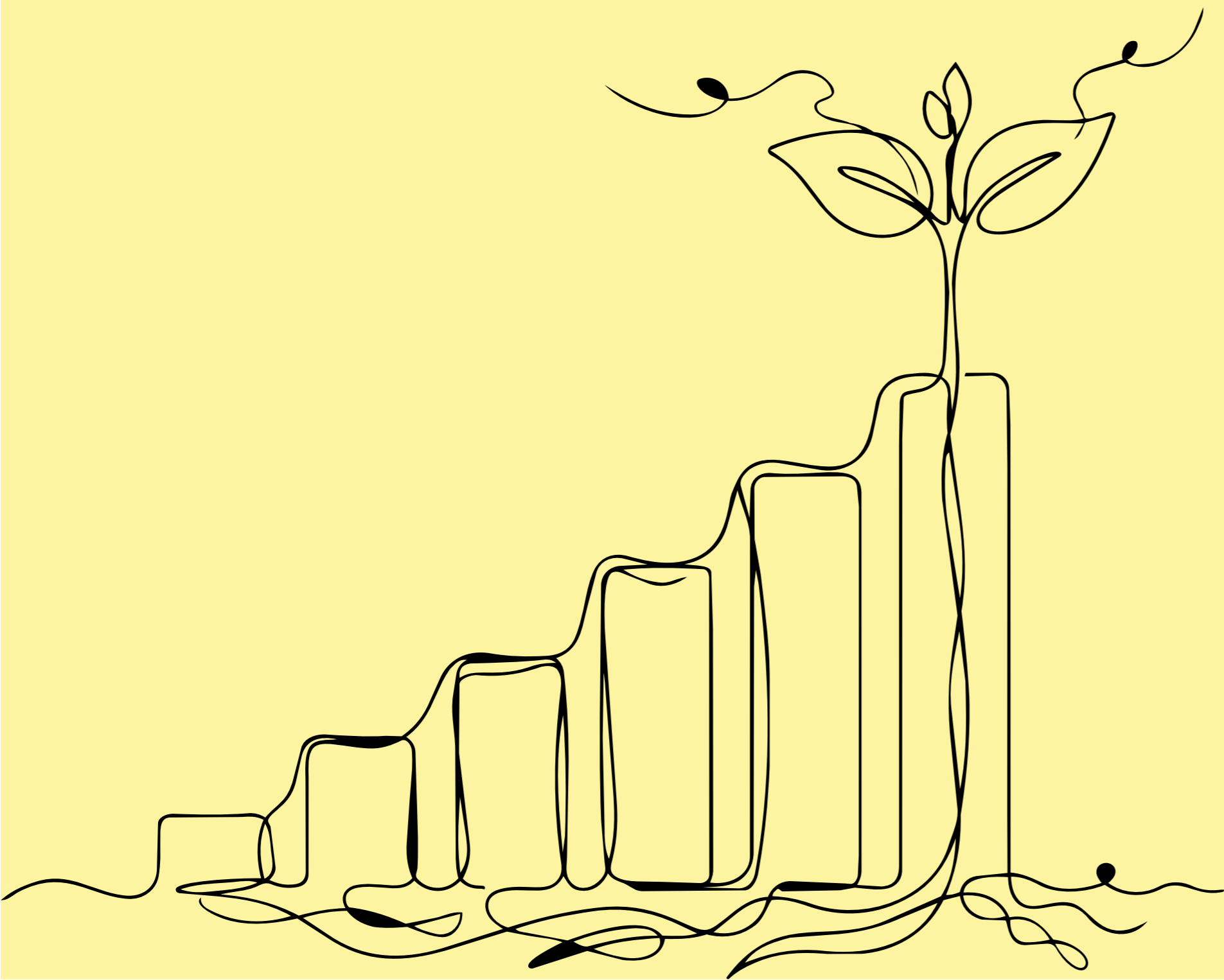


***Bilancio
di Sostenibilità
SG Company Società Benefit SpA
2025***

*“Il vero successo non è solo crescere,
ma proteggere ciò che conta. Il nostro
impegno concreto per bilanciare
progresso, umanità e natura.”*



Indice interattivo

LETTERA AGLI STAKEHOLDER	p. 4
NOTA METODOLOGICA E PERIMETRO DI RENDICONTAZIONE	p. 6
HIGHLIGHTS	p. 8
1. L'ORGANIZZAZIONE	
1.1 Chi siamo.....	p. 9
1.2 Il nostro ecosistema.....	p. 11
1.3 Il nostro settore e i mercati di riferimento.....	p. 12
1.4 I nostri valori.....	p. 13
1.5 La nostra governance.....	p. 13
1.6 Le nostre persone.....	p. 14
1.7 Il valore economico generato e distribuito.....	p. 17
2. LA SOSTENIBILITÀ IN SG COMPANY	
2.1 La nostra strategia di sviluppo sostenibile.....	p. 18
2.2 La Società Benefit.....	p. 18
2.3 Analisi di materialità.....	p. 19
2.4 Stakeholder engagement.....	p. 20
2.5 Temi materiali 2025.....	p. 22
3. IL NOSTRO 2025	
3.1 Dimensione Governance.....	p. 26
3.1.1 Le nostre certificazioni.....	p. 29
3.2 Dimensione Sociale.....	p. 30
3.2.1 Sicurezza sul lavoro.....	p. 35
3.3 Dimensione ambientale.....	p. 37
3.3.1 Emissioni di gas serra - Scope 1 e Scope 2.....	p. 40
4. INNOVAZIONE E SVILUPPO	
4.1 Sicurezza dei dati.....	p. 43
4.2 ESG Digital Governance.....	p. 43
5. OBIETTIVI FUTURI	p. 45
6. GRI CONTENT INDEX	p. 47
7. APPENDICE	p. 49
8. CONTATTI	p. 54

Lettera agli stakeholder

GRI 2-22

Cari Stakeholder, siamo lieti di presentarvi la terza edizione del Bilancio di Sostenibilità del gruppo SG Company, un documento che non rappresenta solo un momento di rendicontazione, ma anche un'occasione di riflessione sul percorso compiuto, di consapevolezza sugli impatti generati e di definizioni delle azioni future per lo sviluppo sostenibile.

Il 2025 ha confermato il nostro impegno nell'integrare in modo sempre più strutturato i principi ESG all'interno del modello di business. Tramite la redazione volontaria del presente documento ci teniamo a comunicare anche all'esterno come per noi, **la sostenibilità, non rappresenta solo un adempimento formale, ma una leva strategica capace di orientare decisioni, generare valore nel lungo periodo, ridurre i rischi e rafforzare la fiducia dei nostri stakeholder.**

Quest'anno abbiamo coinvolto nove sister company del nostro ecosistema, ampliando quindi il perimetro di rendicontazione e consolidando una visione integrata, che abbraccia diverse aree di business e culture aziendali. Il coinvolgimento delle società del nostro ecosistema ha portato benefici significativi, contribuendo a consolidare il nostro percorso di responsabilità sociale d'impresa.

Nel corso dell'anno abbiamo inoltre aggiornato la nostra analisi di materialità, rafforzando il processo di identificazione e valutazione degli impatti economici, ambientali e sociali generati dalle nostre attività. Il dialogo con i nostri stakeholder ha confermato la centralità di temi quali l'etica del business, la sicurezza dei dati, il benessere e lo sviluppo del capitale umano e la riduzione degli impatti ambientali, sul quale anno dopo anno continuiamo ad investire in ottica di continuo miglioramento. Queste priorità ci guidano nelle scelte strategiche e rappresentano per noi la base per continuare a operare in modo responsabile e competitivo.

Le persone sono il cuore pulsante del Gruppo: investire nel capitale umano, nella formazione e nel benessere organizzativo è per noi una priorità imprescindibile. La valorizzazione dei talenti, la promozione della parità di genere, la flessibilità lavorativa, il welfare e le numerose iniziative di sensibilizzazione testimoniano il nostro impegno verso un ambiente di lavoro inclusivo, stimolante e attento alle esigenze di ciascuno, fondamentale per lo sviluppo delle strategie di crescita aziendali.

Allo stesso tempo, la crescente attenzione verso le **tematiche ambientali** e verso il ruolo che il Gruppo può ricoprire nella **comunità** ci spinge a strutturare iniziative sempre più efficaci e misurabili. **Il nostro impegno è, infatti, anche orientato a contribuire allo sviluppo sostenibile ed economico del territorio in cui operiamo, per una crescita**

condivisa.

Come Società Benefit riconosciamo quindi la nostra responsabilità nei confronti dell'ambiente, delle persone e delle comunità con cui interagiamo. Le finalità di beneficio comune rappresentano per noi una guida costante e il punto di partenza di un impegno che coinvolge tutte le società del Gruppo.

Il percorso intrapreso è in costante evoluzione perché siamo consapevoli che la sostenibilità richiede un impegno continuo, un approccio critico e la volontà di migliorare costantemente. Per questo continueremo a investire in trasparenza, innovazione e responsabilità, con l'obiettivo di generare un impatto positivo e duraturo per le persone, la comunità e l'ambiente. Lo faremo attraverso scelte responsabili, azioni etiche e pratiche orientate ai valori, coinvolgendo le nostre persone e l'intero Gruppo.

Sharing Growth è la nostra filosofia: crescere insieme, condividendo valore e creando impatti positivi.

Vi ringraziamo per la fiducia costante e per il contributo che, ciascuno nel proprio ruolo, apporta quotidianamente alla crescita sostenibile del Gruppo.



Davide Verdesca
CEO & Chairman
SG Company SB S.p.A.

Nota metodologica e perimetro di rendicontazione

Dal 2023 SG Company SB S.p.A (di seguito “il Gruppo” o “SG Company”) pubblica annualmente il proprio Bilancio di Sostenibilità su base volontaria, come naturale sviluppo dell’impegno preso nel 2020 con la modifica statutaria relativa alla qualifica di Società Benefit e della redazione delle Relazioni d’Impatto.

Il presente documento rappresenta infatti la terza edizione e rendiconta le performance e gli impatti relativi all’esercizio sociale compreso tra il 1° gennaio e il 31 dicembre 2025. Il report è rivolto a tutti gli stakeholder del Gruppo con l’obiettivo di evidenziare, in modo trasparente, gli impatti economici, ambientali e sociali generati, nonché i progressi rispetto agli obiettivi di sostenibilità e di beneficio comune.

PERIMETRO DI RENDICONTAZIONE

GRI 2-1 | GRI 2-2

Il percorso di sostenibilità intrapreso da SG Company mira alla gestione responsabile e strategica del business, con il fine di integrare la sostenibilità all’interno delle scelte strategiche e di sensibilizzare nel merito tutti i propri stakeholder.

Considerata la natura dinamica del Gruppo, caratterizzata da una strategia di crescita prevalentemente per linee esterne e, dunque, particolarmente focalizzata sull’acquisizione di nuove realtà aziendali attive nel macrosettore della comunicazione, per il perimetro di rendicontazione delle attività di sostenibilità è stato a monte definito un criterio metodologico che differisce dal perimetro di consolidamento contabile. Tale metodo consente una transizione efficace delle nuove società verso modelli di governance e rendicontazione sostenibile. Per questo motivo, nella definizione del perimetro di rendicontazione del Bilancio di Sostenibilità non si considera l’effettivo perimetro aziendale consolidato al 31 dicembre dell’anno di riferimento, ma vengono incluse esclusivamente le società già presenti o acquisite nel corso dell’anno precedente. Questo approccio consente di disporre di un tempo adeguato per la formazione, la sensibilizzazione e l’integrazione delle società neoacquisite nei processi ESG, così da garantire l’affidabilità e la coerenza dei dati rendicontati.

