetto: 108 oasi create e gestite da privati, oltre 40.000 alberi piantati e gestiti, e una produzione stimata di 26.000 kg di nettare all’anno. Il progetto è pienamente allineato agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell’Agenda 2030, in particolare agli SDG 13 (Azione per il clima) e SDG 15 (Vita sulla Terra), e risponde ai requisiti della nuova normativa europea CSRD in materia di rendicontazione di sostenibilità. Attraverso una comunicazione trasparente e mi-

rata agli stakeholder, queste iniziative contribuiscono a sensibilizzare il pubblico sull’importanza della tutela degli impollinatori e della biodiversità, rafforzando al contempo la reputazione aziendale e promuovendo un modello di sviluppo sostenibile e responsabile.



330.500
Le api protette da Cellularline group



2
Le adozioni degli alveari tecnologici 3Bee



331 Milioni
I fiori impollinati dalle api monitorate



2
Gli apicoltori supportati dalla tecnologia 3Bee



150
Gli alberi nettario protetti da Cellularline group



139 Kg
Il nettare prodotto dagli alberi durante il progetto su una media di 20 anni.



2
I coltivatori supportati dalla tecnologia 3Bee

Progetto RicicliAmo per una corretta gestione interna dei rifiuti

Proseguiamo nel nostro impegno verso una gestione responsabile e consapevole dei rifiuti aziendali, nonostante il limitato impatto ambientale diretto delle nostre attività. Abbiamo implementato un regolamento interno per la gestione dei rifiuti, che definisce in modo chiaro le pratiche operative da adottare per garantire la corretta separazione, raccolta e smaltimento dei materiali. Tale documento è stato formalmente diffuso a tutto il personale, assicurando che ogni collaboratore sia adeguatamente informato e attivamente coinvolto nell'attuazione della nostra politica ambientale. A supporto di questo approccio, forniamo a tutti i nuovi dipendenti strumenti concreti per ridurre l'impatto ambientale individuale, tra cui borracce riutilizzabili, tazze e posate in bambù, promuovendo così l'utilizzo quotidiano di materiali riciclabili e a basso impatto.

Queste iniziative si inseriscono in un più ampio programma di sensibilizzazione interna volto a consolidare una cultura aziendale orientata alla sostenibilità ambientale.

Piano degli spostamenti casa-lavoro

Nel corso del 2024 è stata regolarmente condotta l'indagine interna finalizzata all'aggiornamento del Piano degli Spostamenti Casa-Lavoro (PSCL).

Attraverso la somministrazione di un questionario rivolto a tutto il personale, l'Azienda ha raccolto dati puntuali sulle abitudini di mobilità dei dipendenti e sulla

loro disponibilità ad adottare modalità di spostamento più sostenibili. L'iniziativa ha consentito di monitorare l'efficacia delle misure già implementate e di individuare ulteriori opportunità di miglioramento.

Grazie all'utilizzo di un'applicazione mobile dedicata, i dipendenti hanno potuto registrare in modo semplice e immediato i chilometri percorsi, specificando la tipologia di mezzo utilizzato. Ciò ha permesso di distinguere con precisione tra trasporto privato e soluzioni a minore impatto ambientale, quali il trasporto pubblico, la bicicletta e il carpooling, facilitando così l'elaborazione di una stima accurata degli impatti generati.

Il programma ha previsto l'erogazione di incentivi mirati, tra cui contributi per abbonamenti al trasporto pubblico locale e premi per l'adozione di pratiche di mobilità condivisa, con l'obiettivo di favorire comportamenti virtuosi e rafforzare la cultura della mobilità sostenibile all'interno dell'organizzazione.

Corporate travel policy

Il Gruppo riconosce i viaggi di lavoro come un elemento strategico per la gestione operativa e lo sviluppo del business, ma è al contempo consapevole delle implicazioni ambientali associate alla mobilità professionale. In quest'ottica, è stata implementata una Corporate Travel Policy orientata alla promozione di pratiche di viaggio responsabili e a basso impatto ambientale. La policy incoraggia l'utilizzo di mezzi di trasporto pubblico e soluzioni di mobilità sostenibile, contribuendo alla riduzione delle emissioni legate agli spostamenti aziendali.

In linea con questo approccio, è stata recentemente aggiornata anche la Policy Car, introducendo l'obbligo – ove tecnicamente ed economicamente fattibile – di

optare per il noleggio di veicoli a propulsione ibrida o elettrica. A supporto di questa iniziativa, sono state fornite linee guida operative ai dipendenti, con l'obiettivo di favorire scelte consapevoli e coerenti con i principi di sostenibilità ambientale. A completamento delle misure previste, Cellularline ha introdotto un sistema di incentivi alla mobilità sostenibile, che prevede agevolazioni del 30% per l'utilizzo del Trasporto Pubblico Locale e buoni carburante per i dipendenti che partecipano a iniziative di carpooling. Questi strumenti mirano a promuovere comportamenti virtuosi e a rafforzare la cultura della sostenibilità anche nella quotidianità lavorativa.

Emissioni scope 3

Le emissioni di gas a effetto serra (GHG) classificate come Scope 3 includono tutte le emissioni indirette generate lungo la catena del valore del Gruppo, originate da fonti non direttamente controllate dall'organizzazione e sulle quali si esercita un'influenza limitata. Questa categoria rappresenta la componente più estesa e complessa delle emissioni indirette, richiedendo significativi sforzi in termini di raccolta dati, tracciabilità e rendicontazione.

Nonostante la complessità metodologica, l'analisi delle emissioni Scope 3 è essenziale per una valutazione olistica dell'impatto ambientale aziendale, in quanto consente di mappare in modo completo le esternalità ambientali associate alle attività del Gruppo. Nel 2022, per la prima volta, è stata effettuata una valutazione delle emissioni Scope 3 correlate alle attività di trasporto, con particolare riferimento alla logistica.

L'analisi ha incluso:

Logistica in entrata:
emissioni derivanti dal trasporto di materiali e forniture verso le nostre sedi operative

Logistica in uscita:
emissioni associate alla distribuzione di prodotti e merci verso i clienti finali

I risultati sono stati espressi in tonnellate di CO2 equivalente e sono stati integrati nel sistema di rendicontazione ambientale del Gruppo. Per ulteriori dettagli metodologici e quantitativi, si rimanda al capitolo dedicato all'Informativa GRI.

Come lo facciamo

La nostra strategia per la promozione dello sviluppo sostenibile, la tutela della biodiversità e la mitigazione dell'impatto ambientale si fonda su un principio guida imprescindibile: l'azione collettiva. Riteniamo che il raggiungimento di risultati concreti e duraturi richieda il coinvolgimento sinergico di tutti gli stakeholder – enti pubblici, istituzioni accademiche, partner industriali e cittadini – in un'ottica di cooperazione intersettoriale. In tale contesto, adottiamo un approccio partecipativo che prevede il coinvolgimento attivo degli stakeholder in tutte le fasi di progettazione, implementazione e monitoraggio delle nostre iniziative ambientali. La nostra visione di lungo periodo, orientata verso un futuro a basse emissioni di carbonio, si traduce in azioni operative nel breve termine, attraverso un'attenta valutazione degli impatti ambientali generati in termini di emissioni climalteranti, produzione di rifiuti, consumi energetici e utilizzo delle risorse naturali. La nostra struttura organizzativa, priva di impianti produttivi, consente di mantenere un profilo ambientale a basso impatto, con effetti trascurabili sulla gestione dei rifiuti, sui consumi idrici e sull'uso di energia elettrica. Questo risultato è frutto sia di scelte strategiche sia dell'impegno trasversale del Gruppo verso la sostenibilità. A partire dal 2020, abbiamo avviato un processo sistematico di mappatura dei consumi energetici e delle emissioni di gas serra, che ha portato all'adozione di misure mirate alla loro riduzione, alla sensibilizzazione del personale e alla compensazione delle emissioni residue. Tra le azioni implementate si annoverano la razionalizzazione degli orari di funzionamento degli impianti di climatizzazione e riscaldamento, nonché campagne di formazione e sensibilizzazione rivolte ai dipendenti.

