

[CELLULARLINEGROUP]

ESG REPORT

2023

Our commitment for a
sustainable Future

INDICE

1. Introduzione 4

- 1.1 Lettera ai nostri stakeholder 7

2. Chi siamo 10

- 2.1 Highlights Cellularline Group 13
2.2 Dati societari, Composizione del Gruppo, Organo Amministrativo, Informativa azionisti 17
2.3 La nostra Storia 25

3. La nostra strategia 28

- 3.1 Purpose, Vision, Mission e Values 31
3.2 Le nostre priorità e i nostri temi materiali 39
3.3 Mappatura e coinvolgimento degli stakeholder 49
3.4 Modello di Business 53

4. Nota metodologica 56

- 4.1 Il nostro approccio e indicazioni sulla lettura del report 2023 59

5. Governance 62

- 5.1 La Governance della Sostenibilità 65
5.2 La gestione fiscale 77
5.3 Impegni futuri 81
5.4 Informativa GRI 85

6. Customer&Users 88

- 6.1 Customer Centricity 92
6.2 Impegni futuri 105

7. People&Community 108

- 7.1 Equality & Inclusion 113
7.2 Sviluppo e valorizzazione delle Persone 119
7.3 People Care 127
7.4 Salute e Sicurezza sul Lavoro 137
7.5 Sostegno alla comunità 143
7.6 Impegni futuri 149
7.7 Informativa GRI 153

8. Prodotto&Packaging 162

- 8.1 Qualità e sicurezza dei prodotti 167
8.2 Marketing responsabile e sostenibile 173
8.3 Ricerca, sviluppo e innovazione come strategia per uno sviluppo sostenibile 179
8.4 La gestione dei fornitori 189
8.5 Impegni futuri 197
8.6 Informativa GRI 201

9. Ambiente 204

- 9.1 Monitoraggio delle performance ambientali 209
9.2 Impegni futuri 221
9.3 Informativa GRI 225

10. Annexes 228

[CELLULARLINEGROUP]

INTRO DUZIO NE

1.

INTRO DUZIO NE

Introduzione

Lettera ai nostri stakeholder

Lettera ai nostri stakeholder

Siamo lieti di presentare il nostro quarto ESG Report, che documenta i risultati ottenuti dal Gruppo Cellularline nell'ambito Ambientale, Sociale e di Governance (ESG) nell'ultimo anno. È un impegno ma anche un grande privilegio per noi portare avanti questo progetto centrale per il futuro di questa azienda, mantenendo intatta la sua identità radicata nella cultura locale, con uno sguardo aperto al mondo e una profonda passione per il nostro lavoro.

In un contesto macroeconomico particolarmente impegnativo, i progressi compiuti e l'impegno dimostrato dal Gruppo nel fronteggiare le sfide dei cambiamenti climatici e delle crescenti disuguaglianze economiche e sociali assumono un significato rilevante.

In questo periodo storico complesso, abbiamo acquisito una maggiore consapevolezza del nostro potenziale contributo alla comunità e all'ambiente. Pertanto, il nostro Gruppo si impegna a giocare un ruolo in primo piano nella ripresa sociale, ambientale ed economica, mettendo in gioco le nostre competenze e risorse non a esclusivo vantaggio proprio, ma per il beneficio di tutti gli stakeholder, della società e dell'ambiente.

Il nostro purpose, la nostra ragion d'essere, è chiaro: Youmanizing the devices' experience. Questa scelta sottolinea il nostro DNA e abbraccia lo sviluppo sostenibile, mettendo sempre al centro le persone. Infatti, concentriamo la nostra innovazione affinché l'esperienza che le persone hanno con la tecnologia nella vita di tutti i giorni migliori. È proprio da questa volontà che nascono il nostro modo di fare business, il nostro manifesto e le nostre scelte strategiche.

Nel corso del 2020 abbiamo intrapreso un percorso che ci ha portato ad integrare la responsabilità ambientale e sociale all'interno del nostro business e a formalizzare il nostro impegno in un piano triennale. L'obiettivo è quello di raggiungere un modello sostenibile a 360 gradi, in cui sviluppo, inclusione, condivisione e restituzione al territorio vadano di pari passo. Per questo, la nostra strategia si basa su tre direttrici di trasformazione, Transizione ecologica e neutralità climatica, People Care ed Equality & Inclusion e Change System, strutturandosi in sei aree chiave: **Governance, Persone, Comunità, Fornitori, Ambiente e Clienti.**

Continuiamo a ritenere fondamentale il coinvolgimento dei nostri stakeholders al fine di raggiungere gli obiettivi previsti dal piano. Dalle persone che lavorano con noi, a coloro che scelgono i nostri prodotti, passando per i partner commerciali, i partner industriali e logistici, fino ad arrivare alla comunità; sono loro il propulsore per lo sviluppo della nostra strategia.

Sono stati numerosi i momenti da ricordare e i progetti di cui essere orgogliosi nel corso del complesso anno 2023. Tuttavia, grazie ai nostri solidi valori e all'impegno delle nostre persone, siamo in grado di guardare al futuro con fiducia e di continuare il nostro percorso di crescita e miglioramento costante.

Siamo particolarmente orgogliosi di citare l'incessante lavoro di progressione, in continuità con quanto già iniziato nel 2020, nell'adozione di packaging sostenibili e costante riduzione dell'utilizzo di plastica. Inoltre, nel corso del 2023, abbiamo avviato un ampio progetto di raccolta dei fabbisogni delle nostre persone che ci ha portato alla definizione di un piano di engagement, con l'obiettivo di migliorare la people experience all'interno del Gruppo Cellularline.

Nel 2024, continueremo ad integrare gli aspetti ESG nei nostri piani di crescita, poiché crediamo fermamente che insieme possiamo essere la forza trainante per un futuro migliore per tutti.



Christian Aleotti
CEO

CHI SIAMO

2.

CHI SIAMO

Highlights Cellularline Group

Highlights Cellularline Group

- +30** anni di storia
- +290** dipendenti
- HQ** Reggio Emilia
- 5** sedi Italia, Spagna, Francia, Svizzera e Germania
- +60** paesi serviti
- ~31%** del fatturato annuo deriva da prodotti lanciati nell'anno stesso

3 Linee di prodotto

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

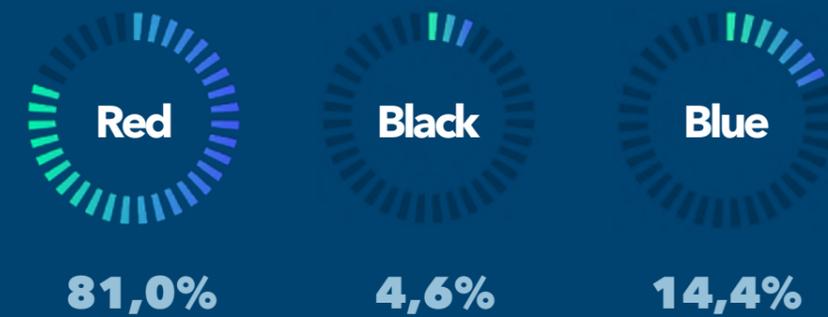


Ricavi netti 2023

158.6 Milioni di euro

Ricavi delle vendite per linea di prodotto

Totale ricavi netti 100%



Ricavi delle Vendite per area geografica

Totale ricavi delle vendite 100%



Adj. EBITDA

20,8 mln
% sui ricavi
13,1%

Risultato netto Adj.

7,7 mln
% sui ricavi
4,8%

Indebitamento finanziario netto 2023

35,4 mln
2022
40,4 mln
Variazione
5,0 mln

CHI SIAMO

Dati societari

Composizione del Gruppo, Organo Amministrativo,
Informativa azionisti

Dati societari, Composizione del Gruppo, Organo Amministrativo, Informativa azionisti

Nati a Reggio Emilia nel 1990, siamo leader in Europa nel settore degli accessori per smartphone e tablet, ci poniamo come punto di riferimento tecnologico e creativo nel mercato degli accessori 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 composto dalle seguenti società:

Cellularline S.p.A., società di diritto italiano con sede in Via Lambrakis 1/a, Reggio Emilia (Italia), Capogruppo attiva in Italia ed all'estero nel settore della progettazione, distribuzione (anche di prodotti non a proprio marchio) e commercializzazione di accessori e dispositivi per prodotti multimediali (smartphone, tablet, wearables, prodotti audio) e per la connettività in movimento (in automobile e in moto/bici), che include una stabile organizzazione situata a Parigi al numero 91, Rue Du Faubourg Saint Honoré (Francia); quest'ultima rappresenta una base fissa presso la quale operano tre dipendenti che svolgono attività prettamente commerciali ed è finalizzata alla gestione dei rapporti con la clientela del mercato francese;

Cellular Spain S.L.U., società di diritto spagnolo con sede a C/ Newton, 1 edificio 3 nave 1, 28914 Leganes (Madrid) controllata al 100%, che svolge l'attività distributiva del marchio Cellularline per il mercato spagnolo e portoghese;

Cellular Immobiliaria Italiana S.L.U., società di diritto spagnolo con sede a Cl. Industrial N.50 Sur Edi 2 Nave 27, Leganes (Madrid) controllata al 100%, che possiede un immobile - ex sede di Cellular Spain - attualmente locato a terzi soggetti;

Cellular Immobiliare Helvetica S.A., con sede in Lugano, Via Ferrucficio Pelli n. 9 (Svizzera) controllata al 100%, che

possiede l'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 (Italia), controllata al 100%; è una società attiva a livello europeo nel mercato degli accessori per telefonia mobile nel canale Telco. Si segnala che in data 18 dicembre 2023 la società Systema S.r.l. ha deliberato la fusione per incorporazione della società Pegaso S.r.l.;

Worldconnect AG, società di diritto svizzero con sede a Diepoldsau (Svizzera), controllata all'80%, leader mondiale nel mercato degli adattatori da viaggio premium. La società è stata fondata nel 2002 ed attraverso i suoi marchi SKROSS e Q2 Power e primarie partnership OEM opera a livello globale con una vasta gamma di prodotti, composta da adattatori multipli da viaggio, adattatori specifici per i singoli paesi e periferiche di alimentazione;

Coverlab S.r.l., società di diritto italiano con sede in via Mantova 91/A a Parma, controllata al 55%, è una e-commerce company, attiva - attraverso il suo sito proprietario www.coverlab.com - nel segmento custom degli accessori per smartphone con marchio Coverlab;

Subliros SL, società di diritto spagnolo con sede in C/Jacquard 97, Sabadell (Barcellona), controllata all'80%, è una e-commerce company, attiva - attraverso il suo sito proprietario - nel segmento custom degli accessori per smartphone con marchio Allogio;

Cellularline USA Inc., società di diritto statunitense con sede a New York, 350

5TH AVE FL 41 è una società controllata al 100%, che svolge l'attività distributiva dei prodotti del Gruppo Cellularline in USA e Canada;

Peter Jäckel GmbH, importante player tedesco nel settore degli accessori per smartphone, con sede in Alfeld, cittadina della Bassa Sassonia (Germania), controllata al 60%. La società è stata acquisita a gennaio 2023 ed è presente sul mercato tedesco da oltre 25 anni con primari operatori della consumer electronics;

Cellular Middle East FZE, società costituita ad aprile 2023 allo scopo di servire al meglio l'area del Medio Oriente tramite la distribuzione di prodotti a marchio Cellularline, controllata al 100% con sede a Dubai;

Cellular Swiss S.A., società di diritto svizzero con sede in Route de Marais 17, Box N.41, Aigle (Svizzera) collegata al 50%, che svolge l'attività distributiva dei prodotti Cellularline per il mercato svizzero.



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	Vice Presidente e Amministratore Delegato
Marco Cagnetta	Amministratore Esecutivo
Donatella Busso	Amministratore Indipendente
Paola Vezzani	Amministratore Indipendente
Alessandra Bianchi	Amministratore Indipendente
Davide Danieli	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 31.12.2023)*

Azionista	% sul capitale sociale con diritto di voto
Christian Aleotti	9,86%
First Capital S.p.A.	7,66%
Quaero Capital S.A.	7,48%

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

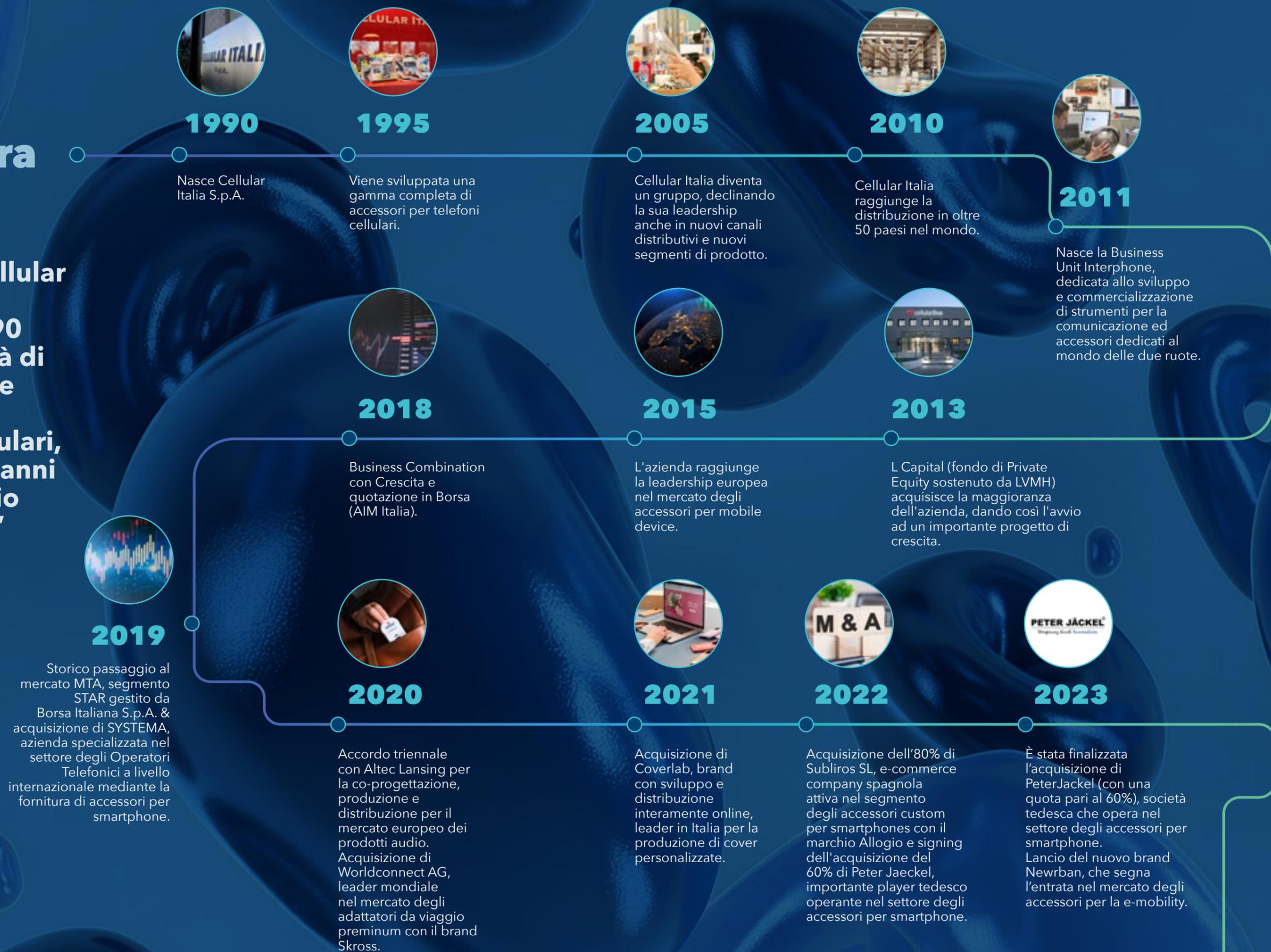


CHI SIAMO

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”



LA NOSTRA STRATEGIA

3.

LA NOSTRA STRATEGIA

**Purpose,
Manifesto,
Vision e Mission**

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.

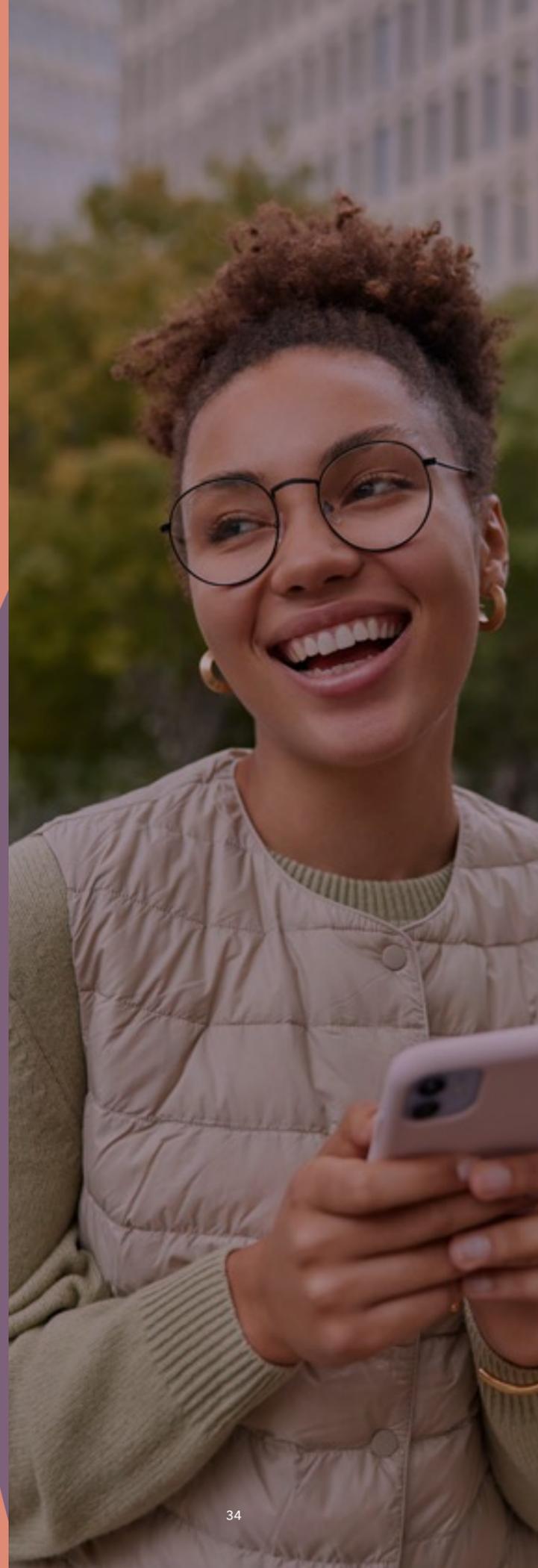
Crediamo nell'intuito, nella serietà delle competenze e nel **miglioramento continuo** della tecnologia e delle persone.

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

Il nostro business pone le sue fondamenta nella creazione di valore per due principali categorie di stakeholder. Per questo, abbiamo deciso di personalizzare la nostra visione e la nostra missione, creando due differenti spaccati che definiscano più propriamente le nostre ambizioni e come le intendiamo raggiungere.



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.



LA NOSTRA STRATEGIA

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

Le nostre priorità e i nostri temi materiali

Nell'ambito della rendicontazione di natura non finanziaria, l'analisi di materialità riveste un ruolo di primaria importanza in quanto è volta a identificare gli aspetti economici, ambientali, sociali e di governance considerati maggiormente rilevanti.

In continuità con l'esercizio precedente, abbiamo fatto riferimento ai GRI "Universal Standards", pubblicati nel 2021, i quali definiscono la metodologia alla base dell'analisi di materialità legata al concetto di "impatto" definito nella sezione relativa "GRI 3 - Material Topics". Tali standard prevedono, infatti, che la materialità venga direttamente associata agli impatti (positivi o negativi, effettivi o potenziali, di breve o lungo periodo) più significativi che le attività aziendali sono (o potrebbero essere) in grado di generare sull'economia, l'ambiente e le persone, compresi gli impatti sui diritti umani secondo la cosiddetta ottica "inside-out" (o "Impact Materiality").

Nel corso del 2023 abbiamo sottoposto il management di Cellularline all'analisi e successiva valutazione delle tematiche materiali risultanti rilevanti per il nostro Gruppo. Abbiamo svolto un'analisi incentrata sulla prospettiva di impatto sull'ambiente esterno, con l'obiettivo di determinare quelli maggiormente rilevanti per il Top Management dell'organizzazione.



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**.



Il processo si è articolato in quattro fasi distinte:

Analisi del contesto di riferimento

Abbiamo effettuato un'analisi interna, di benchmark e di contesto al fine di identificare gli aspetti rilevanti per il Gruppo Cellularline in considerazione dell'attività svolta, le relazioni di business, e il contesto di sostenibilità in cui l'azienda opera, nonché le aspettative dei propri stakeholder.

A partire da un confronto con l'analisi svolta lo scorso anno, sono stati verificati gli aspetti relativi a ciascun tema materiale.

Classificazione impatti

Sono stati identificati gli impatti positivi e negativi, attuali e potenziali in relazione ad ognuno degli aspetti rilevanti emersi dall'analisi condotta nella fase precedente. Sono stati validati e integrati gli impatti identificati con il coinvolgimento del management di Cellularline.

Valutazione impatti

Sono state svolte interviste *one to one* con il management del Gruppo al fine di valutare gli impatti attraverso una votazione in merito a Magnitudo dell'impatto associato al tema e Probabilità di accadimento dell'impatto.

Prioritizzazione impatti e raggruppamento temi materiali

Le valutazioni così ottenute sono state aggregate al fine di ottenere, per ogni tema, un valore (come prodotto della magnitudo e della probabilità dei singoli rischi e opportunità afferenti allo stesso tema) al fine di identificare la significatività di ogni impatto e prioritizzazione.

Identificazione degli stakeholder

La valutazione degli impatti individuati per ogni tema materiale è stata svolta attraverso interviste *one to one* con le prime linee aziendali, che hanno valutato gli impatti relativi alla propria area di competenza, e assumendo la prospettiva degli stakeholder esterni rilevanti per ogni tema materiale sulla base degli impatti che questo può generare su economia, ambiente e persone.

Nello specifico è stato richiesto di esprimere una valutazione su magnitudo e probabilità degli impatti identificati sull'economia, sulle persone e sull'ambiente per la prospettiva *inside-out*. Per quanto riguarda la magnitudo, i driver della valutazione sono stati lo scope, la rilevanza e la rimediabilità degli impatti, mentre per la probabilità, l'arco di tempo entro il quale si è verificato l'impatto o è probabile che si verifichi (es. più di 10 anni, fra 3 e 5 anni).

Driver per la valutazione

A ciascuno dei soggetti coinvolti sarà richiesto di esprimere la probabilità e la gravità degli impatti proposti sull'economia, sulle persone e sull'ambiente:

«Ritieni che Cellularline attraverso le proprie attività generi un'impatto sull'economia, sulle persone e sull'ambiente?»

«Con quale probabilità?»

«Con quale gravità?»

I nostri impatti

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

-  Environment
-  People and Community
-  Product and 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.
 Equality & Inclusion	Garantire pari opportunità a tutti i lavoratori, favorendo una cultura inclusiva nell'ambiente lavorativo.	Diffusione della cultura di E&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 <i>customer experience</i>.</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	
	Equality & 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
- Equality and 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)



LA NOSTRA STRATEGIA

Mappatura e coinvolgimento degli stakeholder

Mappatura e coinvolgimento degli stakeholder

Ci poniamo l'obiettivo di creare valore per tutti gli attori chiave che entrano in contatto con noi, partendo dai clienti, passando per i partner commerciali, i fornitori, le nostre persone fino ad arrivare alla comunità considerata nella sua accezione più ampia. Per raggiungere questo obiettivo riteniamo che avere un rapporto positivo e costante nel tempo con i nostri stakeholder sia fondamentale; ci aiuterà a far accrescere la fiducia nei nostri confronti e sarà un propulsore per lo sviluppo della nostra strategia di Sostenibilità.

Ad inizio 2020, abbiamo iniziato un progetto di **mappatura degli stakeholder** che operano nel nostro ecosistema. Tale attività ci ha permesso di prendere consapevolezza e di categorizzare le parti secondo una struttura condivisa internamente e di creare una matrice di classificazione degli stakeholder, che evidenzia gli attori più rilevanti e la loro predisposizione e prontezza a collaborare per il raggiungimento dei nostri obiettivi di sostenibilità.

Grazie a questa analisi, abbiamo iniziato a definire una strategia di coinvolgimento dei principali stakeholder che permetterà di indirizzare i nostri sforzi in azioni mirate e maggiormente efficaci grazie allo spirito di collaborazione e condivisione che intendiamo creare.

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 2022 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 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 all'Equality & Inclusion.
- Coinvolgimento di tutto il Gruppo in attività formative di Equality & Inclusion.
- Progetti di coinvolgimento delle persone interne ed esterne attraverso la creazione della Foresta Cellularline, l'Oasi Cellularline e Bike to work.



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

- Induction sul percorso di sostenibilità dell'azienda e workshop sulle Società Benefit con aggiornamenti periodici.
- 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.

