

[CELLULARLINEGROUP]

ESG REPORT 2025

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

[INDICE]

1. INTRODUZIONE

1.1 Lettera ai nostri stakeholder	5
1.2 Metodologie e criteri per la redazione del Bilancio	9

2. CHI SIAMO

2.1 Highlights Cellularline Group	13
2.2 Dati societari, Composizione del Gruppo	17
2.3 La nostra Storia	23

3. LA NOSTRA STRATEGIA

3.1 Cellularline S.p.A. Società Benefit	27
3.2 Purpose, Manifesto, Vision, Mission e Valori	37
3.3 Le nostre priorità e i nostri temi materiali	41
• I nostri impatti	49
3.4 Evoluzione del contesto normativo e doppia materialità	53
3.5 Mappatura e coinvolgimento degli stakeholder	57

4. GOVERNANCE

4.1 La Governance della Sostenibilità	61
4.2 Sistema di amministrazione e controllo	65
• I nostri comitati	68
4.3 Sistema di controllo interno, gestione dei rischi e compliance	71
4.4 Gestione fiscale responsabile	75
4.5 Impegni futuri in ambito governance	79
4.6 Informativa GRI	83

5. CUSTOMER & END-USERS

5.1 Introduzione	87
5.2 Customer Centricity	91
• Presenza Geografica	92
• I nostri Brand	94
• Le nostre linee di prodotto	95
5.3 Consumer Care e misurazione della soddisfazione	97
5.4 Ricerche di mercato come leva di impatto	101
5.5 Impegni futuri	105

6. PEOPLE & COMMUNITY

6.1 Introduzione	109
6.2 Diversity, Equity and Inclusion	113
6.3 Sviluppo e valorizzazione delle Persone	117
• Cosa abbiamo fatto: le nostre storie di impatto	118
6.4 Salute e sicurezza sul lavoro	129
6.5 Sostegno alla comunità	137
• Cosa abbiamo fatto: le nostre storie di impatto	139
6.6 Impegni futuri	145
6.7 Informativa GRI	151

7. PRODOTTO & PACKAGING

7.1 Introduzione	161
7.2 Qualità e sicurezza dei prodotti	165
7.3 Marketing responsabile e sostenibile	171
7.4 Ricerca, sviluppo e innovazione come strategia	175
7.5 La gestione dei fornitori	181
7.6 Impegni futuri	187
7.7 Informativa GRI	195

8. AMBIENTE

8.1 Introduzione	199
8.2 Monitoraggio delle performance ambientali	203
8.3 Impegni futuri	209
8.4 Informativa GRI	215

9. ANNEXES

9.1 Iniziative esterne, adesioni e associazioni	219
9.2 Tabella di raccordo temi materiali GRI	225
9.3 Indice dei contenuti GRI	229



1.1

INTRO DUZIO NE.

Introduzione

Lettera ai nostri stakeholder

Lettera ai nostri stakeholder

Siamo lieti di presentarvi il **sesto ESG Report del Gruppo Cellularline**, che rendiconta in modo trasparente e strutturato il nostro percorso di sostenibilità e ne documenta l'evoluzione nel corso dell'esercizio 2025.

Il 2025 rappresenta un **anno di consolidamento e di transizione strategica**. In un contesto globale caratterizzato da rapide trasformazioni economiche, sociali e ambientali, il Gruppo ha ulteriormente rafforzato l'integrazione della sostenibilità all'interno del proprio modello di business e dei processi decisionali, confermandola come **leva di creazione di valore nel medio-lungo periodo**.

Nel corso dell'anno, Cellularline S.p.A. ha proseguito il proprio percorso come **Società Benefit**, rendicontando in modo puntuale le azioni intraprese e i risultati conseguiti attraverso la **Relazione d'Impatto 2025**, documento che rappresenta oggi il **principale strumento di comunicazione dell'impatto verso il mercato e gli stakeholder**.

La Relazione d'Impatto rendiconta i risultati conseguiti nel 2025 e definisce gli obiettivi e i **KPI di impatto per il 2026**, che costituiranno il riferimento operativo per il monitoraggio delle performance di sostenibilità e per l'allineamento progressivo dei sistemi di governance e incentivazione.

Il presente ESG Report si inserisce in tale percorso con una funzione complementare: fornire una **visione organica e strutturata delle performance ESG del Gruppo**, in coerenza con gli Standard GRI, garantendo comparabilità, completezza informativa e trasparenza.

Il nostro purpose, **"YOUmanizing the devices' experience"**, continua a guidare le nostre scelte strategiche e operative: rendere la tecnologia più accessibile, sicura e sostenibile, mettendo le persone al centro dell'innovazione.

Guardando al futuro, siamo consapevoli che la sostenibilità non rappresenta un esercizio di sola compliance normativa, ma un **percorso continuo di miglioramento**, fondato sull'ascolto degli stakeholder, sulla misurazione degli impatti e sulla capacità di tradurre gli impegni in risultati concreti.

Ringraziamo tutti i nostri stakeholder per il dialogo costante e il contributo al percorso di crescita sostenibile del Gruppo Cellularline.

Cordiali Saluti,

Christian Aleotti
CEO





INTRO DUZIO NE.

1.2

Introduzione

Metodologie e criteri per la redazione del Bilancio

Metodologie e criteri per la redazione del Bilancio

Il presente documento rappresenta il **Bilancio di Sostenibilità 2025** (di seguito anche “Bilancio”) del Gruppo Cellularline e copre il periodo compreso tra il **1° gennaio 2025 e il 31 dicembre 2025**.

Il perimetro di rendicontazione coincide con quello del **bilancio consolidato del Gruppo**, redatto ai sensi degli IFRS, e include le società consolidate con il metodo integrale. Eventuali esclusioni o limitazioni del perimetro sono esplicitamente indicate nei paragrafi di riferimento.

- Cellularline S.p.A. Società Capogruppo. Italia;
- Cellular Spain S.L.U. Spagna;
- Systema S.r.l. Italia;
- Worldconnect AG. Svizzera;
- Coverlab S.r.l. Italia;
- Peter Jäckel GmbH. Germania.

Si segnala che le Società Cellular Immobiliaria Italiana S.L.U., Cellular Immobiliaria Helvetica S.A., Cellularline USA Inc, Cellularline Middle East FZE, Cellular Swiss S.A. e Cellularline Benelux sono escluse in quanto non risultano significative ai fini della rendicontazione non finanziaria. Ulteriori limitazioni rispetto a tale perimetro sono opportunamente indicate nel seguito del Bilancio.

Il Bilancio di Sostenibilità 2025 è redatto **in conformità agli Standard GRI – opzione “In accordance”**, pubblicati dal Global Reporting Initiative. La società rendicontante è **Cellularline S.p.A.**, con sede legale in Via Grigoris Lambrakis 1/A, 42122 Reggio Emilia (RE), Italia.

Come previsto dagli Standard GRI, il Bilancio fornisce informazioni relative alle **tematiche materiali**, ovvero agli impatti economici, ambientali e sociali

ritenuti significativi per il Gruppo e per i suoi stakeholder, identificati attraverso un processo strutturato di analisi di materialità basato sulla logica di **impact materiality (prospettiva inside-out)**.

Il processo di raccolta, validazione e consolidamento dei dati è stato svolto con il coinvolgimento delle principali funzioni aziendali, nel rispetto dei principi di **accuratezza, comparabilità, chiarezza, tempestività e affidabilità** previsti dagli Standard GRI.

Il Bilancio di Sostenibilità 2025 è sottoposto a **Limited Assurance indipendente da parte di KPMG S.p.A.** Per maggiori dettagli si rimanda alla relazione di assurance riportata nelle sezioni finali del documento.

Relazione d’Impatto e misurazione dell’impatto

In qualità di **Società Benefit**, Cellularline S.p.A. redige annualmente la **Relazione d’Impatto**, allegata al bilancio civilistico, che rendicontra il perseguimento delle Finalità di Beneficio Comune, i risultati conseguiti e gli obiettivi futuri.

Il 2025 rappresenta l’ultimo anno in cui la misurazione dell’impatto è stata effettuata anche tramite il **B Impact Assessment (BIA)**. A partire dal 2026, la Società adotterà un **framework integrato di valutazione dell’impatto**, basato sui **KPI definiti nella Relazione d’Impatto e nel Master Plan di sostenibilità**, con progressiva integrazione di standard tecnici e sistemi di certificazione riconosciuti a livello internazionale.

Il presente Bilancio di Sostenibilità e la Relazione d’Impatto 2025 costituiscono pertanto un **sistema informativo integrato** e complementare, finalizzato a garantire trasparenza, coerenza e completezza nella comunicazione delle performance ESG, dei risultati di sostenibilità e dell’impatto generato dal Gruppo nel medio-lungo termine.

2.1

CHI
SIAMO.

Chi siamo

**Highlight
Cellularline Group**

Highlights Cellularline Group

Cellularline Group è un gruppo industriale europeo attivo nella **progettazione, produzione e commercializzazione di accessori per smartphone, tablet, dispositivi audio e soluzioni per la connettività in mobilità**, con una presenza consolidata nei principali mercati internazionali.

Fondato in Italia 35 anni fa, il Gruppo opera oggi con una struttura internazionale e un portafoglio multi-brand in grado di rispondere alle esigenze di consumatori, partner commerciali e clienti B2B, con un approccio orientato all'innovazione, alla qualità e alla sostenibilità.

Principali indicatori del Gruppo (2025):



35
anni di storia



+280
dipendenti



HQ
Reggio Emilia



5 sedi

Italia, Spagna, Francia,
Svizzera e Germania



+55
paesi serviti

3 divisioni



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

2.2

CHI SIAMO

Chi siamo

Dati societari e struttura del Gruppo

Dati societari e struttura del Gruppo

Cellularline S.p.A. è la società capogruppo del Gruppo Cellularline, con sede legale in Via Grigoris Lambrakis 1/A, 42122 Reggio Emilia (RE), Italia.

È una società per azioni quotata sul mercato Euronext STAR Milan, operante a livello nazionale e internazionale.

Principali dati legali:

- Capitale sociale: euro 21.343.189 i.v.
- P. IVA e Codice Fiscale: 09800730963
- R.E.A.: RE-315329
- ISIN: IT0005244618
- Sito corporate: www.cellularlinegroup.com



Perimetro del Gruppo

Il Gruppo Cellularline è articolato in un insieme di società controllate e partecipate che operano lungo la catena del valore, dalla progettazione alla distribuzione, con specializzazioni per mercato, canale e categoria di prodotto.

Le principali entità incluse nel perimetro di rendicontazione sono:

Cellularline S.p.A. (Italia)

Capogruppo, progettazione, distribuzione e commercializzazione di accessori e soluzioni per la connettività;

Cellular Spain S.L.U. (Spagna)

Distribuzione nei mercati spagnolo e portoghese;

Systema S.r.l. (Italia)

Presidio del canale Telco a livello europeo;

Worldconnect AG (Svizzera)

Leader globale negli adattatori da viaggio premium (brand SKROSS);

Coverlab S.r.l. (Italia)

E-commerce specializzato in accessori personalizzati;

Peter Jäckel GmbH (Germania)

Player storico nel mercato tedesco degli accessori per smartphone;

Cellularline USA Inc. (USA)

Distribuzione nei mercati statunitense e canadese;

Cellularline Middle East FZE (Emirati Arabi Uniti)

Presidio del mercato Middle East;

Cellular Swiss S.A. (Svizzera)

Distribuzione nel mercato elvetico;

CL Benelux

Distribuzione nei mercati di Belgio, Paesi Bassi e Lussemburgo.

Il perimetro di rendicontazione del presente Bilancio di Sostenibilità coincide con quello del bilancio consolidato; eventuali esclusioni sono motivate sulla base del principio di significatività.

Organismi sociali e di controllo
Organo Amministrativo: CdA

Consiglio di Amministrazione	
Antonio Luigi Tazartes	Presidente
Christian Aleotti	Vicepresidente e Amministratore Delegato
Marco Cagnetta	Amministratore Esecutivo
Donatella Busso	Amministratore Indipendente
Paola Vezzani	Amministratore Indipendente
Alessandra Bianchi	Amministratore Indipendente
Mauro Borgogno	Amministratore
Marco Di Lorenzo	Amministratore
Walter Alba	Amministratore Indipendente
Laura Elena Cinquini	Amministratore Indipendente
Comitato Controllo e Rischi	
Donatella Busso	Presidente e Amministratore
Alessandra Bianchi	Amministratore
Paola Vezzani	Amministratore
Comitato per le Nomine e la 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 31.12.2025¹)

Azionista	% sul capitale sociale con diritto di voto
Christian Aleotti	12,57%
First Sicaf S.p.a.	8,02%
Antonio Luigi Tazartes	7,31%

¹ Considerati unicamente i soggetti con una partecipazione superiore al 5%



2.3

CHI
SIAMO.

Chi siamo

La nostra storia

La nostra storia

Cellularline nasce nel **1990** a Reggio Emilia come società di distribuzione dei primi telefoni cellulari e sviluppa negli anni una gamma completa di accessori, affermandosi progressivamente come **leader europeo nel settore**.

Il percorso di crescita del Gruppo è stato caratterizzato da:

- sviluppo continuo del portafoglio prodotti;
- espansione internazionale;
- rafforzamento del modello multi-brand;
- integrazione di acquisizioni strategiche.

Negli ultimi anni, il Gruppo ha affiancato alla crescita industriale un **percorso strutturato di integrazione della sostenibilità nel modello di business**, culminato nel **2024 con l'acquisizione della qualifica giuridica di Società Benefit** da parte di Cellularline S.p.A.

Nel **2025**, il Gruppo ha proseguito questo percorso consolidando la governance della sostenibilità, rafforzando i processi di misurazione dell'impatto e definendo obiettivi e KPI di medio periodo, come rendicontato nella **Relazione d'Impatto 2025**.



3.1

LA NOSTRA STRATEGIA

La nostra strategia

Cellularline S.p.A.
Società Benefit

Cellularline S.p.A. Società Benefit

Cellularline S.p.A. ha acquisito nel 2024 la qualifica giuridica di **Società Benefit**, integrando nello Statuto sociale finalità di beneficio comune accanto all'obiettivo di creazione di valore economico.

Nel corso del **2025**, tale scelta si è tradotta in un **rafforzamento strutturale del modello di gestione della sostenibilità**, con l'obiettivo di garantire una crescente integrazione tra **strategia industriale, governance e generazione di impatti positivi** per le persone, la collettività e l'ambiente.

In qualità di Società Benefit, Cellularline S.p.A. è tenuta a:

- perseguire le **Finalità di Beneficio Comune** definite a Statuto;
- bilanciare l'interesse degli azionisti con quello degli stakeholder;
- rendicontare annualmente, in modo trasparente, **azioni, risultati e obiettivi di impatto**.

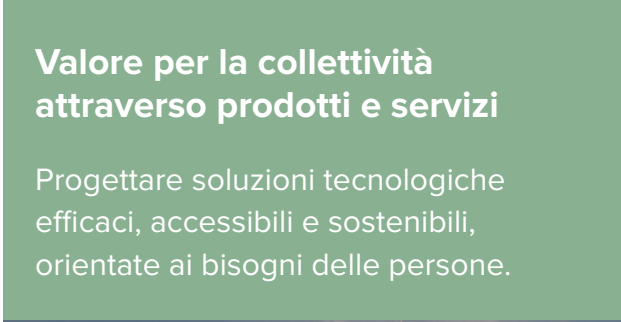
La **Relazione d'Impatto 2025**, allegata al bilancio civilistico, rappresenta il **documento centrale** attraverso cui la Società rendiconta:

- ✓ i risultati conseguiti nel 2025;
- ✓ gli **obiettivi e KPI di impatto per il 2026**;
- ✓ l'evoluzione del sistema di misurazione e governance dell'impatto.

Il presente ESG Report si pone in **coerenza e complementarità** con la Relazione d'Impatto, assicurando il raccordo con gli Standard GRI e una visione integrata delle performance ESG del Gruppo.

Finalità di beneficio comune

Le Finalità di Beneficio Comune di Cellularline S.p.A., pienamente integrate nel **Master Plan di sostenibilità 2024–2026**, sono articolate in tre ambiti strategici:

Finalità 1 	Valore umano Promuovere lo sviluppo delle persone, il benessere organizzativo e la creazione di valore sociale lungo l'ecosistema aziendale.
Valore per la collettività attraverso prodotti e servizi 	Finalità 2 Progettare soluzioni tecnologiche efficaci, accessibili e sostenibili, orientate ai bisogni delle persone.
Finalità 3 	Valore per l'ambiente e le generazioni future Guidare l'evoluzione del modello di business verso la decarbonizzazione e la riduzione degli impatti ambientali.

Il dettaglio delle azioni, dei risultati 2025 e dei KPI 2026 associati a ciascuna Finalità è riportato nella **Relazione d'Impatto 2025**.

Il modello di business come leva di creazione di valore e impatto

Il modello di business del Gruppo Cellularline è orientato alla **creazione di valore sostenibile nel lungo periodo**, attraverso il presidio delle fasi chiave della catena del valore – dalla progettazione allo sviluppo prodotto, fino alla distribuzione multicanale – in un’ottica di integrazione tra performance economica, valorizzazione delle persone e riduzione degli impatti ambientali.

La strategia del Gruppo si fonda su alcuni driver distintivi:

- progettazione e sviluppo prodotto gestiti internamente, quale leva di innovazione e differenziazione;
- produzione e logistica affidate a partner selezionati, in un’ottica di qualità, efficienza e presidio responsabile della supply chain;
- presenza diretta nei mercati chiave attraverso una struttura internazionale integrata;
- modello multi-brand e multi-divisione, capace di intercettare bisogni e segmenti di mercato differenti con approcci mirati e complementari.

Tale modello operativo costituisce **la base su cui si innestano le scelte strategiche in ambito ESG** e il perseguimento delle Finalità di Beneficio Comune di Cellularline S.p.A. come Società Benefit.

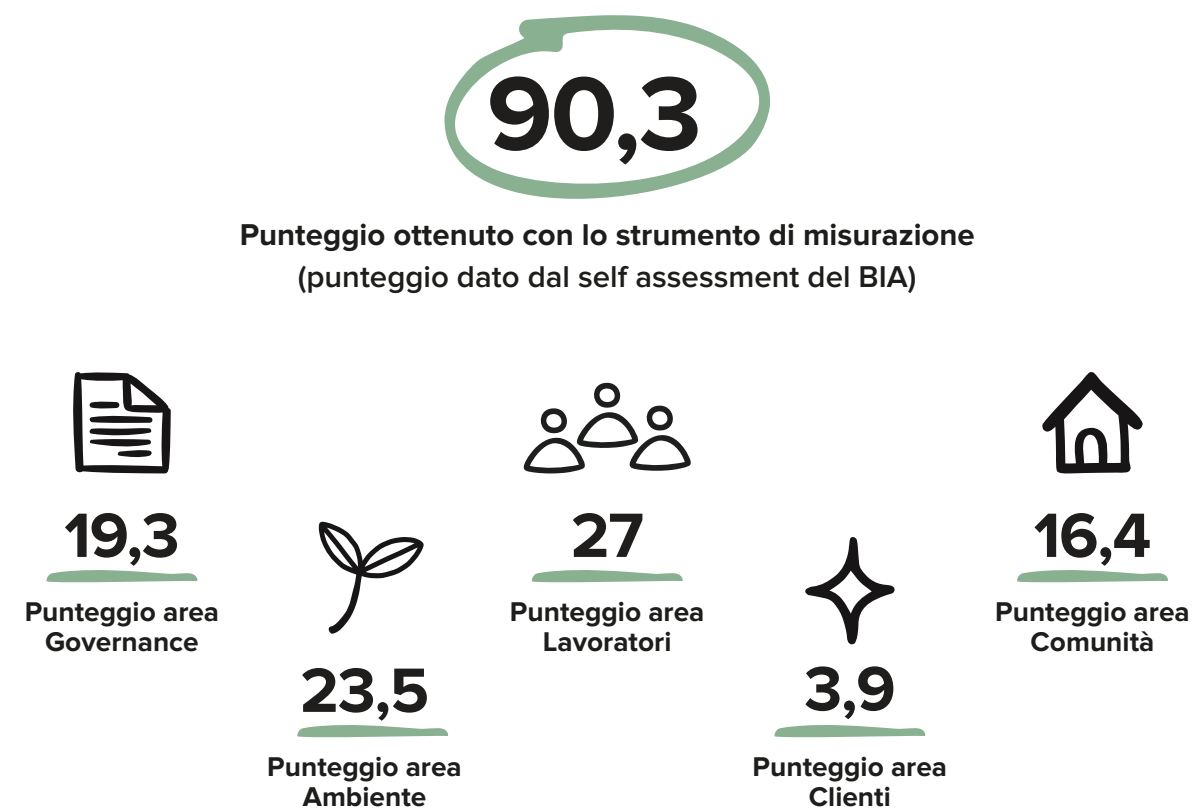
La sostenibilità rappresenta infatti un elemento trasversale del modello di governance e un fattore abilitante per la competitività, la capacità di attrarre talenti, il rafforzamento delle relazioni con gli stakeholder e la generazione di impatti positivi e durevoli per persone, comunità e ambiente.

Le modalità attraverso cui il modello di business contribuisce alla generazione di impatti positivi per le persone, la collettività e l’ambiente sono rendicontate nella **Relazione d’Impatto 2025**, che rappresenta il riferimento principale per la misurazione e il monitoraggio delle performance di impatto.

Nel corso dell’ultimo esercizio, il Gruppo ha ulteriormente consolidato il proprio percorso di evoluzione ESG attraverso un’attività strutturata di misurazione delle performance economiche, sociali e ambientali, finalizzata a definire una strategia sempre più integrata e orientata al lungo termine. Tale percorso è sostenuto dal forte commitment del Consiglio di Amministrazione e dal coinvolgimento diretto del Board, che presidia l’integrazione della sostenibilità nei processi decisionali e nelle priorità strategiche aziendali.

L’adozione del B Impact Assessment (BIA) a livello di Gruppo ha rappresentato un ulteriore elemento di maturazione del framework di sostenibilità, consentendo di valutare in modo sistematico le aree di impatto e di rafforzare l’allineamento del processo di rendicontazione agli standard internazionali del Global Reporting Initiative (GRI), anche grazie al protocollo di collaborazione tra B Lab e GRI.

In particolare, nel 2025, grazie all’integrazione di alcune azioni di miglioramento dell’impatto, come Cellularline S.p.A. abbiamo conseguito **90,3** (punteggio dato dal **self assessment**) rafforzando il presidio delle aree Governance, Lavoratori, Comunità, Ambiente e Clienti in coerenza con le priorità definite dal Master Plan di sostenibilità e con l’evoluzione del modello di business verso una crescita sempre più responsabile, inclusiva e generatrice di valore condiviso.



La catena del valore

Il Gruppo gestisce in modo strutturato tutte le fasi del ciclo di vita del prodotto, dall'ideazione allo sviluppo fino all'immissione sul mercato, adottando un assetto operativo integrato che affianca attività chiave svolte internamente a processi esternalizzati ad elevato valore aggiunto.

Le principali leve strategiche interne comprendono la progettazione e lo sviluppo dei prodotti, nonché il coordinamento delle attività di marketing e comunicazione, affidate a strutture specialistiche di Ricerca e Sviluppo e Marketing Intelligence.

Tali funzioni operano secondo un approccio basato sull'analisi dei dati, finalizzato al monitoraggio delle dinamiche di mercato e dell'innovazione tecnologica, con l'obiettivo di intercettare tempestivamente le esigenze dei clienti e sostenere la competitività del time-to-market.

Un modello di business flessibile

Le attività di produzione e logistica sono invece affidate a partner esterni selezionati, in coerenza con un modello orientato alla flessibilità operativa e alla scalabilità industriale.