Nei precedenti esercizi, abbiamo inoltre formalizzato un accordo con alcuni fornitori strategici per l'acquisizione annuale di dati relativi alle emissioni Scope 3, rafforzando il nostro impegno verso una rendicontazione ambientale sempre più accurata e trasparente. Siamo consapevoli che il percorso verso la neutralità climatica è complesso e di lungo periodo, ma restiamo determinati a proseguire con coerenza e responsabilità. L'impegno del Gruppo su questi temi si traduce nel percorso "Net Zero", intrapreso nel 2024, che ha visto come primo passo la realizzazione di una Carbon Footprint (CFO) relativa alle emissioni 2023 della Capogruppo Cellularline S.p.A. La prima CFO si è rilevata fondamentale al fine di intercettare le potenziali aree di miglioramento e di intervento sulle quali focalizzare l'attenzione. Inoltre, con riferimento a Cellularline S.p.A. è stata avviata una prima analisi LCA nel corso del 2025, per due categorie di prodotto, che dovrebbe concludersi a dicembre 2025 con l'ottenimento della certificazione ISO. La Road to Zero di Cellularline si pone come obiettivo ultimo la definizione di un Piano di Decarbonizzazione a medio-lungo periodo.

Benefici dell'Illuminazione LED

Completato nel 2023, il progetto di riqualificazione dell'impianto di illuminazione presso la sede centrale di Reggio Emilia ha previsto l'installazione di sistemi LED dimmerabili di ultima generazione. Nel 2024 l'intervento ha iniziato a generare i primi benefici concreti, con un risparmio energetico stimato in circa 63.800 kWh annui, contribuendo alla riduzione dell'impatto ambientale e al miglioramento del comfort visivo negli ambienti di lavoro. In parallelo, è proseguita l'ottimizzazione

delle fasce orarie di riscaldamento e condizionamento, per adeguare l'uso degli impianti alle reali esigenze operative, migliorando ulteriormente l'efficienza energetica degli edifici aziendali.

Iniziative Internazionali

Nel quadro del nostro impegno per la sostenibilità globale, il Gruppo ha rafforzato la propria adesione a iniziative internazionali di rilievo, promuovendo una visione integrata della responsabilità ambientale lungo tutta la catena del valore. In particolare, attraverso le proprie società, il Gruppo è membro di **Amfori**, organizzazione leader nel supportare le imprese nel miglioramento delle performance di sostenibilità, con un focus specifico su trasparenza, diritti umani e pratiche responsabili nei processi di approvvigionamento. Nel corso dell'anno, **SKROSS®**, marchio del Gruppo specializzato in soluzioni per la connettività in viaggio, ha avviato una partnership strategica con il Lufthansa Group, segnando un passo significativo verso la riduzione delle emissioni di carbonio generate dal trasporto aereo. In virtù di questo accordo, **SKROSS®** ha assunto il ruolo di "Corporate Program SAF Ambassador" per **Lufthansa Group**, impegnandosi a sostenere l'utilizzo di **2.000 kg di Sustainable Aviation Fuel (SAF)** nei sei mesi successivi all'avvio della collaborazione, attraverso un contributo economico dedicato. L'obiettivo dichiarato è quello di mantenere questo ruolo nel lungo periodo, consolidando un impegno continuativo verso forme di mobilità più sostenibili. Questa iniziativa si inserisce coerentemente nella strategia di sostenibilità di **SKROSS®**, che da anni collabora con la fondazione climatica svizzera "myclimate" e promuove soluzioni innovative per ridurre l'impatto ambientale del settore

dei viaggi. Come sottolineato da Christian Ernst, Co-CEO di **SKROSS®** e membro del team di sostenibilità, la partnership con Lufthansa rappresenta un'estensione naturale dell'identità aziendale, fortemente legata al mondo dei viaggi internazionali. L'adozione del SAF, in particolare, consente di affrontare in modo diretto le sfide ambientali del comparto aereo, contribuendo a una transizione concreta verso un modello di trasporto più responsabile. Anche Meinrad Berchtel, Head of Product Management e membro del team di sostenibilità di **SKROSS®**, ha evidenziato l'importanza dell'innovazione come leva strategica per la sostenibilità. L'investimento nel SAF viene interpretato non solo come un'azione di mitigazione ambientale, ma anche come un'opportunità per guidare il cambiamento nel settore dei viaggi, promuovendo soluzioni che possano garantire benefici ambientali duraturi. L'approccio adottato riflette una visione sistemica della sostenibilità, in cui innovazione, responsabilità e cooperazione internazionale diventano strumenti fondamentali per generare valore condiviso e duraturo.

Emissioni Compensate

Nel 2024, Cellularline ha compiuto un passo significativo nel proprio percorso di responsabilità ambientale, contribuendo attivamente alla compensazione delle emissioni di CO₂ attraverso il finanziamento di crediti di carbonio certificati. In collaborazione con Treedom Società Benefit, il Gruppo ha finanziato l'acquisto di 500 crediti di carbonio, equivalenti a 500 tonnellate di CO₂, destinati al sostegno del progetto internazionale "Improved Cooking Stoves", certificato secondo lo standard Gold Standard.

Il progetto, attivo nella provincia di Cabo Delgado, in Mozambico, promuove la distribuzione di fornelli da cucina ad alta efficienza energetica, in sostituzione dei tradizionali fuochi a tre pietre, ancora ampiamente utilizzati nelle comunità rurali. Questi sistemi tradizionali richiedono grandi quantità di legna o carbone, contribuendo in modo significativo alla deforestazione, al degrado del suolo e alle emissioni di gas serra. I nuovi fornelli efficienti, invece, permettono di cucinare la stessa quantità di cibo utilizzando meno combustibile, riducendo così l'impatto ambientale e migliorando le condizioni di vita delle famiglie locali.

Il progetto ha già distribuito oltre 9.000 fornelli e consente di evitare in media tra le 6.000 e le 9.000 tonnellate di CO₂ equivalente all'anno. Oltre ai benefici ambientali, l'iniziativa ha un forte impatto sociale, contribuendo allo sviluppo locale e all'empowerment femminile, poiché sono spesso le donne a occuparsi della raccolta della legna e della preparazione dei pasti.



8.3

AM
BIEN
TE.



Ambiente

Impegni futuri

Impegni futuri

Riduzione dei consumi di gas ed energia elettrica

La crisi del prezzo del gas ha evidenziato quello che da anni la lotta al cambiamento climatico ci suggeriva: il risparmio, l'efficienza e l'attenzione agli sprechi sono fondamentali per intraprendere un percorso sostenibile. Con questa consapevolezza, ci continueremo ad impegnare nel futuro per ridurre il consumo di gas attraverso una gestione più consapevole (es. come la riduzione delle fasce orarie di accensione) e al ricorso sempre maggiore di fonti di energia rinnovabile. Sono inoltre in fase di valutazione ulteriori analisi più approfondite finalizzate al monitoraggio e alla riduzione dei consumi.