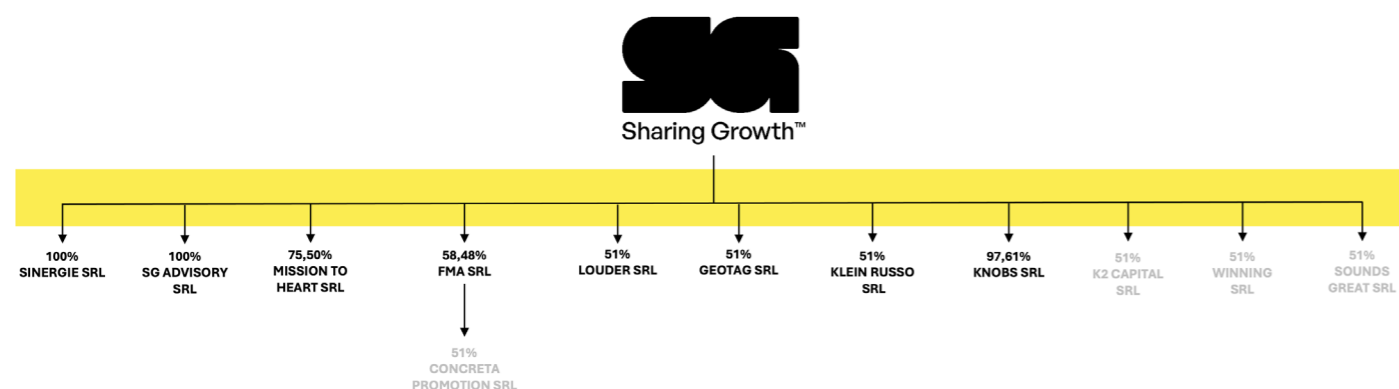
Per l’anno 2025 sono incluse nel perimetro di rendicontazione del Bilancio di Sostenibilità le seguenti società: SG Company SB S.p.A. (holding operativa), Sinergie S.r.l., SG Advisory S.r.l., Mission to Heart S.r.l., Louder S.r.l., FMA S.r.l., Geotag S.r.l., Klein Russo S.r.l. e Knobs S.r.l.

Al 31 dicembre 2025 le sedi relative alle società appena citate erano ubicate, rispettivamente, a Milano, in Piazza Guglielmo Oberdan 2/A, Via Nino Bixio 8, Via Gallarate 200 (sedi condivise dalle società SG Company, SG Advisory, Sinergie e Knobs), Viale Brenta 18 (FMA) e Via Cassano d’Adda 27/1 (Geotag), a Roma, in Via Spurio Cassio 7 (Mission to Heart) e Via Giano Parrasio 15 (Klein Russo), e a Torino, in Corso Brescia 91 (Louder).

Il presente perimetro di rendicontazione differisce pertanto:

- rispetto al perimetro considerato nel Bilancio di Sostenibilità dello scorso anno, per l'aggiunta delle società Knobs S.r.l e Klein Russo S.r.l;
- rispetto al perimetro considerato nel bilancio consolidato al 31.12.2025, per la mancanza della società Concreta Promotion S.r.l (acquisita a dicembre del 2024), Winning S.r.l, K2 Capital S.r.l. e Sound Great S.r.l., acquisite in quota di maggioranza da SG Company e che, in coerenza con l'approccio adottato, saranno incluse nel perimetro di rendicontazione a partire dall'esercizio 2026.

Restano escluse dal presente documento tutte le società in cui SG Company detiene partecipazioni di minoranza e le realtà aziendali partecipate – in quota di maggioranza o di minoranza – dalle società a loro volta controllate da SG Company.



FRAMEWORK DI RIFERIMENTO

GRI 2-3 | GRI 2-4 | GRI 2-5

Il Bilancio di Sostenibilità è redatto facendo riferimento al framework internazionale **GRI Sustainability Reporting Standards** (GRI Standards 2021), secondo l'opzione "with reference". L'intero processo di rendicontazione è stato sviluppato in conformità ai requisiti fondamentali previsti dal GRI 1 – Foundation 2021, GRI 2 – General Disclosures, GRI 3 – Material Topics e vari standard tematici applicabili ai temi materiali individuati.

Le informazioni contenute in questo documento sono state selezionate sulla base del principio di rilevanza, in coerenza con l'analisi di materialità aggiornata nel corso del 2025 e condotta attraverso il coinvolgimento degli stakeholder. I temi materiali individuati sono stati collegati agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) dell'Agenda ONU 2030.

Il documento è stato redatto con il coinvolgimento dell'intera organizzazione compresa nel perimetro di rendicontazione e i dati e le informazioni qualitative e quantitative sono stati

raccolti attraverso un processo strutturato di condivisione con tutte le sister company e sono stati validati internamente dal comitato ESG del Gruppo e consolidati secondo criteri omogenei.

Il GRI Content Index, con le disclosure mappate, è presente tra gli allegati del Bilancio. Si specifica, infine, che il presente documento include i contenuti della Relazione di Impatto, obbligatoria ai sensi della normativa sulle Società Benefit. All'interno, sono presenti le tabelle che illustrano gli obiettivi perseguiti nel corso del 2025 e quelli prefissati nel prossimo esercizio; tali tabelle consentono di misurare in modo puntuale e trasparente l'impatto del Gruppo sulle diverse tematiche previste dalla normativa.

Non si sono, inoltre, verificate revisioni rispetto alle informazioni pubblicate nei precedenti esercizi e la rendicontazione non è attualmente sottoposta ad assurance esterna indipendente.

Il Bilancio di Sostenibilità sarà reso disponibile al pubblico entro e non oltre i 15 giorni precedenti alla data di convocazione dell'Assemblea ordinaria per l'approvazione del bilancio, prevista per il 28 aprile 2026. Per agevolare il confronto dei dati nel tempo, ove possibile, sono stati forniti indicatori comparabili con quelli dell'esercizio precedente.

Il presente documento è stato redatto con il supporto tecnologico del software fornito da ESGeo S.r.l.



Highlights

148

dipendenti

82%

energia proveniente da fonti 100% rinnovabili

75%

composizione del parco auto a basse emissioni

15,33
tCO₂e

compensate

1567,5

ore di formazione non obbligatoria erogate

165,5

ore di volontariato (43% dei dipendenti coinvolti)

97%

dei dipendenti possiede un contratto a tempo indeterminato

L'ORGANIZZAZIONE

1.1 CHI SIAMO

GRI 2-1

Tutto è iniziato più di vent'anni fa, con un'idea semplice e ambiziosa: trasformare eventi in esperienze, messaggi in relazioni, comunicazione in valore.

Oggi quella stessa idea vive e cresce nel gruppo SG Company, un ecosistema fatto di persone, creatività, innovazione e visione condivisa.

Il Gruppo nasce dall'integrazione di agenzie italiane indipendenti, unite dalla volontà di costruire qualcosa di unico nel panorama nazionale.

Il 2018 segna una tappa decisiva: la quotazione sul mercato Euronext Growth Milan di Borsa Italiana permette a SG Company di ampliare la propria scala e accelerare la crescita attraverso l'acquisizione di società italiane di eccellenza nei settori degli eventi, della comunicazione, dell'advertising e delle tecnologie digitali.

Nel 2020 SG Company diventa Società Benefit e PMI innovativa, scegliendo quindi di abbracciare i temi ESG non come obbligo ma come un'opportunità per fare impresa in modo consapevole e responsabile.

Dal 2022, in periodo post pandemico, il Gruppo ha rivisto le proprie strategie di crescita, ampliando ulteriormente competenze e offerta grazie all'ingresso di nuove società, dando vita a un ecosistema multidisciplinare che evolve in modo continuo, combinando creatività e innovazione tecnologica per rispondere alle sfide della comunicazione contemporanea.

Oggi l'intero gruppo SG Company opera sinergicamente in diversi settori della comunicazione, mantenendo un'unica convinzione comune: crescere condividendo valore, ascolto, innovazione, a servizio dello sviluppo dei propri partner.

SHARING GROWTH SINTETIZZA QUESTO APPROCCIO: CRESCERE INSIEME AI PROPRI STAKEHOLDER, GENERANDO IMPATTI POSITIVI E DURATURI PER IL MERCATO, LE PERSONE E LE COMUNITÀ DI RIFERIMENTO.

2000



SINERGIE
We bring ideas to life

NASCE SINERGIE

La società opera negli eventi corporate e incentive in tutto il mondo.

2015



SG COMPANY
SOCIAL GROWTH

NASCE SG COMPANY

La società si posiziona come leader player di live e digital communication grazie all'acquisizione di società digital consumer e format.

2018

SG COMPANY PRENDE QUOTA

SG Company si quota in AIM Italia (oggi Euronext Growth Milan) e avvia il processo delle sister company, integrando tutte le competenze in ambito Comunicazione ed Eventi.

2020

SOCIETÀ BENEFIT E PMI INNOVATIVA

SG Company presenta un nuovo piano industriale 2021/2023 e si apre a un percorso ESG.

2022



MiTH
MISSION TO HEART

MITH ENTRA IN SG COMPANY

Con l'ingresso dell'agenzia di comunicazione integrata romana, aumentano le expertise del gruppo nel campo della comunicazione integrata ATL, BTL e digitale.



louder

LOUDER ENTRA IN SG COMPANY

Con l'acquisizione del 25% di Louder, passato al 51% nel 2023, SG Company rafforza le proprie competenze negli eventi e nella comunicazione, con focus sul B2C.

2023



SGADVISORY

ARRIVA SG ADVISORY

Nasce SG Advisory, agenzia di back office che offre servizi su misura in ambito organizzativo, gestionale e strategico, finance e administration, tesoreria, HR, servizi generali, legal, IR e ESG alle altre aziende del gruppo SG Company.



kampaay

SG COMPANY INVESTE IN KAMPAAY

Con l'acquisizione di una quota di minoranza di Kampaay, SG Company punta ancora una volta su digitalizzazione e tech per continuare il suo percorso di eccellenza nel mondo degli eventi.



fma

FMA ENTRA NEL GRUPPO SG COMPANY

SG Company acquisisce la maggioranza di FMA aggiungendo l'expertise nello Shopper Marketing ai propri servizi di comunicazione.

2024



KLEINRUSSO
A CREATIVE COMMUNITY

KLEINRUSSO ENTRA IN SG COMPANY

Con l'acquisizione di KleinRusso, SG Company fa un ulteriore passo avanti nel mondo della comunicazione pubblicitaria.



KNOBS
turn up innovation

ARRIVO DI KNOBS

SG Company acquisisce la maggioranza di KNOBS, tech company e PMI innovativa specializzata in soluzioni Web 3.0 e blockchain, con l'obiettivo di valorizzare ed ampliare le attività di digital innovation del gruppo.



CONCRET
PROMOTION

ARRIVO DI CONCRETA

SG Company acquisisce (tramite la sister FMA) la maggioranza di Concreta, società di servizi specializzata nella promozione, consulenza e gestione delle Manifestazioni a premio.

2025



SG
Sharing Growth™

NEW LOOK: SG COMPANY È SEMPRE PIÙ SHARING GROWTH™



CORE
THINKING CONNECTIONS

ARRIVO DI CORE

SG Company acquisisce il 25% di Core Srl specializzata in relazioni istituzionali, stakeholder engagement e corporate content. L'operazione segna l'inizio di una partnership strategica pensata per rafforzare il network e l'offerta integrata, oltre ad intercettare le nuove direttrici evolutive della comunicazione corporate.



WINNING
SOLUTIONS
DIGITAL SOLUTIONS

ARRIVO DI WINNING

SG finalizza l'acquisto del 51% del capitale sociale di Winning S.r.l.

2026



WAYMEDIA
piccoli, grandi, media.

ARRIVO DI WAYMEDIA

SG tramite Geotag finalizza l'acquisto del 100% del capitale di Waymedia Srl.



InAction
Ideas to Connect Brands

ARRIVO DI IN ACTION

Winning S.r.l. (SG Company) acquisisce il 51% di In Action, agenzia attiva da oltre 25 anni nel mondo delle sales promotion, co-marketing, grafica e comunicazione.



Pinguando

SG COMPANY INVESTE IN PINGUANDO

Un ulteriore passo avanti nel mondo tech per SG Company che acquisisce una quota di minoranza di Pinguando.



Geotag

GEOTAG ENTRA IN SG COMPANY

Con l'acquisizione del 51% della società, SG Company rafforza anche le competenze di media buying, ads management e di geomarketing.



SOUNDSGREAT

NASCE SOUNDS GREAT

SG insieme a MDE srl costituisce la nuova società della Company che si occuperà di creazione e gestione di progetti di comunicazione in audio, mettendo a sistema competenze, tecnologie e capacità produttive a disposizione di brand, agenzie ed editori.



GoodGuys

NASCE GOODGUYS

Oggi bespoke di SG Company creata per presidiare la creator economy, dedicata a riportare coerenza, direzione e impatto nelle narrazioni di brand, istituzioni, aziende e figure pubbliche, diventerà presto (già nel 2026) una legal entity. Il suo compito prevede inoltre la gestione di format proprietari del Gruppo.

1.2 IL NOSTRO ECOSISTEMA

GRI 2-1



Sharing Growth™

Holding del Gruppo, nata per dare valore alle società acquisite attraverso un posizionamento di mercato forte e strutturato.