Tale assetto permette al Gruppo di ottimizzare i livelli produttivi e di mantenere elevati standard qualitativi, grazie alla collaborazione con fornitori certificati e caratterizzati da un elevato livello di specializzazione tecnologica.



Strategia gestita internamente

Marketing intelligence e Ricerca & Sviluppo:

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



Gestione dell'Offerta e Comunicazione:

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

Efficienza operativa gestita esternamente

Produzione

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



Logistica e magazzino

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

3.2

LA NOSTRA STRATEGIA

La nostra strategia

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

Purpose

YOUmanizing the devices' experience

Il purpose del Gruppo Cellularline
– “**YOUmanizing the devices' experience**” –
esprime la volontà di rendere la tecnologia più accessibile,
comprensibile e sostenibile, mettendo le persone al centro
dell'innovazione.

Questo principio guida:

- le scelte strategiche;
- lo sviluppo dei prodotti;
- il rapporto con clienti, partner e stakeholder;
- l'evoluzione del modello organizzativo.

In un contesto di continua evoluzione del mercato, delle tecnologie e delle aspettative degli stakeholder, il Gruppo ha inoltre avviato un percorso di evoluzione e innovazione della propria identità culturale e strategica, che coinvolge in modo integrato purpose, vision, mission e valori aziendali.

L'obiettivo è rafforzare ulteriormente l'allineamento tra cultura organizzativa, direzione strategica e modello di leadership, promuovendo un framework valoriale sempre più armonizzato, condiviso e coerente con l'evoluzione del Gruppo e delle sue persone.

Tale percorso si inserisce in una prospettiva di continuità ed evoluzione, accompagnando la crescita futura attraverso un modello sempre più integrato, innovativo, inclusivo e orientato alla creazione di valore sostenibile nel lungo periodo.

Vision e Mission

Il Gruppo opera secondo una doppia prospettiva, rivolta sia al mercato **Trade** sia al **Consumer** finale, con l'obiettivo di creare valore sostenibile nel lungo periodo attraverso un approccio data-driven, omnicanale e orientato alla qualità.

Valori

I valori del Gruppo rappresentano il riferimento culturale che orienta i comportamenti organizzativi e le decisioni quotidiane, rafforzando la coerenza tra strategia, operatività e sostenibilità.

3.3

LA NOSTRA STRATEGIA

La nostra strategia

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

Le nostre priorità e i nostri temi materiali

L'analisi di materialità rappresenta uno strumento chiave per l'identificazione delle **tematiche ESG rilevanti** per il Gruppo e per i suoi stakeholder.

Nel **2025**, in linea con l'approccio adottato nell'esercizio precedente, il Gruppo Cellularline ha confermato i risultati dell'analisi di materialità condotta secondo gli **Standard GRI 2021 (GRI 3 – Material Topics)**, basata sulla valutazione degli impatti generati dalle attività aziendali sull'economia, sull'ambiente e sulle persone, inclusi i diritti umani (**prospettiva inside-out**).

Negli anni precedenti, il management del Gruppo Cellularline è stato coinvolto in un processo strutturato di identificazione e valutazione delle tematiche materiali, volto a garantire l'allineamento tra le priorità strategiche del Gruppo e le aspettative degli stakeholder.

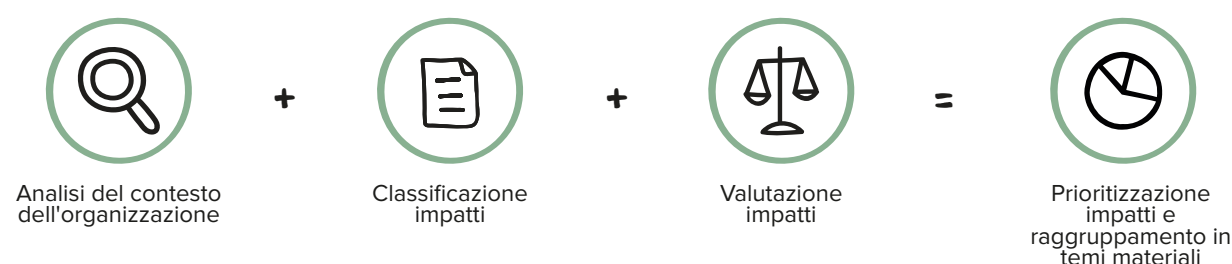
Per l'esercizio 2025, è stata dunque confermata l'analisi condotta negli anni precedenti, senza variazioni significative in termini di impatti e temi materiali rendicontati.

L'analisi, di cui in seguito si ripercorre il processo implementato negli esercizi precedenti, è stata sviluppata con un approccio orientato agli impatti sull'ambiente esterno, al fine di individuare le tematiche più rilevanti per il Top Management, in un'ottica di creazione di valore sostenibile e trasparenza.



Identificazione dei temi materiali

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



Analisi del contesto di riferimento

È stata condotta un'analisi strutturata su tre livelli – interno, di benchmark settoriale e di contesto – finalizzata all'identificazione delle tematiche rilevanti per il Gruppo Cellularline, tenendo conto delle attività svolte, delle relazioni di business, del contesto di sostenibilità e delle aspettative degli stakeholder. L'analisi ha incluso un confronto sistematico con i risultati dell'esercizio precedente, al fine di validare i temi materiali già individuati e verificarne la perdurante rilevanza o l'eventuale emersione di nuove priorità.

Classificazione impatti

Per ciascuna tematica rilevante individuata dall'analisi di materialità, sono stati analizzati gli impatti positivi e negativi, attuali e potenziali, generati dalle attività del Gruppo. La mappatura degli impatti è stata successivamente validata e integrata tramite il coinvolgimento diretto del management di Cellularline, al fine di garantirne accuratezza, coerenza e rilevanza rispetto al contesto operativo e strategico dell'organizzazione.

Valutazione impatti

Nell'ambito del processo di analisi di materialità, sono stati svolti colloqui individuali con i membri del management del Gruppo per la valutazione qualitativa e quantitativa degli impatti associati alle tematiche rilevanti. Ciascun impatto è stato valutato in funzione della magnitudo e della probabilità di accadimento, fornendo una base strutturata per la successiva prioritizzazione delle tematiche materiali.

Prioritizzazione impatti e raggruppamento temi materiali

Le valutazioni raccolte sono state aggregate per ciascuna tematica materiale al fine di definire un indice sintetico di significatività, calcolato come prodotto tra la magnitudo e la probabilità degli impatti associati. Tale approccio quantitativo ha consentito di misurare in modo oggettivo la rilevanza complessiva delle tematiche e di supportare un processo strutturato di prioritizzazione a supporto della definizione delle strategie di sostenibilità del Gruppo.

Identificazione degli stakeholder

La valutazione degli impatti associati alle tematiche materiali è stata effettuata tramite interviste individuali con i responsabili delle principali funzioni aziendali, che hanno analizzato gli impatti in relazione alla propria area di competenza, considerando la prospettiva degli stakeholder esterni rilevanti, secondo l'approccio di **impact materiality (inside out)**, con l'obiettivo di valutare gli effetti generati su economia, ambiente e persone, inclusi i diritti umani.

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

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

Scope:

ampiezza e diffusione dell'impatto.

Rilevanza:

gravità delle conseguenze generate.

Rimediabilità:

possibilità di mitigazione o compensazione dell'impatto.

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

Driver per la valutazione

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

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

Con quale probabilità tale impatto si verifica o potrebbe verificarsi?

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



I nostri impatti

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

La priorità attribuita agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) dell'Agenda 2030 deriva dal processo di analisi di materialità condotto secondo gli Standard GRI e riflette la natura di Cellularline S.p.A. come Società Benefit.

Gli SDGs rappresentano pertanto una chiave di lettura trasversale degli impatti positivi e negativi generati dal Gruppo, nonché un riferimento per l'integrazione tra strategia ESG, Finalità di Beneficio Comune e obiettivi di impatto rendicontati nella Relazione d’Impatto 2025.

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

Tema materiale	Descrizione del tema	Principali impatti generati	SDGs
 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 negativi dovuti a infortuni sul lavoro e malattie professionali.	 
 Respect for Human Rights	Garantire la tutela dei diritti umani all'interno, consolidando una cultura d'impresa contraria a ogni forma di violenza e discriminazione.	Impatti negativi derivanti da pratiche di lavoro forzato o minorile.	 
 People care & employee development	Accrescere e valorizzare professionalmente i dipendenti mediante attività formative e una gestione consapevole delle risorse umane (es. welfare, benefit, coperture sanitarie integrative, flessibilità oraria e/o smartworking).	Sviluppo del personale ed efficace gestione della valorizzazione professionale con impatti positivi sul benessere diffuso sulle proprie persone sul miglioramento dell'attraction e retention dei dipendenti.	 
 Diversity, Equity & Inclusion	Garantire pari opportunità a tutti i lavoratori, favorendo una cultura inclusiva nell'ambiente lavorativo.	Diffusione della cultura di DE&I e valorizzazione delle pari opportunità, con impatti positivi in termini di parità di accesso alla formazione.	 

 Social initiatives	Supporto al territorio con iniziative a sostegno della collettività e degli enti locali, nonché potenziamento delle relazioni con i diversi attori del territorio mediante partnership, progettualità specifiche ecc...	Sensibilizzazione e sostegno ad iniziative locali di natura culturale e sviluppo dei temi legati alla sostenibilità e generazione di occupazione nella comunità locale.	 
 Sustainable Supply Chain	Gestione responsabile della propria catena di fornitura.	Valutazione e gestione degli impatti ambientali/sociali negativi lungo la catena di fornitura e impatti positivi in termini di trasparenza e tracciabilità dei propri fornitori	 
 Product quality and safety	Assicurare un presidio continuo della qualità dei servizi offerti garantendo sempre prodotti sicuri e affidabili.	Impatti negativi relativi alla non conformità del prodotto agli standard di qualità e sicurezza.	 
 Innovation and R&D	Garantire l'innovazione tecnologica di prodotto con lo scopo di rispondere alle tendenze emergenti.	Soddisfare esigenze in continua evoluzione attraverso prodotti sempre nuovi e un'offerta sempre più ampia e articolata.	
 Evolution of distribution channels	Garantire un impegno costante nell'evoluzione dei propri canali di distribuzione.	Incrementare le occasioni di incontro con i propri consumatori mediante l'ampliamento di canali di vendita e di distribuzione.	 
 Economic Performance and creation of added value	Creazione di valore aggiunto e performance economiche soddisfacenti.	Creazione di valore aggiunto mediante la vendita dei propri prodotti.	
 Privacy & Cyber Security	Rispettare la privacy degli individui con l'obiettivo di assicurare la piena fiducia nelle nostre attività e di avere successo nella realtà digitale.	Perdita dei dati sensibili dei clienti/fornitori.	 
 Ethical Marketing	Assicurare una comunicazione verso l'utente finale in coerenza con il nostro purpose ed i nostri valori.	Adeguate informativa alla clientela (ad esempio attività di marketing, etichettatura dei prodotti) che permetta di prendere decisioni informate e consapevoli.	 
 Customer Centricity	Impegnarsi nel soddisfare le esigenze di tutti i clienti offrendo prodotti e servizi di qualità.	Assicurare un'adeguata gestione dei reclami, con impatti positivi in termini di miglioramento della customer experience.	 
 Anti - corruption and Business Ethics	Assicurare la presenza delle misure necessarie ad evitare il verificarsi di casi di corruzione, incluse iniziative di formazione e sensibilizzazione sul tema.	Diffusione della cultura di etica, integrità e trasparenza mitigando eventuali impatti negativi derivanti da reati di corruzione e concussione e conflitti di interesse.	

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

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

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

I dati sono presentati dividendo le valutazioni degli impatti negativi da quelle degli impatti positivi, prioritizzati.

Tuttavia, per ragioni di conformità metodologica al GRI, entrambe le tabelle presentano la lista completa di tutti i temi materiali oggetti di valutazione, al netto della tipologia di impatto (positivo e/o negativo) associato a ciascuno di essi in fase di identificazione.

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

- Innovation and R&D;
- Evolution of distribution channels;
- Diversity, Equity & Inclusion;
- Employee Health and Safety.

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

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

Legenda

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



3.4

LA NOSTRA STRATEGIA

La nostra strategia

**Evoluzione
del contesto
normativo e
doppia materialità**

Evoluzione del contesto normativo e doppia materialità

Nel corso del 2025, il Gruppo ha avviato una **prima valutazione di doppia materialità**, ispirata alle prassi operative previste dalla Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) e dagli **European Sustainability Reporting Standards (ESRS)**.

L'analisi ha integrato alla prospettiva della **materialità d'impatto**, del tradizionale impianto metodologico GRI già implementato dal Gruppo, una prima valutazione di **materialità finanziaria**. Secondo questa logica, un tema può essere considerato significativo non solo per gli impatti su persone, ambiente e società, ma anche per gli effetti economico-finanziari di lungo periodo. La scelta di integrare una prospettiva di doppia materialità mira a un allineamento progressivo alle future richieste normative europee, alle best practice e alle esigenze informative di partner strategici.

Gli esiti della doppia materialità **non hanno comportato modifiche all'insieme dei temi materiali GRI** rendicontati nel presente documento, consentendo di mantenere stabilità e comparabilità delle informazioni.



3.5

LA NOSTRA STRATEGIA

La nostra strategia

Mappatura e coinvolgimento degli stakeholder

Mappatura e coinvolgimento degli stakeholder

Il Gruppo Cellularline riconosce il coinvolgimento degli stakeholder come elemento abilitante per la creazione di valore sostenibile e per l’efficace attuazione della strategia ESG.

Gli stakeholder sono stati mappati e classificati in:

stakeholder esterni
stakeholder interni



Per ciascuna categoria sono state definite **modalità di coinvolgimento coerenti** con le tematiche materiali e con le priorità strategiche, favorendo un dialogo strutturato e continuo.

Le evidenze emerse dal coinvolgimento degli stakeholder hanno contribuito:

- all’analisi di materialità;
- alla definizione delle azioni di sostenibilità;
- alla costruzione degli obiettivi e KPI di impatto rendicontati nella Relazione d’Impatto 2025.

Categorie di stakeholder	Modalità di coinvolgimento
 Comunità	• Donazioni e iniziative a favore di Dynamo Camp, Gast Onlus, Grade Onlus e Croce Verde di Reggio Emilia. • Partecipazione ad eventi come il TEDxReggioEmilia.
 Persone	• Survey interne su tematiche ambientali, di engagement sulla sostenibilità e di clima. • Creazione di un team interfunzionale dedicato a Diversity, Equity & Inclusion, e rilascio della Policy aziendale. • Formazione in fase di onboarding sul percorso di sostenibilità dell'azienda, sul Codice Etico e sulla Policy di Diversity, Equity & Inclusion. • Progetti di coinvolgimento delle persone interne ed esterne attraverso il mantenimento dell'Oasi Cellularline e lo sviluppo del piano di Engagement (incentivi alla mobilità sostenibile, aumento permessi per paternità e conferma smart working).
 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	• Invio di survey dedicata alla mappatura delle buone pratiche di sostenibilità applicate dai fornitori e condivisione dei risultati. • Coinvolgimento nella costruzione di un nuovo framework di valutazione nell'ambito del progetto di Supply Chain Evolution. • Monitoraggio delle pratiche di sostenibilità realizzate dai fornitori con l'obiettivo di individuare possibili progettualità da sviluppare insieme. • Collaborare e supportare fornitori in difficoltà.
 Media	• Interviste con la stampa sulle tematiche ESG, con l'obiettivo di condividere la strategia del gruppo e relativo piano di azione. • Parte del piano editoriale LinkedIn dedicato alla comunicazione delle iniziative e raggiungimenti in ambito ESG .
 Competitor	• Monitoraggio delle pratiche di sostenibilità dei competitor con l'obiettivo di individuare eventuali aree di miglioramento.
 Investors	• Costante aggiornamento e applicazione dei principi/suggerimenti in ambito di corporate governance e di successo sostenibile. • Conference call sui risultati finanziari, partecipazione a roadshow e conferenze di settore con incontri bilaterali e di gruppo con investitori istituzionali (sia equity che debito), condivisione di feedback con investitori attenti alle tematiche di sostenibilità.

4.1

GOVERNANCE.



Governance

La Governance della Sostenibilità

La Governance della Sostenibilità

La governance rappresenta un elemento centrale del modello di sviluppo sostenibile del Gruppo Cellularline e costituisce il presupposto per l'integrazione efficace delle tematiche ESG nella strategia, nei processi decisionali e nelle attività operative. Il sistema di governance del Gruppo è progettato per generare valore sostenibile nel medio-lungo termine, garantendo al contempo trasparenza, responsabilità e allineamento con le aspettative dei principali stakeholder, con l'obiettivo di:

- garantire il presidio strategico delle tematiche di sostenibilità;
- assicurare l'integrazione degli obiettivi di impatto nel modello di business;
- supportare un processo strutturato di pianificazione, monitoraggio e rendicontazione.

Questo orientamento si traduce concretamente nell'implementazione di percorsi strutturati di miglioramento continuo in materia di sostenibilità ambientale e dei prodotti, nonché nello sviluppo di iniziative dedicate alla tutela e alla valorizzazione delle persone che operano all'interno dell'organizzazione e lungo la catena del valore.

Assetto di governance ESG

La governance della sostenibilità si fonda su un sistema integrato che coinvolge gli organi societari e le funzioni aziendali chiave.

• Consiglio di Amministrazione

Il Consiglio di Amministrazione esercita il ruolo di indirizzo strategico e supervisione, assicurando il bilanciamento tra l'interesse degli azionisti, il perseguimento della strategia ESG e gli interessi degli stakeholder.

• Responsabile d'Impatto

In qualità di Società Benefit, Cellularline S.p.A. ha nominato un **Responsabile d'Impatto**, incaricato di coordinare le attività di pianificazione, monitoraggio e rendicontazione dell'impatto. Il Responsabile d'Impatto opera in stretto coordinamento con le funzioni aziendali interessate e con il Comitato ESG.

• Comitato ESG

Il Comitato ESG supporta il management nella definizione e nell'attuazione delle azioni di sostenibilità, con responsabilità diretta sulle singole aree di impatto e sotto coordinamento del Responsabile d'Impatto. Il Comitato favorisce l'integrazione trasversale delle tematiche ESG nei processi aziendali.

Il dettaglio delle responsabilità, delle azioni e dei risultati conseguiti nel 2025 è rendicontato nella **Relazione d'Impatto 2025**, che costituisce il riferimento principale per la valutazione delle performance di impatto.

4.2

GOVERNANCE.



Governance

Sistema di amministrazione e controllo

Sistema di amministrazione e controllo

Il Gruppo Cellularline adotta un **sistema di amministrazione e controllo di tipo tradizionale**, in linea con le raccomandazioni del Codice di Corporate Governance delle società quotate e con le best practice di mercato.

Il sistema è articolato nei seguenti organi:

Assemblea degli Azionisti

Organo sovrano della società, rappresenta l'interesse collettivo degli azionisti. Ai sensi delle disposizioni di legge vigenti, l'Assemblea dei Soci è competente, in sede ordinaria, ad approvare il bilancio, a nominare e revocare gli Amministratori, i sindaci, il Presidente del Collegio Sindacale e a stabilire il compenso degli Amministratori e dei sindaci. Il processo di nomina degli Amministratori è definito nel rispetto delle disposizioni normative e statutarie applicabili e tiene conto delle competenze professionali, dell'esperienza e dell'adeguata composizione dell'organo di governo.

L'Assemblea delibera su quant'altro di sua competenza ai sensi di legge. In sede straordinaria l'Assemblea delibererà sulle modificazioni dello Statuto nonché su tutto quanto è riservato alla sua competenza dalla legge.

Consiglio di Amministrazione

Responsabile della gestione strategica e operativa della Società, il Consiglio di Amministrazione (nel seguito anche solo "CdA") che, al 31 dicembre 2025, è composto da 10 membri (6 uomini e 4 donne), di cui 2 esecutivi e 8 non esecutivi.

A tale data l'età media dei membri del CdA è di 58,5 anni e l'organo ha istituito al proprio interno tre comitati con funzioni consultive e istruttorie, anche nel rispetto delle previsioni del Codice di Corporate Governance applicabile alle società quotate: il Comitato Controllo e Rischi, il Comitato per le Nomine e la Remunerazione e il Comitato per le Operazioni con Parti Correlate.

Collegio Sindacale

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

Al 31 dicembre 2025 è composto da cinque membri (tre effettivi e due supplenti), di cui una donna effettiva e l'età media dei componenti è di 53,8 anni.

Organismo di Vigilanza

Istituito ai sensi del D.Lgs. 231/2001, l'Organismo di Vigilanza (nel seguito anche solo "OdV") è un organo collegiale con riporto diretto al Consiglio di Amministrazione. Ha il compito di vigilare sull'efficace attuazione e aggiornamento del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo.

È composto da tre membri, di cui due di genere femminile, selezionati in base a requisiti di autonomia, indipendenza, professionalità e continuità operativa.

Tale assetto garantisce una chiara separazione tra funzioni di indirizzo, gestione e controllo, assicurando trasparenza, responsabilità e presidio dei rischi.



I nostri comitati

Comitato per le Nomine e la Remunerazione

Organo con funzioni consultive e propositive, il Comitato supporta il Consiglio di Amministrazione nelle valutazioni relative alla nomina e alla definizione delle politiche retributive degli amministratori e dei dirigenti con responsabilità strategiche. Alla data del 31 dicembre 2025, è composto da tre amministratori non esecutivi indipendenti, di cui due di genere femminile, con un'età compresa tra i 52 e i 66 anni.

Comitato parti correlate

È l'organo competente per l'analisi e la valutazione delle operazioni con parti correlate. In presenza di operazioni complesse o di particolare rilevanza, il Comitato può avvalersi del supporto di consulenti indipendenti, incaricati di redigere perizie, fairness opinion o legal opinion. Alla data del 31 dicembre 2025, il Comitato è composto da tre amministratori indipendenti non esecutivi, tutti di genere femminile, con un'età media di 49 anni.

Comitato ESG

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

Comitato controllo rischi

Ha il compito di definire le linee guida del Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi (nel seguito anche solo "SCIGR"), verificandone l'adeguatezza rispetto alla struttura organizzativa, al profilo di rischio e agli obiettivi strategici della Società. Ha funzioni consultive e propositive e ha il compito di supportare il Consiglio di Amministrazione con adeguata attività istruttoria, le valutazioni e le decisioni del Consiglio di Amministrazione relative al sistema di controllo interno e di gestione dei rischi, nonché quelle relative all'approvazione delle relazioni finanziarie periodiche. Alla data del 31 dicembre 2025 il Comitato è composto da tre amministratori indipendenti non esecutivi, tutti di genere femminile, con un'età media di 55 anni.

Ciascuno dei comitati endoconsiliari menzionati è composto almeno per l'88% da amministratori indipendenti di genere femminile.

Il comitato è composto da dieci membri:

Christian Aleotti
CEO;

Marco Cagnetta
General Manager Sales & Marketing;

Luisa Cataldo
Group HR Manager;

Michela Carpanoni
Sustainability & Quality Professional;

Giacomo Rizzi
Group Finance, Tax & Credit Director;

Maurizio Bossi
Chief Operating Officer;

Ester Marino
Group Legal Director;

Massimiliano Tarantino
Group Controlling & BI Director;

Marco Barbiero
R&D Manager;

Rocco Bonforte
Purchasing Manager.

4.3

GOVERNANCE.