Energia rinnovabile

Nei prossimi anni, ci impegneremo ad incrementare l'utilizzo di energia rinnovabile al fine di raggiungere la copertura al 100% del nostro fabbisogno energetico. Per la realizzazione dell'impegno, stiamo valutando il passaggio ad un nuovo fornitore di energia.

Compensazione emissioni Scope 3

Nel 2025 ci impegniamo a compensare 500 tonnellate di CO2 delle emissioni generate.

Analisi LCA

Condurremo l'analisi LCA degli impatti ambientali del processo di produzione di almeno una categoria di prodotto.

Net Zero Program

Proseguiremo il percorso intrapreso nel 2024 con l'obiettivo di definire un Piano di Decarbonizzazione a medio-lungo periodo.



8.4

AM
BIEN
TE.



Ambiente

Informativa
GRI

GRI Standard 302-1 - Consumi energetici all'interno dell'organizzazione¹

Consumo diretto di energia	U.M.	2024	2023	2022
Combustibili da fonti non rinnovabili				
Gas naturale	GJ	6.759	1.250	2.211
Benzina		552	579	677
Diesel		5.086	6.108	6.732
Totale		12.397	7.937	9.620

Lo scostamento rispetto agli esercizi precedenti per quanto concerne la voce gas naturale è derivante dal nuovo perimetro di rendicontazione che include la Società Peter Jackel.

Consumo diretto di energia	U.M.	2024	2023	2022
Combustibili da fonti rinnovabili (fotovoltaico, energia elettrica autoprodotta)				
Di cui consumata	GJ	457	405	193
Di cui restituita alla rete		252	205	82
Totale		709	610	275

Consumo indiretto di energia	U.M.	2024	2023	2022
Da fonti non rinnovabili		504	389	1.076
Certificate da fonti rinnovabili (es. Certificati di origine)	GJ	441	265	0
Energia elettrica acquistata totale		945	654	1.076

Consumo totale di energia (diretto e indiretto)	U.M.	2024	2023	2022
Energia totale consumata	GJ	13.799	8.996	10.889

¹ Al fine della comprensione del dato, sono da considerare le iniziative di riduzione dei consumi e il maggior ricorso all'energia rinnovabile tramite l'autoproduzione da pannelli fotovoltaici. Nel 2023 l'informazione non è disponibile per Cellular Swiss S.A e Subliros S.L. Coverlab S.r.l.; Per il calcolo dei consumi espressi in GJ sono stati utilizzati i fattori di conversione del DEFRA 2024, 2023 e 2022 (Department for Environment Food & Rural Affairs).

GRI Standard 305-1, 305-2, 305-3 – Emissioni totali²

	U.M.	2024	2023	2022
Gas naturale		344	70	112
Benzina	tCO2e	33	41	42
Diesel		336	455	449
Emissioni dirette Scope 1		713	566	603

Lo scostamento rispetto agli esercizi precedenti per quanto concerne la voce gas naturale è derivante dal nuovo perimetro di rendicontazione che include la Società Peter Jackel.

	U.M.	2024	2023	2022
Emissioni indirette Scope 2 (location based)	tCO2e	80	49	82
Emissioni indirette Scope 2 (market based)		64	49	137

Si specifica che per i valori del 2023 delle emissioni Scope 2 Location based è stato effettuato un restatement, passando da 29 a 49, dovuto ad un miglioramento nel processo di raccolta del dato.

	U.M.	2024	2023	2022
Emissioni indirette Scope 1 + Scope 2 (location based)	tCO2e	792	615	685
Emissioni indirette Scope 1 + Scope 2 (market based)		776	615	740

Lo scostamento rispetto all'esercizio 2023 deriva principalmente dall'aggiornamento del perimetro di rendicontazione per il 2024, che include la Società Peter Jackel.

	U.M.	2024	2023	2022
Upstream transportation and distribution (SCOPE 3)	tCO2e	2.680	2.147	2.263
Downstream transportation and distribution (SCOPE 3)		307	452	339
Emissioni indirette Scope 3		2.987	2.599	2.602

² Per il calcolo delle emissioni Scope 1 sono stati utilizzati i fattori di conversione DEFRA 2024, 2023 e 2022. Le emissioni Scope 2 – Market Based sono state calcolate secondo i fattori di conversione dell'European Residual Mixes 2023, mentre le emissioni Scope 2 – Location Based secondo i fattori forniti dal Rapporto ISPRA 2024; i dati relativi allo Scope 3 derivano da misurazioni dirette, ossia dai report dei principali fornitori di logistica in entrata e in uscita; pertanto, al fine del calcolo di questa categoria non sono state utilizzate stime

9.1

ANNEXES.

Annexes

Iniziative esterne, adesioni e associazioni

Iniziative esterne, adesioni e associazioni

Retail institute

Retail Institute Italy è l'Associazione punto di riferimento del Retail in Italia. La loro missione è promuovere e la cultura e la crescita del settore nella sua globalità, attraverso l'offerta di contenuti indispensabili e attività strategiche per essere aggiornati e competitivi in uno scenario di mercato sempre più complesso.

Le attività dell'istituto sono rivolte principalmente a:

- **Retailer & Brand Company**
- **Produttori di materiali per il punto vendita**
- **Agenzie di pubblicità e di promozione**
- **Enti di ricerca**
- **Aziende di servizi**
- **Realtà a diverso titolo coinvolte nel settore**

Retail Institute Italy è membro del board internazionale del NRF – National Retail Federation, la più grande Associazione del retail a livello mondiale; è partner di EHI – Retail Institute Germany, con cui lavora in sinergia per rafforzare la presenza a livello europeo e offrire ai propri soci benefici in termini di visione, condivisione di know-how, contatti strategici, scenari e trend di mercato.

Unindustria Reggio Emilia

Unindustria Reggio Emilia è l'Associazione che rappresenta quasi 1.000 aziende della provincia e oltre 48.000 dipendenti. Aderente al Sistema Confindustria, nasce 1° gennaio 2013, dalla fusione dell'Associazione Industriali della Provincia di Reggio Emilia e di PMI Reggio Emilia. Unindustria Reggio Emilia è il punto di riferimento per le imprese ed un elemento di propulsione e di stimolo per lo sviluppo del sistema territoriale reggiano. È impegnata nell'attività di rappresentanza delle aziende associate nei rapporti con le Istituzioni e le Amministrazioni economiche, politiche, sindacali, sociali e culturali

NOIAMOFUTURO® S.R.L.

e nei confronti dell'opinione pubblica. Si avvale di professionisti e collaboratori che offrono una rete integrata di servizi (consulenze sindacali e del lavoro, assistenza all'internazionalizzazione, al settore tributario-finanziario ed a tutto quanto riguarda l'ambito produttivo, tecnologico ed economico).

Noiamofuturo® s.r.l. nasce come società di comunicazione e di organizzazione grandi eventi.