LA NOSTRA STRATEGIA

**Modello di
business**

La catena del valore

Presidiamo tutte le attività del ciclo produttivo finalizzate alla commercializzazione del prodotto. I processi strategici sono legati all'ideazione e sviluppo in-house dei prodotti e alle attività di marketing e comunicazione. I processi esternalizzati riguardano invece la produzione e la logistica. Attraverso la nostra divisione interna di marketing e di ricerca e sviluppo, progettiamo nuovi prodotti sulla base di una strategia di analisi del mercato in grado di cogliere le nuove tendenze di settore e i nuovi sviluppi tecnologici.



Un modello di business flessibile

L'esternalizzazione della produzione offre un'elevata flessibilità in termini di capacità produttiva e volumi, permettendo di scegliere i fornitori sulla base del loro grado di innovazione tecnica e affidabilità, al fine di garantire un livello qualitativo dei prodotti che soddisfi anche la clientela più esigente.



Strategia gestita internamente



Marketing Intelligence e R&D

- Analisi degli users di smartphone e di accessori a livello locale e internazionale
- Analisi di mercato
- Approccio strategico di marketing e trade marketing
- Ricerca e sviluppo interna
- Grande rapidità ed efficienza nei processi di "go to market"



Gestione dell'offerta e comunicazione

- Gestione delle singole categorie di prodotto
- Pianificazione e segmentazione dell'offerta
- Strategie di prezzo
- Gestione degli assortimenti per canale e per cliente
- Sviluppo di contenuti digitali in-house per supporto alla comunicazione omnicanale

Efficienza gestita esternamente



Produzione

- Gestione strategica dei partner produttivi
- Selezione attenta e certificazione dei fornitori
- Rinegoziazione continua delle condizioni di fornitura
- Rapporti di forniture in esclusiva e/o partnership strategiche
- Controllo di qualità in produzione e in arrivo



Logistica e magazzino

- Costante gestione della relazione con i partner della logistica, incaricati dell'immagazzinamento e dello stoccaggio delle merci
- Magazzini completamente automatizzati

NOTA METO DOLO GICA

NOTA METO DOLO GICA

**Il nostro
approccio e
indicazioni
sulla lettura del
report 2023**

Nota metodologica

La nostra operatività implica enormi responsabilità, non solo verso l'azienda, ma anche nei confronti dell'ambiente e delle persone che ci circondano. Pertanto, questo documento rappresenta il fulcro di tutte le nostre iniziative e progetti sostenibili, rendendoci ancora più fieri di far parte del Gruppo Cellularline.

In linea con lo scorso anno, l'ESG Report 2023 viene pubblicato con cadenza annuale ed è stato predisposto in conformità a quanto richiesto dai GRI- Sustainability Reporting Standards 2021 (di seguito anche "GRI Standards"), secondo l'opzione "in accordance with the GRI Standards".

I GRI Standards rappresentano i principali standard di riferimento globali per l'ESG Report, rendicontazione della performance di sostenibilità di un'impresa. In particolare, il presente Report è stato redatto secondo i principi GRI di rendicontazione per la definizione dei contenuti e della qualità del report, quali inclusività degli stakeholder, contesto di sostenibilità, materialità, completezza, nonché accuratezza, equilibrio, chiarezza,

comparabilità, affidabilità e tempestività. In particolare, il Bilancio si basa sui GRI Standards elencati nella tabella di correlazione "GRI Content Index" inclusa in appendice al documento. In questa tabella, per ogni aspetto rilevante ("materiale"), viene indicata la pagina del Bilancio o di altri documenti societari dove è possibile trovare il contenuto relativo. Il principio di materialità, fondamentale nei GRI Standards, orienta l'estensione e la qualità della rendicontazione non finanziaria.

Il perimetro di rendicontazione del Report comprende la capogruppo Cellularline S.p.A., avente sede legale a Via Grigoris Lambrakis 1/a, 42122 Reggio Emilia (RE), Italia, e le Società consolidate integralmente: Cellular Spain S.L.U, Systema S.r.l., Worldconnect AG, Coverlab S.r.l. e Subliros S.L..

Si segnala che le Società Cellular Immobiliaria Italiana S.L.U., Cellular Immobiliare Helvetica S.A., Cellularline USA Inc e Peter Jäckel GmbH sono escluse in quanto non risultano significative ai fini della rendicontazione non finanziaria. Inoltre, si segnala che la Società Cellularline Middle East FZE, consolidata a partire da luglio 2023 è stata esclusa dal perimetro in quanto non rilevanti ai fini della rendicontazione. Ulteriori limitazioni rispetto a tale perimetro sono opportunamente indicate nel seguito del Report.

Il periodo di riferimento è rappresentato dall'esercizio 2023, coincidente con l'anno solare che va dal 1° gennaio 2023 al 31 dicembre 2023, salvo diverse indicazioni esplicitate in ciascun paragrafo. La periodicità della pubblicazione del Report è impostata con frequenza annuale. L'ultimo Report, riferito all'anno 2022, è stato pubblicato nel mese di luglio 2023.

Il documento ripercorre le aree di impatto misurate nel B Impact Assessment - **Governance, Customers & Users, Persone & Comunità, Prodotto & Packaging e Ambiente** - raccontando, per ognuna di esse, le storie che nel 2023 ci hanno regalato più soddisfazioni, oltre che le principali modalità di gestione delle tematiche di sostenibilità ritenute significative per il Gruppo e per i relativi stakeholder.



GOVERNANCE

GOVERNANCE

La Governance della Sostenibilità

5.1

La Governance della Sostenibilità

"Una buona gestione del cambiamento è alla base dello sviluppo di ogni attività, soprattutto nell'epoca attuale. Proprio per questo, all'interno del nostro percorso di Innovazione Sostenibile il motore centrale è la definizione di strategie e piani di sviluppo a livello di Governance"

Cosa abbiamo fatto: le nostre storie di impatto

Qual è la ragione per cui esistiamo? Il nostro purpose

Abbiamo consolidato l'utilizzo e la diffusione del nostro purpose, fondamentale per una migliore definizione della nostra identità. Il purpose risponde alla domanda: Qual è la ragione per cui esistiamo?



Pensiamo che riuscire a rispondere a questa domanda ci permetta di creare un collegamento più forte con il nostro ambiente di riferimento, permettendo un immediato riconoscimento dei brand del Gruppo all'esterno. Non vogliamo che queste siano solo belle parole da spendere per sentirci meglio con noi stessi, ci applichiamo per declinare questi concetti nell'operatività aziendale e il modo attraverso il quale vogliamo farlo è proprio la definizione di obiettivi coerenti con i nostri valori. Questo è riflesso dai nostri programmi di miglioramento continuo sulla sostenibilità dei nostri prodotti nonché dalla ricerca costante di soluzioni per il benessere dei nostri dipendenti.

Distribuzione della ricchezza creata

163.4M di euro

valore economico generato nel 2023

Per garantire la creazione di un modello sostenibile a 360 gradi, ci impegniamo nei confronti di tutti coloro che contribuiscono al raggiungimento dei nostri obiettivi. Siamo orgogliosi di affermare che l'intero valore generato è stato equamente redistribuito ai nostri stakeholder, i veri motori del Gruppo. Solo attraverso questa pratica è possibile continuare a innovare i nostri prodotti, garantendo un allineamento tra performance sociali, ambientali ed economiche. Il prospetto sulla produzione e distribuzione del valore economico, che rappresenta la differenza tra i ricavi e i costi di produzione, ci consente di quantificare la ricchezza generata dall'azienda, comprendere come sia stata determinata e come venga distribuita agli stakeholder.

Il prospetto sulla produzione e distribuzione del valore economico, che rappresenta la differenza tra i ricavi e i costi di produzione, ci consente di quantificare la ricchezza gene-

Valore distribuito per categoria di stakeholder nel 2023:



rata dall'azienda, comprendere come sia stata determinata e come venga distribuita agli stakeholder. Nel 2023, abbiamo creato valore per circa 163,4 milioni di euro in aumento del 13,5% rispetto al 2022. Nel 2023, la maggiore generazione di valore rispetto al 2022 è stata compensata dall'aumento del valore distribuito alla Pubblica Amministrazione per le maggiori imposte dirette e ai dipendenti.

Il nostro percorso verso una governance sostenibile

Siamo consapevoli che un cambio di prospettiva è necessario per raggiungere un maggior benessere sociale. È per questo motivo che abbiamo iniziato a lavorare in modo concreto a partire dal 2020 avviando un percorso di innovazione sostenibile di lungo periodo supportato da un commitment chiaro da parte del Consiglio di Amministrazione e con il coinvolgimento diretto del nostro Board.

Il punto di partenza del nostro percorso è stato il completamento di un'analisi delle nostre performance di impatto ambientale e sociale, realizzata attraverso lo standard internazionale BIA, **Benefit Impact Assessment**, sviluppato e promosso dall'organizzazione non profit B Lab. L'utilizzo del BIA facilita il processo di rendicontazione delle performance secondo lo standard del Global Reporting Initiative

(GRI) grazie all'accordo di collaborazione in essere tra B Lab e GRI. Il nostro report ripercorre le aree di impatto misurate nel B Impact Assessment raccontando, per ognuna di esse, le storie che ci hanno regalato più soddisfazioni insieme ai nostri impegni per il futuro.

Nel corso del 2023 abbiamo continuato il nostro lavoro per l'ottenimento della certificazione B Corp, migliorando il nostro punteggio rispetto allo scorso anno e arrivando ad ottenere 78,7 pt.

L'obiettivo è molto vicino, con una costante pianificazione strategica crediamo che durante il 2024 riusciremo a raggiungere questo traguardo, ottenendo miglioramenti significativi su tutte le aree oggetto di valutazione.

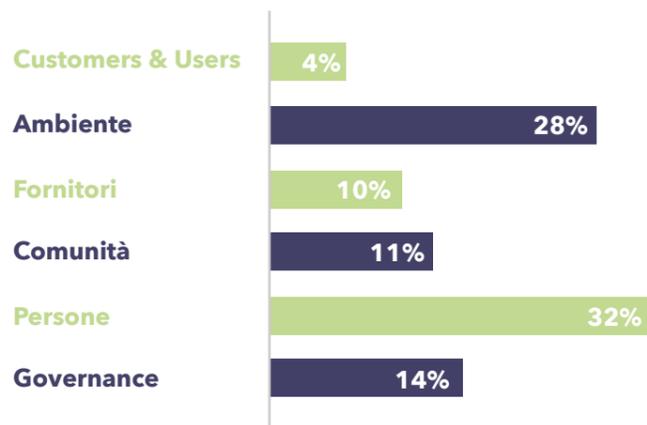
Punteggio BIA overall 78,7 pt



- Punteggio medio delle aziende con dimensioni simili a Cellularline in termini di dipendenti che hanno completato il B Impact Assessment
- Soglia per essere eleggibile come Certified B Corp

Governance	11,2
Persone	25,2
Comunità	8,9
Fornitori	8,2
Ambiente	21,7
Customers & Users	3,5
Totale complessivo	78,7

Di seguito la performance di Cellularline per ogni area di impatto del BIA espressa come percentuale sul totale dei punti ottenuti durante il 2023



Il BIA misura la performance sociale ed ambientale delle organizzazioni sulle b aree:

Governance



Valuta la missione generale dell'azienda, l'etica, la responsabilità e la trasparenza, su temi come l'integrazione degli obiettivi sociali e ambientali per la valutazione delle performance dei lavoratori, il reporting degli impatti, il coinvolgimento dei portatori d'interesse e in generale come vengono condotte le pratiche e le politiche di governance.

Persone



Valuta il contributo dell'azienda al benessere dei lavoratori attraverso domande legate alla retribuzione, ai benefit, alla formazione, alla crescita professionale, alla salute, sicurezza e flessibilità lavorativa.

Comunità



Valuta l'impegno verso la comunità e l'impatto su questa da parte dell'azienda. Gli argomenti sono legati alla diversità e all'inclusione, alla creazione di occupazione, alle pratiche di beneficenza e volontariato e al coinvolgimento nella realtà locale. Viene inoltre valutato l'impatto più ampio dell'azienda attraverso la catena di fornitura.

Ambiente



Valuta la gestione ambientale complessiva di un'azienda, comprese le sue strutture, l'uso delle risorse, le emissioni, la logistica e (quando è pertinente) i suoi canali di distribuzione e la sua catena di fornitura. Questa sezione include anche opzioni per le aziende il cui prodotto o servizio è stato progettato per risolvere un problema ambientale specifico, ad esempio ripensando le pratiche tradizionali di fabbricazione o realizzando prodotti che generano energie rinnovabili, riducono consumi o rifiuti, preservano la terra o la fauna selvatica, o educano su problemi ambientali.

Customers & Users



Valuta le aziende i cui prodotti o servizi sono progettati per affrontare un particolare problema sociale o ambientale. La sezione si concentra sull'impatto del prodotto o servizio e sulla misura in cui crea beneficio per l'utilizzatore o la categoria.

Come lo facciamo

Struttura di Governance

Il nostro sistema di governance è progettato per generare valore all'interno dell'azienda, al fine di soddisfare le aspettative dei vari stakeholder. Questo sistema si riferisce sia all'attività di governo che alla direzione e al controllo.

La nostra struttura di corporate governance svolge un ruolo centrale nel garantire un'operatività chiara e responsabile, contribuendo in modo significativo alla creazione di valore sostenibile nel medio e lungo termine.

Seguiamo le raccomandazioni e le normative del Codice di Corporate Governance delle società quotate per assicurare un livello ottimale di trasparenza ed efficienza nel nostro governo aziendale, a beneficio degli azionisti, degli investitori e di tutti gli altri stakeholder.

Il nostro Sistema di amministrazione e controllo

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

Assemblea degli azionisti

L'Assemblea degli azionisti, nel contesto di una società di capitali quotata, rappresenta le istanze della Società ossia degli azionisti della Società, cui spettano importanti compiti, quali l'approvazione del Bilancio di Esercizio e la nomina dei componenti del Consiglio di Amministrazione e del Collegio Sindacale.

Consiglio di amministrazione¹

Al Consiglio di Amministrazione è affidata la gestione della Società e lo svolgimento dell'attività d'impresa. Si compone di dieci membri, di cui 6 uomini e 4 donne, di cui 2 esecutivi e 8 non esecutivi. L'età media è pari a 55 anni con quattro consiglieri nella fascia d'età 30-50 anni e sei consiglieri nella fascia d'età di oltre 50 anni. Il CdA ha istituito al proprio interno tre comitati con funzioni consultive, propositive e istruttorie: il Comitato Controllo Rischi, il Comitato Remunerazione e Nomine e il Comitato per le Operazioni con Parti Correlate.

Collegio sindacale

Il CdA, direttamente o tramite gli organi delegati, riferisce regolarmente al Collegio Sindacale, in qualità di organo di vigilanza e controllo, sul proprio operato e su eventuali operazioni condotte dalla Società e dalle sue controllate che abbiano un impatto significativo sui margini, sulle attività e passività o sulla situazione finanziaria. Il Collegio Sindacale è composto da cinque sindaci (tre effettivi e due supplenti) dei quali due membri (di cui uno effettivo) sono di genere femminile. L'età media è pari a 51 anni.

Organismo di vigilanza

L'Organismo di Vigilanza (OdV), istituito ai sensi del D. Lgs. 231/2001, di costituzione collegiale e di riporto diretto al Consiglio di Amministrazione, vigila e svolge supervisione sull'adeguatezza Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo, e riferendo, inoltre, in merito alla sua attuazione. L'OdV si compone di tre membri, due dei quali appartenenti al genere femminile, in grado di garantire idonei requisiti di autonomia, indipendenza, professionalità e continuità d'azione.

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



I nostri comitati

Comitato nomine e remunerazione

Il Comitato Nomine e Remunerazione è un organo consultivo e propositivo che ha il compito di assistere il Consiglio di Amministrazione in materia di nomina e remunerazione degli Amministratori e dei dirigenti con responsabilità strategiche. Il Comitato Nomine e Remunerazione è composto da tre amministratori non esecutivi indipendenti, di cui 2 donne, nella fascia d'età 50-65 anni.

Comitato parti correlate

Il Comitato Parti Correlate è l'organo competente in materia di operazioni con parti correlate. Ove lo richiedano la natura, l'entità e le caratteristiche dell'operazione, il Comitato Parti Correlate ha la facoltà di farsi assistere, a spese della Società, da uno o più esperti indipendenti di propria scelta, attraverso l'acquisizione di apposite perizie e/o fairness e/o legal opinion. Il Comitato è composto da tre amministratori indipendenti non esecutivi (tutti di genere femminile) con un'età media di 48 anni.

Comitato controllo rischi

Il Comitato Controllo rischi definisce le linee di indirizzo del sistema di controllo interno e di gestione dei rischi in coerenza con le strategie della Società e valuta, con cadenza almeno annuale, l'adeguatezza del medesimo sistema rispetto alle caratteristiche dell'impresa e al profilo di rischio assunto, nonché la sua efficacia. Il Comitato è composto da tre amministratori indipendenti non esecutivi (tutti di genere femminile), con un'età media di 54 anni.



ESG COMMITTEE

“Lavoriamo con tutto il team alla costruzione di un nuovo modo di fare impresa, guardando al business come una forza positiva in grado di creare un impatto virtuoso sulle persone e sull'ambiente”

Ogni comitato è composto almeno per il 67% da amministratori indipendenti di genere femminile

Inoltre, al fine di rafforzare e formalizzare il nostro impegno costante verso la sostenibilità, abbiamo costituito l'ESG Committee. Si tratta di un organo di supervisione e valutazione degli stream progettuali attivi sulle tematiche *Governance - Persone - Comunità - Fornitori - Ambiente - Clienti*.

Il comitato è composto da otto membri: il CEO Christian Aleotti, il General Manager Sales and Marketing Marco Cagnetta, il Group HR Manager Luisa Cataldo, il Group Chief Financial Officer Mauro Borgogno, il Group Legal Director Ester Marino, il Marketing Director e Chief Digital Officer Alessio Lasagni, l'R&D Manager Marco Barbiero e il Procurement Manager Rocco Bonforte.

Sistema di controllo interno e gestione dei rischi

Ci siamo dotati di un Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi (SCGR), costituito dall'insieme delle regole e delle strutture organizzative finalizzate ad una effettiva ed efficace identificazione, misurazione, gestione e monitoraggio dei principali rischi, al fine di contribuire al successo sostenibile della società.

Il SCGR è l'insieme dei processi diretti a monitorare l'efficienza e l'efficacia delle operazioni aziendali, l'attendibilità, l'accuratezza e la tempestività dell'informazione finanziaria, il rispetto di leggi e regolamenti, nonché la salvaguardia dei beni aziendali.

Il Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi dell'azienda, sulla base degli orientamenti e delle migliori pratiche di riferimento, considera tutte le principali tipologie di rischio che possono pregiudicare il raggiungimento degli obiettivi strategici del Gruppo.

Compliance normativa ed integrità

Con l'obiettivo di definire una struttura organica di procedure e di presidio volta a prevenire il rischio di commissione dei reati prescritti dal Decreto Legislativo 231/01 e migliorare la governance societaria, con delibera del Consiglio di Amministrazione, in data 3 marzo 2018, abbiamo adottato il Modello di organizzazione, gestione e controllo, volto ad assicurare condizioni di correttezza e di

trasparenza, a tutela della nostra immagine e delle aspettative dei nostri azionisti, nonché del lavoro dei dipendenti. Nel 2022 il nostro Modello di organizzazione e gestione è stato soggetto ad un aggiornamento, al fine di renderlo più fruibile e coerente all'attuale contesto organizzativo. Il Modello di nuova redazione è strutturato per processo aziendale, al contrario del precedente in vigore che presentava una struttura per categoria di reato. In tal modo, ogni funzione aziendale può riconoscersi direttamente nella propria operatività. Inoltre, i presidi di controllo sono stati rivisti, nell'ottica di renderli concretamente applicabili, nella loro utilità e valore aggiunto, da parte del personale aziendale.

A seguito dell'aggiornamento del Modello 231 della Capogruppo avvenuto lo scorso anno, si stanno svolgendo valutazioni in merito all'implementazione di un sistema di gestione per ciascuna controllata. Per alcune società, è già prevista l'adozione di un Modello organizzativo, nonché la nomina di un OdV ad hoc, per altre controllate situate in paesi diversi da quello della Capogruppo, si stanno svolgendo le opportune considerazioni ai sensi delle normative applicabili. Miriamo, proseguendo in quest'ottica, a garantire un'attenta gestione del rischio ed un sistema di controllo adeguato in ogni società del gruppo.

Nel 2023 abbiamo continuato a perseguire le sessioni formative volte alla sensibilizzazione sui reati richiamati dal D.lgs 231/2001, con un focus particolare sulla prevenzione di incidenti legati alla corruzione. La formazione è prevalentemente mirata alle figure più esposte all'interno dell'organizzazione. Nel corso dell'anno sono state erogate complessi-

vamente 12 ore di formazione.

Al fine di assicurare una efficiente vigilanza sul funzionamento e osservanza del Modello, all'OdV sono riconosciuti ampi poteri, come accedere in modo capillare ai vari documenti aziendali, avvalersi del supporto e della cooperazione delle varie strutture aziendali e degli organi sociali che possano essere interessati nelle attività di controllo e conferire specifici incarichi di consulenza ed assistenza a professionisti anche esterni alla Società.

All'Organismo di Vigilanza possono appellarsi e fare segnalazioni tutti coloro che vengono a conoscenza di informazioni relative alla violazione o sospetto di violazione dei principi etici e di comportamento previsti dal Modello. Tali segnalazioni possono essere effettuate tramite posta elettronica all'indirizzo e-mail organismodivigilanza@cellularline.com o attraverso il portale <https://cellularline.integrity.complylog.com/>. Il portale online è stato predisposto nel rispetto della normativa in materia di Whistleblowing e consente di trasmettere, anche in forma orale, sia una segnalazione propria sia una segnalazione ricevuta da terzi.

L'Organismo di Vigilanza prende in considerazione le segnalazioni ricevute e intraprende le misure conseguenti necessarie, assicurando sempre la tutela del segnalante da qualsiasi tipologia di ritorsione, in linea con quanto previsto dalla normativa in materia di **Whistleblowing**.

L'OdV ha poi provveduto a redigere una nuova procedura interna in materia di Whistleblowing, che riflette le modifiche e le novità introdotte dalla direttiva allo scopo di disciplinarne il processo di trasmissione, ricezione, analisi e gestione. Tutte le segnalazioni saranno trattate

in modo confidenziale dall'Organismo di Vigilanza della Società, il quale, per lo svolgimento delle eventuali attività istruttorie, potrà avvalersi del supporto dell'Internal Auditor nominato e di consulenti esterni incaricati. L'azienda, a seguito delle segnalazioni ricevute e dell'istruttoria eseguita da parte dell'OdV, potrà attivarsi per porre rimedio alle violazioni di leggi, regolamenti, linee guida e codici di settore e impedire che possano ulteriormente ripetersi.

Durante il 2023 sono stati indirizzati i flussi informativi verso l'OdV: tali flussi hanno lo scopo di garantire l'effettiva ed efficace attività di vigilanza dell'Organismo, coadiuvare l'eventuale accertamento "a posteriori" delle cause che hanno reso possibile il verificarsi dei reati previsti dal D. Lgs. 231/2001, nonché monitorare nel continuo l'operatività societaria. Sono stati dunque condivisi dei questionari per singola area di rischio definita, che consentono la raccolta, su base semestrale, da parte dell'OdV di informazioni sui processi e controlli aziendali. I manager designati come responsabili della gestione di queste informazioni (c.d. Key Officer) hanno partecipato a sessioni formative al fine di una corretta gestione dei dati sensibili e nel rispetto delle normative vigenti. Unitamente alla definizione del Modello Organizzativo, è stato inoltre definito un **Codice Etico** che condividiamo con i nostri stakeholder, interni ed esterni, e che tratta contenuti per noi di fondamentale importanza. Il Codice Etico recepisce i valori, i principi aziendali, le regole etiche e di comportamento adottate dalla Società come imprescindibile fondamento della propria attività, allo scopo di orientare i comportamenti, contribuire alla trasparenza e all'alline-

amento sul sistema di valori aziendali e costituire una base di riferimento per lo sviluppo di una cultura aziendale diffusa e condivisa.

Nel 2023 non si sono verificati episodi di corruzione o altri reati assimilabili.

Politica di remunerazione

La Politica di Remunerazione adottata definisce i principi e le linee guida ai quali ci atteniamo nella determinazione della prassi retributiva degli Amministratori, dei Dirigenti con Responsabilità Strategiche (come infra definiti) e, fermo restando quanto previsto dall'art. 2402 c.c., dei componenti del Collegio Sindacale, nonché nel monitoraggio dell'applicazione della medesima. La Politica di Remunerazione è stata approvata dall'Assemblea degli Azionisti in data 28 aprile 2023, previa delibera del Consiglio di Amministrazione della Società in data 17 marzo 2023, su proposta del Comitato per le Nomine e la Remunerazione. Essa è stata redatta in coerenza con il modello di governance tradizionale della Società e in linea con le raccomandazioni del Codice di Corporate Governance, tenendo conto anche di quanto previsto dall'articolo 2.2.3 del Regolamento dei mercati organizzati e gestiti da Borsa Italiana S.p.A. e dalle relative Istruzioni per gli emittenti aventi qualifica STAR.

Per maggiori informazioni si rimanda alla Relazione sulla Remunerazione disponibile sul sito www.cellularlinegroup.com.