Governance

**Sistema di controllo
interno, gestione
dei rischi e
compliance**

Sistema di controllo interno, gestione dei rischi e compliance

Il **Sistema di Controllo Interno e Gestione dei Rischi (SCIGR)** è costituito dall'insieme di regole, procedure e strutture organizzative finalizzate a garantire un'efficace identificazione, valutazione, gestione e monitoraggio dei principali rischi aziendali, progettato per garantire:

- l'efficacia e l'efficienza dei processi operativi;
- l'affidabilità dell'informativa finanziaria e non finanziaria;
- la conformità alle normative applicabili;
- la tutela del patrimonio e della reputazione aziendale.

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

Modello 231 e Codice Etico

Il Gruppo adotta un Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ai sensi del D.Lgs. 231/2001, finalizzato alla prevenzione dei reati e alla diffusione di una cultura aziendale basata su etica, integrità e trasparenza.

In parallelo al Modello 231, il **Codice Etico** adottato dal Gruppo definisce i principi etici e le regole di condotta che guidano il comportamento di dipendenti, amministratori, fornitori e partner. Nel corso del 2025 non sono stati rilevati episodi di corruzione o violazioni rilevanti.

Whistleblowing e integrità

In linea con le disposizioni della normativa UE, il Gruppo mette a disposizione di dipendenti e stakeholder una **piattaforma di whistleblowing** conforme alla normativa vigente, che consente di segnalare in modo riservato e sicuro comportamenti non conformi o violazioni del Codice Etico e del Modello 231. La piattaforma è raggiungibile tramite il seguente link: <https://cellularline.integrity.complylog.com/>.

A seguito delle segnalazioni ricevute, l'azienda può attivare misure correttive per sanare eventuali violazioni normative o regolamentari e prevenire il ripetersi di comportamenti non conformi.

Le segnalazioni sono gestite dall'**Organismo di Vigilanza**, che opera in piena autonomia e indipendenza, garantendo la tutela del segnalante da qualsiasi forma di ritorsione. L'OdV può avvalersi del supporto dell'Internal Auditor e di consulenti esterni per le relative ed eventuali attività istruttorie.

Politica di remunerazione e creazione di valore

La Politica di Remunerazione del Gruppo definisce i principi e i criteri per la determinazione dei compensi degli Amministratori, dei Dirigenti con Responsabilità Strategiche e dei componenti degli organi di controllo, in coerenza con il modello di governance, con la strategia aziendale e con gli obiettivi di creazione di valore sostenibile nel medio-lungo periodo. La Politica disciplina le componenti fisse e variabili della remunerazione, prevedendo meccanismi di incentivazione volti ad allineare gli interessi del management a quelli degli azionisti e degli stakeholder rilevanti, anche attraverso il collegamento della remunerazione variabile al raggiungimento di obiettivi economico-finanziari e, progressivamente, di obiettivi ESG.

Nel 2025, il Gruppo ha proseguito il percorso di integrazione graduale dei fattori ESG nei sistemi di incentivazione, in coerenza con quanto previsto dal Master Plan di sostenibilità e con l'evoluzione del modello di misurazione dell'impatto, con l'obiettivo di rafforzare l'allineamento tra performance, sostenibilità e creazione di valore di lungo periodo.

Il processo di definizione e aggiornamento della Politica di Remunerazione è affidato al Comitato per le Nomine e la Remunerazione, che opera nel rispetto delle disposizioni normative e regolamentari applicabili, avvalendosi, ove opportuno, di analisi comparative di mercato. La Politica è sottoposta all'approvazione dell'Assemblea dei Soci, secondo le modalità e le tempistiche previste dalla normativa vigente, e la sua attuazione è monitorata dagli organi di governo, al fine di garantirne coerenza, correttezza applicativa e allineamento agli indirizzi strategici del Gruppo.

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

4.4

GOVERNANCE.



Governance

Gestione fiscale responsabile

Gestione fiscale responsabile

La strategia fiscale del Gruppo è improntata a principi di **trasparenza, correttezza e conformità normativa**, con una bassa propensione al rischio fiscale.

Il Gruppo:

- garantisce il rispetto delle normative fiscali in tutte le giurisdizioni in cui opera;
- collabora attivamente con le autorità competenti;
- non adotta strategie fiscali aggressive o prive di sostanza economica.

La responsabilità della gestione fiscale, alla data del 31 dicembre 2025, è affidata al Group Accounting, Tax and Credit Director, in coordinamento con il Group CFO, con l'obiettivo di garantire efficienza operativa e piena aderenza alle normative applicabili. Tali figure garantiscono che le politiche fiscali siano coerenti con gli obiettivi strategici del Gruppo, con il sistema di controllo interno e con le normative di riferimento. Gli organi di amministrazione sono tenuti informati sulle principali tematiche e sui rischi fiscali rilevanti, nonché sugli impatti fiscali di operazioni straordinarie significative. L'approccio alla pianificazione fiscale è integrato nei processi aziendali, amministrativi e finanziari del Gruppo. Le funzioni coinvolte operano secondo procedure formalizzate che regolano la gestione degli adempimenti in materia fiscale, nella massima trasparenza e tracciabilità.

Le scelte fiscali sono basate su interpretazioni ragionevoli e fondate, anche in presenza di normative complesse. I rischi fiscali vengono costantemente monitorati, analizzati internamente e, ove necessario, gestiti con il supporto di consulenti qualificati.

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

- **Imposte sul reddito**
(es. imposta sul reddito delle società);
- **Imposte patrimoniali**
(es. imposte su proprietà e immobili);
- **Imposte sul lavoro**
(es. contributi e ritenute versate per conto dei dipendenti);
- **Imposte indirette**
(es. IVA, accise, dazi doganali);
- **Imposte su transazioni immobiliari**
(es. vendita o locazione di beni immobili).

Le segnalazioni possono essere effettuate attraverso i canali interni di whistleblowing, attraverso i quali il Gruppo tiene in considerazione le aspettative e le preoccupazioni espresse da stakeholder interni ed esterni.

Le informazioni fiscali incluse nel bilancio e nei documenti finanziari sono oggetto di **assurance esterna nell'ambito della revisione legale dei conti**, svolta da un revisore indipendente. Ove applicabile, tali verifiche costituiscono un riferimento utile per rafforzare l'affidabilità delle disclosure fiscali del Gruppo nei confronti degli stakeholder.

Il Gruppo mantiene un dialogo aperto, trasparente e collaborativo con le autorità fiscali competenti, fornendo informazioni accurate e tempestive e gestendo eventuali quesiti o controlli in modo costruttivo, nel rispetto dei ruoli e delle normative applicabili.

Allo stesso tempo, la Società non esercita attività di lobbying in ambito fiscale. Eventuali contributi a consultazioni pubbliche o iniziative di policy avvengono in modo trasparente e coerente con i principi di correttezza, responsabilità e conformità normativa.

4.5

GOVERNANCE.



Governance

Impegni futuri in ambito governance

Impegni futuri in ambito governance

Nel prossimo esercizio, in coerenza con l'evoluzione del sistema di misurazione dell'impatto e con l'integrazione progressiva dei KPI di sostenibilità nei meccanismi di performance management, il Gruppo proseguirà il percorso di rafforzamento della governance della sostenibilità, con particolare attenzione a:

- integrazione degli obiettivi di impatto nei sistemi di performance e incentivazione;
- consolidamento del framework di misurazione basato sui KPI di impatto;
- allineamento progressivo alle evoluzioni normative europee (CSRD ed ESRS).



4.6

GOVERNANCE.



Governance

Informativa
GRI

GRI Standard 201-1 - Valore economico generato e distribuito

Valore economico direttamente generato e distribuito	u.m.	2025	2024	2023
Valore economico direttamente generato		164.256	172.016	163.432
Valore economico distribuito		(148.813)	(155.579)	(146.289)
Costi operativi		(115.763)	(120.982)	(118.889)
Ritribuzioni e benefit	€/000	(25.036)	(23.718)	(22.033)
Pagamenti ai fornitori di capitale		(5.253)	(7.543)	(3.942)
Pagamenti alla Pubblica Amministrazione		(2.649)	(3.240)	(1.310)
Investimenti nella Comunità		(112)	(96)	(114)
Valore economico trattenuto		15.443	16.436	17.143

A seguito di un’attività di revisione e affinamento della metodologia di calcolo degli indicatori, si è resa necessaria una rielaborazione dei dati storici. In particolare, per garantire una maggiore accuratezza, coerenza e confrontabilità delle informazioni nel tempo, gli indicatori riferiti all’anno 2023 sono stati oggetto di **restatement** secondo i criteri metodologici aggiornati.

GRI Standard 405-1 - Diversità negli organi di governo

Componenti del CdA suddivisi per fascia d’età:	u.m.	2025	2024	2023
< 30		0	0	0
30-50	N°	3	3	4
> 50		7	7	6
Totale componenti CDA		10	10	10

Componenti del CdA suddivisi per genere	u.m.	2025	2024	2023
Uomini		6	6	6
Donne	N°	4	4	4
Totale componenti CDA		10	10	10



5.1

CUSTOMER & END-
USERS.



Customer & End-Users

Introduzione

Introduzione

La relazione con clienti, partner commerciali e utilizzatori finali rappresenta una leva strategica centrale per il Gruppo Cellularline e costituisce uno degli ambiti su cui, negli ultimi anni, l'azienda ha investito in modo strutturato in termini di ascolto, analisi e miglioramento continuo.

Nel corso del 2025, il Gruppo ha **consolidato il percorso di misurazione dell'impatto sull'area Customer & End Users**, proseguendo il lavoro avviato negli anni precedenti attraverso il **Benefit Impact Assessment (BIA)** e rafforzando progressivamente la capacità di tradurre i risultati dell'ascolto del cliente in azioni operative concrete.

L'anno ha rappresentato un **passaggio chiave**: da un approccio prevalentemente orientato alla raccolta di evidenze qualitative e di percezione, a un modello sempre più strutturato di **monitoraggio della customer experience**, fondato su strumenti, processi e indicatori condivisi a livello di Gruppo.

Le attività sviluppate nel 2025 hanno permesso di:

- consolidare i presidi di ascolto del cliente finale;
- migliorare la qualità e la tracciabilità delle interazioni;
- integrare in modo sistematico i feedback nei processi decisionali di prodotto, comunicazione e servizio.

Questo percorso si inserisce pienamente nella **Finalità 2 – Valore per la collettività attraverso prodotti e servizi**, come definita da Cellularline S.p.A. in qualità di Società Benefit e rendicontata nella **Relazione d'Impatto 2025**, che rappresenta oggi il riferimento strategico per l'evoluzione futura delle iniziative e dei KPI.



5.2

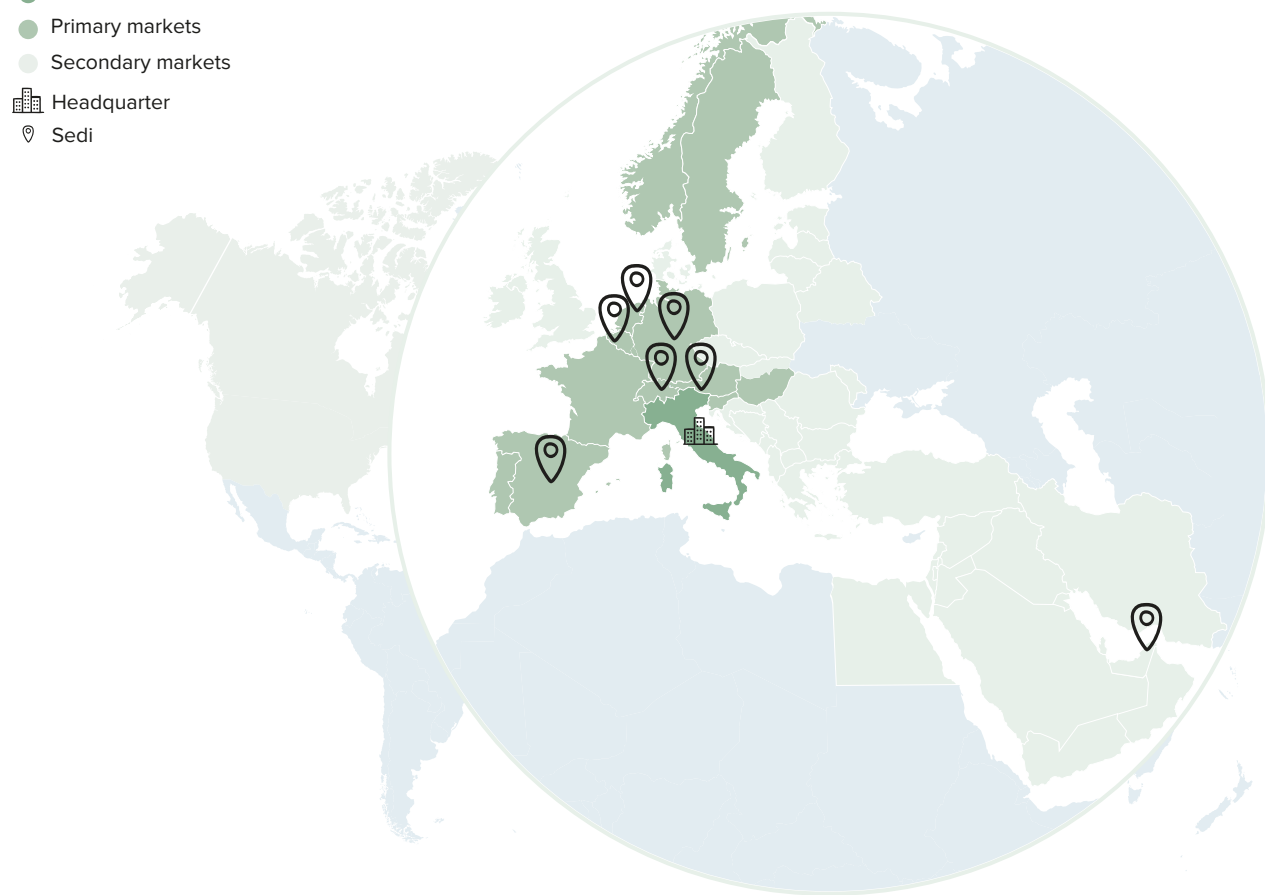
CUSTOMER & END-
USERS.



Customer & End-Users

**Customer
Centricity**

- 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, Germania, Belgio, Paesi Bassi, Austria e vanta un buon posizionamento competitivo negli altri Paesi europei.

I nostri brand

“Crediamo che innovazione e design abbiano valore solo quando migliorano concretamente l'esperienza delle persone.

Per questo sviluppiamo un ecosistema di brand capace di rispondere a esigenze, stili e modalità d'uso differenti, mettendo sempre al centro qualità, semplicità e vicinanza al consumatore.”



I nostri Brand



Cellularline

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



Ploos

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



Music Sound

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



Newrban

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



Cosmo e 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.



Coverlab e Allogio

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.

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).

La linea di prodotto **Red** è distribuita attraverso i seguenti brand del Gruppo:

- **Cellularline**
- **Ploos**
- **Music Sound**



Linea di prodotto Blue

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



Linea di prodotto Black

Include tutti i prodotti e accessori legati al mondo delle moto e delle bici (quali, ad esempio, interfonni e supporti per smartphone). La linea di prodotto **Black** è proposta attraverso un brand del Gruppo, che ne valorizza il posizionamento e ne garantisce la presenza sul mercato. È disponibile tramite il brand:

- **Interphone**

Rete di vendita

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

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

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

5.3

CUSTOMER & END-
USERS.



Customer & End-Users

**Consumer Care e
misurazione della
soddisfazione**

Consumer Care e misurazione della soddisfazione

Nel 2025 il Gruppo Cellularline ha ulteriormente rafforzato il proprio modello di **Consumer Care**, consolidando un sistema di gestione delle richieste pre e post vendita sempre più orientato all'efficienza operativa, alla qualità del servizio e alla valorizzazione del feedback del consumatore.

A seguito del percorso di misurazione intrapreso negli anni precedenti tramite il BIA, nel 2025 sono stati introdotti e strutturati **due strumenti complementari di rilevazione della customer satisfaction**, che hanno consentito di ottenere una visione più completa e affidabile dell'esperienza dell'utente finale:

- un sistema di **valutazione interna del sentiment**, basato sull'analisi qualitativa delle interazioni gestite dal Consumer Care;
- una **survey diretta al consumatore**, attivata su base volontaria alla chiusura del ticket.

L'integrazione di questi strumenti ha permesso di **misurare in modo più consapevole e sistematico la percezione del servizio**, rafforzando la capacità dell'organizzazione di intercettare criticità, opportunità di miglioramento e best practice.

Nel corso del 2025, il Gruppo ha inoltre avviato, per il brand **Interphone**, un sistema di assistenza clienti basato sull'integrazione di tecnologie di Intelligenza Artificiale all'interno del portale web di brand. La soluzione consente di offrire un servizio continuativo h24, 7 giorni su 7, con tempi di risposta immediati relativamente a domande su prodotti, funzionalità e caratteristiche tecniche. L'iniziativa rappresenta un ulteriore passo nel percorso di evoluzione digitale del Consumer Care, con l'obiettivo di migliorare accessibilità, rapidità ed efficacia del supporto, garantendo al contempo un'esperienza utente più fluida e autonoma.

Il 2025 rappresenta pertanto **l'anno di riferimento (baseline)** per la misurazione strutturata della customer satisfaction, su cui sono stati definiti gli **obiettivi di miglioramento e i KPI 2026**, esplicitati nella Relazione d'Impatto.

Approccio omnicanale e relazione con il trade

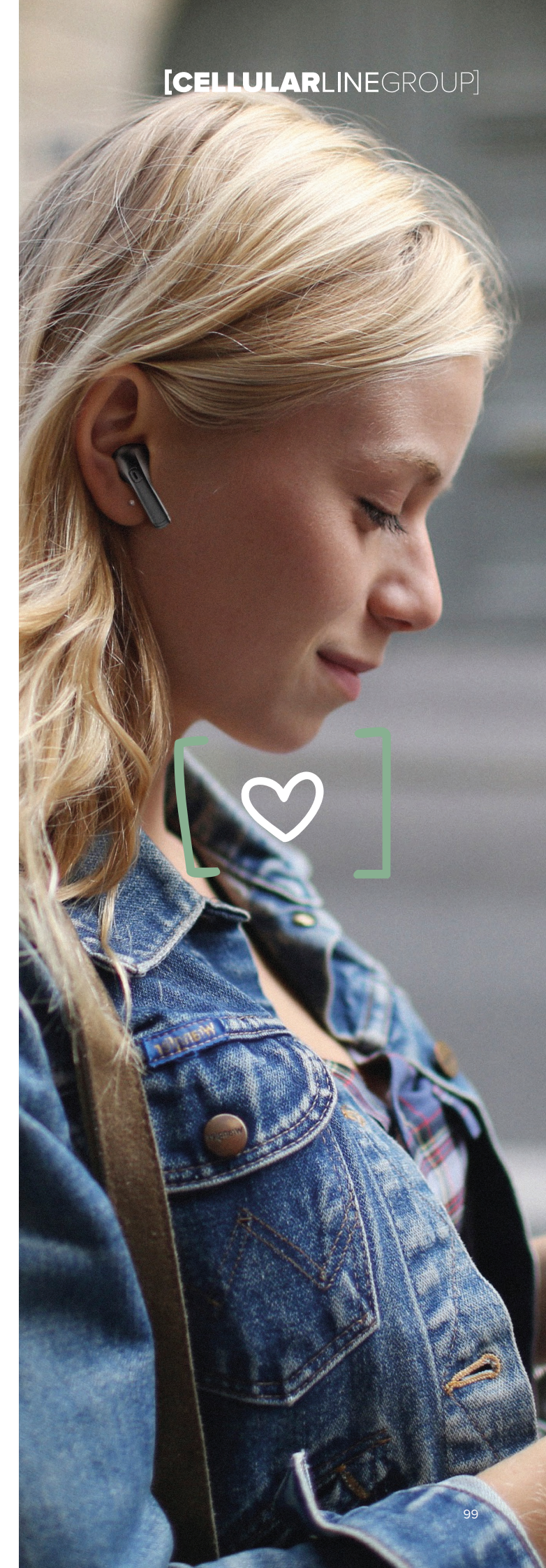
Parallelamente, il Gruppo ha proseguito il rafforzamento dell'approccio **omnicanale**, sviluppando una collaborazione sempre più integrata con i partner commerciali e i principali retailer.

Nel 2025 le iniziative si sono concentrate su:

- **analisi dei dati di sell out e delle dinamiche di mercato;**
- **ottimizzazione degli assortimenti;**
- **sviluppo di materiali espositivi e contenuti a supporto del punto vendita fisico e digitale;**
- **formazione della forza vendita e del personale dei negozi.**

Questo lavoro ha contribuito a migliorare la qualità dell'esperienza di acquisto, favorendo una maggiore coerenza tra canali e una più efficace valorizzazione delle soluzioni proposte al consumatore finale.

[CELLULARLINEGROUP]



5.4

CUSTOMER &
END-
USERS.



Customer & End-Users

**Ricerche di
mercato come
leva di impatto**

Ricerche di mercato come leva di impatto

Nel corso del 2025, il Gruppo ha ampliato e strutturato il programma di **ricerche di mercato**, consolidando un approccio basato sull'utilizzo degli insight come strumento decisionale.

Le ricerche realizzate hanno fornito evidenze rilevanti sui comportamenti e sulle aspettative dei consumatori, contribuendo in modo diretto:

- ✓ allo sviluppo di nuovi prodotti;
- ✓ all'evoluzione del packaging;
- ✓ al miglioramento della comunicazione verso il cliente.

Questo percorso rafforza il legame tra **ascolto del mercato, innovazione responsabile e creazione di valore**, in coerenza con la **Finalità 2** e con il percorso di misurazione dell'impatto intrapreso dal Gruppo.

5.5

CUSTOMER & END-
USERS.



Customer & End-Users

Impegni futuri

Impegni futuri

Nel 2026 la Società si pone l'obiettivo di **consolidare e migliorare ulteriormente il livello di soddisfazione del consumatore** nelle due principali divisioni operative del Consumer Care:

- **Red Division:** miglioramento del tasso di clienti soddisfatti dal 87,7% (2025) al 90%, con contestuale riduzione della quota neutra al 10% e mantenimento dello 0% di clienti non soddisfatti.
- **Black Division:** incremento dell'indice medio di soddisfazione da 4,8/5 (2025) al valore massimo di 5/5.

Il target risulta particolarmente sfidante considerando l'elevato livello di soddisfazione già registrato nel 2025 e riflette la volontà di mantenere uno standard di eccellenza nella gestione dell'esperienza cliente.

[CELLULARLINEGROUP]



6.1

PEOPLE & COM MUNI TY.



People & Community

Introduzione

People & Community

Le **persone** rappresentano un **asset strategico** e un fattore abilitante fondamentale per la crescita sostenibile e l'evoluzione del Gruppo Cellularline nel medio-lungo periodo. In un contesto caratterizzato da trasformazioni tecnologiche, organizzative e culturali, il Gruppo promuove un **modello** sempre più **human-centric**, orientato allo sviluppo delle competenze, della leadership e dell'employee experience, con l'obiettivo di rafforzare engagement, organizational effectiveness e capacità di execution a supporto delle priorità strategiche di business.

Negli ultimi anni, Cellularline ha progressivamente consolidato l'integrazione delle tematiche People & Culture all'interno della strategia di Gruppo, attraverso un approccio strutturato volto a coniugare performance, crescita professionale, benessere organizzativo e sostenibilità. In tale prospettiva, il capitale umano rappresenta non solo un elemento distintivo della cultura aziendale, ma anche una leva chiave di innovazione, trasformazione e creazione di valore condiviso.

Nel 2025, il Gruppo ha ulteriormente rafforzato il proprio percorso di evoluzione organizzativa e di misurazione dell'impatto sociale nelle aree People & Community, proseguendo il lavoro sviluppato attraverso il Benefit Impact Assessment (BIA). Questo percorso ha contribuito ad accrescere la consapevolezza organizzativa rispetto alle priorità di sviluppo e alle capability strategiche necessarie a sostenere la crescita futura del Gruppo in modo responsabile, inclusivo e sostenibile.

