



[CELLULARLINEGROUP]

www.cellularlinegroup.com

RELAZIONE DI IMPATTO 2024 CELLULARLINE S.P.A.

Redatta ai sensi della disciplina delle Società Benefit contenuta all'articolo 1 commi 376-384 della Legge 208/2015.

10 marzo 2025

SOMMARIO

Introduzione	3
Chi siamo	3
Lettera del responsabile d'impatto per gli stakeholder.....	3
Finalità specifiche di beneficio comune: azioni e KPI.....	4
Finalità 1: valore umano.....	4
Finalità 2: valore per la collettività attraverso i prodotti e servizi.....	4
Finalità 3: valore per l'ambiente e le generazioni future	5
Misurazione dell'impatto	5
Note relative al punteggio	6
Conclusioni.....	6
Appendice B Corp e Società Benefit.....	7

Introduzione

Nel corso del 2020 Cellularline S.p.A. ha intrapreso un percorso con l'obiettivo di integrare la responsabilità ambientale e sociale all'interno della strategia di business. In questo contesto, in dicembre 2024 Cellularline S.p.A. è diventata Società Benefit, ossia, ha formalizzato il proprio intento all'interno del proprio Statuto.

Le finalità specifiche di beneficio comune con cui l'Azienda decide di creare valore condiviso nel lungo termine sono tre: **valore umano, valore per la collettività attraverso i prodotti e servizi, valore per l'ambiente e le generazioni future.**

Chi siamo

Cellularline S.p.A. nasce più di 30 anni fa e continua a fornire al mercato prodotti di qualità e sempre al passo con le innovazioni tecnologiche. Oggi Cellularline Group è leader in Europa nel settore degli accessori per smartphone e tablet. Con headquarters a Reggio Emilia, Italia, e altre 5 sedi in Spagna, Svizzera e Francia, Germania e Dubai. Porta sotto il suo cappello più di 14 brand distribuiti in oltre 60 paesi che soddisfano le diverse e complesse esigenze dei consumatori finali. Tra questi i più importanti: Cellularline, Interphone, Nova, Skross, Audio Quality Lab, Music Sound, Coverlab, Allogio e Peter Jäckel.

Lettera del responsabile d'impatto agli stakeholder

Cellularline ha abbracciato il modello Società Benefit come parte della propria visione aziendale, impegnandosi ad adottare e promuovere un nuovo paradigma di business capace di generare valore economico, sociale e ambientale per tutti gli stakeholder. In questo contesto, l'Azienda si impegna a misurare con standard riconosciuti a livello internazionale e a comunicare con trasparenza l'impatto creato dalle proprie attività.

Il purpose aziendale, "Youmanizing the devices' experience", riflette l'identità di Cellularline e il suo approccio allo sviluppo sostenibile, mettendo sempre al centro le persone. Con questa visione, l'innovazione è costantemente guidata dalla volontà di migliorare l'esperienza quotidiana con la tecnologia, un principio che ispira il manifesto aziendale, le scelte strategiche e il modo di operare.

Nel corso dell'ultimo anno, Cellularline ha implementato numerose iniziative per migliorare il proprio impatto ambientale, aumentare il benessere dei dipendenti e sostenere progetti a impatto sociale. L'obiettivo per il 2025 è rafforzare ulteriormente questi impegni, collaborando con partner e stakeholder per promuovere un futuro più equo e sostenibile per le generazioni presenti e future.

Cellularline vuole affermarsi come punto di riferimento nel settore, dimostrando che crescita economica e sostenibilità possono e devono coesistere. Con questa consapevolezza, l'Azienda guarda al futuro con determinazione, certa che ogni azione possa fare la differenza per generare un cambiamento positivo e duraturo nel contesto in cui opera.