Agenzia leader nella Events Industry con un focus su Live Communication, Events Production e M.I.C.E.



Agenzia specializzata in eventi B2C, con focus sulla creatività per realizzare esperienze dall'alto impatto emozionale.

KLEINRUSSO

Creative community che accompagna i brand in ogni percorso di comunicazione, grazie a un team dalle differenti skill e al perfetto equilibrio tra consulenza strategica e creativa.



Agenzia di comunicazione integrata che partendo dall'idea strategica, studia campagne creative dedicate su differenti mezzi di comunicazione.



Agenzia media con focus sul mondo retail, che offre consulenza e strumenti per pianificare una comunicazione su misura e misurabile.



Agenzia di shopper marketing, leader nel Moment of Truth e nella creazione di loyalty, capace di influire sul processo di acquisto.



Leader italiano nelle tecnologie all'avanguardia, specializzata in Blockchain e Web3, offre soluzioni personalizzate per promuovere l'innovazione digitale.



Società di consulenza del Gruppo che offre supporto personalizzato per lo sviluppo aziendale sia per le società a perimetro, sia per quelle esterne.

1.3 IL NOSTRO SETTORE E I MERCATI DI RIFERIMENTO

GRI 2-6

Il Gruppo opera nel settore della comunicazione integrata, combinando competenze creative, tecnologiche e strategiche per sviluppare un'esperienza di valore rivolte a brand, persone e comunità.

L'offerta si sviluppa in quattro principali linee di business: live communications; advertising, integrated & digital communication, media; engagement, loyalty, shopper marketing; technology, oltre a servizi consulenziali in ambito amministrativo, legale, HR, sostenibilità e investor relations.

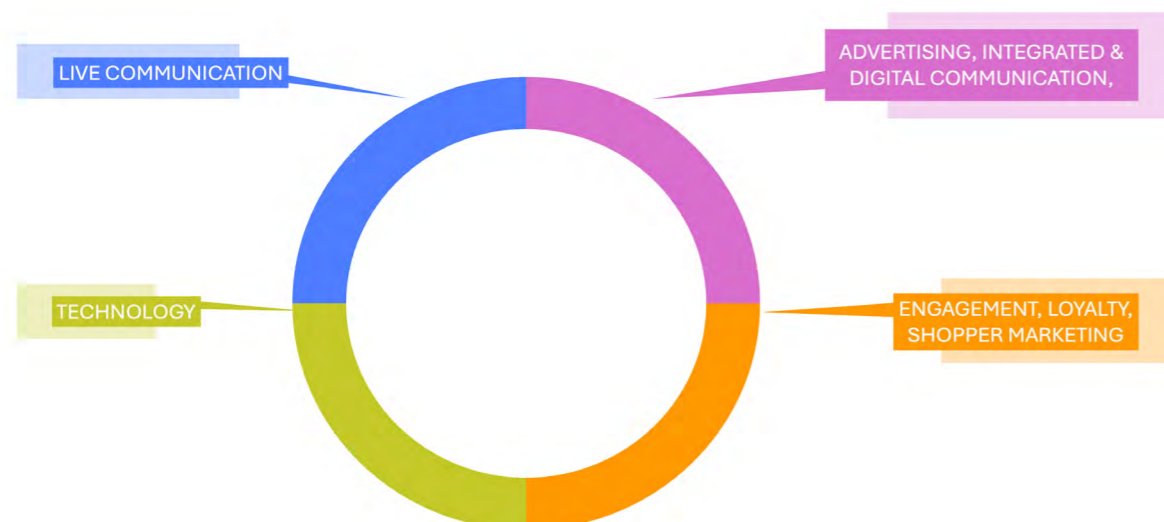
La holding, inoltre, offre servizi di sviluppo commerciale alle società controllate tramite le divisioni bid (ufficio gare), new business e marketing e gestisce l'SG Building, sede legale e operativa, ma anche location dedicata alla realizzazione di eventi. Sempre facente parte della holding, è presente una divisione che presidia la creator economy, attiva anche nella realizzazione di format proprietari.

Le società del Gruppo lavorano nel B2B e nel B2C con un portafoglio clienti diversificato che comprende: multinazionali e PMI, attive in settori come beauty, automotive, finanza, telecomunicazioni, retail e largo consumo. I progetti sono sviluppati attraverso affidamenti diretti o gare pubbliche.

La catena del valore copre l'intero ciclo di progetti: dall'ideazione e concept creativo, gestione operativa ed esecuzione alla misurazione dell'impatto.

I mercati di riferimento sono:

- Eventi
- Media e comunicazione
- Marketing strategico
- Soluzioni Digitali
- Consulenza



ASSOCIAZIONI DI RIFERIMENTO

GRI 2-28

Il Gruppo è membro e partner attivo di alcune associazioni di settore, con l'obiettivo di contribuire allo sviluppo della cultura d'impresa, promuovere il networking professionale, favorire la collaborazione tra organizzazioni e sostenere la diffusione di conoscenze e competenze all'interno del mercato in cui opera.

Al 31.12.2025, la capogruppo **SG Company** è membro di:

- Assolombarda, associazione che rappresenta le imprese di Milano, Monza e Brianza, promuovendo un contesto favorevole allo sviluppo economico locale;
- Assonime, associazione fra le società per azioni che promuove una governance aziendale trasparente ed efficace;
- Assonext, che si propone di accompagnare le PMI italiane nel processo di crescita attraverso digitalizzazione, innovazione e apertura al mercato dei capitali. Il CEO di SG Company, anche per l'esercizio 2025, è stato membro del Consiglio di Amministrazione dell'associazione.

Louder aderisce all'associazione:

- Club degli Eventi: realtà che unisce le principali agenzie italiane attive nella progettazione e gestione degli eventi.

Klein Russo aderisce all'associazione:

- Tribe Global: network internazionale di agenzie creative e di marketing indipendenti che promuove collaborazione, condivisione di best practice e sviluppo congiunto di progetti.

FMA aderisce a due associazioni di settore:

- UNA – Aziende della Comunicazione Unite: rappresenta la più importante associazione italiana nel settore della comunicazione, che riunisce circa 200 aziende del settore e promuove standard professionali, formazione e sviluppo strategico.
- Retail Institute Italy: associazione non profit di riferimento nel mondo del Retail. Si occupa di analizzare l'evoluzione dei consumi e dei punti vendita, offrendo formazione, ricerca e networking tra retailer, brand e fornitori di servizi.

Knobs è partner ufficiale di:

- Osservatorio Blockchain – Web 3.0 del Politecnico di Milano: uno dei principali centri di ricerca italiani dedicata all'innovazione tecnologica e digitale.

1.4 I NOSTRI VALORI

Il nostro nome è il nostro payoff e la nostra mission Sharing Growth: **ci poniamo accanto a coloro i quali, come noi, si impegnano ogni giorno per cercare e trovare soluzioni innovative utili a raggiungere equilibrio nelle 3P – People, Planet, Prosperity – e perseguiamo un progresso equo e duraturo per tutti, consapevoli dell'unicità del singolo e del senso autentico di "bene comune"**.

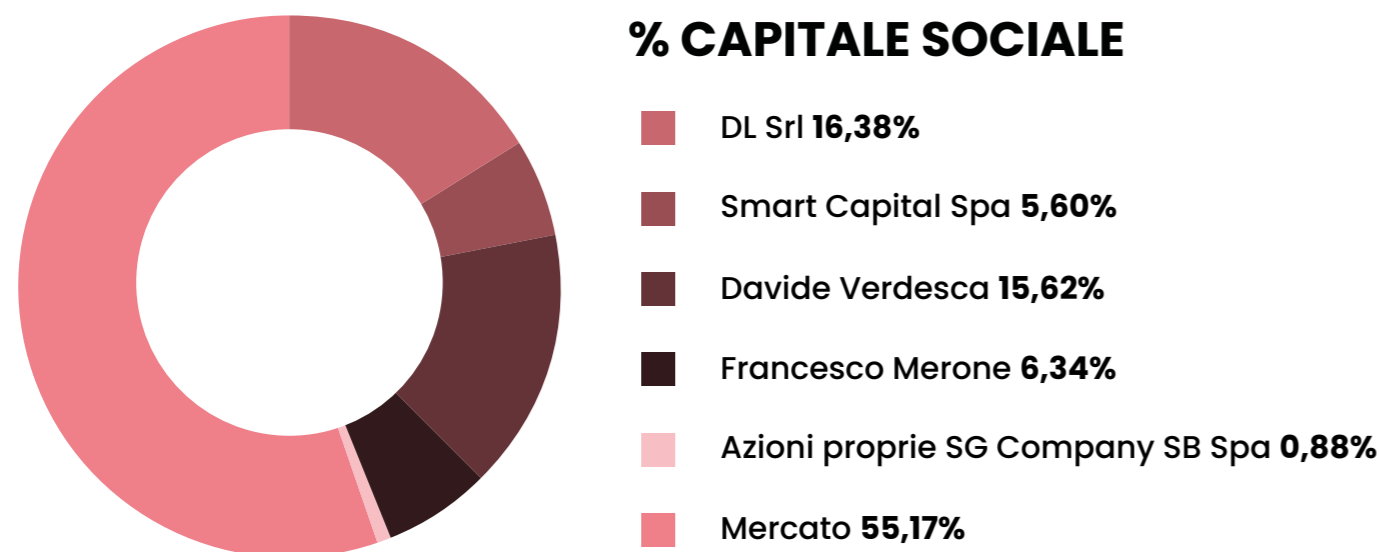
I nostri valori sono formalizzati nei documenti ufficiali del Gruppo, Politica di Sostenibilità e Codice Etico, approvati dal Consiglio di Amministrazione e pubblicati sul sito aziendale. Essi guidano le nostre scelte e i nostri comportamenti, orientando la relazione con clienti, partner, persone e comunità, e promuovendo una cultura improntata sull'integrità, sulla trasparenza, sull'inclusione e sulla responsabilità ambientale e sociale.

1.5 LA NOSTRA GOVERNANCE

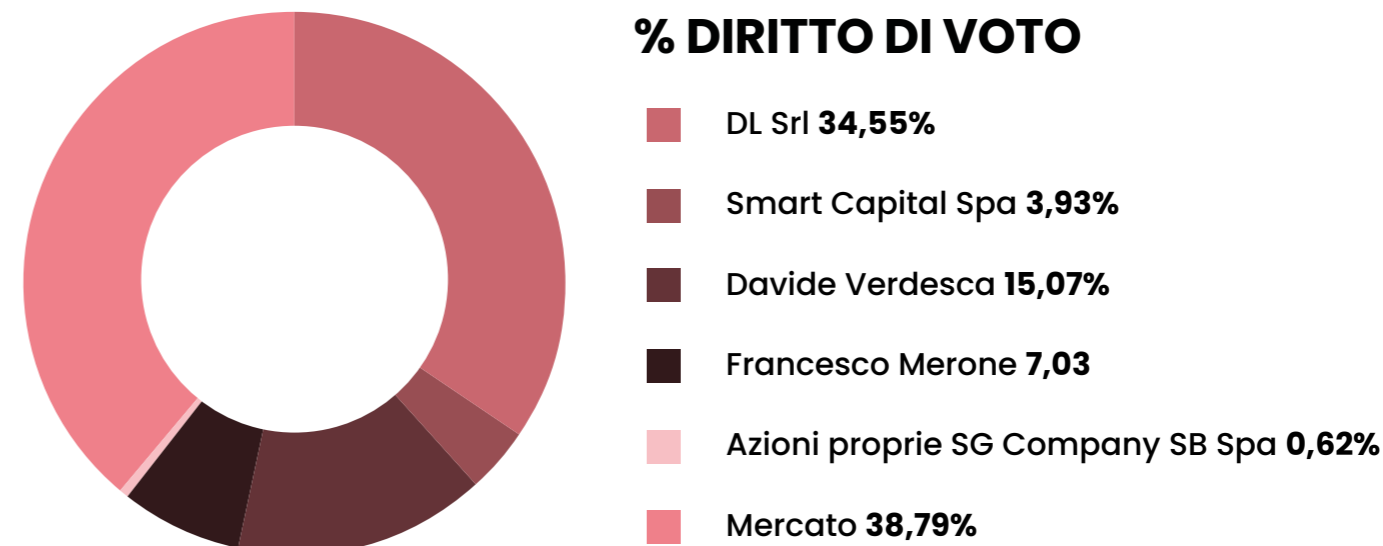
GRI 2-9a | GRI 2-9b | GRI 2-10 | GRI 2-11 | GRI 405-1a

Il sistema di governance di SG Company SB S.p.A riflette i principi di trasparenza, integrità e responsabilità propri di una Società Benefit ed è strutturata per assicurare un equilibrio efficace tra direzione strategica, controllo interno e sostenibilità a lungo termine. Tali principi costituiscono la base fondamentale per la creazione di valore per gli azionisti e per tutti gli stakeholder.