Nel corso dell'esercizio, le iniziative HR hanno assunto una configurazione sempre più integrata e trasversale, evolvendo verso un framework organico di processi e strumenti di people management coerente con le Finalità di Beneficio Comune di Cellularline S.p.A. e con una visione di lungo periodo orientata alla generazione di impatti positivi e durevoli.

In questo contesto, il Gruppo ha inoltre avviato un **percorso di evoluzione e armonizzazione della propria identità culturale e valoriale, che coinvolge purpose, vision, mission e valori aziendali, con l'obiettivo di rafforzare coerenza, senso di appartenenza e allineamento strategico all'interno dell'organizzazione.**

Le attività sviluppate nel 2025 si inseriscono prevalentemente nell'ambito della **Finalità 1 – Valore umano**, come rendicontato nella Relazione d'Impatto 2025, che costituisce il principale riferimento per il monitoraggio dei risultati raggiunti e la definizione degli obiettivi futuri in ambito People & Culture.

Punteggio area Lavoratori

27.0%



Punteggio area Comunità

16.4%



6.2

PEOPLE & COM MUNI TY.



People & Community

Diversity, Equity & Inclusion

Diversity, Equity & Inclusion

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



27%

dei dipendenti ha meno di 35 anni

61%

dei neoassunti nel 2025 rientra nella fascia di età 18-35 anni

98%

dei dipendenti sono impiegati con un contratto a tempo indeterminato

Il gruppo di lavoro interfunzionale dedicato alle tematiche di **Diversity, Equity & Inclusion**, operativo da diversi anni e composto da risorse appartenenti a differenti aree aziendali, ha avuto nel 2025 un ruolo centrale nel garantire il presidio delle istanze DE&I.

Il team ha inoltre contribuito attivamente alla diffusione della consapevolezza interna e al coordinamento dell'attuazione operativa delle iniziative previste dal relativo piano di azione.

Membri del team:

- **Franco Capetta:** Enterprise & Application Manager;
- **Cecilia Facini:** Demand & Co-Packaging Manager;
- **Claudia Di Modica:** HR Business partner & Employer branding Manager;
- **Luisa Cataldo:** Group HR Manager;
- **Marco Barbiero:** R&D Manager;
- **Eleonora Pinca:** Executive Assistant & Product scouting Coordinator.
- **Monica De Giorgi:** Field operations management professional
- **Giulia Dal Lago:** Category Sales Specialist

45% di dipendenti del Gruppo sono **DONNE**

Nel 2025 il Gruppo Cellularline ha proseguito e rafforzato il proprio impegno in materia di **Diversity, Equity & Inclusion (DE&I)**, riconoscendo la diversità come un asset strategico per l'innovazione, la competitività e la sostenibilità dell'organizzazione.

A valle del percorso di ascolto e analisi avviato negli anni precedenti e misurato attraverso il BIA, nel 2025 l'azienda ha consolidato un **approccio strutturato alla gestione delle tematiche DE&I**, integrandole in modo sempre più sistemico nei processi HR e nella cultura aziendale.

Le principali iniziative hanno incluso:

- il rafforzamento della **Policy DE&I**, adottata nel 2024 e progressivamente integrata nelle pratiche operative;
- il monitoraggio periodico del **gender pay gap**, come strumento di trasparenza e miglioramento continuo;
- l'implementazione del piano d'azione focalizzato su quattro ambiti prioritari: **genere, generazioni, ambiente di lavoro e benessere organizzativo**;
- attività di sensibilizzazione e formazione rivolte al management e alle persone del Gruppo.

La governance delle tematiche DE&I è affidata a un **team interfunzionale dedicato**, in collaborazione con la funzione HR, a conferma della volontà di presidiare questi temi in modo continuativo e strutturato.

6.3

PEOPLE & COM MUNI TY.



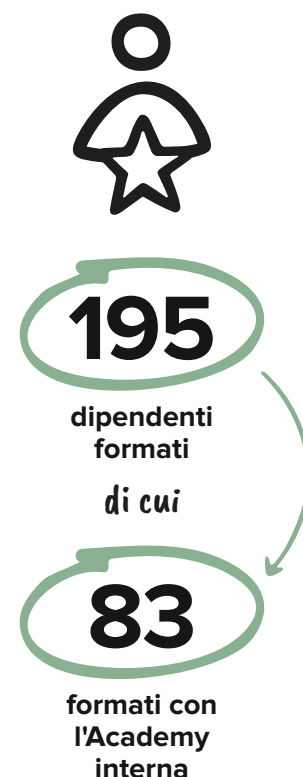
People & Community

**Sviluppo e
valorizzazione
delle Persone**

Sviluppo e valorizzazione delle Persone

Nel 2025 il Gruppo Cellularline ha ulteriormente rafforzato il proprio impegno nello **sviluppo e nella valorizzazione delle persone**, consolidando un modello di people management strutturato, coerente e sempre più integrato con la strategia aziendale e il percorso di sostenibilità.

Questo percorso si è tradotto in un rafforzamento dei processi di performance management, formazione – in particolare con il lancio del progetto di Academy Cellularline –, sviluppo delle competenze ed engagement, oggi pienamente riconducibili alla **Finalità 1 – Valore umano**, rendicontata nella Relazione d’Impatto 2025.



Cosa abbiamo fatto: le nostre storie di impatto

Performance Management

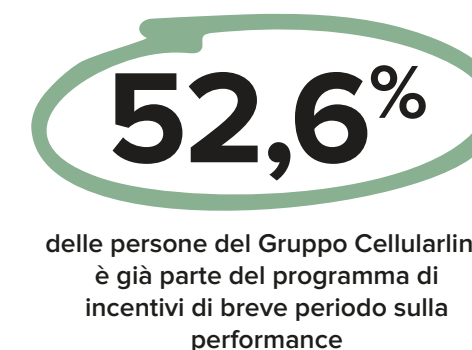
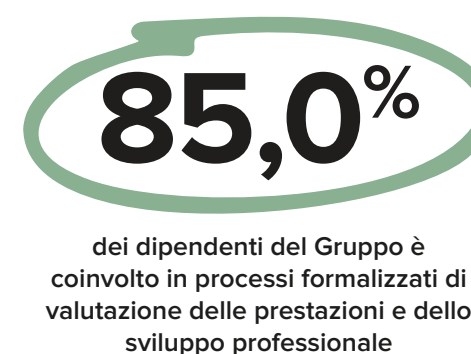
Il **Performance Management** rappresenta uno dei pilastri del modello di sviluppo delle persone del Gruppo. Nel 2025 il sistema è stato ulteriormente consolidato, rafforzando l'integrazione tra **obiettivi di business, sviluppo delle competenze e dimensione ESG**.

Il processo si articola in tre momenti strutturati:

- **Goal Setting**, dedicato alla definizione condivisa tra Manager e collaboratori degli obiettivi individuali e di team, delle competenze attese e dell'Individual Development Plan (IDP). Nel corso del 2025 sono stati introdotti, tra gli obiettivi aziendali, specifici obiettivi di team orientati alla collaborazione cross funzionale. La finalità principale di tali obiettivi è favorire modalità di lavoro integrate e trasversali, promuovendo la collaborazione tra diverse funzioni aziendali su progettualità condivise e strategiche per l'organizzazione.
- Parallelamente, per il leadership team sono stati introdotti obiettivi focalizzati sul miglioramento dell'efficacia manageriale e del clima organizzativo, supportati da programmi di Team Upgrade realizzati con consulenti esterni, finalizzati all'identificazione delle principali aree di intervento e alla definizione di piani di miglioramento strutturati.

• **Mid Year Review**, finalizzata alla valutazione intermedia degli obiettivi e risultati e all'eventuale riallineamento delle priorità;

• **Final Evaluation & Feedback Meeting**, orientata alla valutazione complessiva della performance, delle competenze e dell'overall performance. Nel corso del 2025, il sistema ha favorito una maggiore responsabilizzazione delle persone e un dialogo continuo tra manager e collaboratori, contribuendo a rafforzare la coerenza tra strategia aziendale, crescita professionale e creazione di valore sostenibile.



Talent Management

Il processo di **Talent Management** è finalizzato a identificare, sviluppare e valorizzare le persone con il maggior potenziale e le competenze strategiche rilevanti per il raggiungimento degli obiettivi strategici aziendali. Altresì, tale processo risulta fondamentale per la mappatura delle competenze delle persone e la copertura di eventuali gap di competenze, a sostegno della crescita interna attraverso piani di sviluppo e per garantire la continuità organizzativa e del business tramite l'identificazione di persone interne (Talent Pool) eleggibili per la costruzione di percorsi di successione per le Key Position aziendali.

A partire da questo processo e dall'analisi e mappatura della struttura organizzativa, nel corso del 2025 sono stati sviluppati 8 percorsi di crescita dedicati ai talenti, basati sulla definizione di obiettivi di sviluppo, piani formativi mirati e, in alcuni casi, step di crescita retributiva e di livello collegati al raggiungimento degli obiettivi specifici.

Academy: un pilastro della cultura aziendale

Nel 2025 Cellularline consolida ulteriormente **Academy**, il progetto formativo interno che rappresenta un pilastro della cultura aziendale e uno strumento chiave per la valorizzazione del capitale umano.

L'Academy nasce come luogo di **crescita continua**, con l'obiettivo di **diffondere conoscenza**, rafforzare l'identità professionale e **favorire la condivisione delle competenze all'interno dell'organizzazione**.

L'offerta formativa si articola in un **catalogo strutturato di corsi** e percorsi, progettati per rispondere ai fabbisogni professionali delle diverse funzioni aziendali. Le proposte formative coprono ambiti strategici quali competenze economico finanziarie, digitali, manageriali e comunicative, contribuendo in modo concreto al miglioramento delle performance individuali e collettive.

Un elemento distintivo dell'Academy è rappresentato dal coinvolgimento di trainer interni, professionisti di Cellularline che mettono a disposizione competenze ed esperienza quotidiana (tra cui Business Controller, Accounting Specialist, IT Infrastructure Specialist ed Enterprise Application Manager).

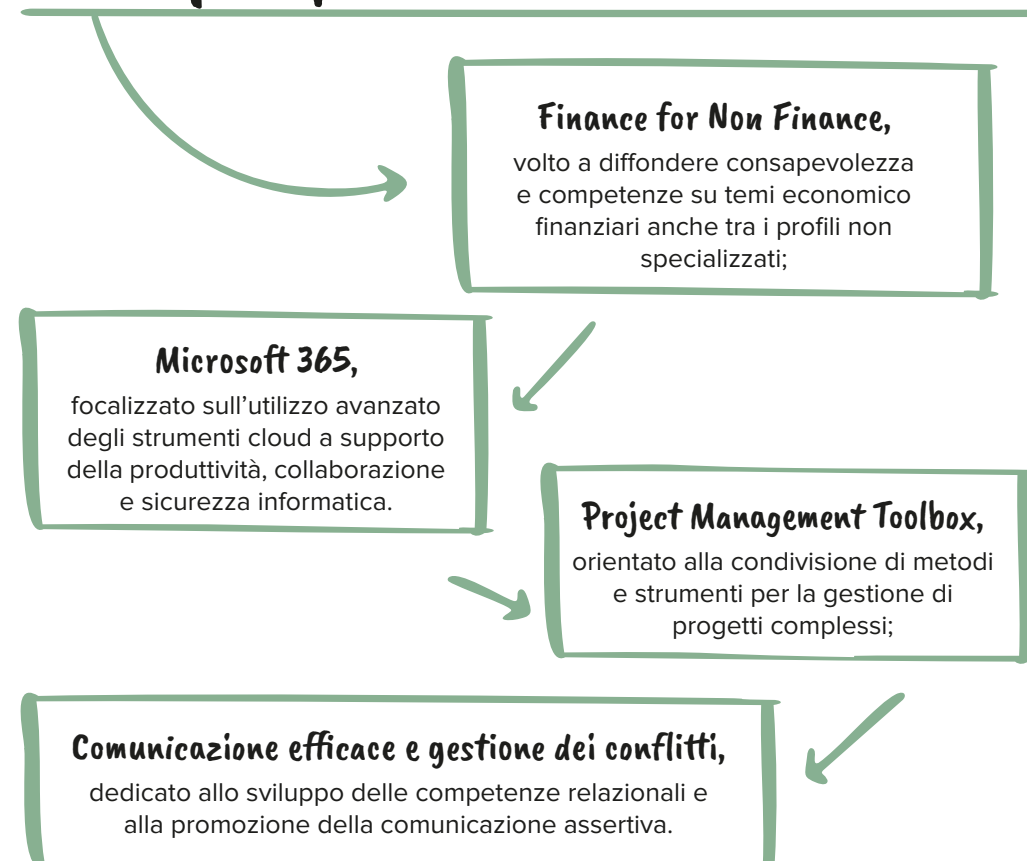
Questo approccio contribuisce alla diffusione della cultura aziendale e al rafforzamento del senso di appartenenza.

L'Academy si configura oggi come uno strumento strategico per accompagnare l'evoluzione delle competenze richieste dal mercato e sostenere un ambiente di lavoro dinamico, competente e orientato all'innovazione.

Questo progetto ha coinvolto **83 partecipanti** per un totale di **737 ore** di formazione erogate.

I questionari di gradimento somministrati al termine dei corsi hanno evidenziato un livello medio di soddisfazione pari a **4,3 su 5**.

Principali percorsi attivati nel 2025



Formazione e sensibilizzazione interna sui temi ESG

Nel corso dell'anno è stata ulteriormente rafforzata la **formazione interna sui temi ESG**, con l'obiettivo di promuovere una consapevolezza diffusa e una partecipazione attiva delle persone al percorso di sostenibilità del Gruppo.

In particolare, è stato **consolidato il programma di onboarding ESG** rivolto ai neoassunti, finalizzato a integrare sin dall'ingresso in azienda la visione sostenibile di Cellularline e a favorire un allineamento immediato sulle tematiche ESG, sui valori, sul Codice Etico e sulle principali policy aziendali.

Job Posting e valorizzazione delle opportunità interne

Il sistema di **Job Posting interno** continua a rappresentare uno strumento strategico per favorire la mobilità interna, valorizzare il potenziale delle persone e promuovere percorsi di crescita professionale basati su trasparenza e meritocrazia. Grazie a questo processo, nel corso del 2025 sono stati promossi e consolidati Job rotation e cambi di ruolo tra le diverse funzioni aziendali che hanno favorito lo scambio di competenze cross team e lo sviluppo delle persone interne.



Engagement e valorizzazione delle persone – Sense of Belonging

Nel 2025 Cellularline ha rafforzato il proprio impegno verso l'engagement attraverso il progetto **“Cellularline Group on the Journey – Sense of Belonging”**, un percorso strutturato di team building e crescita condivisa.

Il progetto si è articolato in tre momenti chiave:

Climate Survey:

survey anonima rivolta a tutte le persone del Gruppo per raccogliere percezioni e individuare aree di miglioramento;

AperiChallenge – Inclusione e creatività:

esperienza di team building presso Bistrò 53 di Carpi, realtà sociale gestita dalla Cooperativa Nazareno;

Summer Dinner:

evento aziendale dedicato alla celebrazione dei **35 anni di storia del Gruppo**, volto a rafforzare il senso di comunità interna.

Il percorso riflette una visione di sostenibilità che pone al centro le persone e le relazioni, rafforzata anche dalla collaborazione con partner del territorio come **Società Agricola Venturini Baldini srl**, certificata **B Corp**.

AperiChallenge – Sense of Belonging inclusione e impatto sul territorio

Nel 2025 Cellularline ha promosso un'esperienza di **team building ad alto valore sociale** presso **Bistrò 53 di Carpi**, realtà inclusiva gestita dalla **Cooperativa Sociale Nazareno** nell'ambito del percorso aziendale **“Cellularline Group on the Journey – Sense of Belonging”**.

L'iniziativa, realizzata con il coinvolgimento diretto delle persone del Gruppo e con il supporto di partner del territorio, ha rappresentato **un momento concreto di collaborazione, apprendimento reciproco e condivisione dei valori di inclusione, diversità e crescita comune**. Attraverso l'esperienza vissuta insieme ai giovani della Cooperativa, il team ha potuto confrontarsi in modo diretto con modelli di impresa sociale e di lavoro inclusivo, rafforzando la consapevolezza del valore che ogni persona porta all'interno dell'organizzazione e nella comunità.

L'AperiChallenge si configura come **un'iniziativa simbolo del percorso di engagement 2025**, capace di integrare dimensione interna ed esterna, benessere organizzativo e impatto sociale sul territorio. L'esperienza ha contribuito in modo significativo a **rafforzare il senso di appartenenza**, la partecipazione attiva e l'allineamento delle persone ai valori aziendali, in piena coerenza con la **Finalità 1 – Valore umano**, come rendicontato nella **Relazione d'Impatto 2025**.

People Care, Smart Working e Wellbeing

Nel 2025 il Gruppo ha ulteriormente sviluppato il sistema di **People Care**, promuovendo un equilibrio sostenibile tra vita professionale e personale. È stata confermata la possibilità di usufruire di **uno o due giorni di smart working settimanali**, in linea con la policy di flessibilità organizzativa. Altresì, a deroga di quanto previsto dal Contratto Nazionale del Commercio, l'azienda ha consolidato diverse iniziative volte a migliorare il work-life balance per i dipendenti.

Promozione del benessere psico-fisico e della socialità

Nel 2025 il Gruppo ha promosso iniziative dedicate al **benessere psico-fisico** e alla socialità tra le persone, tra cui **attività sportive di gruppo** come il tiro con l'arco. L'iniziativa è stata pensata come momento di aggregazione e condivisione, favorendo il movimento, la concentrazione e il rafforzamento delle relazioni interpersonali al di fuori del contesto lavorativo quotidiano. Questo tipo di attività contribuisce a promuovere stili di vita sani, a migliorare il benessere complessivo e a rafforzare il senso di appartenenza all'organizzazione, in linea con l'approccio people-centric adottato dal Gruppo e con l'obiettivo di creare un ambiente di lavoro sempre più inclusivo, attento alla persona e **orientato al benessere a 360°**.

Wellbeing e promozione di stili di vita sani

Nel corso del 2025 il Gruppo Cellularline ha promosso iniziative di wellbeing digitale finalizzate a favorire il benessere fisico e mentale delle persone e la diffusione di stili di vita sani. In particolare, **Buddyfit è stato confermato come strumento di wellbeing a disposizione dell'intera popolazione aziendale**, offrendo contenuti strutturati per l'attività fisica e il benessere quotidiano, accessibili in modo flessibile e inclusivo.

Parallelamente, nel 2025 il Gruppo ha **avviato in via sperimentale per la popolazione di Cellularline Italia la piattaforma Wellhub**, con l'obiettivo di testare un modello integrato di wellbeing che consenta l'accesso a una rete ampia e diversificata di servizi per il benessere fisico, mentale e nutrizionale. La sperimentazione ha rappresentato un primo passo per valutare l'efficacia e la scalabilità della soluzione.

Sulla base delle evidenze raccolte nel corso dell'anno, **a partire dal 2026 il Gruppo prevede l'estensione di Wellhub all'intera popolazione aziendale**, in un'ottica di evoluzione del modello di wellbeing e di progressiva integrazione degli strumenti a supporto del benessere delle persone, in coerenza con l'approccio people centric e con la **Finalità 1 – Valore umano** rendicontata nella Relazione d'Impatto.

Supporto al benessere economico e alla gestione personale

Nel corso del 2025 il Gruppo ha confermato il proprio impegno nel supportare le persone anche nella gestione degli aspetti amministrativi e fiscali della vita privata, mettendo a disposizione un servizio di **assistenza** per la compilazione della **dichiarazione dei redditi** (modello 730). L'iniziativa si inserisce all'interno delle azioni di People Care volte a ridurre il carico amministrativo e lo stress legato alla gestione delle pratiche fiscali, favorendo una maggiore serenità e consapevolezza nella gestione delle proprie risorse economiche. Attraverso questo servizio, l'azienda intende contribuire concretamente al benessere economico-finanziario delle persone, rafforzando il supporto offerto nei momenti di maggiore complessità e promuovendo un equilibrio più sostenibile tra vita lavorativa e personale.

Tutela della privacy e cybersecurity

La **tutela dei dati personali** e la **cybersecurity** rappresentano un elemento centrale della responsabilità digitale del Gruppo. Nel 2025 il Gruppo ha rafforzato il proprio impegno nella protezione dei dati e nella sicurezza informatica, considerati elementi centrali della responsabilità digitale e della governance ed è stato mantenuto un costante presidio della compliance al GDPR, attraverso il monitoraggio dei trattamenti dati relativi a clienti, partner, dipendenti e collaboratori.

La struttura organizzativa è stata consolidata con il rafforzamento dell'Ufficio Privacy, il supporto di un Data Protection Officer esterno e una rete di Privacy Owner distribuiti nelle funzioni aziendali, garantendo controlli periodici, aggiornamento del Registro dei trattamenti e gestione strutturata delle richieste degli interessati, estendendo il modello anche alle società controllate.

Sul fronte cybersecurity, il Gruppo ha adottato un **approccio risk-based**, potenziando il monitoraggio continuo dell'infrastruttura IT e implementando misure avanzate di sicurezza (controllo accessi, protezione endpoint, filtraggio URL). Sono state ampliate le attività di Vulnerability Assessment e Penetration Testing e sviluppate nuove procedure, tra cui Incident Response Plan, Manuale di Sicurezza e policy BYOD.

La sicurezza informatica è stata ulteriormente promossa tramite programmi di formazione per il personale sui rischi cyber (phishing, social engineering) e tramite il mantenimento di una copertura assicurativa cyber. È stata inoltre aggiornata la valutazione d'impatto sulla privacy per prodotti digitali, confermando l'attenzione alla tutela dei dati nelle soluzioni innovative offerte.

non sono state ricevute denunce comprovate per violazioni della privacy (0 nel 2025).

6.4

PEOPLE & COM MUNI TY.



People & Community

Salute e Sicurezza sul Lavoro

Salute e sicurezza sul lavoro

La tutela della salute e della sicurezza delle persone rappresenta una priorità strategica per il Gruppo Cellularline e un elemento imprescindibile del proprio modello di sviluppo sostenibile.

L'azienda considera la sicurezza non solo come un obbligo normativo, ma come un **valore culturale** e una **responsabilità condivisa**, strettamente connessa al benessere organizzativo e alla qualità dell'ambiente di lavoro.

Nel 2025, il Gruppo ha **consolidato** il sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro, rafforzando l'approccio preventivo e proseguendo il percorso di miglioramento continuo avviato negli anni precedenti e misurato attraverso il **Benefit Impact Assessment (BIA)**.

Questo percorso ha contribuito ad aumentare il livello di consapevolezza interna e a rendere sempre più strutturato il presidio dei rischi, in coerenza con la **Finalità 1 – Valore umano** rendicontata nella Relazione d'Impatto 2025.



Sistema di gestione della salute e sicurezza

Il Gruppo adotta un sistema strutturato di gestione della salute e sicurezza sul lavoro, conforme alla normativa vigente (D.Lgs. 81/08) e orientato alla prevenzione dei rischi e alla tutela del benessere psicofisico delle persone. Il sistema di gestione della salute e sicurezza si applica a tutte le persone del Gruppo, inclusi dipendenti e, per quanto di competenza, collaboratori che operano presso i siti aziendali, ed è parte integrante del sistema di controllo interno e di gestione dei rischi del Gruppo ed è sottoposto a monitoraggio periodico da parte della Direzione.