Luisa Cataldo
Group HR Manager e ESG Project Leader

Finalità specifiche di beneficio comune: azioni e KPI

Finalità 1: valore umano

Contribuire allo sviluppo del pieno potenziale delle proprie persone, creando un ambiente che possa garantire ai propri talenti benessere, motivazione e coinvolgimento; cooperare inoltre in maniera continuativa con i partner con cui condivide visione, idee e progettualità, per massimizzare la creazione di valore sociale e ambientale oltre che economico per tutto l'ecosistema.

Area di intervento: Academy interna

Azione	Target
Creazione di un luogo di formazione e informazione che permette di acquisire e condividere competenze attraverso la valorizzazione delle persone e il consolidamento dell'identità professionale.	Esecuzione di almeno 3 corsi.

Area di intervento: Processo di Talent Management

Azione	Target
Implementare piani di sviluppo personalizzati che valorizzino le competenze, promuovano la crescita professionale e rafforzino l'engagement, attraverso formazione continua, mentoring e percorsi di carriera sostenibili.	Creazione e attuazione di almeno 5 percorsi di sviluppo.

Area di intervento: Ulteriore sviluppo iniziative per la comunità locale

Azione	Target
Selezione e sviluppo di una ulteriore realtà locale.	Individuazione e sviluppo di iniziative a favore della comunità (Integrare il percorso intrapreso per favorire la comunità locale).

Finalità 2: valore per la collettività attraverso i prodotti e servizi

Considerare l'aspetto umano dell'innovazione per progettare e realizzare i più efficaci prodotti e servizi con il minor impatto ambientale possibile, che possano soddisfare i bisogni delle persone, amplificando e chiarendo la potenzialità dell'esperienza tecnologica.

Area di intervento: Monitoraggio della soddisfazione del cliente

Azione	Target
Monitoraggio della soddisfazione del consumatore e del potenziale consumatore, integrato nel progetto di consumer care già attivo. L'attività prevede l'analisi del sentiment di tutte le persone che contattano i brand del gruppo attraverso gli strumenti dedicati, al fine di raccogliere insight utili.	Implementazione di nuove attività per la valutazione della soddisfazione del cliente: <ul style="list-style-type: none">• Analisi soggettiva da parte del team consumer care, basata sull'interazione con il cliente, tramite la compilazione di un campo dedicato.• Richiesta di valutazione al cliente finale, su base volontaria, via mail alla chiusura del thread. L'anno 2025 rappresenterà la baseline di riferimento per la valutazione ed il monitoraggio delle recensioni dei consumatori finali.

Area di intervento: Ricerche di mercato

Azione	Target
Indagine delle preferenze e dei comportamenti del consumatore attraverso almeno due ricerche di mercato ad hoc.	<ul style="list-style-type: none">• Esecuzione di almeno due ricerche di mercato nel 2025• Sviluppo pack e prodotto sulla base dei risultati delle ricerche

Finalità 3: valore per l'ambiente e le generazioni future

Attuare un'evoluzione progressiva del proprio modello di business e operativo verso un'economia a zero emissioni di gas climalteranti, in linea con gli obiettivi europei di neutralità climatica e quelli nazionali di transizione ecologica.

Area di intervento: Net Zero Program

Azione	Target
Carbon footprint di organizzazione e definizione di una direzione strategica di decarbonizzazione.	<ul style="list-style-type: none">• Aggiornamento delle emissioni Scope 1-2-3 al 2024 (Baseline anno zero: 2023)• Definizione obiettivi di riduzione delle emissioni di Scope 1-2-3 (Obiettivi qualitativi o quantitativi riduzione emissioni per Scope 1-2 e Scope 3)

Area di intervento: Analisi LCA

Azione	Target
Analisi LCA degli impatti ambientali del processo di produzione del prodotto su almeno una categoria di prodotto	<ul style="list-style-type: none">• Analisi LCA di almeno una categoria di prodotto

Misurazione dell'impatto

In qualità di Società Benefit, Cellularline S.p.A. è tenuta a misurare annualmente l'impatto della società sulle persone e sul pianeta, utilizzando uno standard internazionale di riferimento. Già dal 2021 l'azienda ha optato per utilizzare il B Impact Assessment (BIA), strumento sviluppato dalla non profit B Lab e impiegato da oltre 300.000 aziende al mondo, per la misura del nostro profilo e punteggio di impatto.