Dal mese di luglio 2018 SG Company è quotata sul segmento Euronext Growth Milan di Borsa Italiana. Il capitale sociale della società pari a € 1.892.291, diviso in n. 37.845.820 azioni, di cui n. 29.852.698 azioni ordinarie e n. 7.993.122 azioni a voto plurimo x3. La composizione dell'azionariato e dei diritti di voto è illustrata nei grafici seguenti:



% DIRITTO DI VOTO



MODELLO DI GOVERNANCE

GRI 2-9a | GRI 2-9b | GRI 2-10 | GRI 405-1a

SG Company adotta un sistema di governance tradizionale, articolato nei seguenti organi societari:

- *Assemblea degli Azionisti*, cui spettano le deliberazioni fondamentali per la vita della Società, in conformità allo Statuto e alla normativa vigente.
- *Consiglio di Amministrazione*, composto da tre membri:
 - Davide Verdesca in qualità di Presidente, Chairman e CEO;
 - Francesco Merone, Consigliere esecutivo, Amministratore Delegato e CFO;
 - Carlo Altomonte, in qualità di Consigliere indipendente.

Il Consiglio esercita un ruolo centrale nell'organizzazione aziendale e dispone dei più ampi poteri per l'amministrazione ordinaria e straordinaria della Società.

- *Collegio Sindacale*, organo di controllo previsto dallo Statuto, è composto da tre membri effettivi (e da due membri supplenti):
 - Alessandro Sabolo (Presidente);
 - Ilaria Cinotto;
 - Manuel Mantovani.

L'organo ha il compito di vigilare sull'osservanza della legge e dello Statuto, sul rispetto dei principi di corretta amministrazione e sull'adeguatezza del sistema di controllo interno.

Il Consiglio di Amministrazione e il Collegio Sindacale della Società restano in carica per un periodo determinato dall'assemblea al momento della nomina, comunque non superiore a tre esercizi, e sono rieleggibili. Il loro mandato termina alla data dell'assemblea convocata per l'approvazione del bilancio relativo all'ultimo esercizio della carica, fatti salvi i casi di cessazione o decadenza previsti dalla normativa vigente e dallo statuto societario.

Il Consiglio di Amministrazione e tutti gli amministratori devono essere in possesso dei

criteri di eleggibilità previsti dalla legge e da altre disposizioni applicabili e almeno uno dei componenti del CdA deve possedere i requisiti di indipendenza ai sensi dell'art.148, comma 3 del TUF. La procedura di nomina e di selezione del massimo organo di governo è descritta all'articolo 20 dello Statuto e prevede il voto di lista.

La composizione dei due sopracitati organi, per l'esercizio 2025, vede la presenza di sei membri, di cui una donna (il 16.67%) e cinque uomini, di cui un membro con requisito di indipendenza e due esecutivi.

COMITATI E PRESIDI DI GOVERNANCE

GRI 2-9a

Una volta insediato, il Consiglio di Amministrazione procede alla nomina di alcune figure e comitati fondamentali per il presidio dei temi di trasparenza, controllo e correttezza gestionale. In particolare, vengono nominati:

- il *Soggetto Preposto* ai sensi della Procedura Internal Dealing, responsabile del monitoraggio e della corretta gestione delle operazioni effettuate da soggetti rilevanti su strumenti finanziari emessi dalla Società;
- il *Comitato per le Operazioni con Parti Correlate*;
- il *Comitato per la Remunerazione*.

Il Consiglio nomina periodicamente, inoltre, il Responsabile d'Impatto, che ha il compito di presidiare il perseguimento degli obiettivi di beneficio comune previsti dallo Statuto, monitorandone l'effettiva attuazione e verificandone i risultati nel tempo e il Responsabile del Comitato ESG, che coordina le attività del Comitato con l'obiettivo di garantire la coerenza e l'efficacia delle iniziative intraprese in ambito ambientale, sociale e di governance, in linea con il percorso di sostenibilità aziendale.

Inoltre, la Società ha istituito la C-SUITE, comitato di governance interna, composto dai CEO di tutte le società a perimetro, che si riunisce settimanalmente per allinearsi commercialmente in merito a progetti in corso e futuri, alle possibili sinergie e collaborazioni e sull'attuazione delle strategie aziendali.

VALUTAZIONE DELL'INDIPENDENZA

GRI 2-10

Ai sensi dell'art. 6-bis del Regolamento Emittenti Euronext Growth Milan, il Consiglio di Amministrazione valuta annualmente, sulla base delle informazioni disponibili, l'indipendenza degli amministratori, verificando eventuali relazioni che possano comprometterne l'autonomia di giudizio. A tal fine, all'inizio del mandato, definisce e comunica i criteri qualitativi e quantitativi di significatività delle relazioni rilevanti.

La procedura di valutazione dell'indipendenza della Società è stata approvata dal CdA il 27 marzo 2024.

RUOLI APICALI E GESTIONE DEI CONFLITTI DI INTERESSE

GRI 2-11

Il Presidente del Consiglio di Amministrazione di SG Company, azionista rilevante, ricopre anche il ruolo di Amministratore Delegato, con responsabilità dirette nella gestione strategica e operativa della Società. Questa scelta organizzativa garantisce coerenza e continuità nella guida del Gruppo. Per prevenire eventuali conflitti di interesse, la Società adotta un sistema strutturato di controlli interni, tra cui il Codice Etico, il Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D.Lgs. 231/2001 con relativo Organismo di Vigilanza, procedure per la trasparenza e canali di whistleblowing. Inoltre, la presenza di un consigliere indipendente contribuisce a rafforzare l'equilibrio e l'autonomia dell'organo di governo.

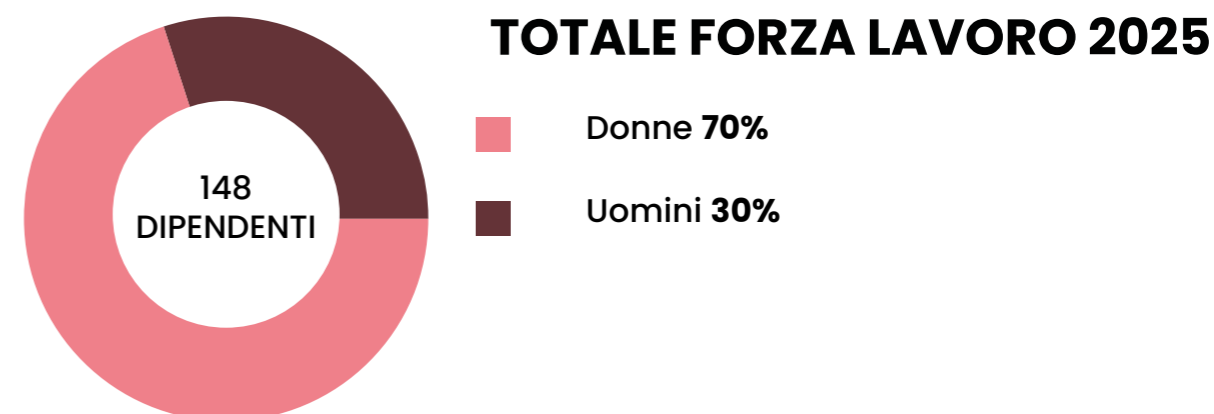
1.6 LE NOSTRE PERSONE

GRI 2-7a | GRI 2-7b | GRI 2-8 | GRI 2-30 | GRI 3-3 | GRI 401-1a | GRI 401-1b | GRI 405-1b | GRI 405-2
GRI 2-7a | GRI 2-7b | GRI 2-8

Il capitale umano rappresenta un elemento fondamentale per il Gruppo. **Le persone costituiscono il cuore dell'organizzazione** e un fattore strategico di crescita e competitività. Per questo l'organizzazione promuove una cultura aziendale orientata all'inclusione, all'ascolto e al rispetto, valorizzando la diversità e favorendo un ambiente di lavoro accogliente e collaborativo.

Al 31 dicembre 2025, la forza lavoro complessiva delle società incluse nel perimetro di rendicontazione è pari a 148 dipendenti. Oltre ai dipendenti diretti, nel corso del 2025, le società del Gruppo hanno collaborato con 26 lavoratori non dipendenti (ossia, autonomi, senza rapporto di subordinazione alle dipendenze dell'azienda), tra consulenti con partita IVA e professionisti esterni, attivi in ambiti come consulenza strategica, progettazione creativa, gestione clienti e produzione, a supporto delle attività core delle diverse società del Gruppo.

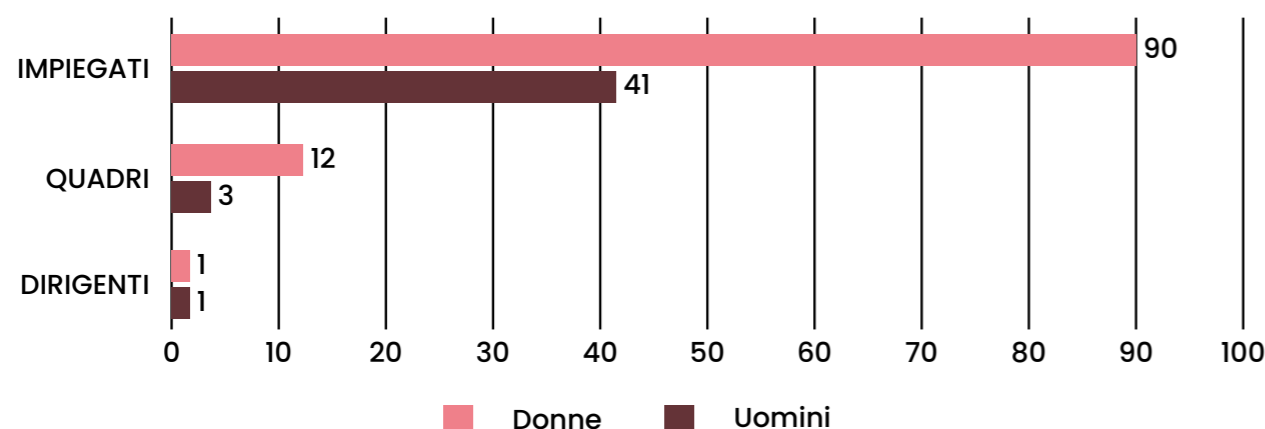
GRI 2-7a | GRI 2-7b



Come si evince dal grafico, la popolazione aziendale presenta una significativa prevalenza femminile, rappresentano circa il 70% del totale della forza lavoro. Un dato particolarmente significativo riguarda la distribuzione nei ruoli di responsabilità: dal grafico si nota come, l'86% dei quadri è composto da donne, un risultato che indica un importante passo avanti nella riduzione della segregazione verticale, ossia la minore presenza delle donne nei livelli apicali, fenomeno tuttora diffuso nel contesto italiano. Il dato conferma la capacità del Gruppo di valorizzare il talento femminile e di promuovere percorsi di crescita equi e inclusivi.

GRI 405-1b

DIPENDENTI PER CATEGORIA PROFESSIONALE



GRI 405-2

In riferimento al rapporto tra il salario di base (dato dallo stipendio fisso di inquadramento) e la retribuzione complessiva (data dallo stipendio base più eventuali bonus) delle donne rispetto agli uomini, in linea con quanto previsto dallo standard GRI 405-2, nel 2025 emergono i seguenti risultati:

- Quadri direttivi:
 - Rapporto salario base donne/uomini → 1,11
 - Rapporto retribuzione complessiva donne/uomini → 1,01
- Impiegati:
 - Rapporto salario base donne/uomini → 1,00
 - Rapporto retribuzione complessiva donne/uomini → 0,98

I dati relativi ai dirigenti non vengono presentati per garantire la tutela della riservatezza, a causa della numerosità limitata.

Queste evidenze confermano un bilanciamento retributivo sostanzialmente equo e coerente con gli impegni assunti nell'ambito della certificazione UNI/PdR 125 – Sistema di gestione per la parità di genere, si specifica solo un piccolo distacco nel rapporto di retribuzione tra impiegati uomo e donna, con una differenza di 0,02.