GOVERNANCE

La gestione fiscale

5.2

Cosa abbiamo fatto: le nostre storie di impatto

Certificazione AEO

Nel 2022 abbiamo ottenuto, con il massimo grado di affidabilità (AA), la certificazione AEO (Authorized Economic Operator), sia nell'ambito della semplificazione doganale (AEOC), snellendo i relativi controlli, che in quello della sicurezza (AEOS), a dimostrazione dell'elevato livello di compliance raggiunto all'interno della nostra catena di approvvigionamento. L'ottenimento delle certificazioni AEOC e AEOS, definito unitamente AEOF, conferma il nostro continuo impegno nel migliorare la governance della società e assicura la perfetta compliance dei nostri processi nei rapporti con le autorità fiscali e doganali. Queste certificazioni sono state mantenute anche nel 2023.

Come lo facciamo

L'approccio fiscale riflette i principi, gli obiettivi e gli impegni previsti dalle diverse procedure di Gruppo, che stabiliscono gli standard e i comportamenti che richiediamo in azienda. Siamo attivamente impegnati ad agire con onestà e integrità in tutte le questioni fiscali e abbiamo l'obiettivo di perseguire una strategia fiscale trasparente e sostenibile nel lungo termine. Rispettiamo la legislazione fiscale in tutte le giurisdizioni in cui operiamo, lavorando a stretto contatto con i consulenti fiscali, i revisori dei conti e le autorità fiscali, al fine di assicurare la corretta determinazione e liquidazione delle imposte previste per legge e il corretto ed efficace approccio alla gestione del rischio fiscale, con il quale s'intende la scarsa propensione al rischio di incorrere nella violazione delle normative tributarie.

Gli affari fiscali del Gruppo sono gestiti dal Group Accounting, Tax and Credit Manager, in coordinamento con la direzione amministrativa del Gruppo, nel modo più efficiente, in conformità con le normative fiscali applicabili. L'approccio alla pianificazione fiscale è conservativo, in quanto non perseguiamo strategie aggressive e non utilizziamo schemi artificiosi privi di sostanza economica allo scopo di conseguire risparmi fiscali. Nei casi in cui i governi prevedano incentivi fiscali per promuovere investimenti, occupazione e crescita economica, cerchiamo di accedervi, quando applicabili alla nostra attività.

Nel determinare il trattamento fiscale di una particolare transazione o attività adottiamo scelte e interpretazioni fiscali ragionevoli e fondate. Alla luce delle dimensioni e della complessità della nostra attività, possono sorgere rischi in relazione all'interpretazione di normative fiscali complesse, che sono costantemente gestiti, identificandoli e analizzandoli internamente e, se necessario, con il supporto di qualificati consulenti fiscali.

Basiamo il nostro approccio ai temi fiscali su un rapporto continuativo di scambio e trasparenza: le relazioni con le autorità fiscali dei Paesi in cui l'azienda è presente sono costanti e improntate all'interscambio e all'aggiornamento, in modo da poter adeguare prontamente l'approccio fiscale aziendale alle indicazioni provenienti dalle autorità stesse.

Il nostro contributo fiscale, come Gruppo, a livello globale, include vari tipi di imposte, che possono essere raggruppate nelle seguenti categorie:

- imposte sul reddito, come l'imposta sui profitti delle società;
- imposte sulla proprietà, riscosse sulla proprietà;
- vendita o locazione di immobili;
- imposte sul lavoro, che comprendono le imposte riscosse e pagate alle autorità fiscali per conto dei dipendenti;
- imposte indirette riscosse sulla produzione e sul consumo di beni e servizi, quali IVA, dazi doganali, ecc.

Il tax rate del Gruppo dipende dalla distribuzione geografica dei risultati ante imposte e dalle regole applicabili negli ordinamenti fiscali dei vari Paesi in cui è presente, ma può essere influenzato anche da specifiche situazioni contingenti.



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 GRI 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

Ci impegniamo a implementare azioni e procedure formali per il coinvolgimento degli stakeholder principali e a definire obiettivi e KPI che ci permettano di monitorare i risultati.

Integrazione obiettivi ESG

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

Percorso verso la Società Benefit

Le Società Benefit sono imprese a duplice scopo che, oltre allo scopo di dividere 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. Abbiamo deciso di intraprendere un percorso, insieme a Nativa Lab, che nei prossimi anni ci porterà a valutare la potenziale acquisizione di questo status.

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 complementarità dei profili professionali.

Impegni futuri confermati 2024

- Percorso verso società benefit
- Integrazione delle società controllate nella gestione e nei presidi già adottati dalla Capogruppo (disclosure dell'obiettivo presente nel testo)

GOVERNANCE

Informativa GRI

GRI Standard 201-1 - Valore economico generato e distribuito

Valore economico direttamente generato e distribuito	u.n.	2023	2022	2021
Valore economico direttamente generato		163.432	143.977	116.156
Valore economico distribuito		(160.606)	(130.686)	(120.002)
Costi operativi		(133.206)	(108.413)	(102.421)
Retribuzioni e benefit	€/000	(22.033)	(19.349)	(18.117)
Pagamenti ai fornitori di capitale		(3.942)	(3.299)	(2.126)
Pagamenti alla Pubblica Amministrazione		(1.310)	464	2.710
Investimenti nella Comunità		(114)	(88)	(48)
Valore economico trattenuto		2.826	13.291	(3.846)

GRI Standard 405-1 - Diversità negli organi di governo

Componenti del CdA suddivisi per fascia d'età	u.m.	2023	2022	2021
< 30		0	0	0
30-50	N.	4	4	4
> 50		6	7	7
Totale componenti CDA		10	11	11

Componenti del CdA suddivisi per genere	u.m.	2023	2022	2021
Uomini		6	8	8
Donne		4	3	3
Totale componenti CDA		10	11	11



The background features several glossy, 3D-rendered shapes in shades of blue and red against a light pink background. The shapes are organic and fluid, resembling liquid droplets or soft spheres. A large blue shape is prominent in the center, with a smaller red one to its right. Other shapes are scattered around the edges.

CUSTOMER & USERS

6.



La nostra storia e il nostro futuro si contraddistinguono sempre per la particolare attenzione che abbiamo verso i nostri clienti, le loro esigenze e i loro bisogni.



Portiamo le nostre soluzioni agli user in oltre 60 paesi

Negli ultimi anni abbiamo assistito ad un forte cambiamento delle dinamiche di mercato. Il paradigma attuale è caratterizzato da una forte innovazione di prodotto e di processi commerciali e da un crescente interesse degli attori nei confronti dei temi legati alla sostenibilità. Per noi, è fondamentale continuare ad essere protagonisti in queste dinamiche di mercato, contribuendo allo sviluppo sostenibile del nostro settore e rispondendo alle nuove esigenze dei nostri clienti. Infatti, il nostro obiettivo è unire queste due direttrici del cambiamento in soluzioni uniche, che abbraccino da un lato le nuove tecnologie e dall'altro impattino sempre meno sull'ambiente e la società.

Nei prossimi paragrafi raccontiamo quelle che sono state le nostre iniziative mirate ad una miglior relazione con i partner commerciali e con gli utilizzatori dei nostri prodotti, e le modalità con le quali abbiamo affrontato le sfide che il contesto di mercato ci pone. Inoltre, delineiamo quelli che sono i nostri impegni per il futuro, per continuare a migliorarci.

3,5

Customer & User

Punteggio BIA
al 31/12/ 2023

CUSTOMER & USERS

Customer Centricity

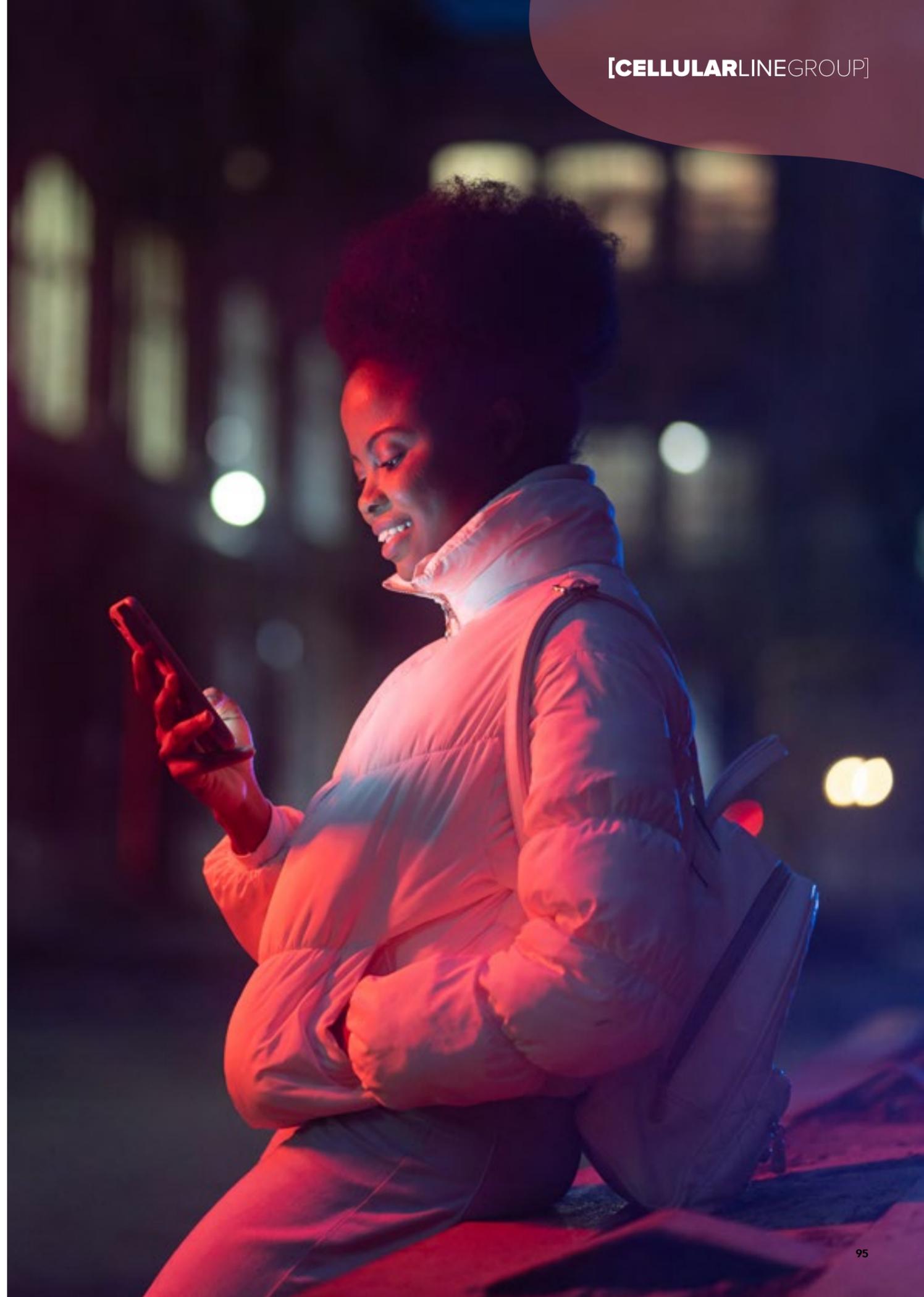
Cosa abbiamo fatto: le nostre storie di impatto

Servizio e costante supporto al trade

Il contesto attuale ha portato i nostri partner commerciali a ridisegnare la customer experience nei propri punti vendita. Il nuovo scenario valorizza quei prodotti che si contraddistinguono per avere un profilo intenzionale di sostenibilità, e quei brand che hanno adottato pratiche aziendali per rispondere a questa evoluzione del mercato. Per poter intercettare questo cambiamento e comprendere le nuove esigenze, abbiamo intensificato la collaborazione con i nostri partner commerciali, lavorando in stretta collaborazione con loro e seguendo un approccio di studio e ricerca nei propri canali di vendita, grazie al quale offriamo di volta in volta le soluzioni più efficaci e gratificanti in termini di assortimenti, materiali per il punto di vendita ed esperienza d'acquisto.

Abbiamo intensificato il nostro sforzo attraverso un'attività di formazione e informazione alla nostra forza vendita, dislocata sul territorio, cui a sua volta è demandata un'attività di comunicazione e training formativa al personale dei punti vendita. Per farlo abbiamo predisposto un piano formativo in grado di sviluppare le competenze tecniche dei nostri venditori su prodotti e tecnologie, le loro competenze commerciali nel tradurre le caratteristiche dei prodotti in argomenti di vendita, nonché le competenze relazionali, di comunicazione e capacità propositiva.

Raggiungere le aspettative degli utilizzatori dei nostri accessori richiede competenza, agilità e flessibilità, che alleniamo costantemente guardando ai trend di mercato e all'evoluzione dei bisogni delle persone che ci scelgono.



Strategia Omnichannel

Detenere una strategia Omnichannel è un requisito necessario per poter garantire dei servizi adeguati ai nostri clienti nel mercato odierno. L'adozione di una strategia di questo genere diventa essenziale quando ci si avvicina ad un mercato digitalizzato come il nostro, dove l'utente finale ha la possibilità di arrivare all'acquisto di un prodotto attraverso canali diversificati tra loro. Continuiamo a valorizzare le **collaborazioni strategiche** con i nostri partner commerciali, le quali sono state ulteriormente intensificate nel 2023 per rispondere efficacemente alle esigenze di un mercato sempre più orientato al mondo digitale. Le collaborazioni sul fronte dell'online con i nostri retailer sono, infatti, un modo per inserirci con reciproco beneficio nella customer journey sempre più articolata dei consumatori finali. Per rafforzare la nostra presenza su questo fronte abbiamo, anche nel 2023, continuato ad investire sul progetto di evoluzione del nostro approccio al **digitale** e all'**E-commerce**. Il nuovo modello operativo è focalizzato sull'utilizzo contemporaneo di diversi strumenti in grado di operare con successo per la **valorizzazione** di customer journey ibridi. A tal fine, le sinergie create con i retailer nel settore sono una chiave per presidiare a 360° l'esperienza di acquisto dei nostri consumatori. Questi sforzi sono sempre inquadrati nella strategia di valorizzazione del nostro ampio catalogo e nella **ricerca** di nuove **opportunità** di crescita attraverso una miglior informazione e soddisfazione degli utilizzatori finali.

Nuovo processo Consumer Care B2C

Il processo **Consumer Care B2C** di gestione delle richieste dei consumatori per assistenza pre e post-vendita è stato raffinato nel 2023, in continuità con gli anni passati, con strumenti che ci permettono di analizzare, comprendere e rispondere al meglio alle richieste pervenute e dagli utilizzatori dei nostri prodotti.

Stiamo introducendo un **processo di reportistica quantitativa** che rappresenta un ulteriore passo avanti nella nostra strategia di miglioramento. Attraverso l'analisi dei dati raccolti, siamo in grado di identificare tendenze, punti di forza e aree di miglioramento nel nostro processo di assistenza al cliente e dei nostri prodotti. Questo approccio ci permetterà di **ottimizzare** le risorse, **ridurre** i tempi di risposta e **aumentare** la qualità del servizio offerto, consolidando ulteriormente la fiducia dei nostri consumatori.

Il nostro sistema rende diretta la comunicazione con i clienti, mettendo a disposizione un **Web Form** e un sistema di canalizzazione delle richieste preciso e puntuale. In aggiunta, abbiamo integrato le mailing list in modo da gestire più efficientemente l'indicizzazione delle richieste derivanti dai canali a disposizione dei nostri consumatori, al fine di indirizzare l'assistenza pre e post-vendita verso un single point of contact (SPOC). Infine, la sezione con le domande più frequenti (FAQ) è stata aggiornata e sono stati apportati dei miglioramenti al nostro **Chatbot**, basati sugli ultimi modelli di intelligenza artificiale generativa.

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.

[Clicca qui](#)

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.

[Clicca qui](#)

CHAT BOT

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

[Clicca qui](#)

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

Live the Excellence

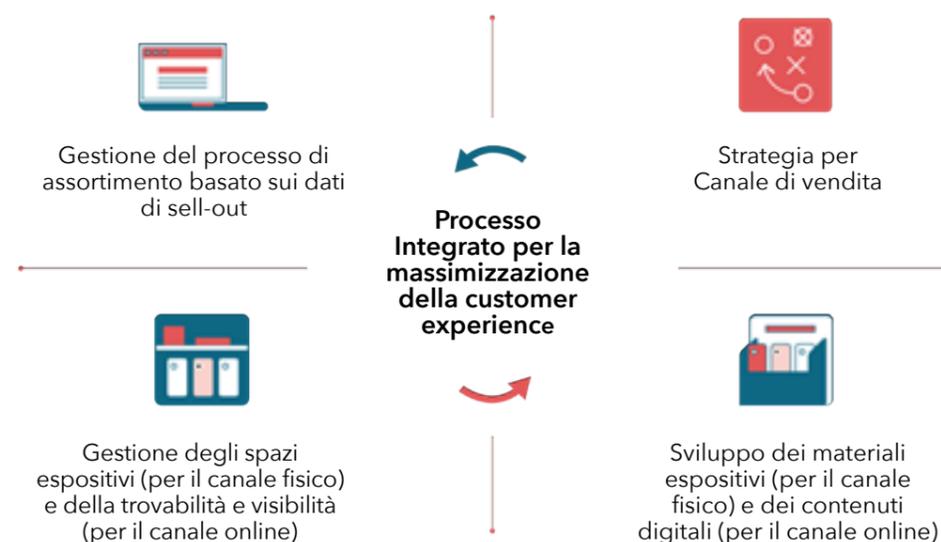
Nel marzo 2023, abbiamo organizzato nuovamente l'evento "Live the Excellence" di Cellularline, una straordinaria occasione per condividere con tutti i nostri partner strategici le **visioni** e le **strategie** di **sviluppo** sulle categorie di accessori per smartphone, tablet, audio e servizi di protezione dello schermo, avvalendoci di un'ampia esposizione delle nostre gamme prodotto e di strumenti espositivi di supporto al sell out.

Live the Excellence rappresenta per noi un momento fondamentale per analizzare l'andamento del mercato, capire le nuove esigenze del trade, sviluppare sinergie e consolidare ulteriormente il rapporto maturato nel corso degli anni con i nostri stakeholder, perseguendo il nostro intento di essere sempre motori di innovazione nelle strategie e attività commerciali.

Come lo facciamo

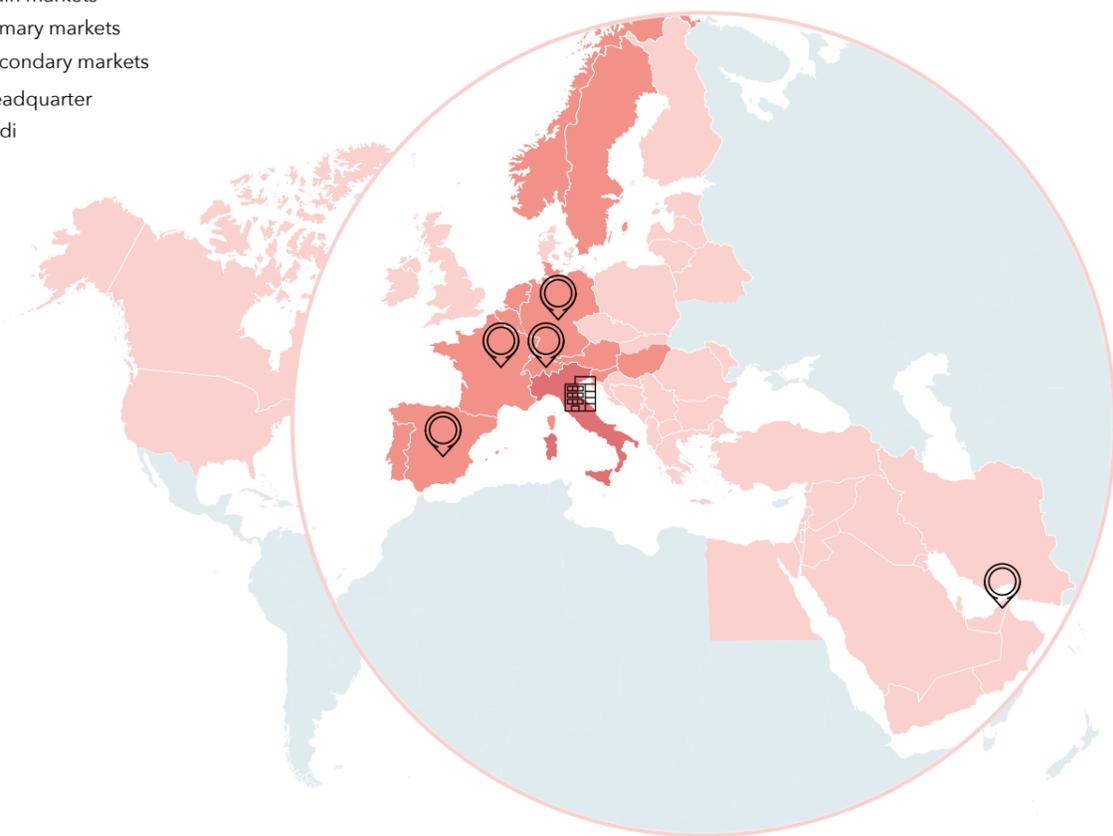
La spinta tecnologica e la maggiore consapevolezza delle tematiche ambientali e sociali sono i due driver fondamentali che stanno guidando le nostre strategie negli ultimi anni. Le nuove dinamiche di mercato ci dicono che gli users, ovvero i clienti finali, hanno progressivamente iniziato ad evolvere da un ruolo di "consumatore" a quello di attore consapevole. Pertanto, lo studio e l'aggiornamento dei nostri prodotti in funzione di questi cambiamenti diventa la chiave per poter intercettare le nuove esigenze di mercato. Infatti, il nostro metodo si contraddistingue da sempre per un'attenzione particolare riguardo le ricerche di mercato e i consumatori. Ogni anno indaghiamo, attraverso apposite ricerche, i bisogni emergenti e i nuovi trend di utilizzo.

Nel 2023, abbiamo condotto indagini di mercato per comprendere l'evoluzione dei bisogni dei consumatori nelle varie categorie di prodotto, tra cui una ricerca estensiva sulla categoria custodie, al fine di identificare bisogni emergenti, potenziali traiettorie di sviluppo, aree di miglioramento nell'ambito della nostra offerta, il tutto sviluppato attraverso una metodologia di focus groups e di interviste accompagnate all'interno dei punti di vendita (con focus sulle dinamiche degli shoppers). Gli insight acquisiti hanno guidato lo sviluppo di nuovi design e funzionalità, mirati a incontrare le esigenze emergenti e a rafforzare la nostra posizione nel mercato.



"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.

Audio Quality Lab (AQL)



Questo marchio è dedicato al mondo della musica che interpreta e soddisfa le esigenze di tutti gli utenti. Questa gamma unisce innovazione tecnologica e design distintivo con caratteristiche uniche per soddisfare tutti i tipi di ascolto, unendo le esigenze della fruizione musicale a quelle della conversazione.

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



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 multimediali (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
- AQL
- Music Sound

Linea di prodotto Black

Include tutti i prodotti e accessori legati al mondo delle moto e delle bici (quali, ad esempio, interfoni 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.**

CUSTOMER & USERS

Impegni
Futuri

Impegni futuri

Live the Excellence

Vogliamo continuare a sensibilizzare e coinvolgere i nostri stakeholders sulle strategie, progetti e attività svolte in tema ESG mediante l'organizzazione di un 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 2024 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.

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.



PEOPLE & COMMUNITY

Il Gruppo Cellularline pone le persone al centro della strategia di business. In questi ultimi anni, durante i cambiamenti organizzativi del Gruppo, abbiamo mantenuto un'attenzione costante sulle Persone, concentrandoci soprattutto sulla creazione di percorsi volti a valorizzare e sviluppare le competenze professionali e personali.

Per questo, investiamo sempre di più nella formazione delle nostre persone e nello sviluppo di iniziative che abbiano un beneficio per tutta la comunità e i nostri stakeholder.

Il 2023 è stato un anno di grande importanza per il Gruppo Cellularline, con un focus particolare sul coinvolgimento delle Persone nel processo di evoluzione organizzativa e culturale.

8,9

Comunità

25,2

Persone

Punteggio BIA
al 31/12/ 2023

People & Community

Siamo convinti che sia il capitale umano a fare la differenza e la sua valorizzazione è alla base della nostra strategia. Garantiamo a tutte le nostre persone un'esperienza lavorativa inclusiva e che permetta una crescita professionale e umana.

Nei prossimi paragrafi racconteremo le iniziative che abbiamo realizzato per raggiungere i nostri obiettivi, i processi di People Management & Development che ci guidano ogni giorno ed i nostri impegni per continuare a migliorarci.

PEOPLE & COMMUNITY

Equality & Inclusion

Equality & Inclusion

“Ci impegniamo ad incoraggiare l'inclusione, valorizzando l'unicità di ogni persona. Percorso che parte dall'azienda e viene condiviso all'esterno”



29%

dei dipendenti ha meno di 35 anni

59%

dei neoassunti nel 2023 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

Equality & Inclusion: un impegno costante

Il Gruppo Cellularline riconosce la diversità come una risorsa fondamentale per l'innovazione, la produttività e la crescita sia dell'organizzazione sia del Paese. Per promuovere un cambiamento culturale necessario e creare un ambiente inclusivo che non discrimini per genere, età, abilità differenti, condizioni di salute, etnia, orientamento sessuale, identità di genere o ideologie politiche, il Gruppo ha da tempo promosso iniziative mirate a promuovere valori di equità e obiettività. Ci impegniamo a proteggere e valorizzare al massimo il potenziale individuale come elemento distintivo.