Negli anni ha maturato un know-how, unico nel panorama nazionale, nell'ideazione e nello sviluppo di format rivolti in particolare ai giovani, per progetti ed eventi ad alto contenuto di partecipazione ed interattività. Sono stati sviluppati progetti di proprietà, con il supporto e l'adesione di Partner di alto livello (Istituzioni, Enti, Aziende). Festivaldeigiovani®, FabbricheAperte®, Latuaideadimpresa®, Noiamofuturo® e il SocialJournal, sono solo alcuni dei grandi progetti che hanno messo in rete oltre 60mila giovani su tutto il territorio nazionale. La Unità Organizzativa Orientamento e Job Placement dell'ateneo di Parma ha l'obiettivo di promuovere iniziative a favore di laureande/i e laureate/i per favorire lo sviluppo delle competenze di ricerca attiva del lavoro nonché per incrementare attività di collaborazione con imprese, associazioni ed enti, in un'ottica di collegamento diretto tra mondo della formazione universitaria e mondo del lavoro. Collaboriamo dal 2014 con il servizio di Orientamento e Job Placement, che in sinergia con i corsi di studio ed i 9 Dipartimenti, organizza una serie di interventi di orientamento che hanno lo scopo di guidare coloro che stanno per terminare o hanno già concluso un percorso di studi universitari verso il mondo del lavoro, favorendo il miglioramento delle soft skills e la conoscenza dei profili professionali e delle relative opportunità; promuove altresì eventi di contatto diretto con i recruiters, con lo scopo di accrescere la conoscenza delle job opportunities sul territorio.

HRC – HR Community

La più grande Community HR che riunisce le più importanti e prestigiose aziende nazionali e multinazionali, che attraverso il benchmarking, il problem solving, il networking, lo scambio di conoscenze e competenze su temi HR, grazie a strumenti di lavoro efficaci e flessibili, è in grado di rispondere alle necessità del nostro team HR, secondo modalità sia online che offline, local e global mettendo a disposizione dell'organizzazione contenuti formativi innovativi, orientati al miglioramento continuo.

UNIMORE Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia

L'Ufficio Stage & Placement del Dipartimento di Economia Marco Biagi, con cui collaboriamo dal 2014 partecipando agli incontri con le Imprese, promuove e gestisce l'offerta di tirocini formativi e di orientamento e di borse di studio in Italia e all'estero.

1% for the Planet

One Percent for the Planet è un'organizzazione internazionale i cui membri contribuiscono con almeno l'1% delle loro vendite annuali a cause ambientali. La loro missione è quella di "costruire e attivare un'alleanza di imprese impegnate finanziariamente nella creazione di un pianeta sano".

TEDx Reggio Emilia

TEDx è creato nello spirito della missione TED. Il programma è organizzato in modo da dare alle comunità locali, organizzazioni ed individui l'opportunità di stimolare il dialogo tramite le esperienze simili a TED, ma a livello locale e in modo indipendente. Tutti gli eventi TEDx operano sotto licenza concessa dal TED stesso. TEDx è uno spazio di discussione e connessione, crescita personale e professionale.

WebApp – Mobility connect

Cellularline ha introdotto WebApp – Mobility connect, dedicata al monitoraggio degli spostamenti dei dipendenti, attiva dal 2024. Questo strumento consente di raccogliere dati utili per il calcolo delle emissioni Scope 3 legate alla mobilità aziendale e permette l'erogazione di incentivi per comportamenti virtuosi, come l'utilizzo di mezzi di trasporto a basso impatto ambientale. La piattaforma rappresenta un'innovazione concreta nella gestione della mobilità interna, favorendo scelte consapevoli e contribuendo alla riduzione dell'impronta carbonica dell'azienda.

ANDEC (Associazione Nazionale Importatori e Produttori di Elettronica Civile)

ANDEC rappresenta, tutela e promuove tutte le attività relative al mercato di riferimento e contribuisce attivamente a migliorare i rapporti tra imprese e mercato. L'Associazione svolge un importante ruolo di rappresentanza presso le autorità, enti e istituzioni nazionali ed è un prezioso interlocutore per coloro che operano in questo settore.

Sustainability Makers

Sustainability Makers è l'associazione italiana dei professionisti e delle professioniste della sostenibilità, punto di riferimento nazionale per la promozione della cultura e delle competenze ESG. È partner del network globale del World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), contribuendo alla diffusione di pratiche sostenibili in linea con gli standard internazionali.

9.2

ANNEXES

Annexes

Tabella di raccordo temi materiali GRI

Tabella di raccordo temi materiali GRI

Di seguito si riporta il prospetto di correlazione tra gli indicatori previsti dai GRI Standards Sustainability Reporting Guidelines e le tematiche individuate come maggiormente rilevanti, le quali sono rendicontate all'interno del presente documento.

Temati materiali	Indicatori GRI	Riferimento al paragrafo o relativo documento
Anti-corruption and business ethics	205-3 Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	4.1 La Governance della Sostenibilità
Economic performance and creation of added value	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	4.1 La Governance della Sostenibilità; 4.2 La gestione fiscale; 4.4 Informativa GRI
Economic performance and creation of added value	207-1 Approccio alla fiscalità	4.1 La Governance della Sostenibilità; 4.2 La gestione fiscale; 4.4 Informativa GRI
Economic performance and creation of added value	207-2 Governance fiscale, controllo e gestione del rischio	4.1 La Governance della Sostenibilità; 4.2 La gestione fiscale; 4.4 Informativa GRI
Economic performance and creation of added value	207-3 Coinvolgimento degli stakeholder e gestione delle preoccupazioni in materia fiscale	4.1 La Governance della Sostenibilità; 4.2 La gestione fiscale; 4.4 Informativa GRI
Customer centricity	-	5.2 Customer centricity
Evolution of distribution channels	-	5.2 Customer centricity
Innovation and R&D	-	7.4 Ricerca e sviluppo e innovazione come strategia per uno sviluppo sostenibile
Product quality and safety	416-1 Valutazione degli impatti sulla salute per categorie di prodotto e servizi	7.2 Qualità e sicurezza dei prodotti; 7.7 Informativa GRI
Product quality and safety	416-2 Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi	7.2 Qualità e sicurezza dei prodotti; 7.7 Informativa GRI
Ethical Marketing	417-2 Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	7.3 Marketing responsabile e sostenibile
Ethical Marketing	417-3 Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing	7.3 Marketing responsabile e sostenibile
Climate change & Energy efficiency	302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione	8.2 Monitoraggio delle performance ambientali; 8.4 Informativa GRI
Climate change & Energy efficiency	302-2 Energia consumata al di fuori dell'organizzazione	8.2 Monitoraggio delle performance ambientali; 8.4 Informativa GRI
Climate change & Energy efficiency	305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	8.2 Monitoraggio delle performance ambientali; 8.4 Informativa GRI
Climate change & Energy efficiency	305-2 Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	8.2 Monitoraggio delle performance ambientali; 8.4 Informativa GRI
Climate change & Energy efficiency	305-3 Altre emissioni indirette di GHG (Scope 3)	8.2 Monitoraggio delle performance ambientali; 8.4 Informativa GRI