GRI 3-3

Come Gruppo, riconosciamo l'importanza di agire concretamente per ridurre e superare questo divario sociale e abbattere le barriere presenti ancora all'interno del mercato del lavoro italiano.

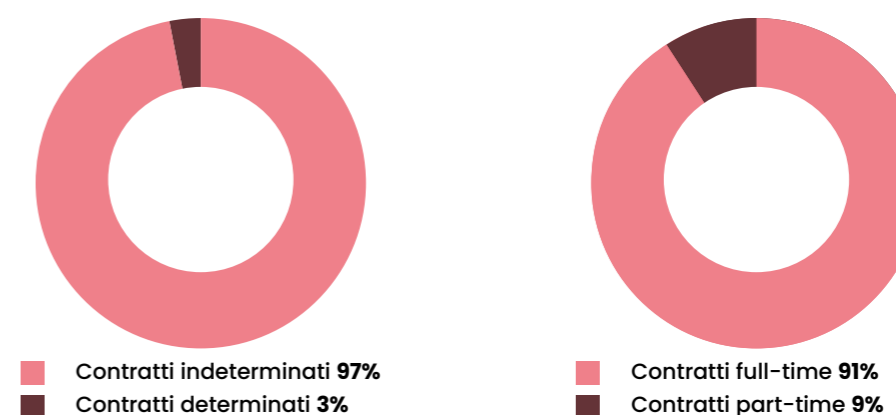
L'organizzazione riconosce nella diversità e nell'inclusione valori fondamentali per la crescita dell'organizzazione e per la creazione di un ambiente di lavoro stimolante, innovativo e inclusivo. Tutte le società promuovono la diversità, le differenze di genere, età, competenza, background; creando un contesto in cui ogni persona possa esprimersi pienamente il proprio potenziali contribuendo allo sviluppo dell'organizzazione.

Nello specifico, alcune società hanno elaborato delle policy legate alla parità di genere e alla diversità e inclusione. L'impegno per l'inclusione si traduce anche in azioni concrete messe in atto, come la promozione della leadership inclusiva, la formazione sui bias inconsci e sull'intelligenza emotiva, l'adozione di linguaggio non discriminatorio e la creazione di ambienti di lavoro liberi da ogni forma di esclusione, ulteriori elementi che attestano l'impegno verso tali tematiche.

Inoltre, per sensibilizzare tutte le persone del Gruppo su queste tematiche, durante l'anno è stata pubblicata e condivisa una newsletter dedicata alle disuguaglianze nel mercato del lavoro e ai riferimenti di associazioni utili a supportare l'abbattimento delle barriere.

GRI 2-7a | GRI 2-30

DIPENDENTI PER TIPOLOGIA CONTRATTUALE NEL 2025

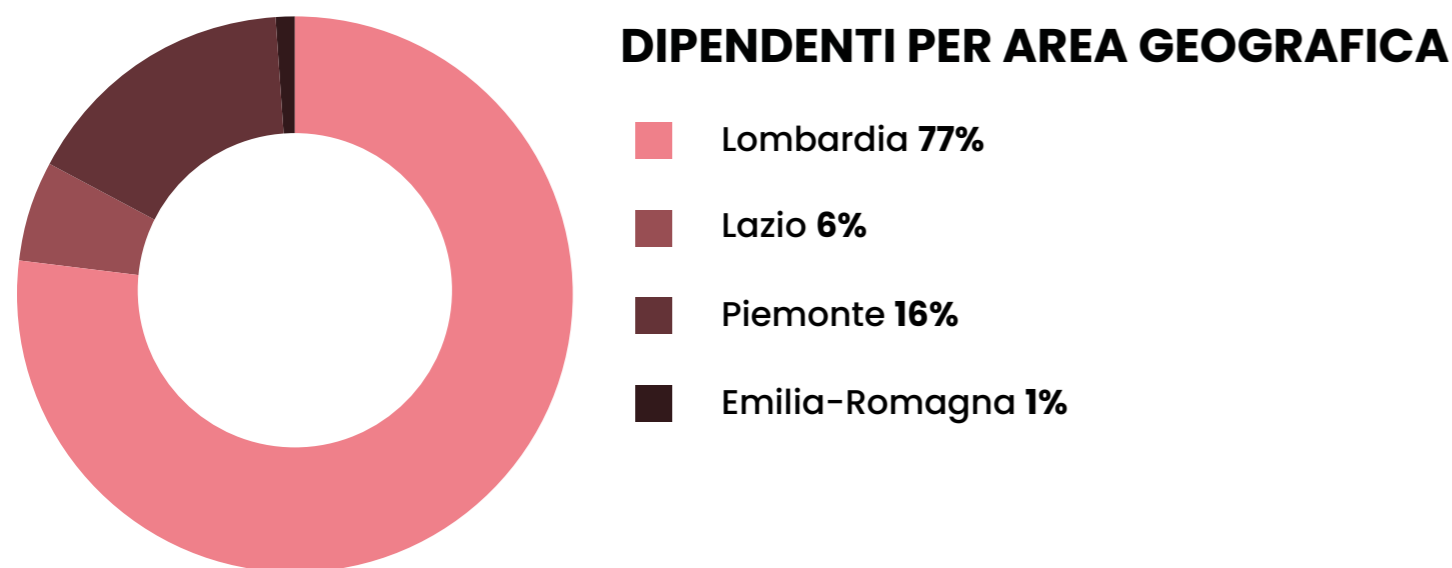


I grafici soprastanti confermano come il capitale umano rappresenta una risorsa strategica per il Gruppo, e al fine di garantire stabilità occupazionale e continuità organizzativa, le società offrono a quasi la totalità dei dipendenti, 97% dei dipendenti, contratti a tempo indeterminato.

Il 91% del personale è impiegato con contratto full-time. Tale dato, combinato con le politiche di flessibilità adottate a livello di Gruppo, dimostra come sia possibile garantire stabilità lavorativa senza ricorrere in modo significativo al part-time, fenomeno che nel

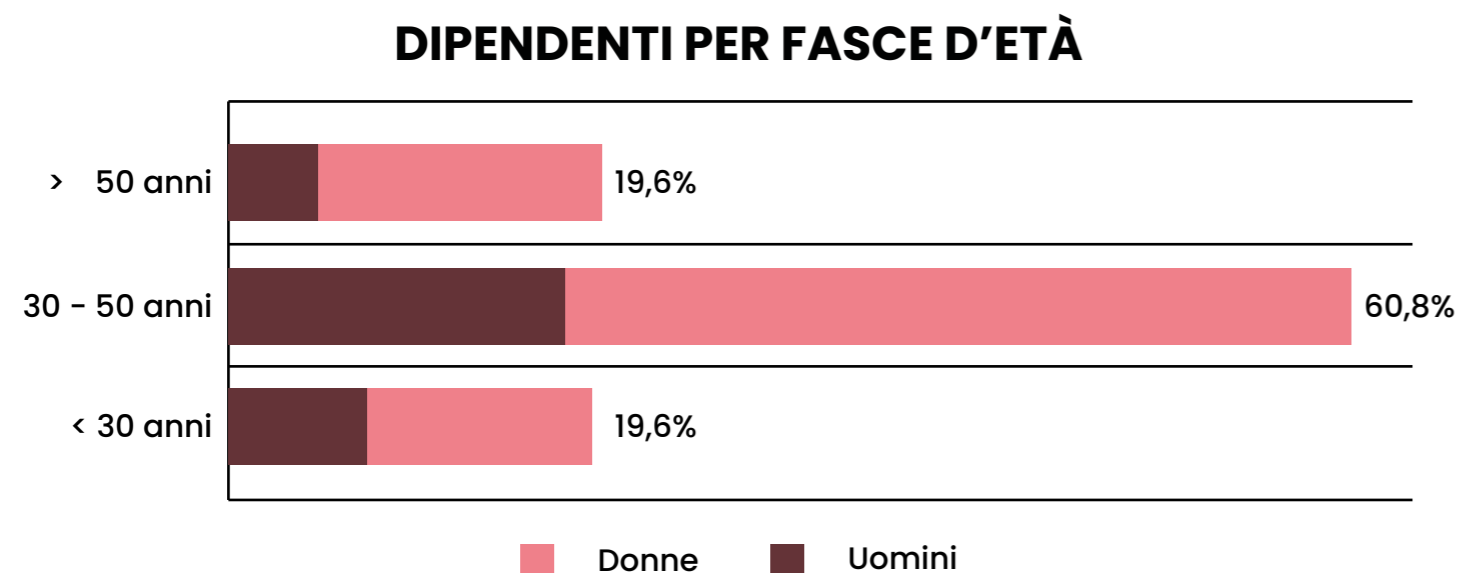
contesto italiano riguarda soprattutto le donne per esigenze di conciliazione vita-lavoro. Tutti i dipendenti sono contrattualizzati in Italia e operano nel rispetto dei principali CCNL nazionali, in prevalenza il CCNL Commercio.

GRI 2-7b



Inoltre, come si vede dal grafico, la forza lavoro del Gruppo è caratterizzata da una popolazione aziendale relativamente giovane. Il 20% delle risorse ha meno di 30 anni, dato che conferma la capacità del Gruppo di attrarre giovani talenti e favorire il ricambio generazionale all'interno dell'organizzazione.

GRI 405-1b



Infatti, nel corso del 2025, le società del Gruppo hanno continuato ad investire nell'attrazione di nuovi talenti, attraverso l'inserimento di nuove risorse proveniente da diverse fasce di età e percorsi professionali.

Come si vede dalla tabella sottostante, le nuove assunzioni hanno interessato principalmente le fasce under 30 e 30-50 confermando la capacità di rimanere attrattivi. Questo approccio consente di favorire il ricambio generazionale, mantenendo al contempo un adeguato equilibrio tra esperienza e nuove competenze. L'analisi relativa ai dati sulle nuove assunzioni e sulle uscite evidenzia un livello di turnover abbastanza equilibrato, in linea con l'idea del gruppo nel mantenere una continuità organizzativa e una stabilità occupazionale.

GRI 401-1a – Assunzioni di nuovi dipendenti e avvicendamento dei dipendenti

	< 30 anni			30 - 50 anni			> 50 anni			TOTALE		
	Uomini	Donne	TOTALE	Uomini	Donne	TOTALE	Uomini	Donne	TOTALE	Uomini	Donne	TOTALE
Nuove assunzioni	6	8	14	8	14	22	1	2	3	15	24	39
Nuove uscite	8	1	9	8	8	16	1	5	6	17	14	31
Tasso di assunzione	54,55%	44,44%	48,28%	29,63%	22,22%	24,44%	14,29%	9,09%	10,34%	33,33%	23,30%	26,35%
Tasso di turnover	72,73%	5,56%	31,03%	29,63%	12,70%	17,78%	14,29%	22,73%	20,69%	37,78%	13,59%	20,95%

I dati riportati fanno riferimento ai dipendenti e ai lavoratori autonomi con partita IVA che collaborano con le società del Gruppo. A tal proposito, si segnala che in questi conteggi non sono rilevati 14 risorse aziendali, rappresentate dai soci e dagli imprenditori delle sister company, che ricoprono ruoli di direzione, sviluppo e controllo dei rispettivi business e/o fanno parte degli organi di governo delle singole società¹.

Per garantire coesione strategica e diffusione del principio Sharing Growth, questi imprenditori si riuniscono settimanalmente nella C Suite, uno spazio di allineamento intercompany volto a condividere l'andamento e le priorità di crescita delle società, idee e know how, favorendo sinergie operative e culturali lungo tutto il Gruppo.

¹ Si specifica che tale dato non viene rilevato nemmeno nel GRI 2-9 – "struttura e composizione della governance", nel quale sono rendicontati i soli dati relativi alla governance della holding SG Company, controllante in quota di maggioranza e controllo.

1.7 IL VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO

GRI 201-1 | GRI 204-1

Il prospetto che si riporta di seguito evidenzia il valore generato e distribuito, elaborato sulla base del conto economico consolidato del periodo di riferimento. L'obiettivo è quello di indicare il valore economico direttamente generato dal Gruppo e la sua distribuzione agli stakeholder.

- Valore economico generato: coincide con i ricavi netti da vendite e prestazioni (ed eventualmente altri proventi verso terzi, se rilevanti).
- Valore economico distribuito: include costi operativi verso terzi, salari e benefit, pagamenti a fornitori di capitale (interessi/dividendi verso soggetti esterni), pagamenti al Governo (imposte di competenza) e investimenti nella comunità.