Siamo convinti che alla base di tutto quello che facciamo ci sono persone, non risorse. Persone con i propri valori, le proprie esperienze, i propri stili di lavoro; ciascuna con le proprie unicità. Creare una cultura inclusiva ed abbracciare la diversità significa non solo riconoscere le differenze ma anche imparare a rispettare gli altri così come sono. Questi valori sono trasmessi anche grazie a un team interfunzionale dedicato all'Equality & Inclusion creato nel 2022. Il team è composto da più figure aziendali, appartenenti a funzioni e con ruoli diversi e identificati su base volontaria.

In aggiunta, un argomento di grande importanza per noi è quello della gender diversity. Per questo motivo, proseguiamo nel nostro cammino verso l'equità salariale, un impegno avviato già nel 2020. Attraverso un'analisi della differenza retributiva tra generi, siamo in grado di identificare possibili aree di intervento e di attuare misure mirate. Per ribadire il nostro impegno anche all'esterno, abbiamo inserito un disclaimer in tutti i nostri job posting, in cui dichiariamo chiaramente il nostro impegno sul tema.

Creazione di un team interfunzionale su base volontaria che favorisce e incentiva l'inclusione e la diversity in azienda

Membri del team:

Franco Capetta

Enterprise & Application Manager

Cecilia Facini

Demand & Co-Packaging Manager

Claudia Di Modica

HR Business partner

Luisa Cataldo

Group HR Manager

Lara Zaccarelli

International Customer care Manager

Marco Barbiero

Product Developer e futuro R&D Manager

Eleonora Pinca

Executive Assitant & Product scouting Coordinator



Nel corso del 2023 abbiamo aderito al network di Fondazione Libellula, un'organizzazione impegnata a livello culturale nella prevenzione e nel contrasto alla violenza sulle donne e alla discriminazione di genere. Fondazione Libellula svolge numerose attività all'interno delle aziende del network, promuovendo una cultura fondata sul rispetto, creando ambienti di lavoro inclusivi e lavorando per smantellare gli stereotipi di genere e promuovere l'empowerment femminile. La nostra collaborazione con Fondazione Libellula ha coinvolto i nostri clienti attraverso una Campagna di Cause Related Marketing lanciata in occasione del 25 novembre, in occasione della giornata contro la violenza sulle donne. Inoltre, abbiamo sostenuto i Progetti di Cura come "Dai Segni ai Sogni" e "Spazio Libellula". Il primo è un percorso formativo rivolto al personale medico e

infermieristico degli ospedali per riconoscere i segni di violenza subita dalle donne e dai bambini al pronto soccorso; il secondo è uno spazio di aiuto aperto a tutti nella città di Milano a favore delle donne, promuovendo il rispetto e la prevenzione della violenza.

~50%

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

Ci impegniamo a garantire l'uguaglianza sul lavoro e pari opportunità di sviluppo e crescita professionale senza considerare alcuna forma di discriminazione come razza, etnia, religione, sesso, età, abilità fisiche, nazionalità, orientamento sessuale, orientamento politico, appartenenza a organizzazioni sindacali e stato civile.

Abbiamo elaborato linee guida per il nostro team al fine di stabilire criteri, modalità e responsabilità per una gestione inclusiva e corretta delle nostre persone. Questo documento è condiviso all'interno del team HR ed è soggetto alle leggi, agli accordi collettivi locali e a periodici audit di verifica condotti dagli enti competenti (Internal audit ed enti di terza parte).

La selezione del personale è gestita da un Applicant Tracking System (ATS), un software progettato per ottimizzare il processo di ricerca e selezione attraverso l'uso di social network e diverse piattaforme come LinkedIn e Indeed. Per noi, è fondamentale che i valori e la cultura dei candidati selezionati siano in linea con quelli del Gruppo. Durante il processo di selezione, favoriamo il reciproco apprendimento attraverso colloqui bilaterali. Successivamente, procediamo con una o più interviste con i responsabili dell'HR e l'Hiring Manager (responsabile della posizione in ricerca) e/o i Business Unit/Function Director coinvolti ed a seconda delle caratteristiche della ricerca vengono somministrati test attitudinali e/o prove individuali. Durante tutto il processo, prestiamo

particolare attenzione per evitare i rischi che possono presentarsi nella fase di selezione del personale, come la valutazione non oggettiva delle competenze, la mancata trasparenza o discriminazione nell'iter di selezione.



PEOPLE & COM MUNI TY

**Sviluppo e
valorizzazione
delle Persone**

Sviluppo e valorizzazione delle Persone

“Crediamo nella creazione di un ambiente orientato allo sviluppo, capace di valorizzare le proprie persone e al contempo promuovere fonti di arricchimento culturale, investendo nella formazione”



113

dipendenti formati

Cosa abbiamo fatto: le nostre storie di impatto

Performance management

Investire nelle competenze, sia manageriali che tecnico-specialistiche, equivale a investire nella qualità e nell'efficienza dei nostri processi e nella valorizzazione del nostro capitale umano.

Per questo motivo, sin dal 2020, abbiamo rivisto il nostro processo di Performance Management integrando gli obiettivi di business con target legati allo sviluppo delle competenze soft e di leadership. Con l'obiettivo di motivare i nostri collaboratori a raggiungere risultati sempre più elevati abbiamo promosso l'integrazione e la collaborazione tra individui e tra le funzioni all'interno dell'organizzazione, incoraggiando la definizione di obiettivi interfunzionali e di sviluppo organizzativo.

Inoltre, al conferire sempre maggiore forza e rilevanza al nostro programma di sviluppo sostenibile, abbiamo integrato, ove possibile e a tutti i livelli dell'organizzazione, gli obiettivi tradizionali di business e finanziari con quelli riguardanti l'ambito ESG.

85% dei dipendenti del Gruppo è coinvolto in processi formalizzati di valutazione delle prestazioni e dello sviluppo professionale.

85%

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

51%

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

People and Culture Program

Per quanto riguarda la formazione, abbiamo avviato un importante percorso formativo denominato “People Care & Development (Skill & Will)”, mirato allo sviluppo delle competenze di Leadership e di People Care, con l'obiettivo di dare concretezza verticale alla formazione su people management e introdurre un'abitudine gestionale a lavorare sulla dimensione people verticalmente e in collaborazione con la funzione Human Resources.

Il programma si basa sui principi di delega, coaching e motivazione delle persone. Attraverso tale progetto intendiamo costruire spazi di confronto aperto e concordare strategie di gestione, coinvolgere con maggiore intensità, metodo e professionalità il proprio team, garantendo concretamente percorsi di sviluppo delle competenze e della motivazione.

Tale progetto ha coinvolto due importanti funzioni aziendali: Marketing & Digital e la funzione R&D, coinvolgendo 25 persone circa. Il programma prevede che i Manager coinvolti nel progetto si impegnino a mappare e segmentare periodicamente i propri collaboratori utilizzando il modello di analisi “Skill/Will”. Tale analisi, porta all'individuazione dei casi prioritari “cantieri di lavoro” sui quali definire aree e azioni di intervento concrete volte a migliorare la performance e aumentare/mantenere la motivazione delle persone. Fondamentale nel progetto è il confronto verticale che consente al Manager di ricevere feedback orizzontali e confrontarsi in merito alle strategie da utilizzare e appli-

care ai vari cantieri. obiettivo futuro del progetto di estendere il progetto anche al resto delle funzioni aziendali, al fine di creare metodologie condivise e una cultura aziendale orientata alla gestione efficace delle persone.



Training ESG & Welcome Kit

Riteniamo significativo aumentare la consapevolezza all'interno del Gruppo riguardo alle tematiche della sostenibilità ambientale, sociale e della governance. Di conseguenza, abbiamo deciso di integrare questi argomenti nella nostra comunicazione interna e nei programmi di formazione. Nel corso del 2023, abbiamo proseguito con incontri collettivi in cui abbiamo illustrato la nostra strategia e gli obiettivi ESG, così come il nostro impegno concreto nel migliorare il nostro impatto aziendale, con particolare enfasi sul “Master Plan”, un piano di attività triennale (2021-2023) che dettaglia gli interventi previsti nelle diverse aree di impatto del BIA². Riteniamo altresì essenziale coinvolgere tutte le nostre persone, inclusi i neoassunti, nel percorso verso un futuro sostenibile. Per questo motivo, abbiamo sviluppato un programma di induzione che ci consente di condividere il percorso fin qui

²Fare riferimento al paragrafo 5.1 “La Governance della Sostenibilità” per maggiori informazioni sul progetto BIA

compiuto e gli obiettivi futuri. Abbiamo inoltre creato un “welcome kit sostenibile” per neoassunti per sottolineare ulteriormente l'importanza del nostro impegno nei confronti del programma ESG.

Job Posting

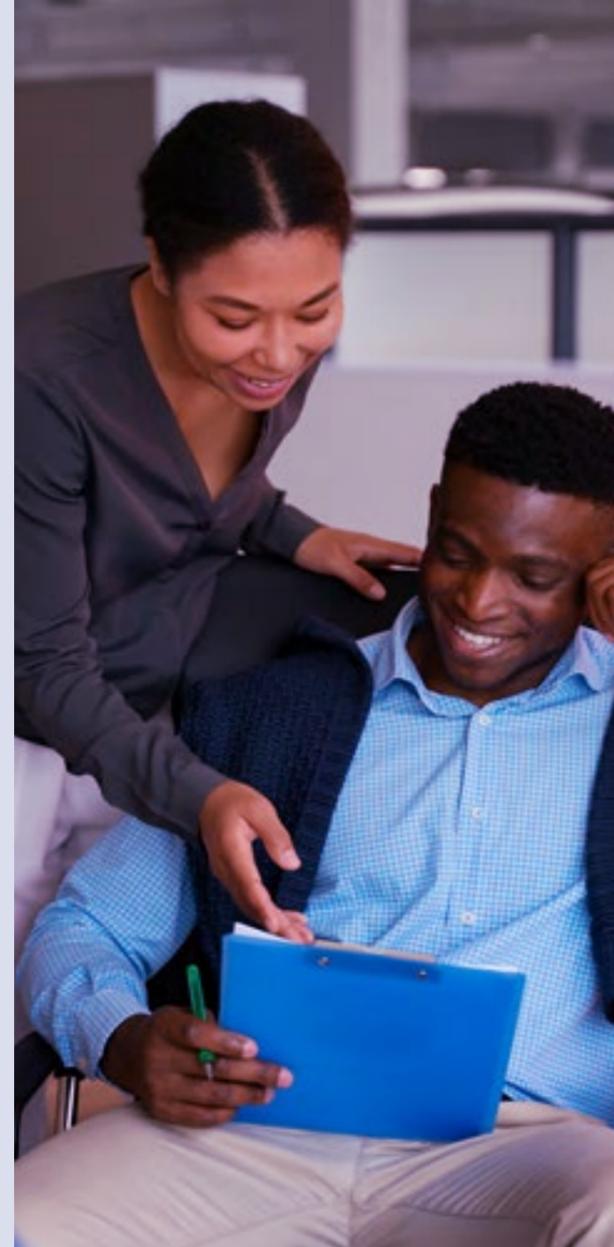
Nel corso del 2023 abbiamo potenziato l'utilizzo del Job Posting, strumento che permette ad ogni nostro dipendente la possibilità di candidarsi alle opportunità professionali interne all'azienda. Attraverso questa iniziativa, vogliamo continuare a promuovere la crescita professionale e umana delle persone all'interno dell'azienda. Promuoviamo un ambiente di lavoro dove i manager si prendono cura della crescita dei propri collaboratori ed ogni persona si sente responsabilizzata nella definizione del proprio percorso di sviluppo. Già nel 2020, abbiamo costruito percorsi formativi dedicati allo sviluppo delle competenze di People Care & Development ed abbiamo riprogettato il processo di Performance Management, come già anticipato. Per rendere più semplice, concreto ed efficace il processo, utilizziamo una piattaforma dedicata, “JOIN UP”, allo scopo di facilitare lo spazio di dialogo e di sviluppo delle persone. Il processo di Performance Management prende avvio con una prima fase di Goal Setting in cui si identificano i target personalizzati e le competenze focus per ogni collaboratore. In questo step avrà luogo anche la definizione congiunta di KPIs di performance per una migliore misurazione e conseguente valutazione dei risultati raggiunti, e la stesura di un vero e proprio Individual Development Plan (IDP) per una puntuale definizione delle attività di sviluppo individuali. Infi-

ne, per favorire un confronto costruttivo ed un adeguato monitoraggio delle proprie performance è prevista una fase di mid-year review che prevede lo scambio di feedback sull'andamento degli obiettivi e sul livello di raggiungimento delle competenze attese.

A questa fase intermedia segue una vera e propria fase di Final Evaluation & feedback meeting nella quale manager e collaboratori si incontrano per condividere le reciproche valutazioni.



Ci siamo concentrati sullo sviluppo delle seguenti competenze...



[CELLULARLINEGROUP]



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.

PEOPLE & COM MUNI TY

People
Care

People Care

"Il benessere individuale delle nostre persone è fondamentale per noi. Rispondere ai bisogni e fornire delle iniziative che hanno come obiettivo quello di migliorare il benessere economico, sociale e psico-fisico delle persone è un impegno del quale ci facciamo carico"

Cosa abbiamo fatto: le nostre storie di impatto

Ascolto delle nostre persone

Desideriamo dare voce alle idee e comprendere le necessità delle nostre persone, pertanto abbiamo istituito un canale di dialogo con i nostri dipendenti. In particolare, abbiamo coinvolto tutti i nostri dipendenti in un sondaggio al fine di valutare il loro livello di soddisfazione e benessere rispetto alle attività svolte all'interno del Gruppo e per raccogliere le loro opinioni su questioni di attualità che ci stanno particolarmente a cuore, come la diversity e lo smart working.

Attraverso questo sondaggio, abbiamo identificato i nostri punti di forza e individuato le aree in cui possiamo migliorare, attuando azioni sia a breve che a lungo termine in un processo di continua evoluzione.

150

**feedback ricevuti
dai dipendenti**

Ruolo dell'HR Business partner

Abbiamo operato nello sviluppare ulteriormente i contenuti del ruolo del cosiddetto HR Business Partner con l'obiettivo di mettere al centro le persone e di creare delle figure HR che supportino ed accompagnino i Line Manager nella gestione quotidiana dei propri collaboratori attraverso l'applicazione pratica di quanto appreso nei percorsi di formazione manageriali costruiti ad hoc.

A partire dal 2023, il ruolo ha la responsabilità dei processi di: recruiting, sviluppo delle competenze e sviluppo organizzativo, oltre ad essere sempre più integrato nei progetti di business, al fine di contestualizzare il supporto nella gestione delle persone, fondata sui concetti di cura, crescita ed inclusione.

L'HR Business Partner svolge di fatto un ruolo di conciliazione delle esigenze organizzative e di business con quelle di sicurezza psicologica e ascolto, perché solo attraverso la motivazione e l'autentico coinvolgimento delle persone un'azienda può raggiungere risultati eccellenti.

Appical, l'app di on-boarding

Nel corso del 2023, abbiamo continuato a perfezionare e aggiornare la nostra applicazione di Onboarding, Appical, con l'obiettivo di migliorare ulteriormente l'esperienza di inserimento dei nostri nuovi colleghi. Questo strumento mira a fornire una visione completa del Gruppo e a mettere a disposizione tutte le informazioni essenziali per facilitare i primi passi dei nuovi dipendenti all'interno dell'azienda. Attraverso aggiornamenti regolari e feedback, abbiamo migliorato le funzionalità e i contenuti dell'app, rendendo l'esperienza di onboarding ancora più coinvolgente ed efficace. Abbiamo inoltre rafforzato il coinvolgimento dei Line manager nella progettazione e nell'implementazione delle varie fasi del processo, garantendo che ogni nuovo arrivato si senta accolto e supportato fin dal primo giorno.



Il benessere mentale attraverso la cura

In collaborazione con Lifeed, nel 2023, in occasione del Mental Health Day, abbiamo lanciato l'esperienza formativa "Il benessere mentale attraverso la cura", un webinar che ha esplorato le diverse dimensioni del benessere. Attualmente, circa 8 persone su 10 soffrono di disturbi legati ad alti livelli di stress e sentono la necessità di dedicare tempo alla cura di sé stesse. Attraverso questo percorso, abbiamo fornito ai nostri dipendenti strumenti pratici e conoscenze utili per avviare un percorso di cura del proprio benessere mentale.

Al termine del programma, i partecipanti erano più consapevoli di come attingere a tutte le proprie risorse e alla propria ricchezza emotiva, liberando la possibilità di prendersi cura di sé.

Smart working Policy

Il nostro approccio allo smart working è nato come risposta all'emergenza sanitaria, con l'obiettivo di garantire continuità dei nostri processi di business e la sicurezza di tutte le nostre persone. Tuttavia, questo percorso si è trasformato in un'opportunità, fornendo una modalità di organizzazione del lavoro che consente ai nostri dipendenti di conciliare meglio gli impegni professionali e personali in modo flessibile ed efficiente. Con l'obiettivo di promuovere la collaborazione, la fiducia e una maggiore responsabilizzazione delle nostre persone, abbiamo sviluppato una policy interna basata sull'esperienza acquisita durante la pandemia.

Questa policy mira a garantire una maggiore agilità nei nostri processi organizzativi e a ridurre il nostro impatto am-

bientale.

Ai dipendenti è data la possibilità di adottare modalità di lavoro flessibile, previa stipula di un accordo individuale, come stabilito dalla normativa vigente.



Tutela della privacy

La digitalizzazione è oggi una delle sfide più rilevanti e strategiche a livello globale, per questo ci impegniamo ogni giorno per rispettare la privacy delle persone con l'obiettivo di assicurare la piena fiducia nelle nostre attività e di avere successo nella realtà digitale. I dati che trattiamo sono principalmente: dati di persone giuridiche, ovvero delle società che si occupano della distribuzione dei nostri prodotti e che mantengono i rapporti diretti con i consumatori finali; dati personali degli acquirenti che si interfacciano con noi attraverso il portale e-commerce e i social network; dati dei nostri dipendenti, collaboratori; dati dei nostri consulenti. Garantiamo a tutti gli interessati un presidio costante attraverso il rispetto delle normative in vigore e attraverso l'Ufficio Privacy composto dal Group Legal Director e dal Chief Information Officer, che, in caso di necessità, si avvalgono di consulenti esterni per avere un supporto specialistico. È stato definito un Modello Organizzativo di Gestione dei Dati, e istituito un account e-mail (privacy@cellularline.com) a disposizione di tutti i nostri stakeholder per eventuali richieste, segnalazioni e garantendo un tempestivo intervento dell'organizzazione nella tutela dei diritti degli interessati.

Inoltre, nel 2023 l'ufficio è stato arricchito della figura del DPO e sono stati nominati da parte dell'Ufficio Privacy diversi "Privacy owner" per ciascuna funzione dell'azienda che tratta dati personali. I Privacy Owner vengono coinvolti attivamente dall'Ufficio Privacy per rendere più efficace l'opera di sensibilizzazione del personale sugli impegni, le responsabilità e le cautele utili a una corretta gestione e protezione dei dati. L'Ufficio Privacy e i Privacy Owner lavorano quindi in sinergia, attraverso regolari flussi di comunicazione e una pianificazione di incontri periodici, su base annuale, che consentono di monitorare i progressi e verificare il raggiungi-

mento o mantenimento degli obiettivi di compliance, anche alla luce di tutte le eventuali nuove iniziative intraprese dalla Società. Questa strategia, insieme alla definizione di un percorso di formazione specifica dedicato a tutto il personale, ha consentito di migliorare la compliance aziendale a più livelli. I riscontri più evidenti si hanno nei progetti con impatto sulle azioni **marketing** di Cellularline, sulla gestione degli **e-commerce**, e sulle **politiche** relative alle **Risorse Umane**. Sono altresì migliorate le azioni di controllo e monitoraggio su tutta la catena di fornitura, con procedure più organizzate per la selezione, la gestione contrattuale e l'affidamento di incarichi a terzi aventi rilevanza sotto il profilo della privacy o della cyber-security.

La **cybersecurity** è stata inserita nell'agenda aziendale ed è continuamente migliorata per presidiare l'infrastruttura fisica e logica oltre a garantire che tutti i dipendenti seguano le policy di corretto utilizzo degli strumenti informatici. Significa avere una visione olistica della gestione dei rischi associati agli attacchi informatici. È un dato di fatto che le vulnerabilità della sicurezza hanno un forte impatto sulla continuità operativa delle imprese. La gravità delle interruzioni di servizio o del furto dei dati può essere drammatica. Tuttavia, ci sono altri aspetti legati alla sostenibilità della cybersecurity associati alla corporate responsibility. Che si tratti di collaboratori, dipendenti e clienti, tutti gli utenti devono poter accedere a sistemi ed applicazioni con vincoli di accesso e modalità di utilizzo con policy quanto più possibile intuitive e rapide. Fino a ieri, la sicurezza informatica veniva considerata un add-on rispetto alla progettazione dei sistemi informativi. L'esplosione del world wide

web e la trasformazione digitale del business hanno insegnato alle aziende a guardare alla protezione di dati e applicazioni in modo diverso. Tuttavia, per diversi motivi culturali ed economici, sono ancora poche le aziende che impostano la sicurezza partendo da un approccio nativo.

Il rischio di **cyber security** in Cellularline è considerato elevato sia per l'attuale contesto geopolitico, sia per il trend in costante crescita dei cyber attacchi alle aziende di qualsiasi dimensione e in qualsiasi settore. Questi elementi, unitamente alla complessità dello scenario delle minacce (sempre più organizzate ed evolute) che è aumentata anche a causa dell'assetto hybrid working, rappresentano particolari fattori d'attenzione nello sviluppo della strategia di trasformazione della nostra azienda. Per far fronte a questa situazione, ci siamo dotati già da tempo, secondo il consolidato approccio risk-based, di una serie di misure di difesa per prevenire e contenere gli impatti a fronte di attacchi cyber.

**0 denunce
comprovate
ricevute
riguardanti
la violazione
della privacy
nel corso del
2023.**



Come lo facciamo

Riconosciamo l'importanza di trovare un equilibrio tra lavoro e vita privata, ed è per questo motivo che ci impegniamo a fornire ai nostri dipendenti una serie di servizi mirati a migliorare il loro well-being. Disponiamo di un piano di welfare che comprende una serie di iniziative volte a promuovere il benessere sul luogo di lavoro e a facilitare la conciliazione tra attività professionale e vita privata per tutti i nostri dipendenti. Presso il nostro l'headquarter di Reggio Emilia, utilizziamo la piattaforma Welfare Edenred, mentre tutte le sedi in Italia hanno l'accesso alla piattaforma di Corporate Benefit, attraverso la quale i dipendenti³ possono accedere a convenzioni/voucher sconto, ecc. Inoltre, abbiamo concesso a tutti i nostri dipendenti la possibilità di usufruirne di uno o due giorni di smartworking a settimana. A conferma del nostro impegno nel promuovere un equilibrio vita lavorativa e vita privata, possiamo affermare che tutti i dipendenti che hanno usufruito di congedo parentale sono ancora in azienda dopo 12 mesi.

100%

dei dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale sono ancora in azienda dopo 12 mesi dal loro rientro.

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.

Per quanto riguarda la prevenzione e la mitigazione degli attacchi informatici, abbiamo implementato un programma di formazione chiamato "**Cyber Security Culture**", mirato a rafforzare la consapevolezza aziendale sui comportamenti corretti da adottare per affrontare i rischi informatici.

Nel 2023 abbiamo continuato a svolgere iniziative di formazione tra i nuovi assunti e specifiche campagne di comunicazione rivolte all'intera popolazione aziendale quando venivano rilevate particolari minacce. Inoltre, siamo dotati di diverse misure di difesa per prevenire e contenere gli impatti a fronte di attacchi cyber. Queste misure comprendono la difesa dei sistemi e gli applicativi esposti su internet, il rafforzamento dei presidi di sicurezza tecnologici e di governo, l'attuazione di presidi di controllo volti a identificare, mitigare e monitorare il rischio cyber security veicolabile dalle terze parti di Cellularline, interventi per rafforzare ulteriormente la continuità dei servizi IT Corporate e migliorare il monitoraggio sulla gestione dei sistemi centrali. Infine, per mitigare il rischio di un attacco cyber, aggiorniamo continuamente il set di contromisure in atto.



PEOPLE & COM MUNI TY

**Salute e
Sicurezza sul
Lavoro**

Salute e Sicurezza sul Lavoro

"Perseguiamo con il massimo impegno l'obiettivo di garantire alle nostre persone la sicurezza sul luogo di lavoro. Creare un ambiente di lavoro sicuro e protetto dove le nostre persone possono sentirsi a proprio agio è una nostra priorità"

Cosa abbiamo fatto: le nostre storie di impatto

Medicina del lavoro

Riteniamo che l'attenzione alla salute e sicurezza sul lavoro non debba limitarsi al semplice rispetto della normativa, ma debba mirare al continuo miglioramento delle condizioni lavorative. Per questo motivo, abbiamo instaurato una partnership con una società di Medicina del Lavoro sita in Reggio Emilia, Check-Up Service. Questa collaborazione ci consente di usufruire di un pool di medici competenti e tecnici professionali che ci supportano nella pianificazione e nel monitoraggio accurato della sorveglianza sanitaria necessaria per i lavoratori, in base alla mansione e alle condizioni di salute.