Il sistema prevede:

- la redazione e l'aggiornamento periodico del **Documento di Valutazione dei Rischi (DVR)**;
- la definizione di un organigramma della sicurezza, con ruoli e responsabilità chiaramente attribuiti;
- il coinvolgimento attivo del **Servizio di Prevenzione e Protezione (SPP)**, del Medico Competente, dei Preposti e dei Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS).

Il **Servizio di Prevenzione e Protezione** (nel seguito anche solo "SPP"), in collaborazione con consulenti esterni, effettua regolarmente audit interni e analisi di conformità, elaborando piani di miglioramento a breve e lungo termine condivisi con il Datore di Lavoro.

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

In un'ottica di tutela integrata del benessere psico-fisico, vengono svolte regolarmente attività di **monitoraggio** dello **stress lavoro-correlato**, i cui esiti, unitamente a quelli della sorveglianza sanitaria, non hanno evidenziato criticità significative.

Questi risultati confermano l'efficacia delle misure adottate e l'adeguatezza dell'ambiente lavorativo. Nel corso del 2025, il presidio del sistema è stato ulteriormente rafforzato attraverso audit interni, analisi di conformità e piani di miglioramento condivisi con la Direzione, con l'obiettivo di garantire ambienti di lavoro sempre più sicuri e adeguati all'evoluzione organizzativa.

Infine, Il Gruppo tiene in considerazione i rischi per la salute e sicurezza anche nelle attività svolte da fornitori, appaltatori e altri soggetti terzi che operano presso i siti aziendali, richiedendo il rispetto delle normative vigenti e delle procedure di sicurezza applicabili.

La gestione delle interferenze e dei rischi connessi alle attività affidate a terzi è regolata attraverso procedure dedicate e momenti di coordinamento, in coerenza con quanto previsto dal D.Lgs. 81/08.



Sorveglianza sanitaria e prevenzione

La sorveglianza sanitaria è gestita in collaborazione con **Check Up Service**, società specializzata in Medicina del Lavoro, che supporta il Gruppo nella pianificazione e nel monitoraggio delle attività sanitarie in funzione delle mansioni e dei rischi specifici.

Il Medico Competente, in coordinamento con il Servizio di Prevenzione e Protezione (SPP), effettua valutazioni periodiche delle postazioni di lavoro, con particolare attenzione ai rischi ergonomici e all'utilizzo prolungato di videoterminali. Nel corso della riunione periodica ex art. 35 del D.Lgs. 81/08 vengono inoltre analizzate le mansioni che richiedono l'adozione di Dispositivi di Protezione Individuale (DPI), regolarmente forniti ai lavoratori in relazione ai rischi individuati.

Nel 2025, le attività di prevenzione hanno incluso:

- visite mediche periodiche;
- valutazioni ergonomiche delle postazioni di lavoro;
- monitoraggio dei rischi legati all'utilizzo prolungato di videoterminali;
- analisi dello stress lavoro correlato.

Gli esiti delle attività svolte non hanno evidenziato criticità significative, confermando l'efficacia delle misure adottate e l'adequazione degli ambienti di lavoro.

Formazione e cultura della sicurezza

La diffusione di una **cultura della prevenzione** rappresenta un elemento centrale della strategia di salute e sicurezza del Gruppo. Nel 2025 sono proseguite le attività di formazione e sensibilizzazione rivolte alle persone del Gruppo, con l'obiettivo di promuovere comportamenti consapevoli e responsabili.

Le iniziative formative hanno riguardato:

- formazione obbligatoria in materia di salute e sicurezza;
- aggiornamenti periodici per le figure con ruoli specifici;
- momenti di informazione dedicati alla prevenzione dei rischi e alla gestione delle emergenze.

Questo approccio contribuisce a rafforzare la partecipazione attiva delle persone e a rendere la sicurezza un tema condiviso e integrato nella quotidianità lavorativa. I percorsi formativi sono progettati tenendo conto dei rischi specifici delle mansioni svolte e vengono aggiornati periodicamente in funzione dell'evoluzione organizzativa e normativa.

Monitoraggio degli infortuni e miglioramento continuo

Il Gruppo monitora in modo sistematico gli **infortuni sul lavoro**, analizzando eventi, near miss e segnalazioni con l'obiettivo di individuare azioni correttive e preventive. L'identificazione dei pericoli e la valutazione dei rischi avvengono anche attraverso il coinvolgimento diretto dei lavoratori e dei RLS, favorendo l'emersione tempestiva di situazioni potenzialmente critiche.

Nel 2025, il numero di infortuni registrati e gli indicatori di sicurezza confermano un **andamento sotto controllo**, coerente con l'impegno del Gruppo nel mantenere elevati standard di tutela della salute e sicurezza.

Il monitoraggio continuo degli indicatori consente di orientare le azioni di miglioramento e di rafforzare ulteriormente il presidio dei rischi, in un'ottica di prevenzione e responsabilità diffusa.

Salute, sicurezza e benessere come leva di valore

L'approccio adottato dal Gruppo integra salute e sicurezza all'interno di una visione più ampia di **People Care**, che considera il benessere delle persone come fattore chiave per la sostenibilità delle performance e per la qualità del lavoro.

Il percorso intrapreso nel 2025 conferma la volontà di Cellularline di continuare a investire in sistemi, competenze e cultura, ponendo le basi per un'evoluzione continua del modello di gestione della salute e sicurezza, in coerenza con gli obiettivi e i KPI definiti nella Relazione d'Impatto.

**0 infortuni
nel 2025 su
un totale di
454.842 ore
lavorate.**

6.5

PEOPLE & COM MUNI TY.



People & Community

**Sostegno alla
comunità**

Sostegno alla comunità

Il Gruppo Cellularline riconosce il proprio ruolo di **attore responsabile all'interno del contesto sociale e territoriale** in cui opera e considera il sostegno alla comunità una componente strutturale del proprio modello di sviluppo sostenibile. L'impegno verso il territorio si fonda su una visione di **creazione di valore condiviso**, che integra la crescita del business con un contributo concreto al benessere collettivo.

Nel **2025**, il Gruppo ha ulteriormente **consolidato il proprio approccio al sostegno della comunità**, proseguendo il percorso di misurazione e strutturazione dell'impatto avviato negli anni precedenti attraverso il **Benefit Impact Assessment (BIA)**. Le iniziative realizzate riflettono una strategia orientata alla **continuità, al coinvolgimento diretto delle persone e alla coerenza con i valori aziendali**, contribuendo in modo diretto alla **Finalità 1 – Valore umano**, rendicontata nella **Relazione d'Impatto 2025**.

L'attenzione del Gruppo è rivolta in particolare al **territorio di Reggio Emilia**, sede dell'headquarter, e sulle realtà sociali, educative e sanitarie del territorio. L'impegno è rivolto alla promozione dell'inclusione, della salute e della crescita delle persone, attraverso collaborazioni durature e ad alto impatto sociale.



Cosa abbiamo fatto: le nostre storie di impatto

Il coinvolgimento diretto delle persone: il programma UNORA

Un elemento distintivo dell'impegno di Cellularline verso la comunità è rappresentato dal **coinvolgimento diretto delle proprie persone** attraverso il programma **UNORA – Payroll Giving**, promosso dalla Fondazione Unora ETS, a cui l'azienda aderisce dal 2022.

Il programma consente ai dipendenti di donare un'ora del proprio stipendio a favore di progetti sociali selezionati, trasformando un gesto individuale in un'azione collettiva di solidarietà continua.

Nel **2025**:

- sono state donate **405 ore di lavoro**;
- il contributo complessivo ha **raggiunto 4.500 euro**, con un **incremento del 22%** rispetto all'anno precedente;
- **40 persone** hanno partecipato attivamente al programma, con una distribuzione equilibrata tra uomini e donne.

Le risorse raccolte hanno sostenuto progetti in ambito sanitario, educativo e sociale, contribuendo a generare benefici concreti per pazienti, famiglie, bambini e comunità fragili.

Il programma UNORA rappresenta un esempio concreto di cultura del dono, responsabilizzazione individuale e partecipazione attiva delle persone al percorso di sostenibilità del Gruppo.

Giovani, cultura e territorio

Nel corso del 2025 Cellularline ha rinnovato e rafforzato il proprio sostegno a iniziative dedicate ai giovani, alla cultura e allo sviluppo del territorio, riconoscendo il valore strategico di investire nella crescita delle nuove generazioni e nella diffusione di idee e competenze.

Tra le principali iniziative sostenute:

- **TEDxReggioEmilia**, evento culturale di rilievo internazionale che promuove il confronto, il pensiero critico e la diffusione di idee capaci di ispirare il cambiamento;
- Collaborazione con **Croce Verde di Reggio Emilia**, attraverso il supporto a iniziative solidali sul territorio.

Queste iniziative rafforzano il legame tra impresa, cultura e comunità locale, contribuendo a creare un ecosistema territoriale più resiliente e inclusivo.

Inclusione sociale e disabilità

Il sostegno a progetti orientati all'**inclusione delle persone** con disabilità rappresenta un ulteriore pilastro dell'impegno sociale del Gruppo.

Nel 2025 Cellularline ha confermato il proprio supporto a:

- **G.A.S.T. Summer Camp**, progetto dedicato a ragazzi e adolescenti con disabilità fisiche o intellettive relazionali, attraverso un'erogazione liberale annuale, contribuendo alla realizzazione di attività educative, sportive e di socializzazione;
- **Spatolata**, impresa sociale inclusiva attiva nel settore della gelateria artigianale, con una donazione a sostegno di percorsi formativi e di inserimento lavorativo per persone con disabilità. Il contributo economico ha inoltre contribuito all'acquisto di un furgoncino rendendo possibile l'avvio dell'attività "Un gelato inclusivo".

Queste iniziative riflettono la volontà del Gruppo di sostenere modelli di inclusione a sostegno della comunità locale, capaci di valorizzare le competenze individuali e generare opportunità concrete di autonomia e partecipazione sociale.



Salute, ricerca e benessere collettivo

Nel corso dell'anno, Cellularline ha proseguito il proprio impegno a favore della **salute e della ricerca**, riconoscendo il valore strategico di investire nel miglioramento dei servizi sanitari e nel progresso scientifico.

Tra le principali iniziative sostenute nel 2025:

- **Fondazione GRADE Onlus**, con una donazione a supporto dei progetti dell'Ospedale Santa Maria Nuova di Reggio Emilia, tra cui l'acquisto di una **Risonanza Magnetica a 3 Tesla**, destinata a migliorare le capacità diagnostiche del presidio ospedaliero;
- il sostegno, anche tramite il programma UNORA, a realtà quali **Fondazione Umberto Veronesi, AIL, Soleterre, Mission Bambini, ENPA, ABIO** e altre organizzazioni del terzo settore.

Come lo facciamo

Le iniziative di sostegno alla comunità non sono concepite come interventi episodici, ma come parte di un **approccio strutturato e coerente** con la strategia ESG del Gruppo. La continuità dell'impegno, il coinvolgimento diretto delle persone e l'allineamento con le **Finalità di Beneficio Comune** rafforzano l'efficacia e la credibilità delle azioni intraprese.

Il percorso sviluppato nel 2025 consolida le basi per un'evoluzione futura delle iniziative a impatto sociale, in coerenza con gli obiettivi e i KPI definiti nella **Relazione d'Impatto 2025**, confermando il ruolo di Cellularline come impresa responsabile e attenta al valore umano e territoriale.



6.6

PEOPLE & COM MUNI TY.



People & Community

Impegni futuri

Impegni futuri

Nel prossimo esercizio, il Gruppo Cellularline proseguirà il percorso di valorizzazione delle persone e di sostegno alla comunità, consolidando quanto strutturato nel 2025 e orientando le azioni future verso un modello sempre più integrato, misurabile e coerente con la strategia di sostenibilità del Gruppo.

Gli impegni futuri in ambito People & Community sono definiti in coerenza con la **Finalità 1 – Valore umano** di Cellularline S.p.A. come Società Benefit. Il dettaglio degli obiettivi e dei KPI di impatto è rendicontato nella Relazione d'Impatto 2025, che rappresenta il riferimento principale per il monitoraggio delle performance a partire dal 2026.

Nel 2026 il Gruppo intende:

- proseguire l'evoluzione dell'**Academy di Gruppo**, rafforzandone significativamente il ruolo come leva strategica per lo sviluppo manageriale e professionale attraverso l'introduzione di nuovi percorsi dedicati alla leadership e allo sviluppo delle competenze commerciali, con particolare attenzione ai team chiave e alle capability strategiche per la crescita futura del Gruppo;
- consolidare ed evolvere i processi di **Performance e Talent Management**, attraverso la revisione del modello di performance management e il rafforzamento di percorsi di crescita sempre più strutturati, trasparenti e coerenti con l'evoluzione organizzativa, i bisogni di business e le aspirazioni individuali;
- proseguire il percorso di evoluzione dei **sistemi di compensation e incentivazione**, favorendo una maggiore integrazione tra performance, sviluppo delle competenze, engagement e riconoscimento del contributo individuale e collettivo;
- accelerare il **percorso di digitalizzazione dei processi HR** a livello di Gruppo, con l'obiettivo di favorire maggiore integrazione, efficienza organizzativa, qualità dei dati e capacità di supporto ai processi decisionali;
- proseguire il percorso di **evoluzione e armonizzazione di purpose, vision, mission e valori aziendali**, al fine di rafforzare ulteriormente coerenza culturale, identità di Gruppo e allineamento strategico tra persone, organizzazione e obiettivi di lungo periodo.

L'obiettivo è continuare a costruire un ambiente di lavoro **inclusivo, stimolante** e orientato alla **crescita professionale**, in grado di sostenere nel tempo la competitività e la resilienza del Gruppo.

Engagement, cultura e benessere

Il Gruppo proseguirà le iniziative orientate al rafforzamento dell'engagement e del senso di appartenenza, valorizzando percorsi di ascolto, momenti di condivisione e iniziative di team building, in continuità con il progetto Sense of Belonging. In tale contesto, saranno ulteriormente promossi momenti di aggregazione e confronto trasversale tra le diverse realtà del Gruppo, attraverso **iniziative** volte a favorire **collaborazione, integrazione organizzativa e consolidamento di una cultura aziendale condivisa**, anche mediante eventi dedicati alle persone e occasioni di networking interno.

Particolare attenzione sarà inoltre dedicata al rafforzamento della cultura manageriale e della leadership diffusa, considerate leve fondamentali per accompagnare l'evoluzione organizzativa e sostenere il percorso di trasformazione del Gruppo.

In parallelo, continuerà l'attenzione al benessere delle persone, attraverso il consolidamento delle politiche di **flessibilità organizzativa**, dei **programmi di People Care** e delle iniziative di **wellbeing**, con l'obiettivo di favorire un **equilibrio sostenibile tra vita professionale e personale**.



Comunità e impatto sociale

Nel prossimo esercizio, il Gruppo intende:

- mantenere la **centralità del coinvolgimento diretto delle persone**, valorizzando strumenti di partecipazione attiva come il programma UNORA – Payroll Giving, con l'obiettivo di estenderne progressivamente l'adozione ad altre società del Gruppo, tra cui Systema, rafforzando una cultura condivisa di responsabilità sociale e partecipazione attiva;
- consolidare le **collaborazioni con il territorio**, privilegiando partnership di medio lungo periodo con enti e organizzazioni impegnate in ambito sociale, educativo, sanitario e di inclusione;
- rafforzare il sostegno a **iniziative** orientate all'**inclusione**, alla **disabilità** e al **benessere delle persone** più fragili, promuovendo progetti capaci di generare impatti concreti e duraturi nel tempo.

L'estensione graduale di iniziative comuni a livello di Gruppo consente di amplificare il valore sociale generato e di rafforzare il senso di appartenenza delle persone a un progetto di sostenibilità condiviso

Evoluzione della misurazione dell'impatto

Il 2025 rappresenta l'ultimo anno di utilizzo del B Impact Assessment (BIA) come strumento di riferimento per la misurazione dell'impatto sociale. A partire dal **2026**, il Gruppo adotterà un **framework integrato di valutazione**, basato sui **KPI definiti nella Relazione d'Impatto** e nel **Master Plan di sostenibilità**, rafforzando la capacità di monitorare nel tempo i risultati e orientare le decisioni strategiche.

Questo passaggio segna l'evoluzione da una fase di consolidamento a una fase di gestione strutturata e orientata ai risultati, confermando l'impegno di Cellularline nel porre le persone e la comunità al centro del proprio modello di sviluppo sostenibile.



6.7

PEOPLE & COM MUNI TY.



People & Community

Informativa
GRI

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

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

		2025			2024			2023		
	u.m.	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Tempo indeterminato	N°	151	130	281	150	136	286	133	122	255
Tempo determinato		4	2	6	7	4	11	3	8	11
Totale dipendenti		155	132	287	157	140	297	136	130	266

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

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

		2025			2024			2023		
	u.m.	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Full-time	N°	147	114	261	154	123	277	133	116	249
Part-time		8	18	26	3	17	20	3	14	17
Totale dipendenti		155	132	287	157	140	297	136	130	266

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

GRI Standard 2-8 - Lavoratori non dipendenti

	u.m.	2025	2024	2023
Consulenti	N°	10	9	4
Somministrati		-	4	1
Stagisti		-	0	-
Totale Italia		10	13	5

GRI Standard 2-21 - Rapporto annuale di compensazione Totale

	2025	2024	2023
Worldconnect AG	2,20	2,44	2,41
Systema S.r.l	5,30	4,20	3,85
Cellularline Spain	3,27	3,58	2,44
Subliros S.L.	-	-	2,00
Cellularline S.p.A.	11,04	11,59	11,25
Coverlab S.r.l	2,77	2,65	3,79
Peter Jackel GmbH	5,28	5,03	4,92

Nel 2024 e nel 2025 l'informazione non è disponibile per Subliros S.L. poiché non rientra più all'interno del perimetro di rendicontazione.

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

		2025			2024			2023		
	u.m.	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Dirigenti	N°	15	1	16	16	2	18	19	2	21
Quadri		38	17	55	32	18	50	31	20	51
Impiegati		95	112	207	87	114	201	85	108	193
Operai		7	2	9	1	-	1	1	0	1
Totale dipendenti		155	132	287	136	134	270	136	130	266

Nel 2024 l'informazione non è disponibile con questo dettaglio per Peter Jackel GmbH.

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

		2025			2024			2023		
	u.m.	18-35	36-50	>50	18-35	36-50	>50	18-35	36-50	>50
Dirigenti	N°	-	3	13	-	7	11	2	7	12
Quadri		7	32	16	5	31	12	4	35	12
Impiegati		70	81	56	72	88	43	72	83	38
Operai		1	1	7	-	1	-	-	1	-
Totale dipendenti		78	117	92	77	127	66	78	126	62

Nel 2024 l'informazione non è disponibile con questo dettaglio per Peter Jackel GmbH.

GRI Standard 405-1 - Dipendenti appartenenti a categorie professionali protette

	u.m.	2025	2024	2023
Dipendenti appartenenti a categorie vulnerabili	N°	8	8	8

Nel 2023, nel 2024 e nel 2025 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.	2025	2024	2023
Dirigenti		50%	52%	49%
Quadri		91%	90%	85%
Impiegati	%	84%	83%	78%
Operai		-	-	-
Remunerazione totale media	u.m.	2025	2024	2023
Dirigenti		47%	49%	46%
Quadri		84%	82%	79%
Impiegati	%	81%	80%	75%
Operai		-	-	-

Worldconnect AG

Salario base	u.m.	2025	2024	2023
Dirigenti		-	-	-
Quadri		92%	88%	91%
Impiegati	%	81%	61%	78%
Operai		-	-	-
Remunerazione totale media	u.m.	2025	2024	2023
Dirigenti		-	-	-
Quadri		95%	86%	85%
Impiegati	%	83%	58%	74%
Operai		-	-	-

Cellular Spain S.I.u.

Salario base	u.m.	2025	2024	2023
Dirigenti		67%	66%	67%
Quadri		72%	89%	90%
Impiegati	%	98%	87%	95%
Operai		-	-	-
Remunerazione totale media	u.m.	2025	2024	2023
Dirigenti		57%	57%	58%
Quadri		67%	88%	90%
Impiegati	%	97%	86%	95%
Operai		-	-	-

Systema S.r.l.

Salario base	u.m.	2025	2024	2023
Dirigenti		-	-	-
Quadri		92%	69%	70%
Impiegati	%	101%	-	49%
Operai		-	-	-
Remunerazione totale media	u.m.	2025	2024	2023
Dirigenti		-	-	-
Quadri		93%	75%	72%
Impiegati	%	89%	-	38%
Operai		-	-	-

Nel 2023 non è possibile la comparazione dei dati per Subliros s.r.l. e Coverlab s.r.l. a causa del ridotto numero di dipendenti. In riferimento a Coverlab S.r.l., il rapporto del salario base e della remunerazione totale delle donne rispetto agli uomini non è comparabile. Per il 2024 e il 2025 il dato non risulta disponibile per le Società Coverlab S.r.l. e Peter Jackel GmbH.

GRI Standard 401-1 - Nuove assunzioni e turnover

		2025			2024			2023		
Numero assunti per genere	u.m.	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Nuovi assunti	N°	22	6	28	21	17	38	19	30	49

		2025			2024			2023		
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°	17	7	4	25	6	7	29	16	4

		2025			2024			2023		
Numero dei nuovi assunti per paese	u.m.	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Italia		14	4	18	13	14	27	14	26	40
Spagna		-	-	-	2	-	2	1	-	1
Svizzera		2	1	3	1	3	4	2	4	6
Francia		-	-	-	-	-	-	2	-	2
Germania		6	1	7	4	-	4	-	-	-
Altro		-	-	-	1	-	1	-	-	-
Totale assunzioni		22	6	28	21	17	38	19	30	49

		2025			2024			2023		
Numero cessati per genere	u.m.	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Cessati	N°	19	15	34	19	12	31	12	25	37

		2025			2024			2023		
Numero cessati per fasce d'età	u.m.	18-35	36-50	>50	18-35	36-50	>50	18-35	36-50	>50
Cessati	N°	13	12	9	14	10	7	20	11	6

		2025			2024			2023		
Numero di cessati per paese	u.m.	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Italia	N°	13	14	27	12	10	22	10	21	31
Spagna		-	-	-	1	-	1	1	1	2
Svizzera		3	-	3	-	2	2	1	2	3
Francia		-	-	-	-	-	-	-	1	1
Germania		3	1	4	6	-	6	-	-	-
Totale cessati		19	15	34	19	12	31	12	25	37

		2025			2024			2023		
Turnover ingresso e in uscita	u.m.	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Turnover (+)	N°	14,19%	4,55%	9,76%	13,37%	12,14%	12,79%	8,82%	19,23%	13,91%
Turnover (-)		12,26%	11,36%	11,85%	12,10%	8,57%	10,43%	13,97%	23,10%	18,40%

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

		2025			2024			2023		
	u.m.	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Dirigenti	N°	136	8	144	229	5	234	48	16	64
Quadri		383	234	617	340	289	629	156	88	244
Impiegati		728	1.744	2.472	565	929	1.494	233	279	512
Operai		4	1	5	-	-	-	-	-	-
Totale		1.251	1.986	3.237	1.134	1.223	2.357	437	383	820

Nel 2023 l'informazione non è disponibile per Systema S.r.l.
Nel 2024 l'informazione non è disponibile per Cover Lab S.r.l. e Peter Jackel GmbH.

GRI Standard 404-1 - Ore medie annue di formazione

		2025			2024			2023		
	u.m.	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Dirigenti	N°	9,1	7,5	9,0	14,3	2,6	13	4,4	8,0	4,9
Quadri		10,1	13,7	11,2	10,6	16	12,6	7,8	8,8	8,1
Impiegati		7,7	15,6	11,9	6,5	8,5	7,6	6,7	8,0	7,3
Operai		0,6	0,5	0,6	-	-	-	-	-	-
Totale		8,1	15,0	11,3	8,3	9,5	8,9	6,6	8,1	7,3

Nel 2023 l'informazione non è disponibile per Systema S.r.l.
Nel 2024 l'informazione non è disponibile per Cellularline Spain, Cover Lab S.r.l. e Peter Jackel GmbH.