GRI 201-1 Valore economico diretto generato e distribuito²

	VALORE	PERCENTUALE
VALORE ECONOMICO GENERATO	47.265.564,00 €	100%
Ricavi	47.265.564,00 €	100%
VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO	47.116.575,29 €	99,68%
Costi operativi	36.439.758,77 €	77,10%
Salari e benefit dei dipendenti	9.140.704,57 €	19,34%
Pagamenti a fornitori di capitale	900.988,65 €	1,91%
Pagamenti ai governi	635.123,30 €	1,34%
Investimenti nella comunità	0 €	0%
VALORE ECONOMICO TRATTENUTO	148.988,71 €	0,32%

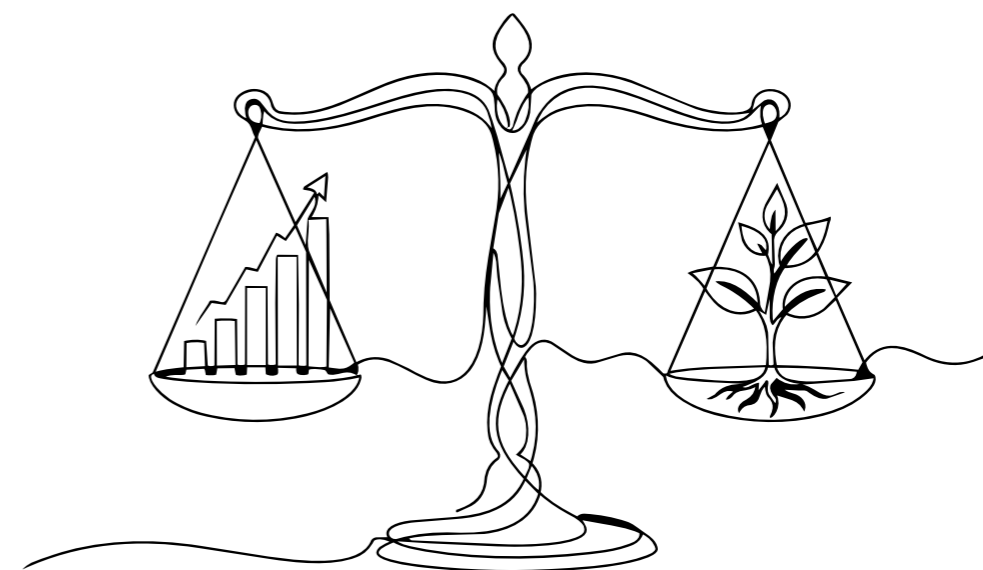
Dalla tabella si denota che nel 2025 il Gruppo ha generato un valore economico diretto pari a 47.265.564,00 euro, integralmente derivante dai ricavi netti da vendite e prestazioni. Il valore economico distribuito, pari a 47.116.575,29 euro, rappresenta circa l'99,68% del totale generato ed è stato redistribuito tra i principali stakeholder del Gruppo secondo riportamenti o componenti di fiscalità anticipata o differita. Tale quota rappresenta il valore che il Gruppo reinveste o conserva per garantire solidità patrimoniale, resilienza finanziaria e continuità operativa.

² Il prospetto è redatto su base consolidata del perimetro ESG; sono eliminate le operazioni infragruppo (ricavi/costi/interessi/dividendi intra).

GRI 204-1 Proporzione della spesa effettuata a favore di fornitori locali

	VALORE
Quota del bilancio preventivo utilizzato per sedi delle attività significative che viene spesa a favore di fornitori locali in relazione a tali attività	27.931.784,00 €
Bilancio preventivo utilizzato per sedi delle attività significative che viene spesa a favore di fornitori	39.481.250,00 €
Percentuale del bilancio preventivo utilizzato per sedi delle attività significative che viene spesa a favore di fornitori locali in relazione a tali attività ¹	70,75%

¹ Ai fini del presente report, per "sedi delle attività significative" si intendono tutti i luoghi fisici in cui il Gruppo svolge operazioni rilevanti per la propria attività economica, inclusi gli uffici principali, le sedi operative delle società controllate, gli spazi dedicati alla progettazione, alla produzione e all'erogazione dei servizi, nonché le sedi in cui si concentrano un numero significativo di dipendenti o si realizzano impatti materiali in termini ambientali, sociali o economici. Per "fornitori locali" si intendono tutti i fornitori presenti in Italia con cui il Gruppo nel periodo di rendicontazione.



LA SOSTENI BILITÀ IN SG COMPANY

2.1 LA NOSTRA STRATEGIA DI SVILUPPO SOSTENIBILE

La strategia di sviluppo sostenibile del gruppo SG Company nasce dalla volontà di integrare i criteri ESG (Environmental, Social, Governance) nel modello di business e nei processi decisionali, con l'obiettivo di ridurre i propri impatti negativi generati dalle attività e, al contempo, generare valore condiviso per tutti gli stakeholder.

La sostenibilità rappresenta per il Gruppo non solo un impegno etico, ma anche una leva strategica per innovare, differenziarsi e creare un impatto positivo duraturo.

- L'approccio adottato si basa su una visione di integrata che coniuga:
- Una governance responsabile e trasparente
- La riduzione degli impatti ambientali connessi alle attività operative
- La valorizzazione delle persone
- L'innovazione sostenibile dei servizi e dei processi
- Il dialogo continuo con gli stakeholder

Questo percorso trova il suo fondamento nella trasformazione di SG Company in Società Benefit (2020), con la quale è stato formalizzato nello Statuto l'impegno a perseguire finalità di beneficio comune accanto allo scopo lucrativo.

2.2 LA SOCIETÀ BENEFIT

Dal 2020 SG Company ha deciso di intraprendere un percorso legato alla responsabilità sociale d'impresa diventando una Società Benefit, puntando non solo a perseguire il profitto, ma anche a generare un impatto positivo sociale, ambientale e di governance cercando di conciliare le ambizioni aziendali con valori più umani.

Che cos'è una Società Benefit?

Le Società Benefit rappresentano un modello innovativo d'impresa introdotto in Italia con la Legge n. 208/2015, che consente alle aziende di affiancare alla finalità di profitto l'impegno a generare un impatto positivo verso ambiente, comunità e stakeholder.

Tali società operano bilanciando gli interessi degli azionisti (shareholder) con quelli di tutti i portatori di interesse (stakeholder), adottando un approccio orientato alla creazione di valore nel lungo periodo.

Gli obblighi, secondo la normativa vigente, per le Società Benefit sono:

- **definire chiaramente nello statuto aziendale le finalità di beneficio comune;**
- **misurare con trasparenza i propri impatti su: governo d'impresa, lavoratori, ambiente e comunità, rendicontandoli attraverso la Relazione d'impatto;**
- **strutturare una governance interna orientata alla sostenibilità.**

La trasformazione in Società Benefit ha riguardato solo la holding, SG Company, ma le finalità di beneficio comune e gli obiettivi identificati sono declinati verso tutte le società del gruppo SG Company che partecipano al raggiungimento degli stessi.

Le finalità di beneficio comune inserite nello Statuto sono basate sui tre pilastri ESG della sostenibilità:

ENVIRONMENTAL

Implementazione di azioni volte alla riduzione dell'impatto ambientale dell'azienda.

SOCIAL

Sviluppo di attività rivolte alla valorizzazione, alla crescita e al benessere del capitale umano aziendale, nonché all'attrazione di nuovi talenti e realizzazione di attività a supporto di enti no profit che abbiano un impatto sociale.

GOVERNANCE

Adozione di criteri ambientali e sociali nella selezione dei fornitori per una gestione responsabile della catena di fornitura e promozione e diffusione di una cultura aziendale responsabile.

2.3 ANALISI DI MATERIALITÀ

GRI 3-1 | GRI 3-2

Anche nel 2025, in continuità al percorso di sostenibilità intrapreso dal Gruppo, è stata aggiornata l'analisi di materialità con il fine di rivalutare i temi ritenuti rilevanti per il Gruppo in termini di interesse per gli stakeholder e per la tipicità del business. Tale processo consente, infatti, di identificare, valutare e prioritizzare i temi economici, ambientali, sociali e di governance che riflettono gli impatti significativi dell'organizzazione, e che influenzano in modo rilevante le valutazioni e le decisioni degli stakeholder.

L'analisi rappresenta un elemento strategico per orientare le scelte aziendali, anticipare i rischi e le opportunità e allocare le risorse, umane ed economiche, in modo efficiente.

Il Bilancio di Sostenibilità è stato redatto con riferimento agli Standard Global Reporting Initiative (GRI). In particolare, l'analisi di materialità è stata svolta con riferimento allo **Standard GRI 3 - Material Topics**, che pone l'attenzione sul concetto di "impatto", inteso come l'effetto che un'organizzazione ha o potrebbe avere sull'economia, sull'ambiente e sulle persone, compresi i diritti umani, come risultato delle proprie attività o relazioni commerciali.

In linea con questo principio, il Gruppo ha adottato una prospettiva impact materiality (materialità d'impatto), prediligendo un approccio inside-out, volto a valutare gli impatti generati dalle proprie attività sul contesto esterno.

FASI DEL PROCESSO DI ANALISI DI MATERIALITÀ

1. *Analisi di contesto:* è stata condotta un'analisi preliminare interna ed esterna, finalizzata a comprendere il posizionamento del Gruppo rispetto alle tematiche ESG. L'analisi ha incluso: la revisione della documentazione aziendale (policy, procedure, report interni), l'analisi di mercato e l'attività di benchmarking rispetto ai principali competitor per comprendere come vengano affrontate e gestite le diverse tematiche ESG.
2. *Definizione dei temi potenzialmente materiali:* per definire i temi potenzialmente rilevanti è stato adottato un approccio multi-source, ovvero un approccio volto a identificare un universo ampio di questioni materiali. L'approccio ha incluso:
 - Analisi dei report di sostenibilità dei competitor: per comprendere quali tematiche ESG siano oggi considerate prioritarie nel mercato di riferimento;
 - Framework e standard: gli standard internazionali utilizzati dal Gruppo sono i SASB, MSCI e GRI, per garantire un allineamento corretto e in linea con la prassi di riferimento.

3. *Identificazione degli impatti effettivi e potenziali:* sulla base delle attività svolte nelle fasi precedenti, il Comitato ESG, con il coinvolgimento di alcune funzioni manageriali, ha analizzato e identificato i temi potenzialmente materiali più coerenti con la politica e l'approccio del Gruppo verso la sostenibilità e la responsabilità sociale d'impresa. Identificandone poi gli impatti positivi e negativi, effettivi e potenziali, nonché i rischi e le opportunità che questi generano.
4. *Valutazione della significatività degli impatti:* per ciascun tema è stato attribuito un punteggio di significatività considerando la rilevanza strategia per il Gruppo, il livello di esposizione ai rischi ESG, il potenziale impatto economico, ambientale e sociale e la connessione con le aspettative degli stakeholder. La valutazione ha consentito di prioritizzare i temi e individuare quelli materiali su cui focalizzare gli investimenti e le attività, nonché la rendicontazione.
5. *Coinvolgimento degli Stakeholder:* la significatività finale dei temi individuati come rilevanti è stata determinata attraverso la combinazione della valutazione interna degli impatti e dei risultati emersi dal processo di stakeholder engagement condotto nel corso dell'anno, sviluppato tramite l'elaborazione e la somministrazione agli stakeholder considerati di un questionario per raccogliere la percezione della rilevanza delle tematiche ESG individuate (si veda il paragrafo successivo in cui viene descritto nel dettaglio il processo di stakeholder engagement).
6. *Identificazione temi materiali:* l'esito del processo ha portato all'individuazione dei macrotemi e sottotemi rilevanti per il Gruppo per il 2025, ai quali sono stati associati anche i relativi Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile (SDGs), al fine di garantire un allineamento del percorso di sostenibilità aziendale con le priorità globali definite dall'Agenda 2030 delle Nazioni Unite. Rispetto all'esercizio precedente:
 - il tema "Diversità e Inclusione" è stato integrato nel macrotema "Benessere e sviluppo del capitale umano";
 - il tema "Sistemi di Gestione" è stato ridefinito come "Qualità dei servizi", in quanto le certificazioni adottate rappresentano strumenti a supporto di un più ampio presidio della qualità dei processi e dei servizi erogati.

L'aggiornamento ha permesso di ampliare e dettagliare i sottotemi, rendendo il processo più strutturato, trasparente e coerente con i principali standard internazionali.

I temi materiali individuati guideranno la definizione delle politiche, degli obiettivi e delle azioni ESG del Gruppo nei prossimi anni.