Temati materiali	Indicatori GRI	Riferimento al paragrafo o relativo documento
Environmental impact of products	301-1 Materiali utilizzati per peso o volume	7.4 Ricerca e sviluppo e innovazione come strategia per uno sviluppo sostenibile; 7.7 Informativa GRI
Environmental impact of products	301-2 Materiali utilizzati che provengono da riciclo	7.4 Ricerca e sviluppo e innovazione come strategia per uno sviluppo sostenibile; 7.7 Informativa GRI
Diversity, Equity & Inclusion	405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	6.2 Diversity, Equity & Inclusion; 6.8 Informativa GRI
Diversity, Equity & Inclusion	405-2 Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	6.2 Diversity, Equity & Inclusion; 6.8 Informativa GRI
People care & employee development	401-1 Nuove assunzioni e turnover	6.3 Sviluppo e valorizzazione delle Persone; 6.4 People Care; 6.8 Informativa GRI
People care & employee development	401-2 Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno, ma non per i dipendenti part time o con contratto a tempo determinato	6.3 Sviluppo e valorizzazione delle Persone; 6.4 People Care; 6.8 Informativa GRI
People care & employee development	401-3 Congedo parentale	6.3 Sviluppo e valorizzazione delle Persone; 6.4 People Care; 6.8 Informativa GRI
People care & employee development	404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente	6.3 Sviluppo e valorizzazione delle Persone; 6.4 People Care; 6.8 Informativa GRI
People care & employee development	404-3 Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale	6.3 Sviluppo e valorizzazione delle Persone; 6.4 People Care; 6.8 Informativa GRI
Employee Health & Safety	403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	6.5 Salute e Sicurezza sul lavoro; 6.8 Informativa GRI
Employee Health & Safety	403-2 Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	6.5 Salute e Sicurezza sul lavoro; 6.8 Informativa GRI
Employee Health & Safety	403-3 Servizi di medicina del lavoro	6.5 Salute e Sicurezza sul lavoro; 6.8 Informativa GRI
Employee Health & Safety	403-4 Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	6.5 Salute e Sicurezza sul lavoro; 6.8 Informativa GRI
Employee Health & Safety	403-5 Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	6.5 Salute e Sicurezza sul lavoro; 6.8 Informativa GRI
Employee Health & Safety	403-6 Promozione della salute dei lavoratori	6.5 Salute e Sicurezza sul lavoro; 6.8 Informativa GRI
Employee Health & Safety	403-7 Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	6.5 Salute e Sicurezza sul lavoro; 6.8 Informativa GRI
Employee Health & Safety	403-9 Infortuni sul lavoro	6.5 Salute e Sicurezza sul lavoro; 6.8 Informativa GRI
Privacy and cyber security	418-1 Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	6.4 People Care
Respect for human rights	-	7.5 La gestione dei fornitori
Sustainable supply chain	204-1 Proporzioni di spesa verso fornitori locali	7.5 La gestione dei fornitori; 7.7 Informativa GRI
Social initiatives	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	6.6 Sostegno alla comunità; 4.4 Informativa GRI

9.3

ANNEXES

Annexes

Indice dei contenuti GRI

Indice dei contenuti GRI

Dichiarazione d'uso

Cellularline Group ha rendicontato in conformità con i GRI Standard per il periodo 1.01.2024

- 31.12.2024

Standard

GRI 1: Foundation 2021

GENERAL DISCLOSURES

GRI standard / other source	Disclosure	Location	Omission			GRI sector standard ref. no
			Requirement(s)	Omitted reason	Explanation	
GRI 2: General Disclosures 2021	2-1 Dettagli organizzativi	2.2 Dati societari, Composizione del Gruppo, Organo Amministrativo, Informativa azionisti (pagg. 17-24)				
GRI 2: General Disclosures 2021	2-2 Entità incluse nel report di sostenibilità dell'organizzazione	1.2 Metodologie e criteri per la redazione del Bilancio (pagg. 9-12)				
GRI 2: General Disclosures 2021	2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e canale di contatto	1.2 Metodologie e criteri per la redazione del Bilancio (pagg. 9-12)				
GRI 2: General Disclosures 2021	2-4 Revisione di informazioni	1.2 Metodologie e criteri per la redazione del Bilancio (pagg. 9-12)				
GRI 2: General Disclosures 2021	2-5 Assurance esterna	Relazione KPMG				
GRI 2: General Disclosures 2021	2-6 Attività, catena del valore e altre relazioni commerciali	3.5 Modello di business (pagg. 61-64)				
GRI 2: General Disclosures 2021	2-7 Dipendenti	6.8 People & Community - Informativa GRI (pagg. 155-164)				
GRI 2: General Disclosures 2021	2-8 Lavoratori che non sono dipendenti	6.8 People & Community - Informativa GRI (pagg. 155-164)				
GRI 2: General Disclosures 2021	2-9 Struttura e composizione della governance	4.1 La Governance della Sostenibilità (pagg. 65-76) 4.4 Governance - Informativa GRI (pagg. 85-88)				
GRI 2: General Disclosures 2021	2-10 Nomina e selezione del massimo organo di governo	4.1 La Governance della Sostenibilità (pagg. 65-76) I membri del CdA sono nominati, sulla base della competenza e delle conoscenze professionali				
GRI 2: General Disclosures 2021	2-11 Presidente del più alto organo di governo	Il Presidente del Consiglio di Amministrazione non è un alto dirigente dell'organizzazione				
GRI 2: General Disclosures 2021	2-12 Ruolo del massimo organo di governo nella supervisione della gestione degli impatti	Condivisione con il CdA dei punti principali e obiettivi in tema di sostenibilità al fine di indirizzare gli impegni del gruppo.				
GRI 2: General Disclosures 2021	2-13 Delega di responsabilità per la gestione degli impatti	Non esiste una delega di responsabilità formale in tema di gestione degli impatti.				
GRI 2: General Disclosures 2021	2-14 Ruolo del più alto organo di governo nel reporting di sostenibilità	Il Consiglio di Amministrazione non è responsabile della revisione e dell'approvazione delle informazioni riportate all'interno del Reporting di Sostenibilità, esso viene approvato e revisionato dal Chief Executive Officer.				
GRI 2: General Disclosures 2021	2-15 Conflitti di interesse	4.1 La Governance della Sostenibilità (pagg. 65-76) Prima dell'apertura delle riunioni consigliari viene data informativa sulle situazioni inerenti ai conflitti d'interesse in relazione alle materie dell'ordine del giorno. Il Gruppo anche in ragione della normativa applicabile ha istituito il Comitato Operazioni con Parti Correlate ed una funzione di Affari legali e societari. In caso di sussistenza del conflitto d'interesse ne è stata data disclosure agli stakeholders rilevanti. Per maggiori dettagli si rimanda al Codice Etico di Gruppo.				
GRI 2: General Disclosures 2021	2-16 Comunicazione di preoccupazioni critiche	Non sono pervenute segnalazione e comunicazioni di preoccupazioni critiche nel corso dell'esercizio.				