Il BIA fornisce utili indicazioni sulla performance economica, sociale e ambientale dell'azienda prendendo in considerazione, oltre al modello di business, cinque macro aree: governance, comunità, persone e ambiente e clienti. La misura dell'impatto è rappresentata da un indice totale su una scala da 0 a 200 punti. Il raggiungimento della soglia di 80 punti consente eventualmente di avviare il percorso per il riconoscimento della certificazione B Corp. Questo strumento interattivo permette di fare un benchmark della propria situazione rispetto alle aziende che lo hanno già utilizzato e di avere una guida esaustiva sulle possibili aree di miglioramento e su quali azioni intraprendere.

Nel corso del 2024, grazie all'integrazione di alcune azioni di miglioramento dell'impatto, Cellularline S.p.A. ha conseguito 88,5 punti.

Per poter comprendere al meglio i punteggi ottenuti, riportiamo di seguito le aree di impatto valutate in ciascuna macro area analizzata:

- **Governance:** politiche e pratiche relative alla mission aziendale, all'etica, la responsabilità e alla trasparenza;
- **Lavoratori:** tutela e valorizzazione del benessere personale, professionale e finanziario dei propri collaboratori;
- **Comunità:** contributo al benessere economico e sociale delle comunità in cui l'azienda opera;
- **Ambiente:** gestione delle tematiche ambientali (energia, acqua, rifiuti) e dell'impatto dei prodotti;
- **Clienti:** valore creato per i clienti diretti di Cellularline.

Segue il dettaglio del punteggio complessivo nelle singole macro aree di analisi del BIA con riferimento all'anno 2024 (<https://www.bcorporation.net/en-us/programs-and-tools/b-impact-assessment/>).

Punteggio ottenuto con lo strumento di misurazione → 88,5 (punteggio dato dal self assessment del BIA)

	Punteggio area Governance	19
	Punteggio area Lavoratori	26,1
	Punteggio area Comunità	17,3
	Punteggio area Ambiente	22,3
	Punteggio area Clienti	3,8

Note relative al punteggio

Per trasparenza, riferiamo che il punteggio è aggiornato al 2024, al netto di alcuni dati quantitativi di impatto ambientale (e.g., emissioni, consumi energetici, produzione di rifiuti), per cui, non essendo ancora disponibili i dati relativi al 2024, sono stati utilizzati gli ultimi disponibili relativi al 2023.

Conclusioni

Questa prima Relazione d'Impatto segna un passo importante per Cellularline S.p.A.: con la trasformazione in Società Benefit formalizza l'impegno a migliorare il profilo di sostenibilità e contribuire in maniera positiva al cambiamento.

Questa Relazione d'Impatto è destinata a tutti gli stakeholder auspicando che possa essere di ispirazione per altre imprese, in Italia e nel mondo, in qualsiasi attività economica, al fine di muoversi nella stessa direzione.

Da oggi in poi l'Azienda racconterà ogni anno il progresso sugli obiettivi inseriti a Statuto, misurandoli attraverso il BIA (Benefit Impact Assessment) e fissando annualmente dei target di miglioramento.

Appendice B Corp e Società Benefit

Si definiscono "Società Benefit" (in forma abbreviata SB) tutte le società che, nell'esercizio di un'attività economica - oltre allo scopo di dividere gli utili tra gli azionisti - perseguono una o più finalità di beneficio comune e operano in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni e attività culturali e sociali, enti e associazioni e altri portatori di interesse.

Le Società Benefit sono espressione di un paradigma economico evoluto che integra nel proprio oggetto sociale, oltre agli obiettivi di profitto, lo scopo di avere un impatto positivo sulla società e sulla biosfera.

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

Secondo la norma, le Società Benefit presentano alcune novità:

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

Il portale online delle Società Benefit italiane è disponibile al seguente link: www.societabenefit.net.