2.4 STAKEHOLDER ENGAGEMENT

GRI 2-29

Il coinvolgimento degli stakeholder rappresenta un elemento centrale del percorso di sostenibilità del Gruppo, in quanto consente di comprendere le aspettative dei portatori di interesse e integrare tali istanze nelle scelte strategiche.

Come per lo scorso esercizio, anche per il 2025 il processo di stakeholder engagement è stato svolto coinvolgendo le seguenti categorie interne:

- top management;
- dipendenti;
- collaboratori.

Si segnala tuttavia che, sebbene nel 2024 fosse stata espressa l'intenzione di ampliare il processo di stakeholder engagement includendo anche i principali fornitori – oltre le suddette categorie di stakeholder interni – si è preferito posticipare di un altro esercizio tale coinvolgimento per ragioni organizzative, relative all'implementazione in corso di un database fornitori che includa tutte le realtà aziendali a perimetro. L'estensione del coinvolgimento a stakeholder esterni, inclusi i fornitori, è prevista a partire dai prossimi esercizi.

Ai soggetti coinvolti è stato somministrato un questionario finalizzato a raccogliere la percezione della rilevanza delle tematiche ESG individuate nell'ambito dell'analisi di materialità. Per ciascun macrotema e sottotema è stato richiesto di attribuire un punteggio da 1 (irrilevante) a 5 (strategico).

Il questionario è stato inviato a 235 stakeholder, registrando un tasso di risposta pari al 56,17%. I risultati raccolti sono stati elaborati calcolando la media delle valutazioni espresse per ciascun tema. Tali risultati sono stati integrati nella valutazione complessiva di significatività e hanno contribuito alla costruzione della matrice di materialità 2025.

Con riferimento alle tematiche emerse come rilevanti, i risultati del processo di stakeholder engagement hanno evidenziato che:

- **Etica e integrità del business e Sicurezza dei dati** risultano i temi più rilevanti in assoluto, con punteggi elevati sia da parte del Gruppo che da parte degli stakeholder. Queste tematiche rappresentano elementi fondamentali per la gestione responsabile e la compliance normativa e trasparente del business. Nello specifico, Etica e integrità del business si conferma, come lo scorso anno, un pilastro imprescindibile per consolidare la fiducia degli stakeholder.
- **Benessere e sviluppo del capitale umano** risulta essere una tematica che mantiene una rilevanza molto alta, confermando il ruolo centrale delle persone per il Gruppo. Il risultato evidenzia la necessità di continuare a investire nella formazione,














nello sviluppo professionale, nel benessere organizzativo e nella promozione della diversità e inclusione.













- **Qualità dei servizi e Innovazione e sviluppo** sono temi che mostrano valutazioni elevate e omogenee, sottolineando l'importanza di garantire servizi di eccellenza e, parallelamente, adottare soluzioni e tecnologie innovative per restare competitivi nel mercato.
- **Relazione con il territorio e comunità** si conferma un tema rilevante, anche se con un livello di priorità leggermente inferiore rispetto ai precedenti. Ciò indica l'opportunità di rafforzare le iniziative di sensibilizzazione e di coinvolgimento sugli impatti sociali e territoriali.
- **Riduzione dell'impatto ambientale** presenta un punteggio inferiore rispetto ad altre aree, seppur di rilevanza superiore per gli stakeholder indagati rispetto al precedente anno, segnalando una crescente attenzione verso le tematiche ambientali. Questo aspetto rappresenta un'opportunità per il Gruppo di consolidare e ampliare l'impegno verso pratiche ambientali responsabili.



2.5 TEMI MATERIALI 2025

GRI 3-2 | GRI 3-3

SDGs	MACROTEMA	SOTTOTEMA	DESCRIZIONE	SIGNIFICATIVITÀ ¹
   	Etica e integrità aziendale	Gestione trasparente del business	Il Gruppo garantisce che tutte le attività siano condotte nel rispetto dei principi di legalità, integrità e correttezza	★★★★★
		Comunicazione etica	Il Gruppo si impegna a garantire comportamenti etici e trasparenti in tutte le attività aziendali, garantendo responsabilità e rispetto delle normative	
			Il Gruppo assicurare che la comunicazione e pubblicità che effettua siano etiche, chiare, rispettose, veritiere, evitando messaggi fuorvianti ed eventuali pratiche di washing	
	Qualità dei servizi	Sicurezza dei dati	Il Gruppo si assicura di proteggere i dati e i sistemi aziendali da accessi non autorizzati, garantendo sicurezze delle infrastrutture digitali	★★★★★
   		Gestione della catena di fornitura	Il Gruppo si impegna a mantenere elevati standard di qualità dei servizi e scegliere accuratamente i propri fornitori	★★★★☆
		Responsabilità verso i consumatori	Il Gruppo cerca di integrare criteri ESG nella selezione e collaborazione con i propri fornitori	
   	Benessere e sviluppo del capitale umano	Formazione continua	Il Gruppo crea un ambiente di lavoro inclusivo, attento al benessere delle persone e orientato alla crescita professionale dei propri dipendenti	★★★★☆
		Benessere e work life balance	Il Gruppo investe e promuove la formazione e la crescita professionale delle risorse favorendo lo sviluppo delle competenze	
		Salute e sicurezza dei lavoratori	Il Gruppo promuove un ambiente di lavoro sano, inclusivo e attento al benessere psicofisico delle persone, cercando di favorire la conciliazione tra vita professionale e personale	
		Cultura aziendale	Il Gruppo garantisce elevati standard di sicurezza e tutela la salute fisica e mentale delle sue risorse in tutti i contesti aziendali	
		Diversità e inclusione	Il Gruppo promuove una cultura aziendale basata sulla responsabilità sociale, sulla collaborazione, sul rispetto e sul senso di appartenenza	
			Il Gruppo valorizza la diversità e l'inclusione di tutti i lavoratori garantendo pari opportunità di crescita e carriera a tutti in eguale modo	

SDGs	MACROTEMA	SOTTOTEMA	DESCRIZIONE	SIGNIFICATIVITÀ ¹
	Innovazione e sviluppo		Il Gruppo investe nell'innovazione e nello sviluppo come leva strategica, migliorando i propri processi e servizi	
		Innovazione	Il Gruppo investe in nuove tecnologie e soluzioni, capaci di rendere più efficienti ed efficaci i propri servizi e processi, contribuendo allo stesso tempo allo sviluppo sostenibile	
		Digitalizzazione	Il Gruppo promuove la transizione digitale migliorando l'efficienza operativa e adottando strumenti digitali in modo responsabile e consapevole	
  	Relazione con il territorio e comunità locali		Il Gruppo promuove il rapporto con il territorio in cui opera, supportando comunità e realtà locali	
		Supporto alle comunità locali	Il Gruppo collabora con associazioni no profit presenti sul territorio per generare un impatto sociale positivo	
		Scelta dei fornitori locali	Il Gruppo si impegna nella selezione di fornitori locali per promuovere lo sviluppo economico nazionale rafforzando il legame con il territorio	
    	Riduzione dell'impatto ambientale		Il Gruppo si impegna a ridurre il proprio impatto ambientale attraverso l'utilizzo di azioni o pratiche sostenibili e responsabili in tutte le attività aziendali	
		Riduzioni delle emissioni	Il Gruppo cerca di ridurre le proprie emissioni di CO ₂ derivanti dalle attività aziendali e di compensare, ove possibile, quelle residue attraverso progetti ambientali e/o sociali certificati	
		Gestione e riduzione degli impatti ambientali	Il Gruppo promuove pratiche e azioni ambientali circolari, riducendo consumi, rifiuti e sprechi per ridurre i propri impatti ambientali negativi	
		Sostenibilità degli eventi	Il Gruppo, tramite le società attive nell'organizzazione di eventi, si impegna a promuovere e realizzare eventi a basso impatto utilizzando strategie che riducono le emissioni e gli sprechi	

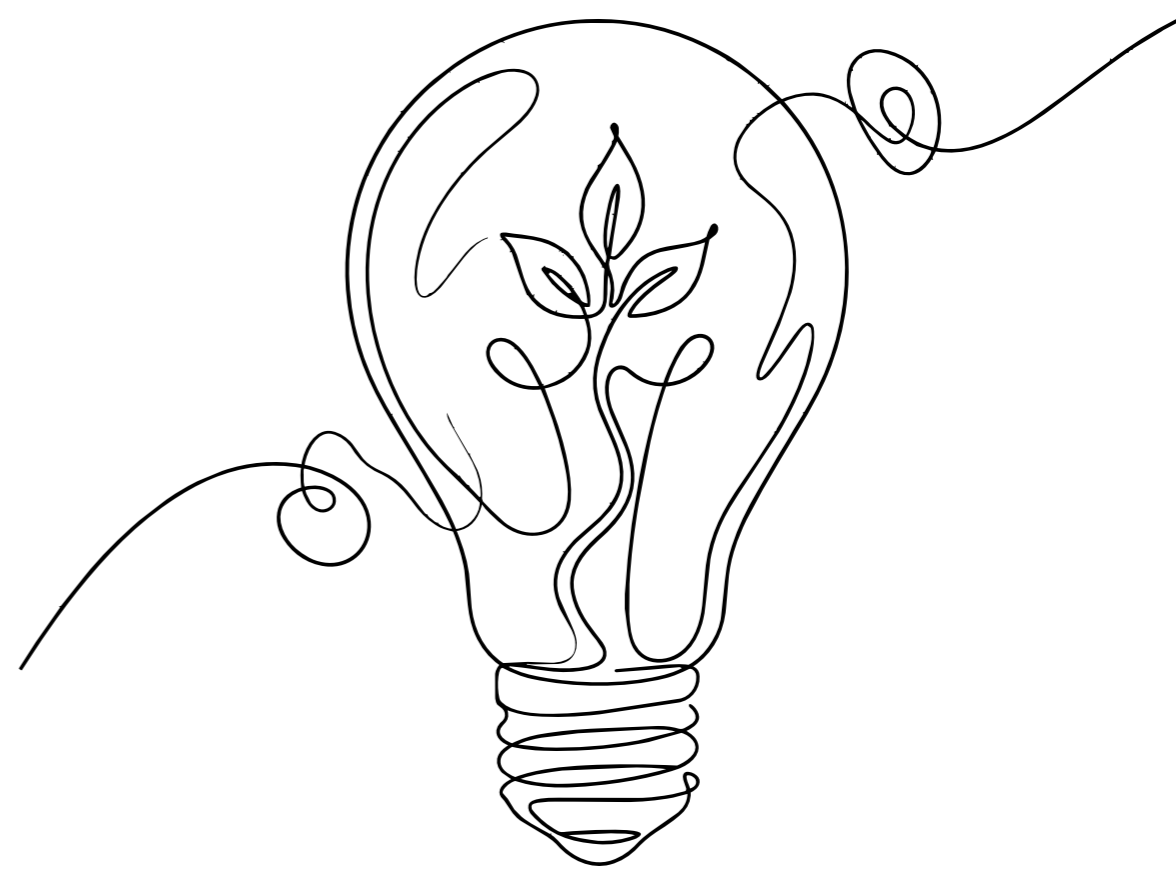
¹ la significatività è data dal risultato dello stakeholder engagement

IL NOSTRO 2025

Il 2025 ha rappresentato per il Gruppo un anno di consolidamento e rafforzamento del percorso di sostenibilità avviato negli anni precedenti. Le attività sviluppate hanno coinvolto, in maniera diretta e indiretta, le sister company e tutte le persone che fanno parte del Gruppo, con l'obiettivo di integrare sempre più il modello di responsabilità sociale nei processi operativi, nelle relazioni con gli stakeholder e nella cultura dell'organizzazione.

L'approccio adottato ha permesso di ottenere dei risultati significativi in tutte le dimensioni ESG, rafforzando il contributo del Gruppo al perseguimento degli obiettivi di beneficio comune previsti dallo statuto in qualità di Società Benefit.

Con il 2025 si conferma la volontà di proseguire lungo un percorso di miglioramento continuo, orientato alla creazione di valore condiviso per persone, ambiente e comunità. Nelle tabelle che seguono sono riportati i principali risultati raggiunti nel corso del 2025, suddivisi per area di impatto e collegati agli obiettivi e ai KPI definiti l'anno precedente.