GRI standard / other source	Disclosure	Location	Omission			GRI sector standard ref. no
			Requirement(s)	Omitted reason	Explanation	
GRI 2: General Disclosures 2021	2-17 Conoscenza collettiva del massimo organo di governo	Il Gruppo ha presentato in CdA l'ESG Report e ha svolto un'attività di induction rivolta al CdA in materia di sviluppo sostenibile. 4.3 Governance - Impegni futuri (pagg. 81-84)				
GRI 2: General Disclosures 2021	2-18 Valutazione delle prestazioni del massimo organo di governo	Il Regolamento del Consiglio di Amministrazione prevede che il Consiglio di Amministrazione effettui con cadenza triennale, in vista del rinnovo dell'organo di amministrazione, una valutazione sulla dimensione, sulla composizione e sul concreto funzionamento del Consiglio stesso e dei suoi Comitati, considerando anche il ruolo che esso ha svolto nella definizione delle strategie e nel monitoraggio dell'andamento della gestione e dell'adeguatezza del sistema di controllo interno e di gestione dei rischi, ed esprimendo orientamenti sulla composizione del Consiglio ritenuta ottimale. Per maggiori dettagli si rimanda alla relazione sul governo societario e sugli assetti proprietari.	Requirement a), b) e c)	Informazione non disponibile	Attualmente non è in essere un processo per la valutazione delle performance del CdA sugli aspetti ESG	
GRI 2: General Disclosures 2021	2-19 Politiche di remunerazione	4.1 La Governance della Sostenibilità (pagg. 65-76)				
GRI 2: General Disclosures 2021	2-20 Processo per determinare la remunerazione	4.1 La Governance della Sostenibilità (pagg. 65-76)				
GRI 2: General Disclosures 2021	2-21 Rapporto annuale di compensazione totale	6.8 People & Community - Informativa GRI (pagg. 155-164)				
GRI 2: General Disclosures 2021	2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	1.1 Lettera ai nostri stakeholder (pagg. 6-8)				
GRI 2: General Disclosures 2021	2-23 Commitment	7.5 La gestione dei fornitori (pagg. 195-202) 7.6 Prodotto & Packaging - Impegni futuri (pagg. 203-206)				
GRI 2: General Disclosures 2021	2-24 Incorporare degli impegni	4.1 La Governance della Sostenibilità (pagg. 65-76) 4.3 Governance - Impegni futuri (pagg. 81-84) 6.2 Diversity, Equity & Inclusion (pagg. 113-118) 6.7 People & Community - Impegni futuri (pagg. 151-154) 7.5 La gestione dei fornitori (pagg. 195-202) 7.6 Prodotto & Packaging Impegni futuri (pagg. 203-206)				
GRI 2: General Disclosures 2021	2-25 Processi per rimediare agli impatti negativi	6.2 Diversity, Equity & Inclusion (pagg. 113-118) 6.4 People Care (pagg. 127-136) 6.5 Salute e Sicurezza sul lavoro (pagg. 137-142) 6.6 Sostegno alla comunità (pagg. 143-150) 7.5 La gestione dei fornitori (pagg. 195-202) 8.2 Monitoraggio delle performance ambientali (pagg. 215-226)				
GRI 2: General Disclosures 2021	2-26 Meccanismi per chiedere consigli e sollevare preoccupazioni	4.1 La Governance della Sostenibilità (pagg. 65-76)				
GRI 2: General Disclosures 2021	2-27 Conformità con le leggi e i regolamenti	Non si segnalano casi di non conformità a leggi e regolamenti per il FY 2024				
GRI 2: General Disclosures 2021	2-28 Associazioni	9.1 Iniziative esterne, adesioni e associazioni (pagg. 235-240)				
GRI 2: General Disclosures 2021	2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	3.4 Mappatura e coinvolgimento degli stakeholder (pagg. 57-60)				
GRI 2: General Disclosures 2021	2-30 Contratti collettivi	100% dei dipendenti coperti da accordi collettivi di contrattazione per le Società italiane del Gruppo				
GRI 3: Material Topics 2021	3-1 Processo per determinare gli argomenti materiali	3.3 Le nostre priorità e i nostri temi materiali (pagg. 45-56)				
GRI 3: Material Topics 2021	3-2 Elenco degli argomenti materiali	3.3 Le nostre priorità e i nostri temi materiali (pagg. 45-56)				

MATERIAL TOPIC – ANTI CORRUPTION AND BUSINESS ETHICS

GRI standard / other source	Disclosure	Location	Omission			GRI sector standard ref. no
			Requirement(s)	Omitted reason	Explanation	
GENERAL DISCLOSURES						
GRI 3 – Material Topics 2021	3-3 Gestione degli argomenti materiali	4.1 La Governance della Sostenibilità (pagg. 65-76)				
	205-3 Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	4.1 La Governance della Sostenibilità (pagg. 65-76) Nel corso del 2024 non si sono verificati episodi di corruzione.				

MATERIAL TOPIC – ECONOMIC PERFORMANCE AND CREATION OF ADDED VALUE

GRI standard / other source	Disclosure	Location	Omission			GRI sector standard ref. no
			Requirement(s)	Omitted reason	Explanation	
GRI 3 – Material Topics 2021	3-3 Gestione degli argomenti materiali	3-3 Gestione degli argomenti materiali 4.1 La Governance della Sostenibilità (pagg. 65-76) 4.2 La gestione fiscale (pagg. 77-80) 4.3 Governance - Impegni futuri (pagg. 81-84) 4.4 Governance - Informativa GRI (pagg. 85-88)				
	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	4.1 La Governance della Sostenibilità (pagg. 65-76) 4.2 La gestione fiscale (pagg. 77-80) 4.4 Governance - Informativa GRI (pagg. 85-88)				
	207-1 Approccio alla fiscalità	4.2 La gestione fiscale (pagg. 77-80) 4.4 Governance - Informativa GRI (pagg. 85-88)				
	207-2 Governance fiscale, controllo e gestione del rischio	4.2 La gestione fiscale (pagg. 77-80) 4.4 Governance - Informativa GRI (pagg. 85-88)				
	207-3 Coinvolgimento degli stakeholder e gestione delle preoccupazioni in materia fiscale	4.2 La gestione fiscale (pagg. 77-80)				

MATERIAL TOPIC – PRODUCT QUALITY AND SAFETY

GRI standard / other source	Disclosure	Location	Omission			GRI sector standard ref. no
			Requirement(s)	Omitted reason	Explanation	
GRI 3 – Material Topics 2021	3-3 Gestione degli argomenti materiali	7.2 Qualità e sicurezza dei prodotti (pagg. 169-176)				
	416-1 Valutazione degli impatti sulla salute e sulla sicurezza per categorie di prodotto e servizi	7.2 Qualità e sicurezza dei prodotti (pagg. 169-176)				
	416-2 Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi	7.2 Qualità e sicurezza dei prodotti (pagg. 169-176) 7.7 Prodotto & Packaging - Informativa GRI (pagg. 207-210)				

MATERIAL TOPIC – SUSTAINABLE SUPPLY CHAIN

GRI standard / other source	Disclosure	Location	Omission			GRI sector standard ref. no
			Requirement(s)	Omitted reason	Explanation	
GRI 3 – Material Topics 2021	3-3 Gestione degli argomenti materiali	7.5 La gestione dei fornitori (pagg. 195-202)				
	204-1 Proporzione di spesa verso fornitori locali	7.5 La gestione dei fornitori (pagg. 195-202) 7.7 Prodotto & Packaging - Informativa GRI (pagg. 207-210)				

MATERIAL TOPIC – PRIVACY E CYBERSECURITY

GRI standard / other source	Disclosure	Location	Omission			GRI sector standard ref. no
			Requirement(s)	Omitted reason	Explanation	
GRI 3 – Material Topics 2021	3-3 Gestione degli argomenti materiali	6.4 People Care (pagg. 127-136)				
	418-1 Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	6.4 People Care (pagg. 127-136)				

MATERIAL TOPIC – INNOVATION E R&D

GRI standard / other source	Disclosure	Location	Omission			GRI sector standard ref. no
			Requirement(s)	Omitted reason	Explanation	
GRI 3 – Material Topics 2021	3-3 Gestione degli argomenti materiali	7.4 Ricerca e sviluppo e innovazione come strategia per uno sviluppo sostenibile (pagg. 185-194)				