Come lo facciamo⁴

In primo luogo, in conformità con il Decreto Legislativo 81/08, abbiamo redatto il **Documento di Valutazione dei Rischi e le valutazioni dei rischi specifici**. Questo ci consente di analizzare tutte le potenziali minacce per il benessere delle nostre persone, basate sulle attività del Gruppo, le attrezzature utilizzate e i luoghi di lavoro in cui operiamo, assicurando nel contempo una gestione efficace della sicurezza.

In secondo luogo, abbiamo istituito un **organigramma** interno per la salute e sicurezza sul lavoro, attraverso il quale il datore di lavoro ha designato il Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione (RSPP), figura affidata a un professionista esterno, ha nominato il Medico Competente in ottemperanza alla normativa vigente ed ha identificato i preposti e gli addetti componenti alla squadra dell'emergenza. Abbiamo, inoltre, individuato i nostri tre Responsabili dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS). Svolgiamo regolarmente attività di ispezione e analisi degli obblighi applicabili, con il supporto di consulenti esterni che elaborano un piano di miglioramento a breve e lungo termine, condiviso con il datore di lavoro. In caso di riorganizzazioni o miglioramenti delle postazioni di lavoro e delle mansioni, effettuiamo analisi specifiche per valutare eventuali impatti negativi sulla salute e sicurezza sul lavoro.

Inoltre, il Servizio di Prevenzione e Protezione (SPP) verifica e monitora costantemente attraverso incontri periodici con i referenti per la sicurezza, le

⁴Tale informativa è applicabile a Cellularline S.p.A., le altre società controllate operano nel pieno rispetto delle normative vigenti nei propri paesi di appartenenza.



situazioni di pericolo, gli incidenti e le situazioni che potrebbero provocare l'accadimento di lesioni o malattie professionali e riceve e valuta eventuali segnalazioni pervenute dalla direzione dagli RLS o dai lavoratori.

Adottiamo una specifica procedura e **promuoviamo** attività formative al fine di gestire le segnalazioni di situazioni impreviste e improvvisamente pericolose, monitorando i *near miss* o mancati infortuni. La partecipazione e consultazione dei lavoratori è garantita sia in occasione dei corsi di formazione che dalla possibilità di far riferimento, per eventuali segnalazioni, agli RLS o ai referenti del Servizio di Prevenzione e Protezione Interni.

Assicuriamo il corretto svolgimento dell'attività di sorveglianza sanitaria attraverso un contratto con un'azienda di **Medicina del Lavoro** sul territorio, **Check Up Service**. Il medico competente insieme al SPP analizza costantemente le postazioni di lavoro, al fine di ridurre i rischi legati all'ergonomia e alle postazioni da videoterminale per i lavoratori; durante la riunione periodica svolta ai sensi dell'art.35 D.Lgs. 81/08 vengono analizzate altresì le mansioni per le quali si rendono necessari la fornitura di Dispositivi di Protezione Individuale (DPI), opportunamente consegnati ai dipendenti.

Gli aspetti e i temi collegati alla Salute e Sicurezza delle persone rappresentano elementi prioritari nella determinazione delle nostre scelte e della nostra cultura organizzativa. Nell'ottica di massima tutela e cura del benessere dei lavoratori, inoltre, svolgiamo specifiche attività di **monitoraggio** e **gestione** dello **stress lavoro** correlato dalle quali non sono emerse particolari situazioni di criticità correlate all'ambiente lavorativo.

Anche dagli esiti della sorveglianza sanitaria non vengono evidenziati situazioni di criticità legate allo stress lavoro correlato.

**2 infortuni
nel 2023 su
un totale di
435.492 ore
lavorate.**

Pathways to Wellness

Il nostro programma di **Wellness**, lanciato nel 2023, rappresenta un processo di sensibilizzazione volto a incoraggiare i nostri dipendenti a adottare stili di vita che favoriscano una salute olistica, promuovendo il benessere a 360°. Questo programma si basa su 5 aspetti: Physical, Occupational, Emotional, Spiritual and Intellectual.

Durante il 2023, abbiamo sviluppato diverse iniziative per guidare i nostri dipendenti lungo questo percorso tra cui:

- **In collaborazione con DAY1**, una realtà che si occupa di attività di sensibilizzazione sul diabete nelle aziende, diamo l'opportunità ai nostri dipendenti di sottoporsi a uno screening per prevenire lo sviluppo del diabete e tutte le complicanze che ne derivano. In Italia, più di un milione di persone non sa di avere il diabete, mentre quattro milioni di persone risultano esposte ad un rischio elevato.

- **Con Buddyfit**, app di fitness e wellness pensata per prendersi cura del proprio benessere fisico e mentale, abbiamo dato l'opportunità a tutti i nostri dipendenti di sottoscrivere un abbonamento gratuito con tre lezioni settimanali preparate in esclusiva da trainer esperti e qualificati. Inoltre, durante l'anno sono state molte le iniziative organizzate, tra cui la "Cellularline Steps Challenge", una sfida tra colleghi monitorata tramite l'app di Buddyfit. Questa sfida è stata svolta nel mese di novembre 2023, con l'obiettivo di fare

più di 8000 passi al giorno e incentivare l'attività motoria anche durante le pause giornaliere.

Quest'anno abbiamo deciso di assegnare ai primi cinque partecipanti più virtuosi dei premi, tra cui voucher speciali (servizi, viaggi o corsi), riconoscendo il loro impegno nel promuovere pratiche che favoriscono il benessere fisico.

Un'ulteriore occasione finalizzata al miglioramento del benessere delle nostre persone sono i **webinar organizzati con esperti e professionisti**.

Nel mese di settembre si è tenuto un incontro con la partecipazione di una **biologa nutrizionista** e un **fitness coach**, con l'obiettivo di aiutare alla prevenzione e alla cura del benessere attraverso il miglioramento dello stile di vita e delle abitudini alimentari.



PEOPLE & COM MUNI TY

**Sostegno alla
comunità**

Sostegno alla comunità

"L'impegno di Cellularline va oltre il suo **core business** e guarda ai suoi impatti verso la comunità. Come Cellullarline Group, crediamo fermamente nello sviluppo sociale e culturale. Per questo, sosteniamo diverse iniziative volte a creare un valore aggiunto per le persone e, in particolar modo, i giovani"

Cosa abbiamo fatto: le nostre storie di impatto

Programma UNORA

Nel 2023 abbiamo continuato la nostra adesione al programma UNORA, promosso dalla Fondazione Unora ETS, che consente ai nostri dipendenti di devolvere una o più ore del loro lavoro a favore dei vari progetti promossi dalla fondazione e dalle altre realtà che la compongono.

Nel corso dell'anno i nostri dipendenti hanno devoluto un totale di 380 ore per 4.310 € raccolti, contribuendo così concretamente alla felicità delle persone inserite nei vari programmi della fondazione.⁵

Festival dei giovani - Noisiamofuturo

Anche per il 2023 abbiamo confermato la collaborazione con Noisiamofuturo per l'ottava edizione del Festival dei Giovani, che si è svolto a Gaeta dal 17 al 19 aprile 2023. Il festival ha accolto decine di migliaia di studenti provenienti da ogni parte d'Italia, offrendo loro opportunità di partecipazione attiva in diversi ruoli, tra cui autori, conduttori, organizzatori, comunicatori, dibattitori, testimonial e artisti. L'obiettivo del festival è promuovere l'inclusione e il dialogo tra diversi settori della società e fasce d'età, nonché fornire orientamento e formazione per percorsi scolastici e sviluppo personale.

TED^x Reggio Emilia

Abbiamo confermato il nostro impegno nella partnership anche con TEDx (Technology Entertainment Design), un'organizzazione non-profit dedicata alla condivisione di idee. TEDxReggio-Emilia, giunto al XIII anno, si distingue da sempre per essere riconoscibile, inclusivo e globale. L'obiettivo principale è stato quello di scoprire nuove storie, entrare in contatto con realtà diverse dal quotidiano, ricevere stimoli, trovare ispirazione e ottenere nuovi strumenti per affrontare le grandi sfide globali.



⁵(Fondazione Soleterre, 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)

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

Facciamo battere il #cuoreverde

Durante l'anno in corso, abbiamo confermato il nostro supporto per il **Charity Temporary Shop** promosso dalla Croce Verde di Reggio Emilia, con l'obiettivo di raccogliere fondi per l'acquisto di beni destinati alla pubblica assistenza. Cellularline ha contribuito a questo progetto donando prodotti disponibili per l'acquisto presso il negozio temporaneo installato per l'occasione nel centro storico della città di Reggio Emilia. Inoltre, in collaborazione con la **Croce Verde**, abbiamo promosso un'altra iniziativa consistente nella donazione di batterie di emergenza, caricabatterie USB, auricolari, ed altri accessori alle comunità romagnole dall'alluvione del maggio 2023.

Sosteniamo i City Camp di Dynamo

Anche nel corso del 2023, Cellularline ha continuato a sostenere i progetti **City Camp di Dynamo**, che promuovono programmi di terapia ricreativa per bambini e ragazzi affetti da gravi o croniche patologie.

L'obiettivo dei Dynamo Camp è quello di offrire loro momenti di vita e divertimento, contribuendo allo sviluppo delle loro capacità e del loro potenziale.

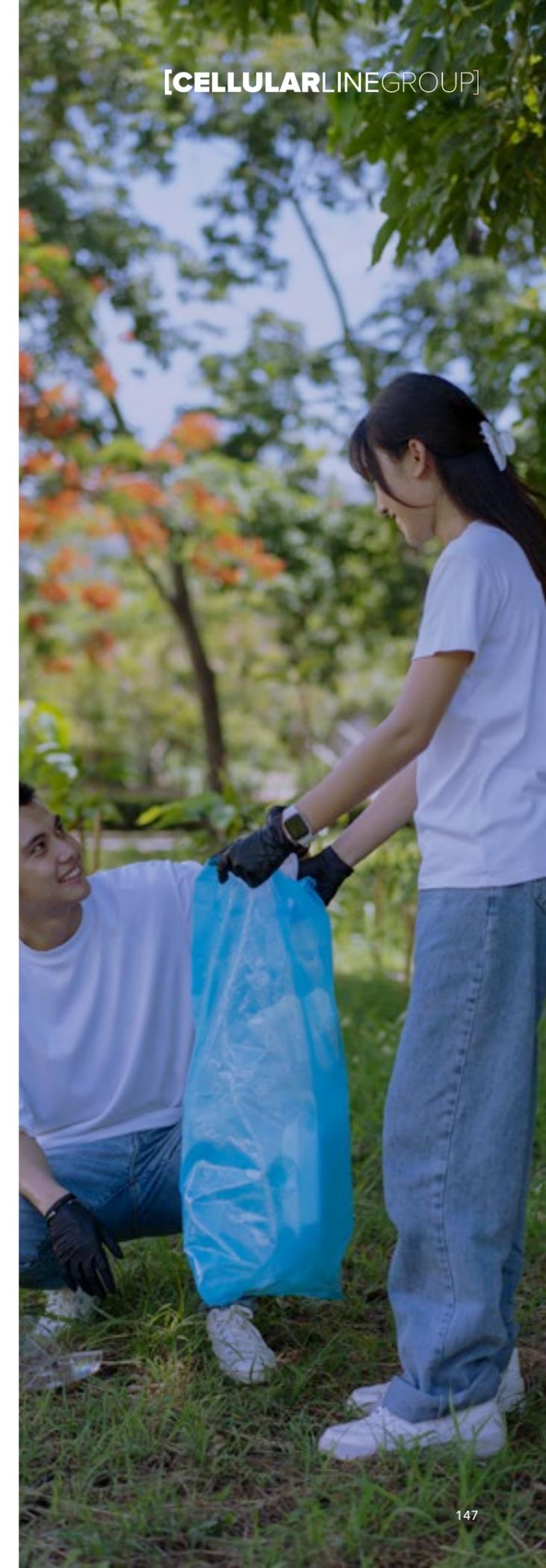


In 15 anni, **Dynamo Camp** ha raggiunto circa **88.000 persone**, ampliando di anno in anno le collaborazioni con associazioni ed enti specializzati. Quest'anno, abbiamo deciso di sostenere le Vacanze Dynamo, in particolare per la settimana di attività svolte a Brindisi a settembre 2023, contribuendo al diritto alla Felicità di altri bambini e delle loro rispettive famiglie.

Come lo facciamo

Lo sviluppo del nostro business non riguarda solo gli aspetti interni dell'azienda, ma tiene conto anche del contesto più ampio e degli attori esterni. Riteniamo di grande valore le esternalità positive che il nostro business può generare per la comunità circostante, e ci impegniamo affinché queste impatti siano positivi. Per noi, essere un'azienda significa non solo gestire le proprie attività commerciali, ma anche contribuire al **progresso del territorio in cui operiamo**.

La creazione di posti di lavoro, gli investimenti nelle persone e nelle iniziative sociali sono azioni tangibili che favoriscono lo sviluppo del contesto locale. Per questo motivo, affrontiamo con grande serietà il nostro ruolo all'interno della comunità: siamo consapevoli che il futuro dipende dalla collaborazione e che questa non può esistere senza un forte senso di appartenenza al contesto in cui siamo inseriti. Le nostre iniziative testimoniano il nostro profondo interesse per questo tema.



PEOPLE & COM MUNI TY

Impegni
futuri

Impegni futuri

Policy E&I

Stiamo lavorando ad una policy per la Equality & Inclusion aziendale. La policy vuole mettere nero su bianco i nostri valori e si baserà su quattro principi: equità e pari opportunità, le persone prima di tutto, rispetto reciproco, ascolto e inclusione.

Festival dei Giovani

È nostro impegno rinnovare per i prossimi anni la partnership con il Festival dei Giovani, promosso da Noisiamofuturo.

Buoni pasto digitali

Abbiamo finalizzato la transizione digitale del servizio lunch aziendale, passando dalla mensa diffusa con buoni sconto ai buoni pasto digitali.

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.

Impegni futuri ancora da valorizzare

Progetto engagement Academy
Formazione finanziata su più ambiti
Coaching e sviluppo professionale



PEOPLE & COM MUNI TY

**Informativa
GRI**

Per le società Coverlab S.r.l. e Subliros S.L. non è possibile la comparazione del dato.
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.

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

	u.m.	2023			2022			2021		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Tempo indeterminato	N°	133	122	255	125	117	242	124	115	239
Tempo determinato		3	8	11	1	8	9	4	7	11
Totale dipendenti		136	130	266	126	125	251	128	122	250

Nel 2023 il numero dei dipendenti con orario non garantito è pari a 0
Nel 2023 l'informazione non è disponibile per Cellularline Swiss S.a.

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

	u.m.	2023			2022			2021		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Full-time	N°	133	116	249	123	109	232	127	109	236
Part-time		3	14	17	3	16	19	1	13	14
Totale dipendenti		136	130	266	126	125	251	128	122	250

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

GRI Standard 2-8 - Lavoratori non dipendenti

	u.m.	2023	2022
Amministratori		2	3
Consulenti	N°	4	3
Somministrati		1	2
Stagisti		0	1
Italia		7	9

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

GRI Standard 2-21 - Rapporto annuale di compensazione Totale

	2023	2022	2021
Worldconnect AG	2,41	1,86	1,83
Systema S.r.l.	3,85	4,00	3,86
Cellularline Spain	2,44	-	-
Subliros S.L.	2,00	-	-
Cellularline S.p.A.	11,25	10,89	11,66
Coverlab S.r.l.	3,79	2,94	3,49

Nel 2021 l'informazione non è disponibile per Cellular Spain S.I.U.
Nel 2022 l'informazione non è disponibile per Cellular Spain S.I.U. e Cellularline Swiss S.a.

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

	u.m.	2023			2022			2021		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Dirigenti	N°	19	2	21	18	2	20	19	2	21
Quadri		31	20	51	31	20	51	33	20	53
Dipendenti		85	108	193	76	103	179	74	100	174
Operai		1	0	1	1	0	1	2	0	2
Totale dipendenti		136	130	266	126	125	251	128	122	250

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

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

	u.m.	2023			2022			2021		
		18-35	36-50	>50	18-35	36-50	>50	18-35	36-50	>50
Dirigenti	N°	2	7	12	0	8	12	0	12	9
Quadri		4	35	12	3	34	14	2	41	10
Dipendenti		72	83	38	71	80	28	64	86	24
Operai		0	1	0	0	1	0	0	1	1
Totale dipendenti		78	126	62	74	123	54	66	140	44

Nel 2022 l'informazione non è disponibile per Cellularline Swiss S.a.
In riferimento a Coverlab S.r.l., il rapporto del salario base e della remunerazione totale delle donne rispetto agli uomini non è comparabile.

GRI Standard 405-1 - Dipendenti appartenenti a categorie protette

	u.m.	2023	2022	2021
Dipendenti appartenenti a categorie vulnerabili	N°	8	7	9

Nel 2022 l'informazione non è disponibile per Cellularline Swiss S.a.
Nel 2023 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.	2023	2022	2021
Dirigenti		49%	58%	60%
Quadri		85%	87%	90%
Impiegati	%	78%	97%	84%
Operai		-	-	-
Remunerazione totale media	u.m.	2023	2022	2021
Dirigenti		46%	57%	59%
Quadri		79%	79%	84%
Impiegati	%	75%	95%	83%
Operai		-	-	-

Worldconnect AG

Salario base	u.m.	2023	2022	2021
Dirigenti		-	-	-
Quadri		91%	88%	88%
Impiegati	%	78%	61%	57%
Operai		-	-	-
Remunerazione totale media	u.m.	2023	2022	2021
Dirigenti		-	-	-
Quadri		85%	92%	97%
Impiegati	%	74%	58%	60%
Operai		-	-	-

Cellular Spain S.l.u.

Salario base	u.m.	2023	2022	2021
Dirigenti		67%	58%	58%
Quadri		90%	101%	101%
Impiegati	%	95%	96%	96%
Operai		-	-	-
Remunerazione totale media	u.m.	2023	2022	2021
Dirigenti		58%	55%	55%
Quadri		90%	96%	96%
Impiegati	%	95%	94%	94%
Operai		-	-	-

Systema S.r.l.

Salario base	u.m.	2023	2022	2021
Dirigenti		-	-	-
Quadri		70%	67%	100%
Impiegati	%	49%	58%	96%
Operai		-	-	-
Remunerazione totale media	u.m.	2023	2022	2021
Dirigenti		-	-	-
Quadri		72%	67%	67%
Impiegati	%	38%	49%	100%
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.

GRI Standard 401-1 - Nuove assunzioni e turnover

		2023			2022			2021		
Numero assunti per genere	u.m.	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Nuovi assunti	N°	19	30	49	16	23	39	10	13	23

		2023			2022			2021		
Numero assunti per fasce d'età	u.m.	18-35	36-50	>50	18-35	36-50	>50	18-35	36-50	>50
Nuovi assunti	N°	29	16	4	31	7	1	18	5	0

		2023			2022			2021		
Numero dei nuovi assunti per paese	u.m.	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Italia		14	26	40	14	21	35	8	12	20
Spagna		1	0	1	0	0	0	2	0	2
Svizzera		2	4	6	2	2	4	0	1	1
Francia		2	0	2	0	0	0	0	0	0
Totale assunzioni		19	30	49	16	23	39	10	13	23

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

		2023			2022			2021		
Numero cessati per genere	u.m.	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Cessati	N°	12	25	37	12	21	33	13	10	23

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

Numero cessati per fasce d'età	u.m.	2023			2022			2021		
		18-35	36-50	>50	18-35	36-50	>50	18-35	36-50	>50
Cessati	N°	20	11	6	13	16	4	14	5	4

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

Numero di cessati per paese	u.m.	2023			2022			2021		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Italia		10	21	31	11	19	30	11	9	20
Spagna	N°	1	1	2	0	0	0	1	0	1
Svizzera		1	2	3	1	2	3	1	1	2
Francia		0	1	1	0	0	0	0	0	0
Totale cessati		12	25	37	12	21	33	13	10	23

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

Tasso di turnover	u.m.	2023			2022			2021		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Tasso di turnover in negativo	N°	8,82%	19,23%	13,91%	9,50%	16,80%	13,10%	10,20%	8,20%	9,20%
Tasso di turnover in positivo		13,97%	23,1%	18,4%	12,70%	18,40%	15,50%	7,80%	10,70%	9,20%

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.	2023			2022			2021		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Dirigenti		48,0	16,0	64,0	478,0	118,5	596,5	794,5	85,0	879,5
Quadri	h	156,3	87,5	243,8	1061,0	938,0	1999,0	1022,0	770,5	1792,5
Impiegati		233,3	279,3	512,5	1621,5	3302,5	4924,0	1018,5	1918,5	2937,0
Operai		0,0	0	0,0	9,0	0	9,0	2,0	0	2
Totale		437,5	382,8	820,3	3169,5	4359,0	7528,5	2837,0	2774,0	5611,0

Nel 2021 l'informazione non è disponibile per Cellular Spain S.l.u. e Worldconnect AG

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.

GRI Standard 404-1 - Ore medie annue di formazione

	u.m.	2023			2022			2021		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Dirigenti		4,4	8,0	4,9	26,6	59,3	29,8	49,7	85,0	51,7
Quadri	n	7,8	8,8	8,1	34,2	46,9	39,2	34,1	39,0	36,0
Impiegati		6,7	8,0	7,3	21,3	32,1	27,5	14,4	19,8	17,5
Operai		-	-	-	9,0	-	9,0	1,0	-	0,0
Totale		6,6	8,1	7,3	22,8	46,1	26,4	24,0	23,5	23,7

Nel 2021 l'informazione non è disponibile per Cellular Spain S.l.u. e Worldconnect AG

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.

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

	u.m.	2023	2022	2021
Competenze trasversali (informatica, compliance, information security, policy, MOG, ecc)		51	1515,0	1336,0
Competenze di sviluppo personale (lingue, comunicazione, leadership, intelligenza emotiva, performance management, ecc)	h	291	3086,5	1844,0
Competenze tecnico professionali (corsi specifici legati alla funzione di appartenenza)		284	2927,0	2431,0
Totale		626	7528,5	5611,0

GRI Standard 401-3 - Congedo parentale

	u.m.	2023			2022			2021		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Dipendenti che hanno avuto diritto al congedo parentale		-	5	5	6	13	19	5	10	15
Dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale		-	5	5	3	11	14	2	7	9
Dipendenti che sono tornati al lavoro durante il periodo di riferimento dopo aver usufruito del congedo parentale	h	-	5	5	3	11	14	1	7	8
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		-	5	5	3	11	14	1	7	8

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

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

	u.m.	2023			2022			2021		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Dirigenti		13	1	14	13	1	14	14	1	15
Quadri		26	16	42	27	18	45	29	18	47
Impiegati	n	69	100	169	50	93	143	46	91	137
Operai		1	0	1	1	0	1	0	0	0
Totale		109	117	226	91	112	203	89	110	199

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.

	u.m.	2023			2022			2021		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Dirigenti		68%	50%	67%	72%	50%	70%	73,7%	50,0%	71,4%
Quadri		84%	80%	82%	87%	90%	88%	87,9%	90,0%	88,7%
Impiegati	%	81%	93%	88%	66%	90%	80%	62,2%	91,0%	78,7%
Operai		100%	-	100%	100%	-	100%	0,0%	0,0%	0,0%
Totale		80%	90%	85%	72%	90%	81%	69,5%	90,2%	79,6%

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.

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

	u.m.	2023			2022			2021		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Totale ore lavorate dai dipendenti	h.	228.644	206.847	435.492	149.386	154.183	303.569	202.564	184.572	387.135
Il numero di infortuni sul lavoro	n	0	2	2	0	0	0	2	0	2
Il numero di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (ad esclusione dei decessi) ⁶	n	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Numero di giorni di assenza per infortuni	g	0	43	43	0	0	0	12	0	12
Decessi	n	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Numero di dipendenti	n	123	126	249	97	105	202	128	122	250
Tasso di incidenza⁷		0,00	1,59	0,80	0	0	0	1,56	0	0,8
Tasso di gravità⁸		0,00	0,22	0,11	0	0	0	0,06	0	0,03
Tasso per infortuni sul lavoro registrabili⁹		0,00	0,00	0,00	0	0	0	9,87	0	5,17
Tasso per infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (esclusi i decessi)¹⁰		0,00	10,27	5,06	0	0	0	0	0	0
Tasso dei decessi risultati da infortuni sul lavoro¹¹		0,00	0,00	0,00	0	0	0	0	0	0

⁶numero giorni di assenza/numero ore lavorate *1.000

⁷numero di infortuni/ numero dipendenti *100

⁸numero giorni di assenza/numero ore lavorate *1.000

⁹numero di infortuni sul lavoro registrabili/numero totale di ore lavorate *1.000.000

¹⁰numero di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze/numero totale di ore lavorate *1.000.000

¹¹infortuni sul lavoro

PRO DOTTO & PACKA GING



L'innovazione, la qualità e la sostenibilità sono i principi che ci orientano nello sviluppo dei nostri prodotti e del loro packaging. Il nostro obiettivo è continuare a soddisfare sempre meglio le esigenze delle persone che li scelgono ed utilizzano, riducendo al minimo l'impatto sull'ambiente e sulla comunità.



31% del fatturato generato da prodotti lanciati nell'anno

Nei prossimi paragrafi raccontiamo i processi che adottiamo per garantire la qualità e la sicurezza dei nostri prodotti, le iniziative e le policy che ci guidano nello sviluppo dei nuovi prodotti e del loro packaging per renderli più sostenibili.