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

	u.m.	2025	2024	2023
Competenze trasversali (informatica, compliance, information security, policy, MOG, ecc)	N°	283	196	51
Competenze di sviluppo personale (lingue, comunicazione, leadership, intelligenza emotiva, performance management, ecc)		1.364	1.326	291
Competenze tecnico professionali (corsi specifici legati alla funzione di appartenenza)		1.586	688	284
Totale		3.233	2.210	626

Nel 2023 l'informazione non è disponibile per Systema S.r.l.
Nel 2024 l'informazione non è disponibile per Cellularline Spain, Cover Lab S.r.l. e Peter Jackel GmbH.

GRI Standard 401-3 - Congedo parentale

	u.m.	2025			2024			2023		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Dipendenti che hanno avuto diritto al congedo parentale		7	9	16	1	13	14	-	5	5
Dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale		7	9	16	1	13	14	-	5	5
Dipendenti che sono tornati al lavoro durante il periodo di riferimento dopo aver usufruito del congedo parentale	N°	7	9	16	1	13	14	-	5	5
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		7	9	16	1	11	12	-	5	5

Nel 2023 l'informazione è disponibile solo per Cellularline S.p.A.
Nel 2024 l'informazione non è disponibile per Cellularline Spain, Cover Lab S.r.l., Systema S.r.l. e Worldconnect AG.
Con riferimento all'esercizio 2024 è stato effettuato un restatement a seguito di un miglioramento del processo di raccolta del dato.
Nel 2025 l'informazione non è disponibile per Systema S.r.l. e Worldconnect AG.

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

	u.m.	2025			2024			2023		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Dirigenti	N°	14	1	15	16	2	18	13	1	14
Quadri		33	15	48	31	17	48	26	16	42
Impiegati		78	101	179	81	106	187	69	100	169
Operai		1	-	1	1	-	1	1	0	1
Totale		126	117	243	129	125	254	109	117	226

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

	u.m.	2025			2024			2023		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Dirigenti	%	93%	100%	94%	100%	100%	100%	68%	50%	67%
Quadri		87%	88%	87%	97%	94%	96%	84%	80%	82%
Impiegati		82%	90%	86%	93%	97%	95%	81%	93%	88%
Operai		14%	-	11%	100%	-	100%	100%	-	100%
Totale		81%	89%	85%	97%	72%	97%	80%	90%	85%

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

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

	u.m.	2025			2024			2023		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Totale ore lavorate dai dipendenti	h.	245.849	208.993	454.842	224.408	203.917	428.325	228.644	206.747	435.492
Il numero di infortuni sul lavoro	N°	-	-	-	5	1	6	-	2	2
Numero di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (ad esclusione dei decessi) ¹	N°	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Numero di giorni di assenza per infortuni	G.	-	-	-	161	25	186	-	43	43
Numero decessi	N°	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Numero dipendenti	N°	155	132	287	143	133	276	123	126	249
Tasso incidenza ²		-	-	-	3,5	0,75	2,17	-	1,59	0,80
Tasso di gravità ³		-	-	-	0,72	0,12	0,43	-	0,22	0,11
Tasso infortuni sul lavoro registrabili ⁴		-	-	-	22,28	4,9	14,01	-	9,67	4,59
Tasso per infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (esclusi i decessi) ⁵		-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tasso decessi risultanti da infortuni sul lavoro ⁶		-	-	-	-	-	-	-	-	-

¹numero giorni di assenza/numero ore lavorate *1.000
²numero di infortuni/ numero dipendenti *100
³numero giorni di assenza/numero ore lavorate *1.000
⁴numero di infortuni sul lavoro registrabili/numero totale di ore lavorate *1.000.000
⁵numero di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze/numero totale di ore lavorate *1.000.000
⁶il tasso di frequenza dei decessi derivanti da infortuni sul lavoro è determinato dal numero di decessi/numero totale di ore lavorate*1.000.000

Nel 2024 l'informazione non è disponibile per Worldconnect AG.

7.1

PRODUCT & PACKAGING.



Product & Packaging

Introduzione

Introduzione

I principi di innovazione, qualità e sostenibilità guidano lo sviluppo dei nostri prodotti e delle soluzioni di packaging. Il nostro approccio progettuale è orientato alla creazione di valore per l'utente finale e alla progressiva riduzione degli impatti lungo l'intero ciclo di vita del prodotto.

Nel 2025, il percorso di evoluzione di Cellularline compie un decisivo salto di qualità: accanto ai consolidati presidi in materia di qualità, sicurezza e conformità, l'azienda introduce un approccio strutturato alla misurazione dell'impatto climatico dei propri prodotti, attraverso analisi di Life Cycle Assessment (LCA) e un percorso di certificazione conforme ai più avanzati standard internazionali.

A dicembre 2025, Cellularline consegue inoltre la prima certificazione ISO 14067-SA per la Carbon Footprint di Prodotto su due categorie di prodotto, segnando un traguardo strategico che pone le basi per una progressiva estensione del modello nel corso del 2026.

Il presente capitolo illustra l'approccio e le principali iniziative sviluppate da Cellularline in ambito qualità, sicurezza, marketing responsabile, innovazione, packaging e gestione della supply chain.

Gli approfondimenti relativi alle attività, ai risultati conseguiti nel 2025 e ai KPI 2026 inerenti alla Carbon Footprint di Prodotto sono invece rendicontati nella Relazione d'Impatto 2025, che rappresenta il documento di riferimento per il monitoraggio dell'avanzamento del percorso.



7.2

PRODUCT & PACKAGING.



Product & Packaging

**Qualità e sicurezza
dei prodotti**

Qualità e sicurezza dei prodotti

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



Cosa abbiamo fatto: le nostre storie di impatto

Quality DNA

La qualità e la sicurezza sono requisiti non negoziabili e costituiscono parte integrante dell'identità di Cellularline. Il **programma Quality DNA**, attivo dal 2018, rappresenta il framework con cui rendiamo riconoscibile e coerente l'approccio qualitativo lungo la catena del valore, a tutela dell'affidabilità e della sicurezza dei prodotti.

Per garantire il mantenimento degli standard attesi, adottiamo un sistema strutturato di controlli e test che include: verifiche in fase di progettazione, validazione pre produzione, controlli qualità presso i siti produttivi, test di conformità alle normative applicabili e verifiche a campione sui lotti in ingresso. Per i prodotti a maggiore complessità, ricorriamo a laboratori accreditati a livello internazionale.

La qualità è la nostra migliore forma di espressione.

Il presidio qualitativo di Cellularline si fonda su quattro principi cardine: **conformità normativa, eccellenza progettuale, interoperabilità e trasparenza informativa**. In quest'ottica, il Gruppo si avvale, ove applicabili, di certificazioni rilasciate da organismi indipendenti di primaria rilevanza internazionale, tra cui TÜV Rheinland per specifiche famiglie di prodotto, e partecipa attivamente a consorzi tecnici internazionali quali il Bluetooth Special Interest Group e il Wireless Power Consortium. Tali adesioni contribuiscono a promuovere elevati standard di standardizzazione, compatibilità tecnologica e sicurezza lungo l'intero ciclo di vita del prodotto.

La tutela della salute e della sicurezza dei consumatori rappresenta una priorità assoluta per Cellularline. Nel corso del 2025 non è stata ricevuta nessuna comunicazione dalle autorità di vigilanza del mercato avente oggetto la salute e la sicurezza del consumatore, il dato è rendicontato nell'Informativa GRI (GRI 416-2) sulla base dei package consolidati.

Presidi di qualità, sicurezza e conformità

La qualità e la sicurezza dei prodotti rappresentano requisiti fondamentali e non negoziabili per il Gruppo Cellularline e costituiscono un presidio strutturale lungo l'intero ciclo di vita del prodotto.

L'approccio adottato si fonda su un sistema integrato di controlli, che include la conformità alle normative europee e internazionali applicabili, l'attenzione alla progettazione e alla selezione dei materiali, la validazione pre produzione, i test di sicurezza e le verifiche qualitative sui lotti in ingresso.

Cellularline aderisce a consorzi e standard tecnici riconosciuti a livello internazionale (tra cui Bluetooth SIG e Wireless Power Consortium) e, ove applicabile, si avvale di certificazioni di terza parte a garanzia della sicurezza e dell'affidabilità dei prodotti.

La gestione della qualità è supportata da un sistema certificato **ISO 9001:2015**, orientato al miglioramento continuo, alla prevenzione dei rischi e alla tutela dell'utilizzatore finale.

Particolare attenzione è dedicata alla **salute e sicurezza dei consumatori**: ai fornitori è richiesto il rispetto delle normative europee in materia di materiali e sostanze pericolose, a tutela sia dell'utente finale sia degli operatori coinvolti nei processi produttivi.



7.3

PRODUCT & PACKAGING.



Product & Packaging

**Marketing
responsabile e
sostenibile**

Marketing responsabile e sostenibile

Cellularline promuove una comunicazione trasparente, accurata e strutturata, sia a livello interno che verso il mercato, con particolare attenzione alle informazioni fornite a clienti e utilizzatori finali in relazione all'uso corretto dei prodotti, alla sicurezza e alla gestione del fine vita.

In coerenza con il proprio approccio alla qualità e alla sostenibilità, l'azienda assicura la predisposizione di **manuali d'uso chiari e conformi alle normative vigenti**, includendo le informazioni obbligatorie in materia di sicurezza e smaltimento responsabile delle apparecchiature a fine vita.

Nel corso degli ultimi anni, il Gruppo ha rafforzato il presidio sulla **corretta etichettatura ambientale** e sulla trasparenza delle informazioni rivolte ai consumatori, anche attraverso l'inserimento sistematico delle istruzioni di smaltimento sui packaging e l'utilizzo di **QR code** che rimandano a contenuti digitali dedicati, disponibili in più lingue, al fine di agevolare comportamenti di consumo consapevoli e responsabili.

L'approccio alla comunicazione responsabile è formalizzato nel **Manifesto di Marketing Etico**, che definisce i principi guida delle attività di marketing e comunicazione in relazione alle persone, all'ambiente e al prodotto, e orienta lo sviluppo delle campagne e dei contenuti informativi.

A supporto della trasparenza verso gli stakeholder, il Gruppo mette inoltre a disposizione una **sezione dedicata alla sostenibilità** sul sito corporate, che documenta il percorso ESG, le principali iniziative intraprese e la pubblicazione periodica dei report di sostenibilità.



7.4

PRODUCT & PACKAGING.



Product & Packaging

**Ricerca, sviluppo e
innovazione come
strategia**

Ricerca, sviluppo e innovazione come strategia

Ricerca e innovazione rappresentano **driver strategici fondamentali** per il Gruppo Cellularline e costituiscono un elemento distintivo nella creazione di valore sostenibile nel medio-lungo periodo. Attraverso un costante presidio dell'evoluzione tecnologica e dei trend di mercato, il Gruppo sviluppa soluzioni capaci di anticipare le esigenze dei consumatori, garantendo al contempo elevati standard di qualità, sicurezza, affidabilità e performance.

Nel 2025, il modello di innovazione del Gruppo ha compiuto un ulteriore salto evolutivo, rafforzando l'integrazione dei principi di sostenibilità all'interno dei processi di ricerca, sviluppo prodotto e progettazione del packaging. Un approccio che riflette la volontà di coniugare progresso tecnologico, responsabilità ambientale e attenzione verso il consumatore, consolidando una visione dell'innovazione orientata alla creazione di valore durevole e condiviso.



Innovazione di prodotto e sostenibilità

Nel corso degli anni, Cellularline ha progressivamente rafforzato il proprio impegno verso lo sviluppo di soluzioni orientate alla sostenibilità, con un approccio integrato che coinvolge la selezione dei materiali, la progettazione del packaging e la comunicazione trasparente verso il consumatore finale.

Parallelamente, il Gruppo ha continuato a integrare criteri di sostenibilità in un numero crescente di categorie di prodotto, attraverso l'introduzione progressiva di materiali riciclati e soluzioni progettuali orientate alla riduzione dell'utilizzo di plastica vergine, preservando al contempo gli elevati standard qualitativi, di sicurezza e di performance che caratterizzano l'offerta Cellularline.

Innovazione sostenibile e iniziative a impatto ambientale

Accanto allo sviluppo di soluzioni di prodotto e packaging a ridotto impatto ambientale, nel 2025 il Gruppo ha continuato a integrare l'innovazione sostenibile attraverso **iniziative a impatto ambientale diretto**, coerenti con i valori aziendali e con la visione di lungo periodo.

In particolare, la linea **BECOME** rappresenta non solo una gamma di accessori eco friendly, ma anche un veicolo di impegno concreto verso la tutela dell'ambiente. Attraverso l'adesione al programma internazionale **"1% for the Planet"**, il Gruppo destina **l'1% del fatturato generato dalla linea** a organizzazioni non profit impegnate nella protezione degli ecosistemi naturali.

Nel corso degli anni, i contributi sono stati devoluti a realtà quali **Sea Shepherd**, attiva nella difesa degli oceani, e alla campagna **Operation Clean Waves**, focalizzata sulla rimozione dei rifiuti plastici e solidi persistenti dagli ambienti marini. Queste iniziative rafforzano il legame tra innovazione di prodotto, responsabilità ambientale e sensibilizzazione dei consumatori verso scelte di acquisto più consapevoli.

Misurazione degli impatti e analisi del ciclo di vita

Il 2025 rappresenta un passaggio strategico nel percorso di innovazione sostenibile del Gruppo Cellularline. Nel corso dell'anno, l'azienda ha rafforzato il proprio approccio alla progettazione responsabile introducendo strumenti strutturati di misurazione e valutazione degli impatti ambientali lungo il ciclo di vita dei prodotti.

In tale contesto, a dicembre 2025 Cellularline ha ottenuto la prima **certificazione ISO 14067-SA** (Carbon Footprint di Prodotto – Systemic Approach) **su due categorie di prodotto**, a seguito della realizzazione di **analisi LCA (Life Cycle Assessment)** complete, estese alle principali fasi del ciclo di vita: approvvigionamento delle materie prime, produzione, trasporto e fine vita.

Le attività svolte hanno consentito al Gruppo di:

- identificare i principali hot spot emissivi lungo la catena del valore;
- integrare progressivamente le evidenze ambientali nei processi di ricerca, progettazione e sviluppo prodotto;
- costruire una base metodologica solida per l'utilizzo sistematico di metriche ambientali a supporto delle decisioni di innovazione, evoluzione del portafoglio prodotti e miglioramento continuo.

Questo percorso segna l'evoluzione da un approccio focalizzato prevalentemente sulle caratteristiche progettuali e dei materiali a un modello di innovazione sostenibile sempre più strutturato, misurabile e orientato ai dati, in coerenza con la **Finalità 3 – Valore per l'ambiente e le generazioni future**, rendicontata nella Relazione d'Impatto 2025.



Prospettive di evoluzione

Nel prossimo esercizio, il Gruppo proseguirà il percorso di integrazione dei principi di sostenibilità all'interno dei processi di ricerca, sviluppo e innovazione di prodotto, con l'**obiettivo** di **estendere** progressivamente la **misurazione della Carbon Footprint di Prodotto a un numero crescente di famiglie e referenze**, in linea con i target definiti nella Relazione d'Impatto.

L'approccio all'innovazione continuerà a evolvere secondo una logica sempre più data-driven e orientata al ciclo di vita del prodotto, **integrando valutazioni ambientali** nei **processi decisionali e progettuali**. In tale contesto, il Gruppo intende rafforzare ulteriormente la capacità di coniugare performance tecnologica, qualità e affidabilità con la progressiva riduzione degli impatti ambientali, **consolidando la sostenibilità** come **leva strategica di competitività**, innovazione e creazione di valore nel lungo periodo.



7.5

PRODUCT & PACKAGING.



Product & Packaging

La gestione dei fornitori

La gestione dei fornitori

La gestione responsabile della catena di fornitura rappresenta un elemento strategico per il Gruppo Cellularline, sia in termini di qualità e continuità operativa sia per il presidio degli impatti ambientali e sociali lungo la value chain. Il Gruppo riconosce che le proprie performance ESG sono strettamente connesse a quelle dei partner di fornitura e promuove pertanto un approccio basato su **collaborazione, trasparenza e miglioramento continuo**.

Nel 2025, Cellularline ha proseguito il percorso di strutturazione e consolidamento dei presidi di sostenibilità nella supply chain, rafforzando strumenti e processi già avviati negli esercizi precedenti e integrandoli in modo sempre più sistematico nei processi di procurement e vendor management.

Presidio sociale e responsabilità nella supply chain

Il Gruppo aderisce al programma **Business Social Compliance Initiative (BSCI)** promosso da amfori, adottato come riferimento per il monitoraggio e il miglioramento delle condizioni di lavoro lungo la catena di fornitura. Nel 2025 il protocollo BSCI è stato ulteriormente **integrato** nei **processi di qualifica, valutazione e rinnovo dei fornitori**, rafforzando la capacità di:

- monitorare il rispetto dei requisiti etico sociali;
- individuare tempestivamente eventuali non conformità;
- attivare piani di miglioramento condivisi con i partner.

Questo approccio consente di promuovere standard sociali coerenti con i valori aziendali e di favorire una gestione più responsabile e resiliente delle relazioni di fornitura.

Survey ESG e valutazione dei fornitori

Nel corso del 2025, il processo di **Survey ESG rivolto ai fornitori** è stato ulteriormente consolidato e integrato nei protocolli di qualifica.

La survey consente di raccogliere informazioni strutturate in merito a:

- certificazioni ambientali e di qualità;
- tutela dei diritti umani;
- salute e sicurezza sul lavoro;
- pratiche di gestione ambientale e governance.

I dati raccolti contribuiscono a migliorare la trasparenza lungo la supply chain e a orientare il dialogo con i fornitori verso un percorso di **coevoluzione** delle performance ESG.

Vendor Rating, Codice di Condotta e acquisti sostenibili

A supporto del processo di procurement, il Gruppo ha sviluppato strumenti di **Vendor Rating** e cruscotti di qualifica che permettono di valutare in modo strutturato i fornitori sulla base di indicatori ESG, quali la presenza di un Codice Etico, il possesso di certificazioni rilevanti e l'adozione di pratiche responsabili.

Il **Codice di Condotta Fornitori**, sottoscritto dalla maggior parte della base fornitori, definisce i principi e i requisiti minimi in materia di etica, diritti umani, tutela dell'ambiente e legalità. Il Codice rappresenta un riferimento fondamentale per la costruzione di relazioni di lungo periodo basate su fiducia, trasparenza e responsabilità condivisa. Esso incoraggia l'adozione di comportamenti responsabili in materia ambientale, il rispetto e la tutela dei diritti umani, nonché la promozione di condizioni di lavoro sicure, eque e rispettose della dignità delle persone. Promuove la diversità, l'inclusione e lo sviluppo professionale, sollecitando i partner della catena di fornitura a operare secondo principi di etica, trasparenza e piena conformità al quadro normativo applicabile. Inoltre, favorisce il coinvolgimento delle comunità locali e l'implementazione, da parte dei fornitori, di pratiche socialmente responsabili, contribuendo a un modello di approvvigionamento orientato alla creazione di valore condiviso. L'**adesione** al Codice rappresenta un **requisito imprescindibile per tutti i fornitori** e condizione essenziale per l'instaurazione e il mantenimento dei rapporti commerciali. Il rispetto dei principi e degli impegni assunti è oggetto di monitoraggio periodico e inserito all'interno di un percorso di miglioramento continuo, volto a rafforzare una filiera etica, resiliente e allineata ai valori e agli indirizzi strategici dell'azienda.

Parallelamente, la **Policy sugli Acquisti Sostenibili** estende l'applicazione dei criteri ESG anche all'approvvigionamento di beni e servizi non direttamente collegati ai processi produttivi, favorendo scelte più consapevoli e coerenti con la strategia di sostenibilità del Gruppo. L'obiettivo della policy è ridurre i rischi associati alla supply chain attraverso l'integrazione di strumenti di gestione proattiva che consentano di prevenirli o mitigarli in modo efficace. L'adozione di criteri ESG negli acquisti supporta la creazione di valore condiviso, rafforza la resilienza dei processi di approvvigionamento e contribuisce a promuovere un modello di relazione con i fornitori basato su trasparenza, etica e responsabilità.

Approccio collaborativo e miglioramento continuo

Cellularline adotta un approccio collaborativo nella gestione della supply chain, orientato al supporto dei fornitori nei percorsi di miglioramento e alla condivisione delle informazioni rilevanti. In presenza di criticità operative o di contesto, il Gruppo favorisce un dialogo tempestivo e trasparente, con l'obiettivo di garantire continuità operativa e rafforzare la resilienza dell'intero ecosistema di fornitura.

Le informazioni quantitative relative alla distribuzione geografica della spesa e ai fornitori locali sono rendicontate nell'**Informativa GRI (GRI 204-1)**.

7.6

PRODUCT & PACKAGING.



Product & Packaging

Impegni futuri

Impegni futuri

Nel prossimo esercizio, il Gruppo Cellularline proseguirà il percorso di integrazione della sostenibilità all'interno del modello di sviluppo prodotto e della gestione della supply chain, rafforzando un approccio sempre più **strutturato, misurabile e orientato al miglioramento continuo**.

Il percorso avviato nel 2025 ha posto le basi per una maggiore integrazione delle dimensioni ambientali e di valore per il consumatore nei processi decisionali, anche attraverso attività di **ascolto strutturato degli stakeholder**, in particolare dei clienti finali.

Gli impegni futuri in ambito **Product, Packaging e Supply Chain** sono definiti in coerenza con la strategia ESG del Gruppo e con le **Finalità di Beneficio Comune** di Cellularline S.p.A. come Società Benefit. Il dettaglio degli obiettivi e dei KPI di impatto è rendicontato nella **Relazione d'Impatto 2025**, che rappresenta il riferimento principale per il monitoraggio dell'avanzamento.



Prodotti e packaging

Il Gruppo continuerà a investire nello sviluppo di soluzioni di prodotto e packaging a ridotto impatto ambientale, con particolare attenzione a:

- incremento dell'utilizzo di **materiali riciclati e certificati**;
- ottimizzazione del design e delle dimensioni degli imballaggi, in linea con i principi di **right sizing** e con l'evoluzione del quadro normativo europeo;
- miglioramento della **riciclabilità e della chiarezza informativa** verso il consumatore finale.

Nel corso del 2025, le attività di sviluppo in ambito packaging sono state supportate anche dai risultati delle **survey rivolte ai consumatori**, che hanno fornito indicazioni utili in termini di comprensibilità delle informazioni, facilità di utilizzo e percezione delle soluzioni adottate. I feedback raccolti hanno contribuito a orientare le scelte progettuali, con l'obiettivo di rendere il packaging sempre più funzionale, informativo e coerente con le aspettative del cliente finale.

In coerenza con il percorso avviato nel 2025, il Gruppo proseguirà l'estensione delle **analisi di Carbon Footprint di Prodotto (ISO 14067)** a un numero crescente di famiglie e referenze, secondo i target definiti nella Relazione d'Impatto, integrando progressivamente i risultati nei processi di progettazione e sviluppo.

Ricerca, innovazione e misurazione dell'impatto

Nel prossimo esercizio, il Gruppo proseguirà il percorso di integrazione dei principi di sostenibilità all'interno dei processi di ricerca, sviluppo e innovazione di prodotto, con l'obiettivo di **estendere progressivamente** la misurazione della **Carbon Footprint di Prodotto a un numero crescente di famiglie e referenze**, in linea con i target definiti nella Relazione d'Impatto.