MATERIAL TOPIC – CUSTOMER CENTRICITY

GRI standard / other source	Disclosure	Location	Omission			GRI sector standard ref. no
			Requirement(s)	Omitted reason	Explanation	
GRI 3 – Material Topics 2021	3-3 Gestione degli argomenti materiali	5.2 Customer centricity (pagg. 93-104) 5.3 Customer & Users – Impegni futuri (pagg. 105-108)				

MATERIAL TOPIC – ETHICAL MARKETING

GRI standard / other source	Disclosure	Location	Omission			GRI sector standard ref. no
			Requirement(s)	Omitted reason	Explanation	
GRI 3 – Material Topics 2021	3-3 Gestione degli argomenti materiali	7.3 Marketing responsabile e sostenibile (pagg. 177-184)				
	417-2 Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	Si registrano cinque casi di non conformità con le normative in materia di informazione ed etichettatura dei prodotti che hanno comportato un avviso.				
	417-3 Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing	Non si sono verificati episodi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing				

MATERIAL TOPIC – EVOLUTION OF DISTRIBUTION CHANNELS

GRI standard / other source	Disclosure	Location	Omission			GRI sector standard ref. no
			Requirement(s)	Omitted reason	Explanation	
GRI 3 – Material Topics 2021	3-3 Gestione degli argomenti materiali	5.2 Customer centricity (pagg. 93-104) 5.3 Customer & Users – Impegni futuri (pagg. 105-108)				

MATERIAL TOPIC – EMPLOYEE HEALTH AND SAFETY

GRI standard / other source	Disclosure	Location	Omission			GRI sector standard ref. no
			Requirement(s)	Omitted reason	Explanation	
GRI 3 – Material Topics 2021	3-3 Gestione degli argomenti materiali	6.5 Salute e Sicurezza sul lavoro (pagg.137-142) 6.8 People & Community - Informativa GRI (pagg.155-164)				
	403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	6.5 Salute e Sicurezza sul lavoro (pagg.137-142) 6.8 People & Community - Informativa GRI (pagg.155-164)				
	403-2 Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	6.5 Salute e Sicurezza sul lavoro (pagg.137-142) 6.8 People & Community - Informativa GRI (pagg.155-164)				
	403-3 Servizi di medicina del lavoro	6.5 Salute e Sicurezza sul lavoro (pagg.137-142) 6.8 People & Community - Informativa GRI (pagg.155-164)				
	403-4 Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	6.5 Salute e Sicurezza sul lavoro (pagg.137-142) 6.8 People & Community - Informativa GRI (pagg.155-164)				
	403-5 Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	6.5 Salute e Sicurezza sul lavoro (pagg.137-142) 6.8 People & Community - Informativa GRI (pagg.155-164)				
	403-6 Promozione della salute dei lavoratori	6.5 Salute e Sicurezza sul lavoro (pagg.137-142) 6.8 People & Community - Informativa GRI (pagg.155-164)				
	403-7 Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	6.5 Salute e Sicurezza sul lavoro (pagg.137-142) 6.8 People & Community - Informativa GRI (pagg.155-164)				
	403-9 Infortuni sul lavoro	6.5 Salute e Sicurezza sul lavoro (pagg.137-142) 6.8 People & Community - Informativa GRI (pagg.155-164)				
	403-10 Malattie professionali	6.5 Salute e Sicurezza sul lavoro (pagg.137-142) 6.8 People & Community - Informativa GRI (pagg.155-164)				

MATERIAL TOPIC – PEOPLE CARE & EMPLOYEE DEVELOPMENT

GRI standard / other source	Disclosure	Location	Omission			GRI sector standard ref. no
			Requirement(s)	Omitted reason	Explanation	
GRI 3 – Material Topics 2021	3-3 Gestione degli argomenti materiali	6.3 Sviluppo e valorizzazione delle Persone (pagg. 119-126) 6.4 People Care (pagg. 127-136) 6.8 People & Community - Informativa GRI (pagg.155-164)				
	401-1 Nuove assunzioni e turnover	6.3 Sviluppo e valorizzazione delle Persone (pagg. 119-126) 6.4 People Care (pagg. 127-136) 6.8 People & Community - Informativa GRI (pagg.155-164)				

GRI standard / other source	Disclosure	Location	Omission			GRI sector standard ref. no
			Requirement(s)	Omitted reason	Explanation	
	401-2 Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno, ma non per i dipendenti part-time o con contratto a tempo determinato	6.3 Sviluppo e valorizzazione delle Persone (pagg. 119-126) 6.4 People Care (pagg. 127-136) 6.8 People & Community - Informativa GRI (pagg.155-164)				
	401-3 Congedo parentale	6.3 Sviluppo e valorizzazione delle Persone (pagg. 119-126) 6.4 People Care (pagg. 127-136) 6.8 People & Community - Informativa GRI (pagg.155-164)				
	404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente	6.3 Sviluppo e valorizzazione delle Persone (pagg. 119-126) 6.4 People Care (pagg. 127-136) 6.8 People & Community - Informativa GRI (pagg.155-164)				
	404-3 Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale	6.3 Sviluppo e valorizzazione delle Persone (pagg. 119-126) 6.4 People Care (pagg. 127-136) 6.8 People & Community - Informativa GRI (pagg.155-164)				

MATERIAL TOPIC – DIVERSITY, EQUITY & INCLUSION

GRI standard / other source	Disclosure	Location	Omission			GRI sector standard ref. no
			Requirement(s)	Omitted reason	Explanation	
GRI 3 – Material Topics 2021	3-3 Gestione degli argomenti materiali	4.1 La Governance della Sostenibilità (pagg. 65-76) 4.4 Governance - Informativa GRI (pagg. 85-88) 6.2 Diversity, Equity & Inclusion (pagg. 113-118) 6.8 People & Community - Informativa GRI (pagg.155-164)				
	405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	4.1 La Governance della Sostenibilità (pagg. 65-76) 4.4 Governance - Informativa GRI (pagg. 85-88) 6.2 Diversity, Equity & Inclusion (pagg. 113-118) 6.8 People & Community - Informativa GRI (pagg.155-164)				
	405-2 Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	6.2 Diversity, Equity & Inclusion (pagg. 113-118) 6.8 People & Community - Informativa GRI (pagg.155-164)				

MATERIAL TOPIC – RESPECT FOR HUMAN RIGHTS

GRI standard / other source	Disclosure	Location	Omission			GRI sector standard ref. no
			Requirement(s)	Omitted reason	Explanation	
GRI 3 – Material Topics 2021	3-3 Gestione degli argomenti materiali	6.2 Diversity, Equity & Inclusion (pagg. 113-118) 7.5 La gestione dei fornitori (pagg. 203-206)				

MATERIAL TOPIC – SOCIAL INITIATIVES

GRI standard / other source	Disclosure	Location	Omission			GRI sector standard ref. no
			Requirement(s)	Omitted reason	Explanation	
GRI 3 – Material Topics 2021	3-3 Gestione degli argomenti materiali	6.6 Sostegno alla comunità (pagg. 143-150) 6.8 People & Community - Informativa GRI (pagg.155-164) 9.1 Iniziative esterne, adesioni e associazioni (agg. 235-240)				
	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	6.6 Sostegno alla comunità (pagg. 143-150) 6.8 People & Community - Informativa GRI (pagg.155-164)				