8,2

Fornitori

Punteggio BIA
al 31/12/2023



PRO DOTTO &PACCKA GING

**Qualità e
sicurezza dei
prodotti**

Qualità e sicurezza dei prodotti

"La qualità e la sicurezza sono per noi requisiti imprescindibili. Fanno parte del nostro DNA e contraddistinguono tutti i nostri accessori, rendendoli affidabili e distintivi"

Cosa abbiamo fatto: le nostre storie di impatto

Quality DNA

La qualità dei nostri prodotti è un requisito fondamentale che guida ogni nostra decisione e influisce su ogni articolo che offriamo. Nel 2018, abbiamo introdotto il programma Quality DNA, un insieme di valori che conferiscono un carattere distintivo e unico ai nostri prodotti nei mercati in cui operiamo. Questo ci permette di evidenziare le reali differenze di valore, offrendo un'ampia gamma di prodotti differenziati, solidi e sicuri.

Per garantire la qualità che ci proponiamo di offrire, conduciamo rigorosi controlli presso i nostri siti produttivi al fine di valutarne il livello di eccellenza. Tutti i nostri prodotti sono sottoposti a test conformi alle normative vigenti e sono soggetti a ulteriori controlli presso laboratori riconosciuta competenza a livello internazionale. Prima di essere introdotti sul mercato, ogni prodotto è sottoposto a approfonditi controlli di qualità, sia visivi che funzionali.

La qualità è la nostra migliore forma di espressione.

Questo progetto offre un dettagliato resoconto delle caratteristiche del nostro approccio alla progettazione e allo sviluppo dei prodotti. **La passione, la dedizione e il piacere** che mettiamo nel nostro lavoro sono radicati nel nostro DNA, e sono questi gli elementi distintivi che ci rendono veramente unici sul mercato. Ecco alcuni degli aspetti che ci contraddistinguono:

- La verificabilità in merito **all'ottemperanza di tutte le direttive europee su vendita e distribuzione** delle componenti elettroniche in tutti i principali mercati internazionali;
- La rigorosa **selezione dei materiali, il design e i dettagli dei nostri prodotti**, al fine di garantire durabilità e usabilità. L'ottenimento di **certificazioni specifiche**: come ad es. la certificazione TUV Rheinland per la sicurezza dei nostri powerbanks;
- L'adesione al **consorzio Bluetooth¹²** che ci permette di avere una garanzia di funzionalità dei nostri prodotti audio senza fili;
- L'adesione al **Wireless Power Consortium**, un gruppo di sviluppo dello standard di ricarica wireless aperto e collaborativo di oltre 400 aziende associate da tutto il mondo e che rappresentano i marchi del settore. I membri collaborano con un unico scopo: la compatibilità mondiale di tutti i caricabatterie e le fonti di alimentazione wireless, per evitare lo sviluppo di apparecchi estremamente specifici e tra loro incompatibili, che impongono all'utilizzatore l'acquisto di nuovi dispositivi.

269 prodotti con tecnologia bluetooth

38 prodotti con tecnologia wireless

Certificazione Energy Star

Il nostro impegno costante per l'efficienza energetica è ulteriormente confermato dall'ottenimento della certificazione **Energy Star** sui nostri prodotti come caricatori da rete e auto, che rappresentano circa il 17% sul totale volume fatturato nel 2023. Questa certificazione, emessa dal programma volontario di test ed etichettatura Energy Star, gestito dall'Agenzia per la protezione ambientale e dal Dipartimento dell'energia degli Stati Uniti d'America, attesta l'efficienza energetica dei nostri prodotti e promuove il risparmio di energia elettrica. L'obiettivo principale è ridurre i consumi energetici durante l'utilizzo dei nostri prodotti del segmento carica, considerato particolarmente esigente in termini di energia.



Certificazione ISO 9001:2015

Uno strumento per dimostrare il nostro impegno verso l'eccellenza operativa, potendo così garantire e assicurare un alto livello di qualità minimizzando i rischi per l'utilizzatore finale, è stato l'ottenimento della certificazione ISO 9001:2015, che stabilisce gli standard internazionali per i sistemi di gestione della qualità.

¹²Una 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.

Come lo facciamo

Ogni prodotto che realizziamo nasce da un'approfondita analisi di mercato, volta a individuare i bisogni e le esigenze degli utilizzatori finali. Fin dalla fase di analisi e progettazione, ci impegniamo a seguire i principi di **affidabilità**, **rispetto dell'ambiente** e **qualità**. In particolare, dalla selezione dei fornitori, ci proponiamo di lavorare esclusivamente con partner che rispettino elevati standard qualitativi. Ciò implica un costante controllo della qualità durante il processo produttivo e l'attuazione di azioni correttive per garantire un livello di qualità sempre elevato. Prima di avviare la produzione in serie, ogni prodotto è sottoposto a un rigoroso test mediante un campione di pre-produzione, il quale viene esaminato con attenzione attraverso numerosi test funzionali. Successivamente, il campione viene controllato in conformità alle certificazioni di prodotto richieste per il suo commercio nei mercati di destinazione. Infine, prima del rilascio del prodotto sul mercato, viene effettuato un approfondito controllo qualità, incluso il completamento di ulteriori test funzionali se necessario. I risultati vengono condivisi con i fornitori al fine di implementare eventuali miglioramenti.

Inoltre, il nostro team di R&S esegue un controllo a campione ad ogni arrivo di merce per garantire il mantenimento degli standard qualitativi richiesti.

Per distinguere i nostri prodotti e renderli riconoscibili, ci impegniamo costantemente a garantire:

Funzionalità

I nostri prodotti sono progettati per semplificare e potenziare l'uso quotidiano dei **digital devices**. Le esigenze e le abitudini delle persone definiscono il design, le caratteristiche e i dettagli nei nostri accessori. Ci impegniamo al massimo per rendere i nostri prodotti funzionali, pratici e piacevoli da utilizzare.

Affidabilità

La selezione accurata dei materiali, l'attenzione ai dettagli nella lavorazione e la cura nelle finiture sono elementi fondamentali che conferiscono ai nostri accessori durabilità e utilità. Ogni **digital devices** è unico e complesso. La nostra conoscenza approfondita di ogni sua caratteristica e design ci consente di realizzare accessori su misura e adattati alle sue specifiche.

Sicurezza

Ogni prodotto è progettato per garantire la sicurezza e il benessere dei nostri consumatori. Effettuiamo controlli costanti. La valutazione di possibili impatti sulla salute e sicurezza dei consumatori viene effettuata in fase di sviluppo del prodotto così da individuare dei potenziali pericoli. Ci impegniamo a informare accuratamente i consumatori finali attraverso una comunicazione tempestiva dei rischi e fornendo tutte le informazioni necessarie all'interno del manuale del prodotto.

Trasparenza

Sul web, nelle confezioni e sulle istruzioni, forniamo sempre informazioni chiare, complete e veritiere. Comuniciamo con competenza e serietà, evitando di vantare caratteristiche che non possiamo concretamente garantire.



Diamo grande importanza agli impatti sulla salute e sicurezza dei nostri consumatori, per questo motivo imponiamo ai nostri fornitori il **rispetto di tutte le normative Europee** di riferimento circa l'utilizzo di materiali che salvaguardino la salute di chi utilizza il nostro prodotto ma anche di chi lo produce. Per i prodotti che presentano maggiori complessità indichiamo ai fornitori presso quali laboratori internazionali rivolgersi per procedere ai test di aderenza ai requisiti previsti dalle norme di sicurezza Europee.

Nel corso del 2022, abbiamo ricevuto un'unica contestazione con una sanzione di entità non rilevante riguardante un prodotto non più in produzione, che possedeva una certificazione secondo uno standard ormai scaduto e per il quale non avevamo provveduto ad aggiornare il relativo test. Questo incidente non ha avuto conseguenze rilevanti sul prodotto né sulla sua sicurezza, e non sono state segnalazioni per ritiro o avvisi "Rapex".

Nel corso del 2023, sono stati registrati tre casi di non conformità relativi a prodotti venduti in Germania e Francia. Questi casi riguardavano principalmente l'assenza di informazioni sulla confezione e l'omissione di alcune istruzioni nel manuale. Tuttavia, tali situazioni non hanno comportato sanzioni né segnalazioni per il ritiro dei prodotti o l'attivazione del sistema di allerta "Rapex".

PRO DOTTO &PACCKA GING

**Marketing
responsabile
e sostenibile**

Marketing responsabile e sostenibile

"Ci impegniamo a comunicare, internamente ed esternamente, tutte le attività svolte in tema di sostenibilità ambientale. Soprattutto le buone pratiche sul riciclo"

Cosa abbiamo fatto: le nostre storie di impatto

Istruzioni d'uso

Così come dedichiamo grande attenzione alla qualità, altrettanta cura viene posta nella garanzia di **trasparenza** verso i nostri clienti e gli utenti finali, specialmente nella redazione di istruzioni d'uso chiare, trasparenti ed esaustive. Le nostre istruzioni d'uso contengono tutte le informazioni necessarie per rispettare le normative vigenti, incluse le indicazioni per lo smaltimento corretto delle apparecchiature giunte alla fine della loro vita utile. Inoltre, includiamo informazioni volontarie che facilitano l'uso appropriato del prodotto acquistato.



Etichettatura

Nel corso del 2023, abbiamo concentrato i nostri sforzi sul consolidamento del percorso avviato negli anni precedenti, prestando particolare attenzione a tutte le informazioni relative all'etichettatura dei nostri prodotti.

Riguardo al progetto di marketing etico, abbiamo completamente allineato le nostre azioni alle linee guida formalizzate l'anno precedente, l'Azienda si è mossa allineandosi totalmente alle linee guida stesse, osservandole e rispettandole in ogni touch point. Inoltre, durante il 2023 abbiamo migliorato ulteriormente le informazioni riguardanti lo smaltimento del packaging per il mercato francese, adeguandoci alle specifiche richieste di questo mercato.

Comunicazione a 360°

L'iniziativa nasce dalla volontà di estendere i nostri impegni legati alla sostenibilità anche nel campo della comunicazione relativa al riciclo e al fine vita dei nostri prodotti. Per noi, il concetto di economia circolare costituisce la base della nostra strategia di sostenibilità. Pertanto, l'obiettivo del progetto è informare il consumatore sul corretto smaltimento della confezione e del suo contenuto, fornendo chiare indicazioni sulla composizione del packaging e consigliando le modalità di smaltimento. Queste informazioni sono fornite direttamente sulla confezione e tramite una pagina web dedicata, accessibile facilmente tramite lo scan del QR-code presente sulla confezione. Inoltre, abbiamo creato una pagina web dedicata che fornisce istruzioni dettagliate sul corretto smaltimen-

to del packaging dei nostri prodotti, per aiutare i consumatori a riciclare i materiali in modo appropriato.

Il manifesto di marketing etico

Abbiamo elaborato il "Manifesto", che formalizza e definisce il nostro approccio alla comunicazione. E' strutturato in tre vettori principali: le persone, l'ambiente e il prodotto. Il rispetto dei nostri utilizzatori, l'inclusività, l'equità, la sostenibilità ambientale e il corretto smaltimento dei nostri prodotti e delle loro confezioni sono solo una parte dei temi veicolati al suo interno.

Sezione del sito web dedicata alla sostenibilità

Per ampliare la comunicazione del nostro impegno verso la sostenibilità ambientale e sociale, abbiamo creato una nuova sezione nel nostro sito corporate riguardante il nostro percorso di crescita e miglioramento continuo. In questa sezione, comunichiamo le nostre iniziative, i progetti, i risultati, gli impegni in ambito di innovazione sostenibile e pubblichiamo i report di sostenibilità.

Corri a visitare il nostro sito
<https://www.cellularlinegroup.com/sostenibilita/>

Come lo facciamo

Il marketing riveste per noi un ruolo cruciale non solo nell'ambito dello sviluppo di prodotto, del packaging e della relativa comunicazione, ma soprattutto nella sfera della sostenibilità, dove ci impegniamo a trasmettere informazioni corrette e utili. Il nostro obiettivo è supportare coloro che scelgono i nostri prodotti o cercano informazioni su di noi, fornendo dettagli sulle caratteristiche dei prodotti e promuovendo il corretto riciclo e smaltimento delle confezioni e dei prodotti stessi.

Questo avviene principalmente attraverso il packaging, le etichette e i manuali di istruzioni, nonché tramite la sezione dedicata del nostro sito web. Adottiamo quindi un approccio multicanale per diffondere informazioni etiche e accurate agli utenti dei nostri prodotti, sempre con l'obiettivo di generare un impatto positivo sia sull'ambiente che sulla società.



PRO DOTTO &PACCA GING

**Ricerca,
sviluppo e
innovazione
come strategia**

per uno sviluppo sostenibile

Ricerca, sviluppo e innovazione come strategia per uno sviluppo sostenibile

"Ricerca e innovazione sono per noi due aspetti strategici fondamentali: realizziamo delle linee di prodotto sempre aggiornate alle esigenze delle persone, alle tecnologie e competitive, offrendo accessori unici per varietà e personalizzazione"

Cosa abbiamo fatto: le nostre storie di impatto

Linea BECOME, gamma di accessori eco-friendly

La **linea BECOME** è concepita per rispondere alla crescente richiesta da parte dei consumatori di scegliere prodotti che riflettano una maggiore consapevolezza ecologica, contribuendo alla salvaguardia dell'ambiente. Come suggerisce il nome stesso della linea, ci impegniamo a offrire soluzioni concrete per ridurre l'impatto ambientale dei nostri prodotti.

Durante il 2023 abbiamo realizzato una nuova gamma di prodotti, composta da custodie protettive e vetri temperati per la protezione dei display, con rispettivamente il 100% ed il 38% di materiali riciclati provenienti da filiera certificata GRS¹³. In continuità con quanto fatto, nel 2024 verranno lanciati nuovi accessori per la ricarica di smartphone e tablet composti da cavi e caricatori con il 100% di materiali riciclati provenienti da filiera GRS.

Nella produzione delle custodie BECOME viene utilizzato il PBAT, materiale conforme alla **normativa europea UNI EN 13432**, che garantisce la completa compostabilità dei prodotti in impianti industriali. Non solo i prodotti stessi, ma anche il packaging della linea BECOME è stato scelto per essere eco-sostenibile. Ogni confezione è realizzata in carta 100% riciclata e riciclabile, certificata dal **Forest Stewardship Council® (FSC®)**, un'organizzazione non-profit riconosciuta a livello internazionale per la gestione responsabile e sostenibile delle foreste.

BECOME

¹³ 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.

I numeri di BECOME

6

prodotti vendibili della gamma BECOME (4 custodie, 2 vetri protettivi per display)

100%

del packaging plastic free con l'utilizzo di carta certificata FSC riciclata e riciclabile

Impiego di compound eco sostenibili

100%

nelle custodie

38%

nei vetri temperati per la protezione dei display

Acquistando prodotti della linea BECOME, le persone avranno l'opportunità di partecipare al programma **1% for the Planet**. Questo programma mira a sensibilizzare aziende e individui affinché offrano il proprio sostegno a organizzazioni non profit che lavorano per generare un impatto positivo sull'ambiente. Infatti, l'1% del fatturato derivante dalle vendite della linea BECOME sarà devoluto a **Sea Shepherd**, un'organizzazione no-profit impegnata nella protezione e conservazione del mondo marino e nella salvaguardia della biodiversità degli oceani.



Miglioramento del profilo di sostenibilità dei prodotti

Abbiamo completato lo sviluppo di una nuova serie di custodie per smartphone realizzate interamente con **plastica riciclata proveniente dagli oceani** e dalle **spiagge**. Queste custodie sono state messe in commercio a partire da marzo 2023. Grazie alla composizione di questo materiale, siamo in grado di mantenere inalterato il livello di qualità atteso e preservare le funzionalità del prodotto. Negli anni precedenti, abbiamo iniziato a introdurre materiali riciclati nella quasi totalità della nostra gamma di custodie, con percentuali variabili dal 20% per le custodie trasparenti fino al 50% per quelle colorate e a libro.

Miglioramento del packaging su tutti i prodotti

Integrare la sostenibilità nella nostra visione aziendale significa considerare il nostro packaging non solo come una semplice protezione per i nostri prodotti, ma anche come un elemento con un proprio ciclo di vita. Migliorare il nostro packaging non si limita a innovarlo per garantire una maggiore sicurezza ai prodotti al suo interno, ma implica anche lo sviluppo di soluzioni che riducano il suo impatto sull'ambiente e sulla società nel suo complesso. Di conseguenza, ci concentriamo anche sul futuro smaltimento responsabile del packaging, adottando un design e soluzioni che ne riducano l'impatto immediato e agevolino il riciclo.

Una delle principali soluzioni che stiamo adottando dal 2020 è la riduzione della quantità di plastica vergine monouso utilizzata nel packaging. Nel corso del 2022, abbiamo **ridotto del 60%** l'utilizzo di plastica monouso, mantenendo costanti i volumi venduti. Per alcune categorie di prodotti, abbiamo sostituito la plastica vergine con plastica compostabile o con carta certificata FSC. Nel 2023, abbiamo continuato a lavorare sugli obiettivi raggiunti nel 2022, riducendo ulteriormente l'uso di plastica monouso nei nostri imballaggi e ridimensionando le confezioni. L'obiettivo è ridurre il consumo complessivo di carta al fine di ridurre il nostro impatto ambientale in termini di emissioni di gas serra derivanti dai trasporti dei nostri prodotti. La percentuale di carta **FSC** proveniente da foreste a gestione sostenibile è aumentata dal **90%** nel **2022** al **92%** nel **2023**.

Un'altra soluzione che stiamo implementando è la riduzione delle dimensioni di alcuni imballaggi, che ha portato a un significativo risparmio di materiale. In particolare, nella categoria di prodotti "Energia", abbiamo risparmiato **9 tonnellate di carta** mantenendo i volumi venduti costanti.

Consapevoli della necessità di ridurre il consumo di risorse, abbiamo ridotto il volume totale di confezionamento della gamma **Ricarica** (che include carica-batterie e cavi) del 20% in media. Ciò ha anche ottimizzato la logistica, contribuendo complessivamente alla riduzione dell'impatto ambientale. Queste attività hanno permesso di **ridurre** l'utilizzo complessivo di carta di **19 tonnellate**, mantenendo costanti i volumi venduti.



Infine, durante l'anno in corso, abbiamo avviato test sulla carta utilizzata nei nostri imballaggi per valutare gli impatti della rimozione della laminatura in polipropilene. L'obiettivo è utilizzare carta priva di laminature plastiche per garantire un processo di riciclo più efficiente e recuperare una maggiore percentuale di polpa di cellulosa. I primi test hanno dato risultati soddisfacenti e procederemo gradualmente con l'implementazione su alcune gamme di prodotti nel corso del 2024.

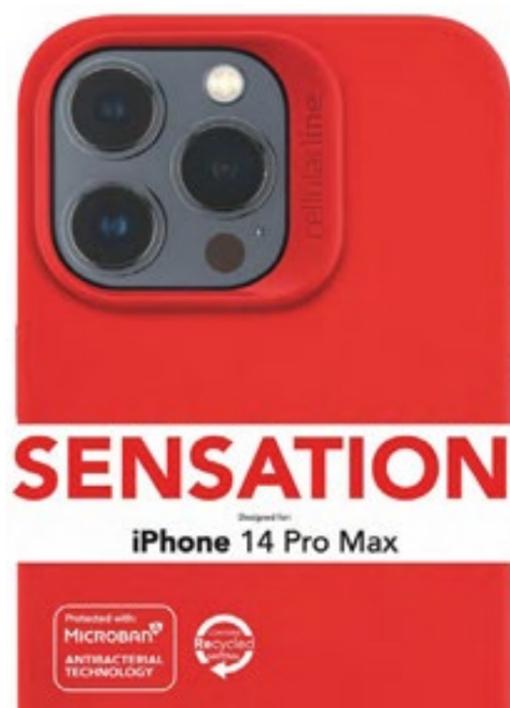
Nel corso di quest'anno, abbiamo ulteriormente aumentato l'uso di **carta certificata FSC** nei nostri imballaggi, raggiungendo una percentuale del **92%**. Abbiamo avviato un processo di ristrutturazione dei nostri imballaggi per rendere più agevole per i consumatori separare le diverse componenti e riciclarle correttamente.

Come lo facciamo

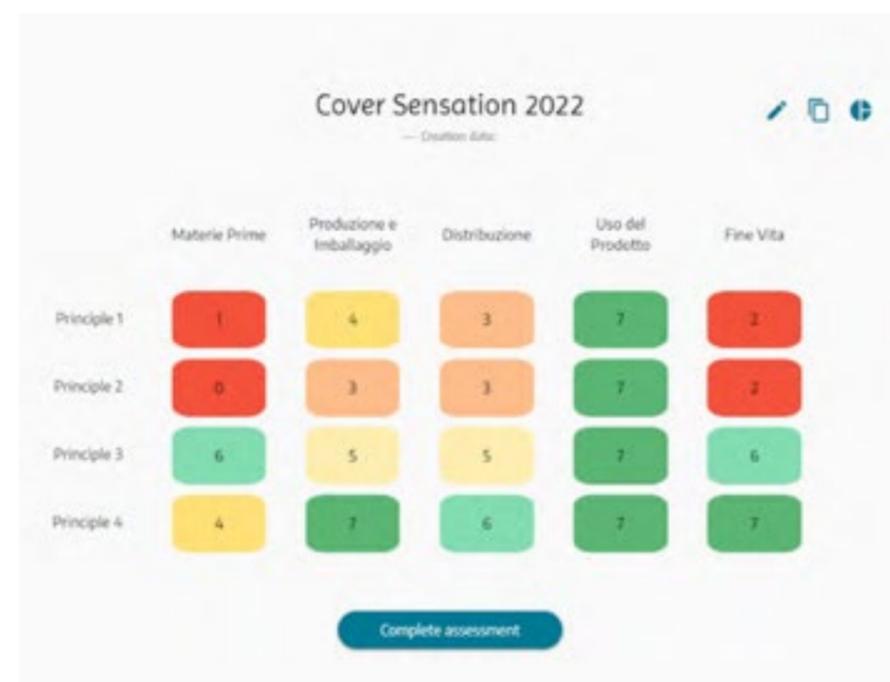
Per noi, lo sviluppo e l'innovazione sono fondamentali, e li affianchiamo a un approccio sostenibile e circolare. Le nostre decisioni strategiche per avviare nuovi progetti si basano su due pilastri: le ricerche di mercato e le valutazioni del ciclo di vita sostenibile. Anche per il 2023, sono state condotte indagini di mercato per comprendere i bisogni dei consumatori e l'impatto dei nostri prodotti lungo l'intero ciclo di vita. Attraverso un Sustainability Life Cycle Assessment (SLCA), su 15 prodotti rappresentativi, sono stati analizzati gli impatti sociali e ambientali che ogni singola linea produce, l'analisi ha riguardato più fasi dell'intero ciclo vita, dall'estrazione delle materie prime fino allo smaltimento. Le divisioni interne di Marketing e Ricerca & Sviluppo hanno giocato un ruolo chiave in questa fase, integrando la progettazione con i principi di sostenibilità.

Uno degli elementi distintivi del nostro approccio di sviluppo è il nostro impegno negli investimenti. Ci impegniamo a investire nella ricerca e nello sviluppo di materiali che, pur garantendo prestazioni di alta qualità, siano più sostenibili. Abbiamo esplorato l'uso di miscele di plastica vergine e riciclata, nonché polimeri bio-based, pur mantenendo sempre l'attenzione alla qualità. Inoltre, abbiamo stretto partnership con i nostri fornitori per valorizzare gli scarti di produzione, ad esempio riutilizzando il 100% degli scarti di Microfibra (PU) nella filiera tessile.

Nel 2023, circa il 31% del nostro fatturato è derivato da nuovi prodotti lanciati durante l'anno, segnando un aumento rispetto agli anni precedenti. Questo risultato riflette il nostro impegno nel cogliere le nuove esigenze di mercato e nello sviluppare soluzioni innovative e rispettose dell'ambiente.



Analisi prodotti con metodologia SLCA



Analisi prodotti con metodologia SLCA



15 Prodotti analizzati secondo la metodologia Sustainability Life Cycle Assessment (SLCA)

100% degli scarti di Microfibra riutilizzati nella filiera del tessile

PRO DOTTO &PACCKA GING

La gestione
dei fornitori

La gestione dei fornitori

"Condividendo la produzione dei prodotti con i nostri fornitori, il rapporto ed il coinvolgimento di questi nel percorso di sviluppo è di importanza strategica per noi. Infatti, il miglioramento del nostro impatto sulla società e l'ambiente non possono prescindere da un'attenta gestione e selezione dei nostri fornitori"

Cosa abbiamo fatto: le nostre storie di impatto

Progetto Supply Chain Collaboration

Con il progetto di collaborazione nella catena di approvvigionamento, che durante il 2023 è arrivato a coinvolgere l'85% dei nostri fornitori, abbiamo implementato uno strumento di comunicazione web automatizzando l'acquisizione delle informazioni necessarie dal sistema gestionale interno. Molteplici sono stati i benefici nell'utilizzo della piattaforma, ci ha permesso infatti di digitalizzare le procedure che in precedenza richiedevano più di 80.000 e-mail all'anno (come ordini, solleciti, consegne e documenti), di avere un'immediata disponibilità dei materiali presenti presso i magazzini dei nostri fornitori e di ridurre molti errori durante tutte le fasi della supply chain. Questo investimento ha trasformato la nostra comunicazione con i fornitori, rendendola più efficiente e accurata. Nel futuro prossimo, prevediamo un miglioramento della disponibilità di materiali, una riduzione delle e-mail e degli errori umani, una diminuzione dei costi logistici e un'ottimizzazione della qualità dei dati grazie a questa iniziativa.