L'approccio all'innovazione continuerà a evolvere secondo una logica sempre più data-driven e orientata al ciclo di vita del prodotto, integrando valutazioni ambientali nei processi decisionali e progettuali. In tale contesto, il Gruppo intende rafforzare ulteriormente la capacità di **coniugare performance tecnologica, qualità e affidabilità** con la **progressiva riduzione degli impatti ambientali**, consolidando la sostenibilità come leva strategica di competitività, innovazione e creazione di valore nel lungo periodo.



Supply chain responsabile

In ambito supply chain, il Gruppo proseguirà il rafforzamento dei presìdi ESG, con particolare attenzione a:

- ✓ consolidamento dell'adozione del **protocollo BSCI** come strumento di monitoraggio e miglioramento delle condizioni di lavoro lungo la catena di fornitura;
- ✓ utilizzo sistematico delle **Survey ESG** e dei **cruscotti di Vendor Rating** per orientare il dialogo con i fornitori e favorire percorsi di coevoluzione;
- ✓ progressiva estensione dell'adesione al **Codice di Condotta Fornitori** e all'applicazione dei principi della **Policy sugli Acquisti Sostenibili**, anche per le forniture indirette.

L'approccio resterà orientato alla collaborazione, alla trasparenza e al coinvolgimento dei fornitori, con l'obiettivo di rafforzare la resilienza della catena di fornitura e la coerenza delle pratiche adottate con i valori e gli impegni ESG del Gruppo.

Il Gruppo ha avviato un percorso strutturato di evoluzione del processo di qualifica fornitori, con l'obiettivo di rafforzare la trasparenza, la gestione dei rischi e l'**integrazione dei criteri ESG lungo la supply chain**. Tale processo si inserisce nel più ampio percorso di consolidamento della governance della sostenibilità e mira a supportare una valutazione più strutturata dei partner commerciali, attraverso l'analisi di aspetti legati a compliance normativa, etica, affidabilità operativa, tutela dei diritti umani, sicurezza sul lavoro e gestione ambientale. L'iniziativa nasce dalla consapevolezza che la sostenibilità della catena di fornitura rappresenti un elemento sempre più rilevante sia in termini di resilienza operativa sia rispetto alle crescenti aspettative normative e degli stakeholder. In questo contesto, il Gruppo sta progressivamente integrando strumenti di vendor assessment, survey ESG e criteri di monitoraggio continuo, con l'obiettivo di promuovere relazioni di fornitura basate su responsabilità, trasparenza e miglioramento continuo.

Comunicazione e coinvolgimento degli stakeholder

Il Gruppo continuerà a promuovere una **comunicazione responsabile e trasparente** verso i propri stakeholder, con particolare attenzione ai consumatori e ai partner commerciali.

Nel solco delle attività sviluppate nel 2025, la comunicazione sarà orientata a supportare una **comprensione chiara e accessibile** delle caratteristiche dei prodotti, delle modalità di utilizzo e delle indicazioni relative al fine vita, valorizzando al contempo le iniziative a impatto ambientale integrate nelle linee di prodotto.

Attraverso il rafforzamento dei canali informativi e il dialogo continuo con gli stakeholder, il Gruppo intende favorire scelte di acquisto più consapevoli e consolidare relazioni basate su fiducia, trasparenza e coerenza con le Finalità di Beneficio Comune.

7.7

PRODUCT & PACKAGING.



Product & Packaging

Informativa
GRI

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

Casi di non conformità in materia di impatti sulla salute e sicurezza di prodotti e servizi	U.M.	2025	2024	2023
Casi di non conformità con le normative che comportino un'ammenda o una sanzione		0	0	0
Casi di non conformità con le normative che comportino un avviso	N°	0	0	3
Casi di non conformità con i codici di Autoregolamentazione		0	0	0

I dati si riferiscono alla società Cellularline S.p.A, Peter Jackel Gmbh e Worldconnect AG.

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

Plastica ²	U.M.	2025	2024	2023
Gamma energia		31	18	21
Gamma protezione	Tonnellate	13	17	20
Gamma audio		11	13	18
Totale		55	48	59

Carta	U.M.	2025	2024	2023
Gamma energia		310	282	395
Gamma protezione	Tonnellate	246	223	228
Gamma audio		178	98	142
Totale		734	603	765

Nel 2023, 2024 e 2025 l'informazione non è disponibile per Cellular Spain. Per gli esercizi 2024 e 2023 il dato non risulta disponibile per Systema.

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

Plastica ³	U.M.	2025	2024	2023
Gamma energia		1,1	1,3	5
Gamma Protezione	Tonnellate	7,5	7,5	1,5
Gamma audio		-	-	30,0
Totale		8,6	8,8	36,5

Carta	U.M.	2025	2024	2023
Gamma energia		283,8	236,3	272,6
Gamma Protezione	Tonnellate	242,5	175,8	171,5
Gamma audio		178,5	91,8	90,8
Totale		704,8	503,9	534,9

Nel 2023, 2024 e 2025 l'informazione non è disponibile per Cellular Spain. Per gli esercizi 2024 e 2023 il dato non risulta disponibile per Systema.

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

Valore complessivo delle forniture di beni, servizi e prestazioni lavorative per area geografica	U.M.	2025	2024	2023
Italia		23%	25%	27%
Europa (esclusa Italia)	%	8%	14%	7%
Asia		68%	61%	66%
America		-	-	-
Totale		100%	100%	100%

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

Fornitori certificati	U.M.	2025	2024	2023
Certificazione ISO 9001		50%	48%	42%
Certificazione ISO 14001	%	34%	29%	18%
Certificazione SA8000		1%	2%	4%

I dati sulle certificazioni riferiti alle Società Italiane del Gruppo sono stati calcolati a consuntivo del 2025.

² Si specifica che per i valori del 2023 dei materiali utilizzati è stato effettuato un restatement, passando da 20 a 21 (Gamma energia), da 19 a 20 (Gamma protezione) e da 35 a 18 (Gamma audio), dovuto ad un miglioramento del processo di raccolta del dato.
³ Si specifica che per i valori del 2023 dei materiali utilizzati è stato effettuato un restatement, passando da 6,5 a 5 (Gamma energia), dovuto ad un miglioramento del processo di raccolta del dato.

8.1

AM
BIEN
TE.



Ambiente

Introduzione

Introduzione

La tutela dell'ambiente rappresenta per il Gruppo Cellularline un principio fondante e una responsabilità verso le generazioni presenti e future. La consapevolezza che ogni attività aziendale genera un impatto sull'ecosistema guida le scelte strategiche e operative del Gruppo, orientandole verso un modello di sviluppo progressivamente più sostenibile.

Nel corso degli anni, Cellularline ha avviato un percorso strutturato volto a ridurre gli impatti ambientali delle proprie attività e dei propri prodotti, intervenendo su processi, infrastrutture, mobilità, progettazione e coinvolgimento delle persone. Questo percorso, inizialmente orientato alla raccolta e al miglioramento delle performance ambientali, **nel 2025 ha raggiunto una nuova fase di maturità.**

Il 2025 rappresenta infatti un anno chiave di strutturazione metodologica: il Gruppo ha formalmente avviato il **Net Zero Program**, definendo il perimetro organizzativo della **Carbon Footprint di organizzazione** in conformità allo standard **ISO 14064-1** e avviando la raccolta strutturata dei dati relativi alle emissioni **Scope 1, Scope 2 e Scope 3**, con anno di riferimento 2025. Questo passaggio pone le basi per l'ottenimento della certificazione ISO 14064-1 e per la definizione del primo **Piano di Decarbonizzazione** nel corso del 2026, come rendicontato nella **Relazione d'Impatto 2025**.

Accanto alla dimensione climatica, il Gruppo continua a promuovere iniziative orientate alla tutela della biodiversità, all'efficienza energetica, alla mobilità sostenibile e alla diffusione di comportamenti responsabili all'interno dell'organizzazione, in un'ottica di miglioramento continuo e coinvolgimento degli stakeholder.

Il presente capitolo illustra le principali azioni, i progetti e i risultati conseguiti nel 2025 in ambito ambientale, in coerenza con le **Finalità di Beneficio Comune** e con il percorso di misurazione e rendicontazione dell'impatto.

// In coerenza con la Relazione d'Impatto 2025, il Capitolo Ambiente dell'ESG Report ha l'obiettivo di rendere maggiormente accessibili, leggibili e contestualizzati i contenuti relativi alla **Finalità 3 – Valore per l'ambiente e le generazioni future**, offrendo una narrazione strutturata delle azioni intraprese e degli impegni futuri. //

La Relazione d'Impatto rimane il documento di riferimento per la definizione degli obiettivi e dei KPI di medio periodo e per il monitoraggio delle performance ambientali del Gruppo, mentre il presente capitolo ne supporta la diffusione e la comprensione verso un pubblico più ampio di stakeholder.

Il 2025 si colloca inoltre come ultimo anno di misurazione dell'impatto anche tramite **B Impact Assessment (BIA)**; a partire dal 2026 la Società adotterà un framework integrato di valutazione basato sui KPI del Master Plan e della Relazione d'Impatto, con progressiva integrazione di standard tecnici e certificazioni di terza parte.



23,5

Punteggio area
Ambiente (BIA 2025)

8.2

AM
BIEN
TE.



Ambiente

Monitoraggio delle performance ambientali

Monitoraggio delle performance ambientali

Il monitoraggio delle performance ambientali rappresenta una leva fondamentale per guidare la transizione ecologica del Gruppo e rendere misurabili i risultati delle iniziative implementate. In coerenza con gli standard GRI, Cellularline presidia nel tempo i principali indicatori ambientali (energia ed emissioni) e integra progressivamente strumenti e metodologie più robuste per la misurazione e la gestione dell'impatto.

Accanto al percorso climatico, il Gruppo continua a sviluppare iniziative su **energia rinnovabile, biodiversità, mobilità sostenibile e gestione interna delle risorse**, in un'ottica di miglioramento continuo e coinvolgimento attivo delle persone e dei partner lungo la catena del valore.

Net Zero Program: evoluzione del monitoraggio climatico

Nel 2025 la Società ha avviato il **programma Net Zero**, definendo il perimetro organizzativo della misurazione della Carbon Footprint secondo la normativa **ISO 14064-1** e impostando un sistema strutturato di raccolta dati per il calcolo delle emissioni di **Scope 1, Scope 2 e Scope 3** con anno di riferimento 2025.

Tale lavoro costituisce la base metodologica per il futuro conseguimento della certificazione ISO 14064-1 nel 2026 e per la definizione del primo **Piano di Decarbonizzazione entro dicembre 2026**, come previsto nella Relazione d'Impatto 2025.

Energia e infrastrutture: fotovoltaico e data center

Il Gruppo integra da anni soluzioni di efficienza e autoproduzione energetica, in particolare attraverso l'impianto fotovoltaico presso l'headquarter di Reggio Emilia. L'iniziativa rappresenta un tassello concreto nel percorso di riduzione dell'impatto climatico, contribuendo alla generazione di energia da fonte rinnovabile e alla riduzione della dipendenza dalla rete elettrica nazionale. I valori di produzione, autoconsumo e immissione in rete sono rendicontati nelle metriche relative ai consumi energetici.

In parallelo, il Gruppo considera la dimensione digitale parte integrante del proprio profilo ambientale. I principali sistemi informativi e applicativi corporate sono ospitati presso il Data Center WIIT (Milano), e l'energia elettrica utilizzata è dichiarata come **certificata tramite Garanzia d'Origine (GO)**, a supporto dell'allineamento tra infrastrutture IT e obiettivi di sostenibilità.

Biodiversità e iniziative "nature based": 3Bee

Nel 2025 Cellularline ha proseguito il progetto **Oasi della Biodiversità** in collaborazione con **3Bee**, finalizzato alla rigenerazione del territorio e al supporto agli insetti impollinatori tramite la messa a dimora di piante nettariifere e l'utilizzo di strumenti di monitoraggio data driven (remote sensing e piattaforme digitali). L'iniziativa integra dimensione ambientale e coinvolgimento delle persone, contribuendo alla diffusione di una cultura aziendale attenta ai temi della biodiversità.

Gestione interna delle risorse e rifiuti: RicicliAmo

Pur svolgendo attività con un impatto ambientale diretto contenuto, in quanto privo di impianti produttivi, Cellularline ha implementato presidi per una corretta gestione interna dei rifiuti, attraverso il progetto **RicicliAmo** e un regolamento dedicato alla raccolta differenziata e allo smaltimento. A supporto della riduzione del monouso, l'azienda fornisce ai neoassunti strumenti riutilizzabili, tra cui borracce, tazze, e posate in bambù, favorendo la diffusione di una cultura interna dedicata a comportamenti quotidiani più sostenibili.

Mobilità sostenibile: PSCL, carpooling, TPL e travel policy

Il Gruppo ha proseguito il percorso di mobilità sostenibile attraverso l'aggiornamento del **Piano Spostamenti Casa Lavoro (PSCL)** e l'attivazione di iniziative di incentivo e monitoraggio, anche mediante strumenti digitali per tracciare gli spostamenti e stimare gli impatti. Le azioni includono programmi di **carpooling**, agevolazioni per il **trasporto pubblico locale**, promozione della mobilità attiva attraverso l'estensione dell'accordo con il Comune di Reggio Emilia del progetto **Bike to Work** fino al 2026, e misure organizzative che contribuiscono a ridurre gli spostamenti, come ad esempio la promozione del lavoro da remoto.

In parallelo, il Gruppo ha definito una **Corporate Travel Policy** e aggiornato la **Policy Car**, con indirizzi volti a privilegiare, ove possibile, scelte di mobilità a minore impatto emissivo.



Compensazioni e crediti di carbonio – Guanaré Forest Plantation Project

Nel 2025, in continuità con gli esercizi precedenti e in coerenza con la **Finalità 3 – Valore per l'ambiente e le generazioni future**, il Gruppo ha realizzato iniziative di compensazione delle emissioni residue attraverso **crediti di carbonio certificati**.

In particolare, nel corso dell'anno sono stati ritirati **500 Verified Carbon Units (VCUs)** riferiti al **Guanaré Forest Plantation Project**, progetto di riforestazione sviluppato in **Uruguay** e certificato secondo gli standard **Verified Carbon Standard (VCS)** e **Climate, Community & Biodiversity (CCB)**. Il progetto è finalizzato alla riforestazione di praterie degradate e genera co-benefici ambientali e sociali, tra cui la tutela della biodiversità, lo sviluppo rurale e il contributo agli **Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030**.

Le iniziative di compensazione si inseriscono all'interno del percorso Net Zero del Gruppo come **strumento complementare** alle azioni di riduzione e decarbonizzazione strutturale e sono progressivamente allineate agli esiti del sistema di misurazione delle emissioni impostato nel 2025 secondo lo standard **ISO 14064-1**, che costituisce la base per la definizione del **primo Piano di Decarbonizzazione aziendale nel 2026**.

8.3

AM
BIEN
TE.



Ambiente

Impegni futuri

Impegni futuri

Questo Capitolo rappresenta il principale punto di sintesi e di comunicazione degli impegni ambientali futuri del Gruppo. Gli obiettivi e le azioni qui descritti derivano direttamente dalla Relazione d’Impatto 2025 e ne costituiscono la declinazione operativa e narrativa all’interno dell’ESG Report, con particolare riferimento agli impegni previsti per il 2026.

Nel prossimo esercizio, il Gruppo Cellularline proseguirà il percorso di rafforzamento della propria strategia ambientale, consolidando quanto strutturato nel 2025 e orientando le azioni future verso obiettivi **misurabili, certificabili e progressivamente integrati nel modello di business.**

Gli impegni futuri in ambito ambientale sono definiti in coerenza con la **Finalità 3 – Valore per l’ambiente e le generazioni future** di Cellularline S.p.A. come Società Benefit. Il dettaglio degli obiettivi e dei **KPI di impatto** è rendicontato nella **Relazione d’Impatto 2025**, che rappresenta il riferimento principale per il monitoraggio delle performance ambientali a partire dal 2026.



Net Zero Program e decarbonizzazione

Il 2026 rappresenterà l’anno di consolidamento del Net Zero Program.

In particolare, il Gruppo si impegna a:

- ottenere la **certificazione ISO 14064-1** sulla Carbon Footprint di organizzazione di Cellularline S.p.A., basata sui dati di emissione 2025;
- definire e formalizzare il **primo Piano di Decarbonizzazione aziendale**, con l’identificazione delle principali leve di riduzione delle emissioni e delle priorità di intervento nel medio lungo periodo.

A partire dagli esercizi successivi, il percorso di misurazione e gestione delle emissioni sarà progressivamente **esteso a livello di Gruppo**, con l’obiettivo di rafforzare la qualità e la comparabilità dei dati lungo l’intera catena del valore.

Energia, efficienza e mobilità sostenibile

Il Gruppo continuerà a promuovere iniziative orientate all’**efficientamento energetico**, all’utilizzo di **fonti rinnovabili** e alla riduzione degli impatti connessi alla mobilità, in continuità con i progetti già avviati su:

- autoproduzione di energia da fonti rinnovabili;
- gestione efficiente delle infrastrutture e dei sistemi digitali;
- mobilità sostenibile, attraverso l’aggiornamento del Piano Spostamenti Casa Lavoro, il rafforzamento del carpooling, l’utilizzo del trasporto pubblico e l’adozione di policy di viaggio e di flotta orientate alla riduzione delle emissioni.

Biodiversità e iniziative ambientali

Nel prossimo esercizio, il Gruppo proseguirà il sostegno a iniziative a tutela della biodiversità e del capitale naturale, valorizzando progetti di rigenerazione del territorio e soluzioni nature based. Tali iniziative continueranno a essere affiancate da attività di sensibilizzazione e coinvolgimento delle persone, con l'obiettivo di diffondere una cultura ambientale sempre più condivisa all'interno dell'organizzazione.



Evoluzione del modello di misurazione dell'impatto

Il 2025 rappresenta l'ultimo anno di utilizzo del **B Impact Assessment (BIA)** come strumento di misurazione dell'impatto ambientale. A partire dal 2026, il Gruppo adotterà un **framework integrato di valutazione**, basato sui KPI definiti nel Master Plan di sostenibilità e formalizzati nella Relazione d'Impatto, con progressiva integrazione di standard tecnici e certificazioni riconosciute a livello internazionale.

Questo passaggio segna l'evoluzione da una fase di autovalutazione a una fase di **misurazione strutturata e orientata ai risultati**, rafforzando la capacità del Gruppo di governare e comunicare in modo trasparente il proprio percorso ambientale.



8.4

AM
BIEN
TE.



Ambiente

Informativa
GRI

GRI Standard 302-1 - Consumi energetici all'interno dell'organizzazione⁴

Consumo diretto di energia	U.M.	2025	2024	2023
Combustibili da fonti non rinnovabili				
Gas naturale	GJ	1.536	1.524	1.250
Benzina		1.328	552	579
Diesel		6.370	5.086	6.108
Totale		9.234	7.162	7.937

Per il 2024 con riferimento al valore di gas naturale è stato effettuato un restatement a seguito dell'affinamento della metodologia di calcolo e raccolta dati. In particolare, lo stesso è stato modificato da 6.759 a 1.524 GJ.

Consumo diretto di energia	U.M.	2025	2024	2023
Combustibili da fonti rinnovabili (fotovoltaico, energia elettrica autoprodotta)				
Di cui consumata	GJ	522	457	405
Di cui restituita alla rete		290	252	205
Water Heating Pump		6	-	-
Totale ⁵		528	457	405

Consumo indiretto di energia	U.M.	2025	2024	2023
Da fonti non rinnovabili		1.023	921	389
Certificate da fonti rinnovabili (es. Certificati di origine)	GJ	25	24	265
Energia elettrica acquistata totale		1.048	945	654

Con riferimento all'esercizio 2024, il dato relativo all'energia certificata da fonti rinnovabili è stato oggetto di restatement a seguito dell'affinamento del processo di raccolta dati.

Consumo totale di energia (diretto e indiretto)	U.M.	2025	2024	2023
Energia totale consumata	GJ	10.810	8.564	8.996

⁴ Al fine della comprensione del dato, sono da considerare le iniziative di riduzione dei consumi e il maggior ricorso all'energia rinnovabile tramite l'autoproduzione da pannelli fotovoltaici. Nel 2023 l'informazione non è disponibile per Cellular Swiss S.A e Subliros S.L. Coverlab S.r.l.; Per il calcolo dei consumi espressi in GJ sono stati utilizzati i fattori di conversione del DEFRA 2025, 2024 e 2023 (Department for Environment Food & Rural Affairs).

⁵ Per il 2023 e il 2024 il totale è stato ricalcolato per riflettere esclusivamente il consumo effettivo di energia da fonti rinnovabili, escludendo i quantitativi restituiti alla rete.

GRI Standard 305-1, 305-2, 305-3 – Emissioni totali⁶

	U.M.	2025	2024	2023
Gas naturale		79	77	70
Benzina	tCO2e	89	33	41
Diesel		446	336	455
Emissioni dirette Scope 1		614	446	566

Il restatement del consumo di gas naturale ha determinato un aggiornamento dei valori delle emissioni Scope 1 per l'esercizio 2024, in coerenza con i fattori di emissione e la metodologia di calcolo applicata.

	U.M.	2025	2024	2023
Emissioni indirette Scope 2 (location based)	tCO2e	64	80	49
Emissioni indirette Scope 2 (market based)		132	117	49

Il restatement del consumo indiretto di energia certificata da fonti rinnovabili ha determinato un aggiornamento dei valori delle emissioni indirette Scope 2 (market-based) per l'esercizio 2024, in coerenza con i fattori di emissione e la metodologia di calcolo applicata.

	U.M.	2025	2024	2023
Emissioni indirette Scope 1 + Scope 2 (location based)	tCO2e	678	526	615
Emissioni indirette Scope 1 + Scope 2 (market based)		746	563	615

	U.M.	2025	2024	2023
Upstream transportation and distribution (SCOPE 3)	tCO2e	1.939	2.680	2.147
Downstream transportation and distribution (SCOPE 3)		383	307	452
Emissioni indirette Scope 3		2.322	2.987	2.599

⁶ Per il calcolo delle emissioni Scope 1 sono stati utilizzati i fattori di conversione DEFRA 2025, 2024 e 2023. Le emissioni Scope 2 – Location Based sono state calcolate secondo i fattori di conversione forniti dall'International Energy Agency (IEA 2025), mentre le emissioni Scope 2 – Market Based secondo i fattori forniti da AIB Residual Mix 2024. I dati relativi alle emissioni Scope 3 derivano da misurazioni dirette, ossia dai report dei principali fornitori di logistica in entrata e in uscita; pertanto, al fine del calcolo di questa categoria non sono state utilizzate stime.

9.1

ANNEXES.

Annexes

**Iniziative esterne,
adesioni e
associazioni**

Iniziative esterne, adesioni e associazioni

Retail institute

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

Le attività dell'istituto sono rivolte principalmente a:

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

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

Unindustria Reggio Emilia

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

HRC – HR Community

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

UNIMORE Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia

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

1% for the Planet

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

TEDx Reggio Emilia

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

WebApp – Mobility connect

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

ANDEC (Associazione Nazionale Importatori e Produttori di Elettronica Civile)

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

Sustainability Makers

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

9.2

ANNEXES.