MATERIAL TOPIC – CLIMATE CHANGE & ENERGY EFFICIENCY

GRI standard / other source	Disclosure	Location	Omission			GRI sector standard ref. no
			Requirement(s)	Omitted reason	Explanation	
GRI 3 – Material Topics 2021	3-3 Gestione degli argomenti materiali	8.2 Monitoraggio delle performance ambientali (pagg. 215-226) 8.3 Impegni futuri (pagg.227 – 230) 8.4 Ambiente - Informativa GRI (pagg. 231-234)				
	302-1 Consumo di energia all'interno dell'organizzazione	8.2 Monitoraggio delle performance ambientali (pagg. 215-226) 8.4 Ambiente - Informativa GRI (pagg. 231-234)				
	305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	8.2 Monitoraggio delle performance ambientali (pagg. 215-226) 8.4 Ambiente - Informativa GRI (pagg. 231-234)				
	305-2 Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	8.2 Monitoraggio delle performance ambientali (pagg. 215-226) 8.4 Ambiente - Informativa GRI (pagg. 231-234)				
	305-3 Altre emissioni indirette di GHG (Scope 3)	8.2 Monitoraggio delle performance ambientali (pagg. 215-226) 8.4 Ambiente - Informativa GRI (pagg. 231-234)				

MATERIAL TOPIC – ENVIRONMENTAL IMPACT OF PRODUCTS

GRI standard / other source	Disclosure	Location	Omission			GRI sector standard ref. no
			Requirement(s)	Omitted reason	Explanation	
GRI 3 – Material Topics 2021	3-3 Gestione degli argomenti materiali	7.4 Ricerca e sviluppo e innovazione come strategia per uno sviluppo sostenibile (pagg. 185-194) 7.7 Prodotto & Packaging - Informativa GRI (pagg. 207-210)				
	301-1 Materiali utilizzati per peso o volume	7.4 Ricerca e sviluppo e innovazione come strategia per uno sviluppo sostenibile (pagg. 185-194) 7.7 Prodotto & Packaging - Informativa GRI (pagg. 207-210)				
	301-2 Materiali utilizzati che provengono da riciclo	7.4 Ricerca e sviluppo e innovazione come strategia per uno sviluppo sostenibile (pagg. 185-194) 7.7 Prodotto & Packaging - Informativa GRI (pagg. 207-210)				



KPMG S.p.A.
Revisione e organizzazione contabile
Viale Giovanni Falcone, 30/A
43121 PARMA PR
Telefono +39 0521 236211
Email it-fmauditaly@kpmg.it
PEC kpmgspa@pec.kpmg.it

Relazione della società di revisione indipendente sull'ESG Report

Al Consiglio di Amministrazione della
Cellularline S.p.A.

Siamo stati incaricati di effettuare l'esame limitato ("*limited assurance engagement*") dell'ESG Report del Gruppo Cellularline (di seguito anche "il Gruppo") relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2024.

Responsabilità degli Amministratori per l'ESG Report

Gli Amministratori della Cellularline S.p.A. (nel seguito anche la "Capogruppo") sono responsabili per la redazione dell'ESG Report in conformità ai "*Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards*" definiti dal GRI - *Global Reporting Initiative* ("GRI Standards").

Gli Amministratori sono altresì responsabili per quella parte del controllo interno da essi ritenuta necessaria al fine di consentire la redazione di un ESG Report che non contenga errori significativi dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali.

Gli Amministratori sono inoltre responsabili per la definizione degli obiettivi del Gruppo Cellularline in relazione alla *performance* di sostenibilità, nonché per l'identificazione degli *stakeholder* e degli aspetti significativi da rendicontare.

Indipendenza della società di revisione e gestione della qualità

Siamo indipendenti in conformità ai principi in materia di etica e di indipendenza dell'*International Code of Ethics for Professional Accountants (including International Independence Standards) (IESBA Code)* emesso dall'*International Ethics Standards Board for Accountants*, basato su principi fondamentali di integrità, obiettività, competenza e diligenza professionale, riservatezza e comportamento professionale.

La nostra società di revisione applica il Principio Internazionale sulla Gestione della Qualità (ISQM Italia 1) in base al quale è tenuta a configurare, mettere in atto e rendere operativo un sistema di gestione della qualità che includa direttive o procedure sulla conformità ai principi etici, ai principi professionali e alle disposizioni di legge e regolamentari applicabili.



Gruppo Cellularline

Relazione della società di revisione

31 dicembre 2024

Responsabilità della società di revisione

E' nostra la responsabilità di esprimere, sulla base delle procedure svolte, una conclusione circa la conformità dell'ESG Report rispetto a quanto richiesto dai GRI *Standards*. Il nostro lavoro è stato svolto secondo quanto previsto dal principio "*International Standard on Assurance Engagements ISAE 3000 (Revised) - Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information*" (di seguito anche "*ISAE 3000 Revised*"), emanato dall'*International Auditing and Assurance Standards Board* (IAASB) per gli incarichi di *limited assurance*. Tale principio richiede la pianificazione e lo svolgimento di procedure al fine di acquisire un livello di sicurezza limitato che l'ESG Report non contenga errori significativi.

Pertanto, il nostro esame ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quella necessaria per lo svolgimento di un esame completo secondo l'*ISAE 3000 Revised* ("*reasonable assurance engagement*") e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di tale esame.

Le procedure svolte sull'ESG Report si sono basate sul nostro giudizio professionale e hanno compreso colloqui, prevalentemente con il personale della Capogruppo responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nell'ESG Report, nonché analisi di documenti, ricalcoli e altre procedure volte all'acquisizione di evidenze ritenute utili.

In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:

- 1 analisi del processo di definizione dei temi rilevanti rendicontati nell'ESG Report, con riferimento alle modalità di analisi e comprensione del contesto di riferimento, identificazione, valutazione e prioritizzazione degli impatti effettivi e potenziali e alla validazione interna delle risultanze del processo;
- 2 comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario riportati nel paragrafo "Governance" dell'ESG Report e i dati e le informazioni incluse nel bilancio consolidato del Gruppo;
- 3 comprensione dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione delle informazioni qualitative e quantitative significative incluse nell'ESG Report.

In particolare, abbiamo svolto interviste e discussioni con il personale della Direzione di Cellularline S.p.A. e abbiamo svolto limitate verifiche documentali, al fine di raccogliere informazioni circa i processi e le procedure che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni di carattere non finanziario alla funzione responsabile della predisposizione dell'ESG Report.

Inoltre, per le informazioni significative, tenuto conto delle attività e delle caratteristiche del Gruppo, a livello di Capogruppo e delle società controllate Cellular Spain S.L.U., Systema S.r.l., Worldconnect AG, Coverlab S.r.l. e Peter Jäckel GmbH:

- a) con riferimento alle informazioni qualitative, abbiamo effettuato interviste e acquisito documentazione di supporto per verificarne la coerenza con le evidenze disponibili;
- b) con riferimento alle informazioni quantitative, abbiamo svolto sia procedure analitiche che limitate verifiche per accertare su base campionaria la corretta aggregazione dei dati.



Gruppo Cellularline

Relazione della società di revisione

31 dicembre 2024

Conclusioni

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che l'ESG Report del Gruppo Cellularline relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2024 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dai GRI *Standards*.

Parma, 30 luglio 2025

KPMG S.p.A.

A handwritten signature in blue ink that reads 'Federico Superchi'. The signature is written in a cursive, flowing style.

Federico Superchi
Socio



[CELLULARLINEGROUP]

Cellularline S.p.A.
Via Grigoris Lambrakis 1/A 42122 Reggio Emilia (RE) – Italia