Business Social Compliance Initiative (BSCI)

A partire dal 2022, ci siamo uniti al processo di qualifica della Business Social Compliance Initiative (BSCI), un punto di riferimento globale per il monitoraggio e il miglioramento delle prestazioni di responsabilità sociale nella nostra catena di approvvigionamento. Questo sistema ci offre un approccio graduale per rendere la nostra rete commerciale più sostenibile, aiutandoci a comprendere meglio le responsabilità sociali dei nostri fornitori. Inizialmente, abbiamo concentrato i nostri sforzi sul consolidamento dei rapporti con i fornitori già attivi, per i quali avevamo già effettuato visite ai siti produttivi e raccolto informazioni sulla loro responsabilità sociale prima della pandemia. Per approfondire la nostra comprensione, abbiamo utilizzato i report BSCI redatti da Amfori per valutare il grado di aderenza ai criteri previsti dalla certificazione.

Durante il 2023, abbiamo ulteriormente standardizzato il processo di qualifica BSCI, integrando la raccolta delle informazioni nel nostro protocollo di approvvigionamento.

Abbiamo intensificato la collaborazione con i nostri fornitori strategici, assumendo un ruolo attivo nel monitorare e migliorare il loro rating di responsabilità sociale. Inoltre, abbiamo esteso le attività di adesione ad Amfori BSCI ai fornitori dell'Estremo Oriente, concentrandoci sui fornitori già certificati BSCI. I fornitori Cellularline appartenenti a questa categoria rappresentano il 78% del nostro fatturato totale.

Survey ESG Abbiamo ampliato nel corso del 2023 un sondaggio rivolto ai nostri fornitori per valutare il loro livello di maturità riguardo alle tematiche ESG. Dai dati raccolti è emerso che più del 64% dei nostri fornitori possiede certificazioni che attestano la qualità dei processi, la gestione ambientale corretta e il rispetto dei diritti umani nei luoghi di lavoro.

Valutazione sui diritti umani ottenuta per il **55%** dei fornitori

Supply Chain Evolution

Nel 2023 abbiamo proseguito, in linea con quanto fatto nel 2022, il programma di analisi, valutazione e coinvolgimento della nostra catena di fornitura al fine di renderla una forza positiva per il profilo di sostenibilità dell'azienda. Questo progetto, chiamato Supply Chain Evolution, mira a stabilire un nuovo rapporto con i nostri fornitori basato sui valori di co-evoluzione e trasparenza, proponendo l'implementazione di nuove azioni volte alla sostenibilità in coerenza con il piano generale aziendale.

Qualifica dei fornitori

Abbiamo ampliato il nostro processo di procurement introducendo un cruscotto di qualifica dei fornitori (sia di prodotto che di servizio) per la mappatura e l'analisi delle performance di sostenibilità, assegnando loro un punteggio. È importante sottolineare che il punteggio ottenuto non influenza direttamente la qualifica del fornitore, ma fornisce a Cellularline informazioni cruciali per lo sviluppo e il miglioramento della filiera. Questo cruscotto include domande di alto livello riguardanti le tematiche più rilevanti delle performance di sostenibilità, le quali riflettono la strategia di sostenibilità del fornitore e la sua effettiva implementazione.

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

1
valutare lo stato attuale delle performance di sostenibilità del fornitore, ad alto livello

2
conoscere il grado di evoluzione del fornitore rispetto alla media

3
identificare punti di forza e aree sulle quali il fornitore potrebbe migliorare

Valutazione dei fornitori

Abbiamo sviluppato un **cruscotto di valutazione** per monitorare l'evoluzione dei nostri fornitori nel corso della collaborazione. Questo strumento definisce le aree chiave per la valutazione dei fornitori, le cui informazioni saranno raccolte periodicamente al fine di monitorare il loro miglioramento e rafforzare il dialogo su questioni di sostenibilità. Integrando il nostro attuale processo di Vendor Rating, i fornitori dovranno compilare un **questionario di valutazione** annualmente o con frequenza diversa, consentendo a Cellularline di completare la valutazione (inclusando le *aree di Innovazione e Risk Management*). Il punteggio ottenuto ci permetterà di monitorare l'evoluzione dei nostri fornitori e di valutare possibili piani di co-evoluzione con loro.

Codice di condotta fornitori

Abbiamo redatto un **Codice di Condotta Fornitori**, sottoscritto da circa l'80% dei nostri fornitori, con una sezione dedicata ai temi ESG. Questo codice raccoglie le linee guida per tradurre operativamente i valori aziendali lungo l'intera catena di approvvigionamento, promuovendo un rapporto di collaborazione **stretto e leale** con i nostri fornitori e partner. Attraverso una visione comune di rispetto per l'ambiente, le persone e la società, miriamo a instaurare relazioni di collaborazione **solide e basate sulla fiducia**.

Policy sugli acquisti sostenibili

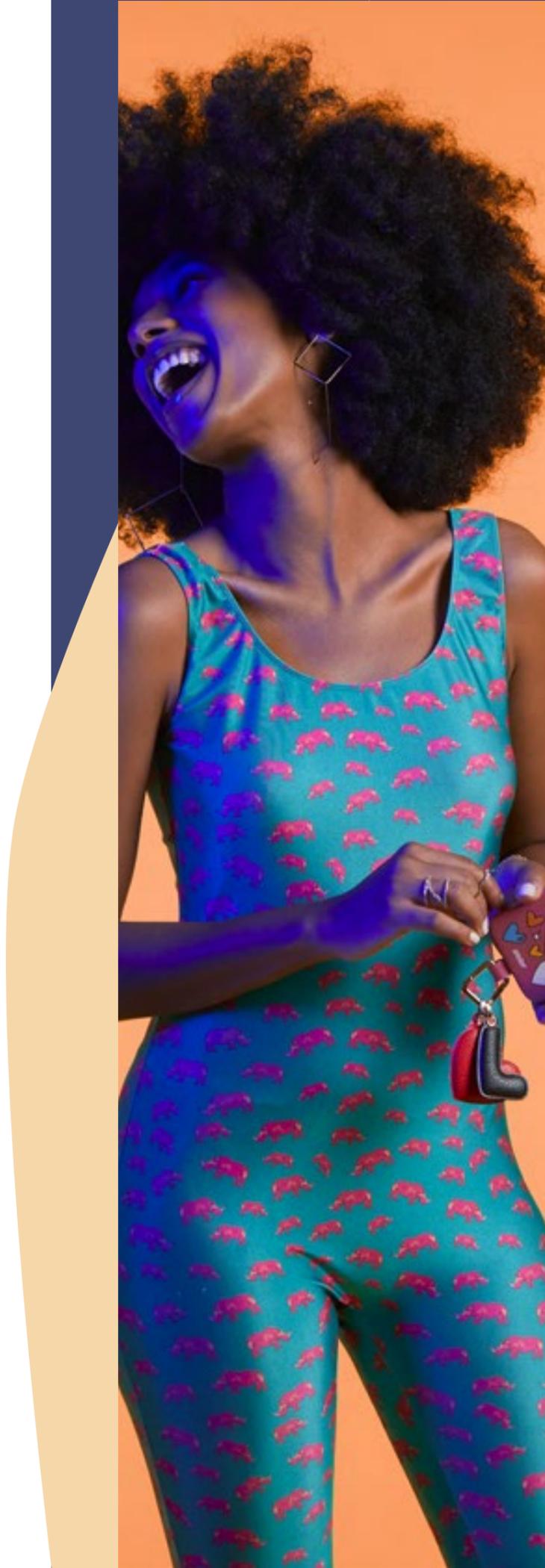
Infine, abbiamo elaborato una **policy sugli acquisti** sostenibili, che va oltre l'acquisto di prodotti, per incoraggiare l'utilizzo di materiali, prodotti e servizi che integrano obiettivi di performance ambientali e sociali. Con questa policy, miriamo a minimizzare gli impatti ambientali e sociali derivanti dagli acquisti di beni e servizi dai nostri fornitori (esclusa la catena di fornitura di prodotti). Vogliamo aumentare la **consapevolezza** delle nostre funzioni aziendali coinvolte negli acquisti riguardo alla responsabilità sociale d'impresa e ottenere benefici attraverso l'adozione di procedure di approvvigionamento sostenibile. Questo implica una maggiore consapevolezza dei potenziali rischi legati alla scelta dei fornitori e l'implementazione di strumenti per gestirli e minimizzarli.

I principi della nostra policy sugli acquisti sostenibili



Supporto a fornitori in difficoltà

Da sempre ci siamo impegnati a supportare i nostri fornitori, dimostrando una volontà **collaborativa** nell'affrontare eventuali difficoltà economiche temporanee o nel gestire rapidi sviluppi del loro business. In particolare, negli ultimi tre anni abbiamo rafforzato questo impegno per fronteggiare l'emergenza economica che si è manifestata. Di fronte a difficoltà produttive o di approvvigionamento di materie prime, abbiamo cercato di fornire ai nostri fornitori una chiara visibilità sugli impegni futuri.



Come lo facciamo

Le nostre principali tipologie di forniture si distinguono in:



Prodotti finiti e 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 valutazione dei nostri fornitori inizia con visite preliminari ai loro stabilimenti condotte dai nostri uffici competenti, che esaminano la loro solidità finanziaria e la capacità di garantire servizi continui nel medio-lungo termine. Questa analisi considera diversi indicatori, tra cui dimensioni, capacità produttiva, standard di produzione, controlli di qualità, ambiente lavorativo, capacità di comprendere le nostre esigenze e facilità di comunicazione. Solitamente, visitiamo diversi potenziali fornitori prima di procedere con la selezione.

Dopo uno screening iniziale, se il fornitore soddisfa i nostri criteri, avviamo la fase di selezione che potrebbe includere ulteriori visite per valutare la fattibilità della produzione e la disponibilità del fornitore a soddisfare le nostre richieste. Se il risultato è positivo, procediamo con la campionatura e, contemporaneamente, iniziamo le negoziazioni sui termini economici. Ai fornitori viene inoltre somministrato un questionario denominato "vendor assessment form" per raccogliere informazioni preliminari, come dettagli sulla struttura aziendale, principali clienti, certificazioni, pratiche di sostenibilità e etica. Queste informazioni vengono analizzate prima delle visite presso i siti produttivi.

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, nel 2022 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.

PRO DOTTO &PACCA GING

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.

Codice di condotta fornitori

Per il 2024 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.

Nuovo progetto Become

Rinnoviamo il nostro impegno a trasformare una parte dei nostri prodotti per ridurre il loro impatto sull'ambiente e renderli più sostenibili. Amplificheremo sempre di più il progetto BECOME, ampliandone le categorie coperte e il profilo di sostenibilità. Durante il 2024 sarà lanciata la linea dei caricabatterie e cavi composta da materiali completamente riciclati, questo è un ulteriore segnale che intendiamo lanciare per un futuro completamente sostenibile.

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.

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 macro categorie di prodotto (protezione e stile, ricarica e utilità e audio) completamente composta da materiale riciclato.

PRO DOTTO &PACCA GING

**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.	2023	2022	2021
Casi di non conformità con le normative che comportino un'ammenda o una sanzione		0	1	1
Casi di non conformità con le normative che comportino un avviso	N	3	0	11
Casi di non conformità con i codici di autoregolamentazione		0	0	0

Nel 2023 i dati si riferiscono alla società Cellularline S.p.A.

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

Plastica	u.m.	2023	2022	2021
Gamma Energia		20	22	52
Gamma Protezione	Ton	19	0	6
Gamma Audio		35	16	37
Totale		74	38	95

Carta	u.m.	2023	2022	2021
Gamma Energia		395	241	150
Gamma Protezione	Ton	228	287	141
Gamma Audio		142	225	100
Totale		767	752	390

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

Plastica	u.m.	2023
Gamma Energia		6,50
Gamma Protezione	Ton	1,50
Gamma Audio		30,00
Totale		38,00

Carta	u.m.	2023
Gamma Energia		272,60
Gamma Protezione	Ton	171,50
Gamma Audio		90,80
Totale		534,90

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

Valore complessivo delle forniture di beni, servizi e prestazioni lavorative per area geografica	u.m.	2023	2022	2021
Italia		27%	20%	11%
Europa (esclusa Italia)		7%	6%	11%
Asia	%	66%	74%	79%
America		0%	0%	0%
Totale		100%	100%	100%

Fornitori certificati	u.m.	2023	2022	2021
Certificazione ISO 9001		42%	10%	11%
Certificazione ISO 14001	%	18%	43%	38%
Certificazione SA 8000		4%	4%	3%

I dati sulle certificazioni riferiti alle Società Italiane del Gruppo sono stati calcolati a consuntivo del 2023



AM BIEN TE.

“

Volere bene all'ambiente è volere bene a sé stessi. La nostra responsabilità ci porta ogni giorno a cercare di ridurre gli impatti che le nostre azioni hanno sull'ambiente e cercare di dare ai nostri figli un pianeta migliore. Per noi, il rispetto dell'ambiente è un segno di civiltà e educazione.

”

21,7

Ambiente
+1,7
rispetto al 2022

Punteggio BIA
al 31/12/2023

La nostra mission, vision e il nostro purpose

sono guidati dal rispetto verso l'ambiente. Avere la consapevolezza che ogni nostra azione comporta un impatto sul pianeta è la base di partenza su cui lavoriamo e cerchiamo di ridurre le conseguenze negative.

Nei prossimi paragrafi racconteremo concretamente le azioni, le iniziative e i progetti che abbiamo realizzato e ci impegniamo a realizzare nei prossimi anni in tema di sostenibilità ambientale.

AM BIEN TE

**Monitoraggio
delle
performance
ambientali**

Monitoraggio delle performance ambientali

"Tra le sfide più urgenti davanti a noi vediamo la decarbonizzazione, che l'Europa ha dichiarato di voler raggiungere entro il 2050: obiettivo ambizioso e realizzabile esclusivamente se ogni componente della nostra catena del valore saprà assumersi la responsabilità dei suoi impatti e agirà per azzerarli"

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 mese di maggio 2022 abbiamo concluso l'installazione dell'impianto fotovoltaico presso l'Headquarter di Reggio Emilia. Per garantire la maggiore produzione di energia abbiamo deciso di installare parte dell'impianto sulle falde orientate in direzione Nord. Tale motivazione è da ricercare nel tentativo di arrivare a una quota di autoconsumo pari al 70%.

168MWh
Energia prodotta dal fotovoltaico
Cellularline S.p.A

66%
Energia Autoprodotta
Consumata

150MWh
Energia Elettrica
Consumata

33%
Energia Autoprodotta
restituita alla rete

Data center e sostenibilità

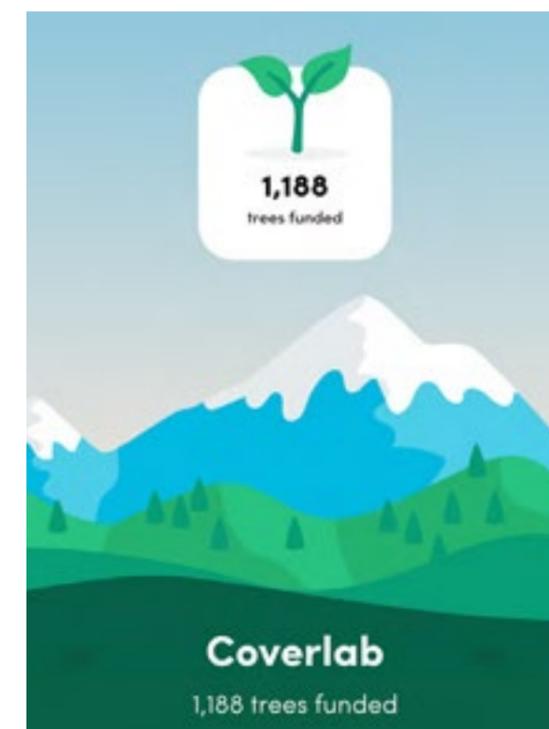
I nostri principali sistemi informatici centrali di elaborazione, utilizzati sia per il gestionale che per le altre applicazioni, si trovano ospitati presso il Data Center di BT Italia S.p.A. a Settimo Milanese (MI). Gli sforzi verso l'efficienza energetica sono primariamente legati al costo dell'energia elettrica, assorbita costantemente e a elevati valori di potenza dal data center, in particolare principalmente dagli apparati IT e dai relativi sistemi di raffreddamento e di alimentazione elettrica. I data center consumano una grande quantità di energia che molte organizzazioni cercano di ridurre, con l'obiettivo di ottimizzare i costi e raggiungere alla fine emissioni nette di carbonio pari a zero. L'approvvigionamento di energia elettrica fornita per il funzionamento dei nostri sistemi informativi è interamente certificato dalla "Garanzia d'Origine" (GO) che attesta che l'energia è generata da fonti rinnovabili, in conformità alla Direttiva 2009/28/CE, rilasciata su richiesta dal Gestore dei Servizi Energetici S.p.A. (GSE). La GO è emessa solo con riferimento all'energia elettrica prodotta da impianti che hanno ottenuto la "identificazione tecnica IRGO" secondo quanto previsto specificatamente dalla Procedura Tecnica del GSE approvata con Decreto del 21/12/2007 del Ministero dello Sviluppo Economico, sentito il Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare.

Ecologi

La lotta al cambiamento climatico si compone di tante azioni che possono essere realizzate anche nel breve periodo, per avere un effetto immediato. Per questo, abbiamo deciso di aderire alla causa di Ecologi, un'azienda che nella lotta al cambiamento climatico vede il suo core business. Attraverso iniziative e progetti che vengono attuati tramite donazioni da tutto il mondo, Ecologi vuole ridurre le emissioni di gas a effetto serra, ripristinare la natura e trasformare positivamente la società. Pertanto, abbiamo scelto questa piattaforma come strumento per donare 1.500 alberi ai nostri fornitori e altri 1.500 da noi piantati nei siti dedicati.

 **Cellularline Group | Ecologi**

 <https://ecologi.com/coverlab>



OASI Cellularline

Il nostro impegno per la tutela della biodiversità rimane costante. Quest'anno, abbiamo accolto all'interno della nostra Oasi il nuovo alveare "Colmena CLG" in Spagna, precisamente a Leon. "Colmena CLG" ora gestisce circa 300 alveari che beneficiano di una delle fioriture più esclusive del paese, quelle di erica e calluna, rendendo i mieli di questa regione tra i migliori al mondo per le specifiche caratteristiche geografiche e climatiche. Inoltre, con il progetto "Pollinate the Planet", abbiamo contribuito alla protezione di **150** alberi ad alto potere nettario come il biancospino, l'acacia, il prugnolo e il ciliegio, di fondamentale importanza per la produzione di nettare. Questo sforzo aiuta non solo nella compensazione del CO₂ ma anche come driver essenziale per la tutela degli ecosistemi, contribuendo all'obiettivo di creare un'ampia rete di monitoraggio tecnologico per la ricerca e la protezione della biodiversità in tutto il continente.

Visitate il sito della nostra oasi



L'oasi di
Cellularline group



[CELLULARLINEGROUP]



Vai alla nostra oasi

I Risultati



300.000

Le api protette da Cellularline group



14

Le adozioni degli alveari tecnologici 3Bee



300 Milioni

I fiori impollinati dalle api monitorate



1

Gli apicoltori supportati dalla tecnologia 3Bee



Progetto RicicliAmo per una corretta gestione interna dei rifiuti

Proseguiamo nel nostro impegno per una gestione responsabile dei rifiuti all'interno della nostra azienda, nonostante il nostro impatto sia limitato. Abbiamo implementato un regolamento interno per la gestione dei rifiuti, che fornisce indicazioni sulle pratiche corrette da seguire. Questo regolamento è stato diffuso a tutti i nostri dipendenti, garantendo che ciascun membro del team di Cellularline sia informato e coinvolto attivamente nella nostra politica ambientale. Inoltre, forniamo strumenti pratici a tutti i nuovi collaboratori per ridurre il loro impatto ambientale, come borracce riutilizzabili, tazze e posate in bambù, per promuovere l'uso di materiali riciclabili nella loro vita quotidiana.

Corporate travel policy

Riconosciamo i viaggi di lavoro come strumento necessario al fine di gestire e far crescere la nostra attività e, allo stesso tempo, siamo a conoscenza dell'impatto negativo provocato sull'ambiente. Pertanto, abbiamo adottato una corporate travel policy con l'intento di incentivare comportamenti virtuosi e sostenibili, come l'utilizzo dei mezzi pubblici e, più in generale, delle soluzioni meno impattanti sull'ambiente. Recentemente abbiamo aggiornato la nostra Policy Car introducendo l'obbligo, quando possibile, di noleggiare auto ibride o elettriche, fornendo a tutti dipendenti una linea guida sulla tipologia di veicoli citata al fine di renderli più consapevoli delle proprie scelte.

Piano degli spostamenti casa-lavoro

Nel 2023, abbiamo condotto nuovamente un questionario sulla mobilità sostenibile tra i dipendenti per raccogliere dati aggiornati e valutare l'efficacia delle iniziative precedenti. I risultati hanno evidenziato un crescente interesse nei confronti delle modalità di trasporto sostenibili che riducono ulteriormente l'uso dell'auto privata e supportano modalità di trasporto più ecologiche.

Il piano rinnova la partnership con il Comune di Reggio Emilia e prosegue anche per quest'anno il programma 'Bike to Work 2'. Utilizzando un'app sul proprio smartphone, è possibile registrare in pochi semplici passi la distanza percorsa con mezzi di trasporto sostenibili.

Il programma prevede incentivi innovativi per premiare i dipendenti più attivi nella mobilità sostenibile.

I nostri risultati*

325 km
percorsi in bicicletta

45,18 kg
di CO₂ risparmiata



*I dati si riferiscono al periodo aprile-ottobre 2023 per Cellularline S.P.A.

Emissioni scope 3

Le emissioni **scope 3** comprendono tutte le emissioni indirette di gas a effetto serra (GHG) derivanti dalle attività del nostro Gruppo, che si verificano da fonti non direttamente riconducibili al nostro Gruppo e su di cui esercitiamo un controllo limitato. Queste emissioni sono la più ampia categoria delle emissioni indirette e richiedono ampi sforzi di tracciabilità e monitoraggio; tuttavia, sono fondamentali per analizzare l'impatto che abbiamo sull'ambiente perché ci consentono una visione completa della catena del valore. Per la prima volta, nel 2022 abbiamo condotto un'analisi delle nostre emissioni indirette scope 3 legate ai trasporti. In particolare, abbiamo rendicontato le tonnellate di CO2 relative sia alla logistica in entrata (inbound) la quale trasporta forniture o materiali al nostro interno, sia alla logistica in uscita (outbound) che si occupa dello spostamento di prodotti e merci verso la clientela (per dettagli si rimanda capitolo 9.3 "Informativa GRI").

Come lo facciamo

La nostra strategia per promuovere lo sviluppo sostenibile, preservare la biodiversità e ridurre il nostro impatto sul pianeta si fonda su un solido principio aziendale: **l'azione condivisa**. Riteniamo che solo attraverso la collaborazione di tutti gli attori coinvolti, dalla pubblica amministrazione alle università, dalle aziende partner ai cittadini singoli, sia possibile implementare azioni concrete con grande efficacia. Per questo motivo, coinvolgiamo i nostri stakeholder in tutte le fasi del processo di implementazione delle nostre iniziative e progetti. La visione di un futuro decarbonizzato è un obiettivo a lungo termine che si traduce in azioni concrete nel breve termine, impegnandoci a valutare attentamente i nostri impatti in termini di emissioni, produzione di rifiuti, consumo energetico e utilizzo delle risorse naturali. La nostra struttura ci consente di non generare impatti significativi sull'ambiente, riuscendo ad avere un impatto non significativo sulla gestione dei rifiuti, sui consumi idrici e sull'impiego di energia elettrica. Ciò è anche dovuto alla scelta di non avere siti produttivi, come all'impegno di tutto il gruppo nei confronti della sostenibilità.

A partire dal 2020, abbiamo iniziato un'attività di mappatura dei nostri consumi e delle nostre emissioni che ci ha portato a realizzare una serie di iniziative mirate alla riduzione degli stessi, alla sensibilizzazione dei nostri dipendenti sul tema e alla compensazione delle emissioni prodotte. In questi ultimi anni abbiamo lavorato, in molte occasioni, sulla sensibilizzazione dei nostri dipendenti ed abbia-

mo ridotto le fasce orarie di accensione del riscaldamento e degli impianti di aria condizionata.

Inoltre, nel 2022 abbiamo stabilito un accordo con alcuni nostri fornitori per acquistare dati sulle emissioni Scope 3 su base annuale, sottolineando ancora una volta il nostro impegno del miglioramento e l'approfondimento alla causa climatica, consapevoli che il percorso è ancora lungo e non si fermerà di certo qui.