Annexes

Tabella di raccordo temi materiali GRI

Tabella di raccordo temi materiali GRI

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

Temi materiali	Indicatori GRI	Riferimento al paragrafo o relativo documento
Anti-corruption and business ethics	205-3 Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	4.3 Sistema di controllo interno, gestione dei rischi e compliance
Economic performance and creation of added value	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	4.6 Informativa GRI
Economic performance and creation of added value	207-1 Approccio alla fiscalità	4.4 Gestione fiscale responsabile
Economic performance and creation of added value	207-2 Governance fiscale, controllo e gestione del rischio	4.2 Sistema di amministrazione e controllo; 4.3 Sistema di controllo interno, gestione dei rischi e compliance; 4.4 Gestione fiscale responsabile
Economic performance and creation of added value	207-3 Coinvolgimento degli stakeholder e gestione delle preoccupazioni in materia fiscale	4.1 La Governance della Sostenibilità; 4.3 Sistema di controllo interno, gestione dei rischi e compliance; 4.4 Gestione fiscale responsabile
Customer centricity	-	5.2 Customer centricity
Evolution of distribution channels	-	5.2 Customer centricity
Innovation and R&D	-	7.4 Ricerca, sviluppo e innovazione come strategia
Product quality and safety	416-1 Valutazione degli impatti sulla salute per categorie di prodotto e servizi	7.2 Qualità e sicurezza dei prodotti; 7.7 Informativa GRI
Product quality and safety	416-2 Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi	7.2 Qualità e sicurezza dei prodotti; 7.7 Informativa GRI
Ethical Marketing	417-2 Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	7.3 Marketing responsabile e sostenibile
Ethical Marketing	417-3 Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing	7.3 Marketing responsabile e sostenibile
Climate change & Energy Efficiency	302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione	8.2 Monitoraggio delle performance ambientali; 8.4 Informativa GRI
Climate change & Energy Efficiency	302-2 Energia consumata al di fuori dell'organizzazione	8.2 Monitoraggio delle performance ambientali; 8.4 Informativa GRI
Climate change & Energy Efficiency	305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	8.2 Monitoraggio delle performance ambientali; 8.4 Informativa GRI
Climate change & Energy Efficiency	305-2 Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	8.2 Monitoraggio delle performance ambientali; 8.4 Informativa GRI
Climate change & Energy Efficiency	305-3 Altre emissioni indirette di GHG (Scope 3)	8.2 Monitoraggio delle performance ambientali; 8.4 Informativa GRI

Temi materiali	Indicatori GRI	Riferimento al paragrafo o relativo documento
Environmental impact of products	301-1 Materiali utilizzati per peso o volume	7.4 Ricerca e sviluppo e innovazione come strategia per uno sviluppo sostenibile; 7.7 Informativa GRI
Environmental impact of products	301-2 Materiali utilizzati che provengono da riciclo	7.4 Ricerca e sviluppo e innovazione come strategia per uno sviluppo sostenibile; 7.7 Informativa GRI
Diversity, Equity & Inclusion	405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	6.2 Diversity, Equity & Inclusion; 6.7 Informativa GRI
Diversity, Equity & Inclusion	405-2 Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	6.2 Diversity, Equity & Inclusion; 6.7 Informativa GRI
People care & employee development	401-1 Nuove assunzioni e turnover	6.3 Sviluppo e valorizzazione delle Persone; 6.7 Informativa GRI
People care & employee development	401-2 Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno, ma non per i dipendenti part time o con contratto a tempo determinato	6.3 Sviluppo e valorizzazione delle Persone; 6.7 Informativa GRI
People care & employee development	401-3 Congedo parentale	6.3 Sviluppo e valorizzazione delle Persone; 6.7 Informativa GRI
People care & employee development	404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente	6.3 Sviluppo e valorizzazione delle Persone; 6.7 Informativa GRI
People care & employee development	404-3 Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale	6.3 Sviluppo e valorizzazione delle Persone; 6.7 Informativa GRI
Employee Health & Safety	403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	6.4 Salute e Sicurezza sul lavoro; 6.7 Informativa GRI
Employee Health & Safety	403-2 Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	6.4 Salute e Sicurezza sul lavoro; 6.7 Informativa GRI
Employee Health & Safety	403-3 Servizi di medicina del lavoro	6.4 Salute e Sicurezza sul lavoro; 6.7 Informativa GRI
Employee Health & Safety	403-4 Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	6.4 Salute e Sicurezza sul lavoro; 6.7 Informativa GRI
Employee Health & Safety	403-5 Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	6.4 Salute e Sicurezza sul lavoro; 6.7 Informativa GRI
Employee Health & Safety	403-6 Promozione della salute dei lavoratori	6.4 Salute e Sicurezza sul lavoro; 6.7 Informativa GRI
Employee Health & Safety	403-7 Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	6.4 Salute e Sicurezza sul lavoro; 6.7 Informativa GRI
Employee Health & Safety	403-9 Infortuni sul lavoro	6.4 Salute e Sicurezza sul lavoro; 6.7 Informativa GRI
Privacy and cyber security	418-1 Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	6.3 Sviluppo e valorizzazione delle Persone
Respect for human rights	-	7.5 La gestione dei fornitori
Sustainable supply chain	204-1 Proporzione di spesa verso fornitori locali	7.5 La gestione dei fornitori; 7.7 Informativa GRI
Social initiatives	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	4.6 Informativa GRI; 6.5 Sostegno alla comunità

9.3

ANNEXES.

Annexes

Indice dei contenuti GRI

Indice dei contenuti GRI

Dichiarazione d'uso	Cellularline Group ha presentato una rendicontazione in conformità agli Standard GRI per il periodo 01.01.2025 - 31.12.2025.
Standard	GRI 1: Foundation 2021
Standard di settore	Non applicabile

GENERAL DISCLOSURES

GRI standard / other source	Disclosure	Location	Omission			GRI sector standard ref. no
			Requirement(s)	Omitted reason	Explanation	
GRI 2: General Disclosures 2021	2-1 Dettagli organizzativi	2.2 Dati societari, Composizione del Gruppo, Organo Amministrativo, Informativa azionisti (pagg. 17-21)				
	2-2 Entità incluse nel report di sostenibilità dell'organizzazione	1.2 Metodologie e criteri per la redazione del Bilancio (pagg. 9-10)				
	2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e canale di contatto	1.2 Metodologie e criteri per la redazione del Bilancio (pagg. 9-10)				
	2-4 Revisione di informazioni	1.2 Metodologie e criteri per la redazione del Bilancio (pagg. 9-10)				
	2-5 Assurance esterna	Relazione KPMG				
	2-6 Attività, catena del valore e altre relazioni commerciali	3.1 Cellularline S.p.A. Società Benefit (pagg. 27-35)				
	2-7 Dipendenti	6.7 People & Community - Informativa GRI (pagg. 151-159)				
	2-8 Lavoratori che non sono dipendenti	6.7 People & Community - Informativa GRI (pagg. 151-159)				
	2-9 Struttura e composizione della governance	4.1 La Governance della Sostenibilità (pagg. 61-63) 4.6 Governance - Informativa GRI (pagg. 83-85)				
	2-10 Nomina e selezione del massimo organo di governo	4.1 La Governance della Sostenibilità (pagg. 61-63) I membri del CdA sono nominati, sulla 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				
	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 delega 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.				

GRI standard / other source	Disclosure	Location	Omission			GRI sector standard ref. no
			Requirement(s)	Omitted reason	Explanation	
GRI 2: General Disclosures 2021	2-15 Conflitti di interesse	4.1 La Governance della Sostenibilità (pagg. 61-63) 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. 4.5 Impegni futuri in ambito governance (pagg. 79-81)				
	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	4.1 La Governance della Sostenibilità (pagg. 61-63)				
	2-20 Processo per determinare la remunerazione	4.1 La Governance della Sostenibilità (pagg. 61-63)				
	2-21 Rapporto annuale di compensazione totale	6.7 People & Community - Informativa GRI (pagg. 151-159)				
	2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	1.1 Lettera ai nostri stakeholder (pagg. 5-7)				
	2-23 Commitment	7.5 La gestione dei fornitori (pagg. 181-185) 7.6 Prodotto & Packaging - Impegni futuri (pagg. 187-193)				
	2-24 Incorporare degli impegni	4.1 La Governance della Sostenibilità (pagg. 61-63) 4.5 Impegni futuri in ambito governance (pagg. 79-81) 6.2 Diversity, Equity & Inclusion (pagg. 113-115) 6.6 People & Community - Impegni futuri (pagg. 145-149) 7.5 La gestione dei fornitori (pagg. 181-185) 7.6 Prodotto & Packaging Impegni futuri (pagg. 187-193)				
	2-25 Processi per rimediare agli impatti negativi	6.2 Diversity, Equity & Inclusion (pagg. 113-115) 6.3 Sviluppo e valorizzazione delle persone (pagg. 117-127) 6.4 Salute e Sicurezza sul lavoro (pagg. 129-135) 6.5 Sostegno alla comunità (pagg. 137-143) 7.5 La gestione dei fornitori (pagg. 181-185) 8.2 Monitoraggio delle performance ambientali (pagg. 203-207)				
	2-26 Meccanismi per chiedere consigli e sollevare preoccupazioni	4.1 La Governance della Sostenibilità (pagg. 61-63)				
	2-27 Conformità con le leggi e i regolamenti	Non si segnalano casi di non conformità a leggi e regolamenti per il FY 2025				
	2-28 Associazioni	9.1 Iniziative esterne, adesioni e associazioni (pagg. 219-223)				
	2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	3.5 Mappatura e coinvolgimento degli stakeholder (pagg. 57-59)				
GRI 3: Material Topics 2021	2-30 Contratti collettivi	100% dei dipendenti coperti da accordi collettivi di contrattazione per le Società italiane del Gruppo				
	3-1 Processo per determinare gli argomenti materiali	3.3 Le nostre priorità e i nostri temi materiali (pagg. 31-51)				
	3-2 Elenco degli argomenti materiali	3.3 Le nostre priorità e i nostri temi materiali (pagg. 31-51)				

MATERIAL TOPIC – ANTI CORRUPTION AND BUSINESS ETHICS

GRI standard / other source	Disclosure	Location	Omission			GRI sector standard ref. no
			Requirement(s)	Omitted reason	Explanation	
GRI 3 – Material Topics 2021	3-3 Gestione degli argomenti materiali	4.1 La Governance della Sostenibilità (pagg. 61-63)				
	205-3 Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	4.1 La Governance della Sostenibilità (pagg. 61-63) Nel corso del 2025 non si sono verificati episodi di corruzione.				

MATERIAL TOPIC – ECONOMIC PERFORMANCE AND CREATION OF ADDED VALUE

GRI standard / other source	Disclosure	Location	Omission			GRI sector standard ref. no
			Requirement(s)	Omitted reason	Explanation	
GRI 3 – Material Topics 2021	3-3 Gestione degli argomenti materiali	4.1 La Governance della Sostenibilità (pagg. 61-63) 4.4 Gestione fiscale responsabile (pagg. 75-77) 4.5 Impegni futuri in ambito governance (pagg. 79-81) 4.6 Governance - Informativa GRI (pagg. 83-85)				
	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	4.1 La Governance della Sostenibilità (pagg. 61-63) 4.4 Gestione fiscale responsabile (pagg. 75-77) 4.6 Governance - Informativa GRI (pagg. 83-85)				
	207-1 Approccio alla fiscalità	4.4 Gestione fiscale responsabile (pagg. 75-77) 4.6 Governance - Informativa GRI (pagg. 83-85)				
	207-2 Governance fiscale, controllo e gestione del rischio	4.4 Gestione fiscale responsabile (pagg. 75-77) 4.6 Governance - Informativa GRI (pagg. 83-85)				
	207-3 Coinvolgimento degli stakeholder e gestione delle preoccupazioni in materia fiscale	4.4 Gestione fiscale responsabile (pagg. 75-77)				

MATERIAL TOPIC – PRODUCT QUALITY AND SAFETY

GRI standard / other source	Disclosure	Location	Omission			GRI sector standard ref. no
			Requirement(s)	Omitted reason	Explanation	
GRI 3 – Material Topics 2021	3-3 Gestione degli argomenti materiali	7.2 Qualità e sicurezza dei prodotti (pagg. 165-169)				
	416-1 Valutazione degli impatti sulla salute e sulla sicurezza per categorie di prodotto e servizi	7.2 Qualità e sicurezza dei prodotti (pagg. 165-169)				
	416-2 Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi	7.2 Qualità e sicurezza dei prodotti (pagg. 165-169) 7.7 Prodotto & Packaging - Informativa GRI (pagg. 195-197)				

MATERIAL TOPIC – SUSTAINABLE SUPPLY CHAIN

GRI standard / other source	Disclosure	Location	Omission			GRI sector standard ref. no
			Requirement(s)	Omitted reason	Explanation	
GRI 3 – Material Topics 2021	3-3 Gestione degli argomenti materiali	7.5 La gestione dei fornitori (pagg. 181-185)				
	204-1 Proporzione di spesa verso fornitori locali	7.5 La gestione dei fornitori (pagg. 181-185) 7.7 Prodotto & Packaging - Informativa GRI (pagg. 195-197)				

MATERIAL TOPIC – PRIVACY E CYBERSECURITY

GRI standard / other source	Disclosure	Location	Omission			GRI sector standard ref. no
			Requirement(s)	Omitted reason	Explanation	
GRI 3 – Material Topics 2021	3-3 Gestione degli argomenti materiali	6.3 Sviluppo e valorizzazione delle persone (pagg. 117-127)				
	418-1 Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	6.3 Sviluppo e valorizzazione delle persone (pagg. 117-127)				

MATERIAL TOPIC – INNOVATION E R&D

GRI standard / other source	Disclosure	Location	Omission			GRI sector standard ref. no
			Requirement(s)	Omitted reason	Explanation	
GRI 3 – Material Topics 2021	3-3 Gestione degli argomenti materiali	7.4 Ricerca, sviluppo e innovazione come strategia (pagg. 175-179)				

MATERIAL TOPIC – CUSTOMER CENTRICITY

GRI standard / other source	Disclosure	Location	Omission			GRI sector standard ref. no
			Requirement(s)	Omitted reason	Explanation	
GRI 3 – Material Topics 2021	3-3 Gestione degli argomenti materiali	5.2 Customer centricity (pagg. 91-95) 5.5 Impegni futuri (pagg. 105-107)				

MATERIAL TOPIC – ETHICAL MARKETING

GRI standard / other source	Disclosure	Location	Omission			GRI sector standard ref. no
			Requirement(s)	Omitted reason	Explanation	
GRI 3 – Material Topics 2021	3-3 Gestione degli argomenti materiali	7.3 Marketing responsabile e sostenibile (pagg. 171-173)				
	417-2 Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	Non si registrano casi di non conformità con le normative in materia di informazione ed etichettatura dei prodotti che hanno comportato un avviso.				
	417-3 Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing	Non si sono verificati episodi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing				

MATERIAL TOPIC – EVOLUTION OF DISTRIBUTION CHANNELS

GRI standard / other source	Disclosure	Location	Omission			GRI sector standard ref. no
			Requirement(s)	Omitted reason	Explanation	
GRI 3 – Material Topics 2021	3-3 Gestione degli argomenti materiali	5.2 Customer centricity (pagg. 91-95) 5.5 Impegni futuri (pagg. 105-107)				

MATERIAL TOPIC – EMPLOYEE HEALTH AND SAFETY

GRI standard / other source	Disclosure	Location	Omission			GRI sector standard ref. no
			Requirement(s)	Omitted reason	Explanation	
GRI 3 – Material Topics 2021	3-3 Gestione degli argomenti materiali	6.4 Salute e Sicurezza sul lavoro (pagg. 129-135) 6.7 People & Community - Informativa GRI (pagg. 151-159)				
	403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	6.4 Salute e Sicurezza sul lavoro (pagg. 129-135) 6.7 People & Community - Informativa GRI (pagg. 151-159)				
	403-2 Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	6.4 Salute e Sicurezza sul lavoro (pagg. 129-135) 6.7 People & Community - Informativa GRI (pagg. 151-159)				
	403-3 Servizi di medicina del lavoro	6.4 Salute e Sicurezza sul lavoro (pagg. 129-135) 6.7 People & Community - Informativa GRI (pagg. 151-159)				
	403-4 Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	6.4 Salute e Sicurezza sul lavoro (pagg. 129-135) 6.7 People & Community - Informativa GRI (pagg. 151-159)				
	403-5 Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	6.4 Salute e Sicurezza sul lavoro (pagg. 129-135) 6.7 People & Community - Informativa GRI (pagg. 151-159)				
	403-6 Promozione della salute dei lavoratori	6.4 Salute e Sicurezza sul lavoro (pagg. 129-135) 6.7 People & Community - Informativa GRI (pagg. 151-159)				
	403-7 Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	6.4 Salute e Sicurezza sul lavoro (pagg. 129-135) 6.7 People & Community - Informativa GRI (pagg. 151-159)				
	403-9 Infortuni sul lavoro	6.4 Salute e Sicurezza sul lavoro (pagg. 129-135) 6.7 People & Community - Informativa GRI (pagg. 151-159)				
	403-10 Malattie professionali	6.4 Salute e Sicurezza sul lavoro (pagg. 129-135) 6.7 People & Community - Informativa GRI (pagg. 151-159)				

MATERIAL TOPIC – PEOPLE CARE & EMPLOYEE DEVELOPMENT

GRI standard / other source	Disclosure	Location	Omission			GRI sector standard ref. no
			Requirement(s)	Omitted reason	Explanation	
GRI 3 – Material Topics 2021	3-3 Gestione degli argomenti materiali	6.3 Sviluppo e valorizzazione delle persone (pagg. 117-127) 6.7 People & Community - Informativa GRI (pagg. 151-159)				
	401-1 Nuove assunzioni e turnover	6.3 Sviluppo e valorizzazione delle persone (pagg. 117-127) 6.7 People & Community - Informativa GRI (pagg. 151-159)				
	401-2 Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno, ma non per i dipendenti part-time o con contratto a tempo determinato	6.3 Sviluppo e valorizzazione delle persone (pagg. 117-127) 6.7 People & Community - Informativa GRI (pagg. 151-159)				
	401-3 Congedo parentale	6.3 Sviluppo e valorizzazione delle persone (pagg. 117-127) 6.7 People & Community - Informativa GRI (pagg. 151-159)				
	404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente	6.3 Sviluppo e valorizzazione delle persone (pagg. 117-127) 6.7 People & Community - Informativa GRI (pagg. 151-159)				
	404-3 Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale	6.3 Sviluppo e valorizzazione delle persone (pagg. 117-127) 6.7 People & Community - Informativa GRI (pagg. 151-159)				

MATERIAL TOPIC – DIVERSITY, EQUITY & INCLUSION

GRI standard / other source	Disclosure	Location	Omission			GRI sector standard ref. no
			Requirement(s)	Omitted reason	Explanation	
GRI 3 – Material Topics 2021	3-3 Gestione degli argomenti materiali	4.1 La Governance della Sostenibilità (pagg. 61-63) 4.6 Governance - Informativa GRI (pagg. 83-85) 6.2 Diversity, Equity & Inclusion (pagg. 113-115) 6.7 People & Community - Informativa GRI (pagg. 151-159)				
	405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	4.1 La Governance della Sostenibilità (pagg. 61-63) 4.6 Governance - Informativa GRI (pagg. 83-85) 6.2 Diversity, Equity & Inclusion (pagg. 113-115) 6.7 People & Community - Informativa GRI (pagg. 151-159)				
	405-2 Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	6.2 Diversity, Equity & Inclusion (pagg. 113-115) 6.7 People & Community - Informativa GRI (pagg. 151-159)				

MATERIAL TOPIC – RESPECT FOR HUMAN RIGHTS

GRI standard / other source	Disclosure	Location	Omission			GRI sector standard ref. no
			Requirement(s)	Omitted reason	Explanation	
GRI 3 – Material Topics 2021	3-3 Gestione degli argomenti materiali	6.2 Diversity, Equity & Inclusion (pagg. 113-115) 7.5 La gestione dei fornitori (pagg. 181-185)				

MATERIAL TOPIC – SOCIAL INITIATIVES

GRI standard / other source	Disclosure	Location	Omission			GRI sector standard ref. no
			Requirement(s)	Omitted reason	Explanation	
GRI 3 – Material Topics 2021	3-3 Gestione degli argomenti materiali	6.5 Sostegno alla comunità (pagg. 137-143) 6.7 People & Community - Informativa GRI (pagg. 151-159) 9.1 Iniziative esterne, adesioni e associazioni (pagg. 219-223)				
	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	6.5 Sostegno alla comunità (pagg. 137-143) 6.7 People & Community - Informativa GRI (pagg. 151-159)				

MATERIAL TOPIC – CLIMATE CHANGE & ENERGY EFFICIENCY

GRI standard / other source	Disclosure	Location	Omission			GRI sector standard ref. no
			Requirement(s)	Omitted reason	Explanation	
GRI 3 – Material Topics 2021	3-3 Gestione degli argomenti materiali	8.2 Monitoraggio delle performance ambientali (pagg. 203-207) 8.3 Impegni futuri (pagg. 209-213) 8.4 Ambiente - Informativa GRI (pagg. 215-217)				
	302-1 Consumo di energia all'interno dell'organizzazione	8.2 Monitoraggio delle performance ambientali (pagg. 203-207) 8.4 Ambiente - Informativa GRI (pagg. 215-217)				
	305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	8.2 Monitoraggio delle performance ambientali (pagg. 203-207) 8.4 Ambiente - Informativa GRI (pagg. 215-217)				
	305-2 Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	8.2 Monitoraggio delle performance ambientali (pagg. 203-207) 8.4 Ambiente - Informativa GRI (pagg. 215-217)				
	305-3 Altre emissioni indirette di GHG (Scope 3)	8.2 Monitoraggio delle performance ambientali (pagg. 203-207) 8.4 Ambiente - Informativa GRI (pagg. 215-217)				

MATERIAL TOPIC – ENVIRONMENTAL IMPACT OF PRODUCTS

GRI standard / other source	Disclosure	Location	Omission			GRI sector standard ref. no
			Requirement(s)	Omitted reason	Explanation	
GRI 3 – Material Topics 2021	3-3 Gestione degli argomenti materiali	7.4 Ricerca, sviluppo e innovazione come strategia (pagg. 175-179) 7.7 Prodotto & Packaging - Informativa GRI (pagg. 195-197)				
	301-1 Materiali utilizzati per peso o volume	7.4 Ricerca, sviluppo e innovazione come strategia (pagg. 175-179) 7.7 Prodotto & Packaging - Informativa GRI (pagg. 195-197)				
	301-2 Materiali utilizzati che provengono da riciclo	7.4 Ricerca, sviluppo e innovazione come strategia (pagg. 175-179) 7.7 Prodotto & Packaging - Informativa GRI (pagg. 195-197)				





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

Relazione della società di revisione indipendente sull'ESG Report

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

Siamo stati incaricati di effettuare l'esame limitato ("*limited assurance engagement*") dell'ESG Report del Gruppo Cellularline (di seguito anche il "Gruppo") relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2025.

Responsabilità degli Amministratori per l'ESG Report

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

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

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

Indipendenza della società di revisione e gestione della qualità

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

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



Cellularline S.p.A.

Relazione della società di revisione

31 dicembre 2025

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 quanto previsto dal principio "*International Standard on Assurance Engagements ISAE 3000 (Revised) - Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information*" (di seguito anche "*ISAE 3000 Revised*"), emanato dall'*International Auditing and Assurance Standards Board* (IAASB) per gli incarichi di *limited assurance*. Tale principio richiede la pianificazione e lo svolgimento di procedure al fine di acquisire un livello di sicurezza limitato che l'*ESG Report* non contenga errori significativi.

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

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

In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:

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

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

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

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



Cellularline S.p.A.

Relazione della società di revisione

31 dicembre 2025

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 2025 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dai *GRI Standards*.

Parma, 8 luglio 2026

KPMG S.p.A.

A handwritten signature in blue ink, reading 'Federico Superchi'.

Federico Superchi
Socio



[CELLULARLINEGROUP]

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