Benefici dell'Illuminazione LED

Nel corso del 2023, abbiamo completato con successo l'installazione delle moderne lampade a LED dimmerabili presso il nostro quartier generale a Reggio Emilia, un progetto avviato nel 2022. Questo rappresenta un passo significativo nella nostra strategia aziendale volta alla sostenibilità e all'efficienza energetica. Grazie a questa tecnologia all'avanguardia, non solo siamo riusciti a ridurre ulteriormente il consumo energetico, ma abbiamo anche ottenuto la flessibilità di adattare l'illuminazione alle specifiche esigenze di ciascun ambiente lavorativo. La funzionalità dimmerabile ci consente di regolare l'intensità luminosa in base alla luce naturale disponibile e alle esigenze specifiche delle diverse ore del giorno, garantendo un impatto positivo sul risparmio energetico complessivo, con una riduzione di 63.802 kWh. Inoltre, la nuova illuminazione a LED migliora significativamente la qualità visiva dei nostri spazi, contribuendo al comfort visivo dei nostri dipendenti.

Iniziative Internazionali

Nel cammino verso una maggiore sostenibilità, abbiamo preso misure significative attraverso le nostre società, partecipando ad iniziative di risonanza internazionale. In particolare, siamo membri di "Amfori", un'organizzazione leader a livello globale nell'assistere le imprese a migliorare la loro sostenibilità. In collaborazione con la società WorldConnect AG, abbiamo avviato una partnership con la fondazione "myclimate", che offre la possibilità di selezionare progetti che sono particolarmente importanti per la nostra azienda, con l'obiettivo di ridurre le emissioni di CO₂ equivalenti. Nel corso del 2023, abbiamo sostenuto due progetti: il primo riguardante la riforestazione in Nicaragua e il secondo in Uganda, focalizzato sulla diffusione di sistemi di purificazione dell'acqua nelle istituzioni pubbliche, come scuole e centri sanitari.

Emissioni Compensate

Nel corso del 2023, abbiamo compensato un totale di 500 tonnellate di CO₂ grazie al sostegno a diversi progetti di riduzione delle emissioni. Questi includono un progetto idroelettrico nella regione del Paranà in Brasile, un'iniziativa di energia solare nella provincia di Gans in Cina, attività di conservazione forestale nello Zimbabwe nord-occidentale e miglioramenti dell'efficienza energetica presso Pakarab Fertilizer Limited in Pakistan tramite l'utilizzo del vapore nei processi di fertilizzazione.

AM BIEN TE

Impegni
futuri

Impegni futuri

Riduzione consumo di GAS

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.

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.

Compensazione emissioni Scope 3

Nel 2024 ci impegniamo a compensare 500 tonnellate di CO₂ delle emissioni generate.



AM BIEN TE

Informativa GRI

GRI Standard 302-1 - Consumi energetici all'interno dell'organizzazione*

Consumo diretto di energia	u.m.	2023	2022	2021	u.m.	2023	2022	2021
Combustibili da fonti non rinnovabili								
Gas naturale	Sm3	34.533	55.613	29.149	GJ	1.250	2.211	1.158
Benzina	Litri	17.459	19.402	12.592		579	677	439
Diesel		171.008	175.452	155.405		6.108	6.732	5.974
Totale		-	-			7.937	9.620	7.571
Combustibili da fonti rinnovabili (fotovoltaico - energia elettrica autoprodotta)								
	u.m.	2023	2022	2021	u.m.	2023	2022	2021
Di cui consumata	kWh	112.549	76.612			405	276	
Di cui restituita alla rete		56.836	22.910			205	82	
Totale			169.385	99.522			610	193

*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

Consumo indiretto di energia	u.m.	2023	2022	2021	u.m.	2023	2022	2021
Energia elettrica acquistata (totale)		181.617	298.996	380.108		654	1.076	1.368
da fonti non rinnovabili	kWh	108.107	298.996	380.108	GJ	389	1.076	1.368
certificate da fonti rinnovabili (es. Certificati di origine)*		73.510	-	-		265	-	-

*Introdotta dal 2023.

Consumo totale di energia (diretto e indiretto)	u.m.	2023	2022	2021
Energia totale consumata	GJ	8.591	10.889	8.939

GRI Standard 305-1, 305-2, 305-3 - Emissioni totali

	u.m.	2023	2022	2021
Emissioni dirette (SCOPE 1)		566	603	451
Gas naturale		70	112	59
Benzina		41	42	28
Diesel		455	449	390
Emissioni indirette (SCOPE 2) - Location based		29	82	105
Da fonti non rinnovabili		29	82	105
Emissioni indirette (SCOPE 2) - Market based	tCO ₂ e	49	137	174
Da fonti non rinnovabili		49	137	174
Totale emissioni - Location based		595	685	582
Totale emissioni - Market based		615	740	651
Upstream transportation and distribution (SCOPE 3)		2.147	2263	-
Downstream transportation and distribution (SCOPE 3)		452	339	-
Emissioni indirette (SCOPE 3)		2599	2602	-

[CELLULARLINEGROUP]

ANNE XES

10.

ANNE XES

**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.

Osservatori di Digital innovation del Politecnico di Milano

È impegnata nell'attività di rappresentanza delle aziende associate nei rapporti con le Istituzioni e le Amministrazioni economiche, politiche, sindacali, sociali e culturali 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).

L'Osservatorio di Digital Innovation sviluppa conoscenza sulle nuove tecnologie digitali da oltre 20 anni. Osservatori.net è una piattaforma multimediale e interattiva per l'aggiornamento professionale sull'Innovazione Digitale con centinaia di contenuti ed eventi realizzati da analisti ed esperti con un know-how esclusivo.

NOIAMOFUTURO® S.R.L.

Noisiamofuturo® 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®, Lattuaideadimpresa®, Noisiamofuturo® 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 sco-

po 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.

AITMM (Associazione Italiana Travel e Mobility Manager)

L'Associazione Italiana Travel e Mobility Manager promuove e rappresenta la figura professionale di Travel e Mobility Manager, e ha la funzione di perseguire il riconoscimento e la valorizzazione di questa importante Professione. AITMM offre supporto, occasioni di incontro professionale, informazioni, conoscenza e servizi formativi che aiutano ad un corretto inquadramento delle figure professionali del Corporate Travel manager e del Mobility manager, realizzati nel rispetto dell'ambiente e della dignità delle persone.

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.

ANNE XES

**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	5.1 La Governance della Sostenibilità
Economic performance and creation of added value	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito 207-1 Approccio alla fiscalità 207-2 Governance fiscale, controllo e gestione del rischio 207-3 Coinvolgimento degli stakeholder e gestione delle preoccupazioni in materia fiscale	5.1 La Governance della Sostenibilità 5.2 La gestione fiscale 5.4 Informativa GRI
Customer centricity	-	6.1 Customer centricity
Evolution of distribution channels	-	6.1 Customer centricity
Innovation and R&D	-	8.3 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 416-2 Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi	8.1 Qualità e sicurezza dei prodotti 8.6 Informativa GRI
Ethical Marketing	417-2 Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi 417-3 Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing	8.2 Marketing responsabile e sostenibile
Climate change & Energy efficiency	302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione 302-2 Energia consumata al di fuori dell'organizzazione 305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1) 305-2 Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2) 305-3 Altre emissioni indirette di GHG (Scope 3)	9.1 Monitoraggio delle performance ambientali 9.3 Informativa GRI
Environmental impact of products	301-1 Materiali utilizzati per peso o volume 301-2 Materiali utilizzati che provengono da riciclo	8.3 Ricerca e sviluppo e innovazione come strategia per uno sviluppo sostenibile 8.6 Informativa GRI

Equality & Inclusion	405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti 405-2 Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	7.1 Equality & Inclusion 7.7 Informativa GRI
People care & employee development	401-1 Nuove assunzioni e turnover 401-2 Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno, ma non per i dipendenti part-time o con contratto a tempo determinato 401-3 Congedo parentale 404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente 404-3 Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale	7.2 Sviluppo e valorizzazione delle Persone 7.3 People Care 7.7 Informativa GRI
Employee Health & Safety	403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro 403-2 Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti 403-3 Servizi di medicina del lavoro 403-4 Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro 403-5 Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro 403-6 Promozione della salute dei lavoratori 403-7 Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali 403-9 Infortuni sul lavoro	7.4 Salute e Sicurezza sul lavoro 7.7 Informativa GRI
Privacy and cyber security	418-1 Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	7.3 People Care
Respect for human rights	-	8.4 La gestione dei fornitori
Sustainable supply chain	204-1 Proporzioni di spesa verso fornitori locali	8.4 La gestione dei fornitori 8.6 Informativa GRI
Social initiatives	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	7.5 Sostegno alla comunità 5.4 Informativa GRI



ANNE XES

Indice dei contenuti GRI

10.3

Indice dei contenuti GRI

Statement of use

Cellularline Group ha rendicontato in conformità con i GRI Standards per il periodo 1.01.2023 - 31.12.2023

GRI 1 utilizzato

GRI 1: Foundation 2021

Applicable GRI Sector Standard(s)

N/A

GRI standard / other source	Disclosure	Location	Omission			GRI sector standard ref. no
			Requirement(s)	Omitted reason	Explanation	
GENERAL DISCLOSURES						
GRI 2: General Disclosures 2021	2-1 Dettagli organizzativi	2.2 Dati societari, Composizione del Gruppo, Organo Amministrativo, Informativa azionisti (pagg. 17-23)				
	2-2 Entità incluse nel report di sostenibilità dell'organizzazione	4. Nota Metodologica (pagg. 56-61)				
	2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e canale di contatto	4. Nota Metodologica (pagg. 56-61)				
	2-4 Revisione di informazioni	4. Nota Metodologica (pagg. 56-61)				
	2-5 Assurance esterna	Relazione KPMG				
	2-6 Attività, catena del valore e altre relazioni commerciali	3.4 Modello di business (pagg. 53-55)				
	2-7 Dipendenti	7.7 Informativa GRI (pagg. 153-161)				
	2-8 Lavoratori che non sono dipendenti	7.7 Informativa GRI (pagg. 153-161) I dati sono relativi alle Società italiane del Gruppo				
	2-9 Struttura e composizione della governance	5.1 La Governance della Sostenibilità (pagg. 65-75) 5.4 Informativa GRI (pagg. 85-87)				
	2-10 Nomina e selezione del massimo organo di governo	5.1 La Governance della Sostenibilità (pagg. 65-75) I membri del CdA sono nominati, sulla base della base delle competenze e conoscenze professionali				
	2-11 Presidente del più alto organo di governo	Il Presidente del Consiglio di Amministrazione non è un alto dirigente dell'organizzazione				

GRI standard / other source	Disclosure	Location	Omission			GRI sector standard ref. no
			Requirement(s)	Omitted reason	Explanation	
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.				
	2-13 Delega di responsabilità per la gestione degli impatti	Non esiste una di responsabilità formale in tema di gestione degli impatti.				
	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.				
	2-15 Conflitti di interesse	5.1 La Governance della Sostenibilità (pagg. 65-75) Prima dell'apertura delle riunioni consiliari 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.				
	2-16 Comunicazione di preoccupazioni critiche	Non sono pervenute segnalazione e comunicazioni di preoccupazioni critiche nel corso dell'esercizio.				
	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. 5.3 Impegni futuri (pagg. 81-83)				
	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	
	2-19 Politiche di remunerazione	5.1 La Governance della Sostenibilità (pagg. 65-75)				

GRI standard / other source	Disclosure	Location	Omission			GRI sector standard ref. no
			Requirement(s)	Omitted reason	Explanation	
GRI 2: General Disclosures 2021	2-20 Processo per determinare la remunerazione	5.1 La Governance della Sostenibilità (pagg. 65-75)				
	2-21 Rapporto annuale di compensazione totale	7.7 Informativa GRI (pagg. 153-161)				
	2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	1.1 Lettera ai nostri stakeholder (pagg. 7-9)				
	2-23 Commitment	8.4 La gestione dei fornitori (pagg. 189-195) 8.5 Impegni futuri (pagg. 197-199)				
	2-24 Incorporare degli impegni	5.1 La Governance della Sostenibilità (pagg. 65-75) 5.3 Impegni futuri (pagg. 81-83) 7.1 Equality & Inclusion (pagg. 113-117) 7.6 Impegni futuri (pagg. 149-151) 8.4 La gestione dei fornitori (pagg. 189-195) 8.5 Impegni futuri (pagg. 197-199)				
	2-25 Processi per rimediare agli impatti negativi	7.1 Equality & Inclusion (pagg. 113-117) 7.3 People Care (pagg. 127-135) 7.4 Salute e Sicurezza sul lavoro (pagg. 137-141) 7.5 Sostegno alla comunità (pagg. 143-147) 8.4 La gestione dei fornitori (pagg. 189-195) 9.1 Monitoraggio delle performance ambientali (pagg. 209-219)				
	2-26 Meccanismi per chiedere consigli e sollevare preoccupazioni	5.1 La Governance della Sostenibilità (pagg. 65-75)				
	2-27 Conformità con le leggi e i regolamenti	Si registra un caso di non conformità con leggi e regolamenti, la quale ha comportato una sanzione da parte della CCIAA di Bari, per un ammontare complessivo di Euro 11.055.				
	2-28 Associazioni	Annexes (pagg. 228-249)				
	2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	3.3 Mappatura e coinvolgimento degli stakeholder (pagg. 49-51)				
2-30 Contratti collettivi	100% dei dipendenti coperti da accordi collettivi di contrattazione per le Società italiane del Gruppo					

GRI standard / other source	Disclosure	Location	Omission			GRI sector standard ref. no
			Requirement(s)	Omitted reason	Explanation	
	3-1 Processo per determinare gli argomenti materiali	3.2 Le nostre priorità e i nostri temi materiali (pagg. 39-47)				
	3-2 Elenco degli argomenti materiali	3.2 Le nostre priorità e i nostri temi materiali (pagg. 39-47)				
MATERIAL TOPIC - ANTI CORRUPTION AND BUSINESS ETHICS						
GRI 3 - Material Topics 2021	3-3 Gestione degli argomenti materiali	5.1 La Governance della Sostenibilità (pagg. 65-75)				
	205-3 Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	5.1 La Governance della Sostenibilità (pagg. 65-75) Nel corso del 2023 non si sono verificati episodi di corruzione.				
MATERIAL TOPIC - ECONOMIC PERFORMANCE AND CREATION OF ADDED VALUE						
GRI 3 - Material Topics 2021	3-3 Gestione degli argomenti materiali	5.1 La Governance della Sostenibilità (pagg. 65-75) 5.2 La gestione fiscale (pagg. 77-79) 5.3 Impegni futuri (pagg. 81-83) 5.4 Informativa GRI (pagg. 85-87)				
	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	5.1 La Governance della Sostenibilità (pagg. 65-75) 5.2 La gestione fiscale (pagg. 77-79) 5.4 Informativa GRI (pagg. 85-87)				
	207-1 Approccio alla fiscalità	5.2 La gestione fiscale (pagg. 77-79) 5.4 Informativa GRI (pagg. 85-87)				
	207-2 Governance fiscale, controllo e gestione del rischio	5.2 La gestione fiscale (pagg. 77-79) 5.4 Informativa GRI (pagg. 85-87)				
	207-3 Coinvolgimento degli stakeholder e gestione delle preoccupazioni in materia fiscale	5.2 La gestione fiscale (pagg. 77-79)				
MATERIAL TOPIC - PRODUCT QUALITY AND SAFETY						
GRI 3 - Material Topics 2021	3-3 Gestione degli argomenti materiali	8.1 Qualità e sicurezza dei prodotti (pagg. 167-171)				
	416-1 Valutazione degli impatti sulla salute e sulla sicurezza per categorie di prodotto e servizi	8.1 Qualità e sicurezza dei prodotti (pagg. 167-171)				

GRI standard / other source	Disclosure	Location	Omission			GRI sector standard ref. no
			Requirement(s)	Omitted reason	Explanation	
	416-2 Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi	8.1 Qualità e sicurezza dei prodotti (pagg. 167-171) 8.6 Informativa GRI (pagg. 201-203)				
MATERIAL TOPIC - PRIVACY AND CYBERSECURITY						
GRI 3 - Material Topics 2021	3-3 Gestione degli argomenti materiali	7.3 People Care (pagg. 127-135)				
	418-1 Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	7.3 People Care (pagg. 127-135)				
MATERIAL TOPIC - INNOVATION E R&D						
GRI 3 - Material Topics 2021	3-3 Gestione degli argomenti materiali	8.3 Ricerca e sviluppo e innovazione come strategia per uno sviluppo sostenibile (pagg. 179-187)				
MATERIAL TOPIC - CUSTOMER CENTRICITY						
GRI 3 - Material Topics 2021	3-3 Gestione degli argomenti materiali	6.1 Customer centricity (pagg. 92-103)				
MATERIAL TOPIC - EVOLUTION OF DISTRIBUTION CHANNELS						
GRI 3 - Material Topics 2021	3-3 Gestione degli argomenti materiali	6.1 Customer centricity (pagg. 92-103)				
MATERIAL TOPIC - ETHICAL MARKETING						
GRI 3 - Material Topics 2021	3-3 Gestione degli argomenti materiali	8.2 Marketing responsabile e sostenibile (pagg. 173-177)				
	417-2 Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	Si registrano tre 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 - SUSTAINABLE SUPPLY CHAIN						
GRI 3 - Material Topics 2021	3-3 Gestione degli argomenti materiali	8.4 La gestione dei fornitori (pagg. 189-195)				
	204-1 Proporzioni di spesa verso fornitori locali	8.4 La gestione dei fornitori (pagg. 189-195) 8.6 Informativa GRI (pagg. 201-203)				

GRI standard / other source	Disclosure	Location	Omission			GRI sector standard ref. no
			Requirement(s)	Omitted reason	Explanation	
MATERIAL TOPIC - ENVIRONMENTAL IMPACT OF PRODUCTS						
GRI 3 - Material Topics 2021	3-3 Gestione degli argomenti materiali	8.3 Ricerca e sviluppo e innovazione come strategia per uno sviluppo sostenibile (pagg. 179-187) 8.6 Informativa GRI (pagg. 201-203)				
	301-1 Materiali utilizzati per peso o volume	8.3 Ricerca e sviluppo e innovazione come strategia per uno sviluppo sostenibile (pagg. 179-187) 8.6 Informativa GRI (pagg. 201-203)				
	301-2 Materiali utilizzati che provengono da riciclo	8.3 Ricerca e sviluppo e innovazione come strategia per uno sviluppo sostenibile (pagg. 179-187) 8.6 Informativa GRI (pagg. 201-203)				
MATERIAL TOPIC - EMPLOYEE HEALTH AND SAFETY						
GRI 3 - Material Topics 2021	3-3 Gestione degli argomenti materiali	7.4 Salute e Sicurezza sul lavoro (pagg.137-141) 7.7 Informativa GRI (pagg.153-161)				
	403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	7.4 Salute e Sicurezza sul lavoro (pagg.137-141) 7.7 Informativa GRI (pagg.153-161)				
	403-2 Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	7.4 Salute e Sicurezza sul lavoro (pagg.137-141) 7.7 Informativa GRI (pagg.153-161)				
	403-3 Servizi di medicina del lavoro	7.4 Salute e Sicurezza sul lavoro (pagg.137-141) 7.7 Informativa GRI (pagg.153-161)				
	403-4 Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	7.4 Salute e Sicurezza sul lavoro (pagg.137-141) 7.7 Informativa GRI (pagg.153-161)				
	403-5 Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	7.4 Salute e Sicurezza sul lavoro (pagg.137-141) 7.7 Informativa GRI (pagg.153-161)				
	403-6 Promozione della salute dei lavoratori	7.4 Salute e Sicurezza sul lavoro (pagg.137-141) 7.7 Informativa GRI (pagg.153-161)				
403-7 Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	7.4 Salute e Sicurezza sul lavoro (pagg.137-141) 7.7 Informativa GRI (pagg.153-161)					

GRI standard / other source	Disclosure	Location	Omission			GRI sector standard ref. no
			Requirement(s)	Omitted reason	Explanation	
	403-9 Infortuni sul lavoro	7.4 Salute e Sicurezza sul lavoro (pagg.137-141) 7.7 Informativa GRI (pagg.153-161)				
MATERIAL TOPIC - PEOPLE CARE & EMPLOYEE DEVELOPMENT						
GRI 3 - Material Topics 2021	3-3 Gestione degli argomenti materiali	7.2 Sviluppo e valorizzazione delle Persone (pagg. 119-125) 7.3 People Care (pagg. 127-135) 7.7 Informativa GRI (pagg.153-161)				
	401-1 Nuove assunzioni e turnover	7.2 Sviluppo e valorizzazione delle Persone (pagg. 119-125) 7.3 People Care (pagg. 127-135) 7.7 Informativa GRI (pagg.153-161)				
	401-2 Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno, ma non per i dipendenti part-time o con contratto a tempo determinato	7.2 Sviluppo e valorizzazione delle Persone (pagg. 119-125) 7.3 People Care (pagg. 127-135) 7.7 Informativa GRI (pagg.153-161)				
	401-3 Congedo parentale	7.2 Sviluppo e valorizzazione delle Persone (pagg. 119-125) 7.3 People Care (pagg. 127-135) 7.7 Informativa GRI (pagg.153-161)				
	404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente	7.2 Sviluppo e valorizzazione delle Persone (pagg. 119-125) 7.3 People Care (pagg. 127-135) 7.7 Informativa GRI (pagg.153-161)				
	404-3 Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale	7.2 Sviluppo e valorizzazione delle Persone (pagg. 119-125) 7.3 People Care (pagg. 127-135) 7.7 Informativa GRI (pagg.153-161)				
MATERIAL TOPIC - EQUALITY E INCLUSION						
GRI 3 - Material Topics 2021	3-3 Gestione degli argomenti materiali	5.1 La Governance della Sostenibilità (pagg. 65-75) 5.4 Informativa GRI (pagg. 85-87) 7.1 Equality & Inclusion (pagg. 113-117) 7.7 Informativa GRI (pagg. 153-161)				

GRI standard / other source	Disclosure	Location	Omission			GRI sector standard ref. no
			Requirement(s)	Omitted reason	Explanation	
	405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	5.1 La Governance della Sostenibilità (pagg. 65-75) 5.4 Informativa GRI (pagg. 87-89) 7.1 Equality & Inclusion (pagg. 113-117) 7.7 Informativa GRI (pagg. 153-161)				
	405-2 Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	7.1 Equality & Inclusion (pagg. 113-117) 7.7 Informativa GRI (pagg.153-161)				
MATERIAL TOPIC - RESPECT FOR HUMAN RIGHTS						
GRI 3 - Material Topics 2021	3-3 Gestione degli argomenti materiali	8.4 La gestione dei fornitori (pagg. 189-195)				
MATERIAL TOPIC - SOCIAL INITIATIVES						
GRI 3 - Material Topics 2021	3-3 Gestione degli argomenti materiali	7.5 Sostegno alla comunità (pagg. 143-147) 5.4 Informativa GRI (pagg. 85-87)				
	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	7.5 Sostegno alla comunità (pagg. 143-147) 5.4 Informativa GRI (pagg. 85-87)				
MATERIAL TOPIC - CLIMATE CHANGE & ENERGY EFFICIENCY						
GRI 3 - Material Topics 2021	3-3 Gestione degli argomenti materiali	9.1 Monitoraggio delle performance ambientali (pagg. 209-219) 9.3 Informativa GRI (pagg. 225-227)				
	302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione	9.1 Monitoraggio delle performance ambientali (pagg. 209-219) 9.3 Informativa GRI (pagg. 225-227)				
	305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	9.1 Monitoraggio delle performance ambientali (pagg. 209-219) 9.3 Informativa GRI (pagg. 225-227)				
	305-2 Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	9.1 Monitoraggio delle performance ambientali (pagg. 209-219) 9.3 Informativa GRI (pagg. 225-227)				
	305-3 Altre emissioni indirette di GHG (Scope 3)	9.1 Monitoraggio delle performance ambientali (pagg. 209-219) 9.3 Informativa GRI (pagg. 225-227)				



Gruppo Cellularline

Limited assurance engagement al 31 dicembre 2023
(con relativa relazione della società di revisione)

KPMG S.p.A.
1 luglio 2024



KPMG S.p.A.
Revisione e organizzazione contabile
Via Innocenzo Malvasia, 6
40131 BOLOGNA BO
Telefono +39 051 4392511
Email it-fmauditaly@kpmg.it
PEC kpmgspa@pec.kpmg.it

Relazione della società di revisione indipendente sull'ESG Report – GRI Standards

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

Siamo stati incaricati di effettuare un esame limitato (“*limited assurance engagement*”) dell'ESG Report del Gruppo Cellularline (di seguito anche il “Gruppo”) relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2023.

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”), come descritto nella sezione “Nota metodologica” dell'ESG Report.

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 controllo 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 l'*International Standard on Quality Management 1 (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 2023

Responsabilità della società di revisione

È 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 i criteri indicati nel "*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 ed 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 della 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 Subliros S.L.:

- a) con riferimento alle informazioni qualitative contenute nell'*ESG Report* 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 sia limitate verifiche per accertare su base campionaria la corretta aggregazione dei dati.



Gruppo Cellularline

Relazione della società di revisione

31 dicembre 2023

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 2023 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dai *GRI Standards* come descritto nel paragrafo "Nota metodologica" dell'*ESG Report*.

Bologna, 1 luglio 2024

KPMG S.p.A.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Davide Stabellini'. The signature is fluid and cursive.

Davide Stabellini
Socio



[CELLULARLINEGROUP]

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