DIMENSIONE GOVERNANCE

AZIONE	DESCRIZIONE	OBIETTIVO E KPI	RISULTATI OTTENUTI
Implementazione e mantenimento dei sistemi di certificazione e modelli organizzativi	Implementare e mantenere le certificazioni internazionali e i modelli organizzativi	Obiettivo: implementare e mantenere le certificazioni e i modelli organizzativi KPI: n° di nuove certificazioni ottenute e/o modelli organizzativi KPI: n° certificazioni mantenute e/o modelli organizzativi	Obiettivo raggiunto: 2 Sister company hanno conseguito la Certificazione UNI/PdR 125:2022 per la parità di genere Tutte le certificazioni e/o i modelli organizzativi rispettivamente implementate e adottati sono stati confermati e mantenuti nel corso dell'anno (12)
Elaborazione di adeguate politiche aziendali	Sviluppare politiche volte a strutturare ulteriormente le prassi aziendali e per promuovere trasparenza e coerenza operativa	Obiettivo: elaborazione di almeno una nuova politica interna aziendale KPI: n° di politiche adottate	Obiettivo raggiunto: 4 politiche interne aziendali elaborate
Elaborazione del Report di Sostenibilità	Elaborare annualmente il report di sostenibilità, per comunicare in modo trasparente agli stakeholder le iniziative e gli impatti ESG legati all'attività del Gruppo	Obiettivo: continuare a rendicontare gli impatti ESG del Gruppo attraverso il Report di Sostenibilità KPI: elaborazione e condivisione del Report di Sostenibilità 2025	Obiettivo raggiunto: Pubblicazione del bilancio di sostenibilità 2025
Redazione di una newsletter interna per la sensibilizzazione su tematiche di responsabilità sociale d'impresa	Pubblicare una newsletter trimestrale condivisa con tutti i dipendenti e gli organi amministrativi	Obiettivo: pubblicare ogni anno almeno 4 edizioni della newsletter KPI: n° newsletter pubblicate	Obiettivo raggiunto: 4 newsletter pubblicate
Definizione di un sistema di selezione e valutazione dei fornitori attraverso criteri ambientali, sociali e di governance	Mappare i fornitori chiave e qualificati	Obiettivo: implementazione di un sistema di selezione e valutazione dei fornitori KPI: % fornitori valutati secondo criteri sociali, ambientali e di governance	Obiettivo parzialmente raggiunto: 4,38% dei nuovi fornitori valutati secondo criteri sociali, ambientali e di governance.

DIMENSIONE SOCIALE

AZIONE	DESCRIZIONE	OBIETTIVO E KPI	RISULTATI OTTENUTI
Agevolazione delle modalità di lavoro in Smartworking	Promuovere lo Smartworking in tutte le società del Gruppo	Obiettivo: continuare a promuovere lo Smartworking in tutte le società del Gruppo KPI: n° beneficiari KPI: n° ore di lavoro da remoto	Obiettivo raggiunto: 169 ¹ dipendenti hanno usufruito dello smartworking 98.204 ore di smartworking effettuate
Erogazione di formazione non obbligatoria per i dipendenti	Fornire corsi di formazione non obbligatoria	Obiettivo: erogare almeno 600 ore di formazione non obbligatoria KPI: n° ore di formazione non obbligatoria erogate	Obiettivo raggiunto: 1.567,5 ore di formazione non obbligatoria erogate
Elaborazione di un sistema premiante e incentivante per i dipendenti	Adottare un sistema premiante e incentivante per i dipendenti (ad esempio tramite welfare, work for equity, ecc.)	Obiettivo: erogazione dei premi e/o incentivi ai dipendenti KPI: n° dipendenti beneficiari e importo dei premi	Obiettivo raggiunto: 79 dipendenti beneficiari 79.766 euro di premi erogati
Creazione di network e collaborazioni a vario titolo con aziende, università e altri partner istituzionali	Stipulare accordi e/o relazioni con università e altri partner istituzionali	Obiettivo: stipulare accordi con università e/o enti istituzionali KPI: n° collaborazione attivate	Obiettivo raggiunto: 17 stage attivati con 6 università e istituti diversi 249 ore di docenze effettuate da diversi professionisti del Gruppo in 10 istituti accademici
Coinvolgimento dei dipendenti in attività di volontariato e/o benefiche	Organizzazione di attività per sensibilizzare e coinvolgere i dipendenti verso le necessità della comunità, tramite progetti con associazioni del terzo settore	Obiettivo: Coinvolgere almeno il 30% dei dipendenti del Gruppo KPI: % dei dipendenti coinvolti KPI: n° ore	Obiettivo raggiunto: 43% dipendenti coinvolti 165,5 ore dedicate

¹ Si specifica che il numero dei dipendenti che hanno usufruito delle modalità di smartworking è maggiore del numero del totale dei dipendenti al 31.12.2025 in quanto, per questo indicatore, si considerano tutte le persone circolate nel corso dell'anno (dipendenti entrati e usciti) e che hanno usufruito di tale modalità.

DIMENSIONE AMBIENTALE

AZIONE	DESCRIZIONE	OBIETTIVO E KPI	RISULTATI OTTENUTI
Compensazione di CO ₂	Compensare le emissioni di specifiche attività aziendali e/o eventi tramite progetti certificati (secondo gli standard "Verified Carbon Standard" e "Gold Standard")	Obiettivo: compensare almeno 2 attività e/o eventi KPI: n° attività e/o eventi compensati	Obiettivo raggiunto: 4 attività e/o eventi compensati 15,33 tCO ₂ e compensata
Consumo di energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili e certificate	Attivare contratti di fornitura di energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili al 100% (coperto da Certificati di Garanzia di Origine)	Obiettivo: consumare almeno l'80% di energia elettrica proveniente da fonti 100% rinnovabili. KPI: % di energia da fonti rinnovabili	Obiettivo raggiunto: 82% di energia elettrica consumata provenienti da fonti 100% rinnovabili
Green Mobility	Convertire la flotta aziendale in veicoli ibridi e/o elettrici e facilitare la mobilità sostenibile dei dipendenti	Obiettivo: almeno il 70% della flotta aziendale composto da vetture ibride e/o elettriche, facilitare la mobilità dei dipendenti KPI: n° vetture KPI: % di vetture ibride o/e elettriche sul totale della flotta KPI: km con mezzi a basse emissioni di CO ₂	Obiettivo raggiunto: 12 vetture ibride – elettriche 75% del totale della flotta aziendale 11.906 km percorsi con mezzi a basse emissioni di CO ₂
Acquisto di carta 100% riciclata	Stipulare accordi e/o relazioni con università e altri partner istituzionali	Obiettivo: estendere la politica a tutte le società del Gruppo SG Company e acquistare solo carta 100% riciclata KPI: n° risme di carta 100% riciclata su totale di risme acquistate KPI: % di risme riciclate sul totale	Obiettivo parzialmente raggiunto: 135 risme di carta riciclata acquistate 84,38% sul totale di carta acquistata è riciclata

3.1 DIMENSIONE GOVERNANCE

FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE

“Adozione di criteri ambientali e sociali nella selezione dei fornitori per una gestione responsabile della catena di fornitura e promozione e diffusione di una cultura aziendale responsabile.”

TEMI MATERIALI

- Etica e integrità aziendale
- Qualità dei servizi

SDGs



GRI 3-3 | GRI 205-2 | GRI 308-1 | GRI 414-1

RISULTATI OTTENUTI



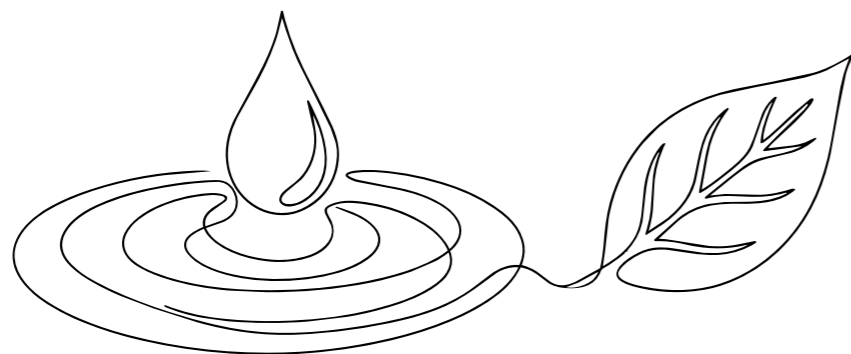
La governance rappresenta un elemento centrale per tutte le organizzazioni che vogliono operare in modo etico, trasparente e responsabile. Per SG Company, quale emittente quotato in Borsa, tale caratteristica assume un ruolo fondamentale; oltre, infatti, a garantire correttezza dei processi e tracciabilità degli stessi ai propri clienti, fornitori e dipendenti, il presidio di tale ambito risulta necessario per assicurare una comunicazione chiara verso gli azionisti e il mercato.

In questo senso, gli obblighi di divulgazione in capo agli emittenti quotati, tra i quali la diffusione di periodici comunicati stampa e di determinati documenti economico-finanziari rappresentano strumenti fondamentali ad ulteriore garanzia dell'affidabilità e della trasparenza nella gestione e nelle scelte aziendali intraprese dal Gruppo.

Essere Società Benefit implica aggiungere un ulteriore livello di responsabilità: la governance non è orientata esclusivamente all'efficienza organizzativa, ma anche alla generazione di valore sociale e ambientale. Per questo motivo, il Gruppo, attraverso le varie iniziative e azioni implementate lungo gli anni, ha rafforzato il proprio modello di responsabilità sociale, consolidando i propri sistemi, processi e strumenti a supporto dei principi di trasparenza, integrità e qualità dei servizi offerti.

La centralità della governance emerge anche dall'analisi di materialità aggiornata nel 2025: i due temi materiali che hanno registrato una rilevanza elevata per gli stakeholder sono infatti "Etica e integrità aziendale" e "Qualità dei servizi", a conferma dell'importanza di operare con responsabilità lungo tutta la catena del valore. **Per il Gruppo e per i suoi stakeholder garantire trasparenza, comportamenti etici e processi strutturati rappresenta un valore fondamentale, che contribuisce a costruire fiducia e continuità operativa e, per questo, rappresentano ambiti in cui SG Company continuerà ad investire e ad intervenire.**

Nel dettaglio, nel corso del 2025 il modello di governance aziendale si è rafforzato anche grazie alle azioni implementate da parte delle società del Gruppo, in linea con gli obiettivi definiti l'anno precedente, collegati alla relativa finalità di beneficio comune e ai più ampi temi materiali rilevati in questo ambito.



IMPLEMENTAZIONE E RAFFORZAMENTO DEI SISTEMI DI CERTIFICAZIONE E MODELLI ORGANIZZATIVI

Quest'anno le società **Louder e Klein Russo** hanno implementato la certificazione di parità di genere, la **UNI/PdR 125:2022 - Sistema di gestione per la parità di genere**, allineando i rispettivi sistemi di gestione con quelli già implementati dalle altre sister company già certificate e rafforzando così l'impegno del Gruppo verso l'equità di genere e la valorizzazione di ambienti di lavoro inclusivi.

Parallelamente, le società del Gruppo che nel corso degli esercizi precedenti avevano implementato determinate certificazioni e/o adottato modelli organizzativi e di gestione, grazie al continuo lavoro di aggiornamento, verifica e consolidamento delle modalità operative e superati gli audit effettuati, hanno mantenuto quanto raggiunto negli anni precedenti, **mantenendo in totale 12 certificazioni e/o modelli organizzativi e di gestione**, a conferma della solidità dei sistemi adottati e dell'attenzione costante ai processi, alla qualità e alla gestione responsabile.

Per un dettaglio sulle certificazioni e/o i modelli organizzativi adottati si veda il paragrafo finale del presente capitolo "3.1.1 Le nostre certificazioni".

POLITICHE INTERNE

A fianco dei sistemi di gestione implementati da alcune delle sister company, le società del Gruppo – sempre in ottica di continuo miglioramento e di trasparenza – hanno elaborato nel corso del 2025 diverse politiche interne a supporto della gestione del business. Le politiche interne realizzate contribuiscono a valorizzare la più ampia responsabilità sociale d'impresa e nel corso dell'anno sono risultate 4:

- **Politica di parità di genere**
- **Politica di sostenibilità e diversità & inclusione**
- **Aggiornamento Codice Etico,**
- **Procedure D&I**

Sono documenti orientati rispettivamente a rafforzare il rispetto della persona, la gestione delle diversità e la promozione della parità di genere all'interno dell'organizzazione.

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ VOLONTARIO

Come già descritto, in qualità di Società Benefit, SG Company ha l'obbligo di redigere una relazione d'impatto rendicontando le azioni implementate per raggiungere le finalità di beneficio comune. Dal 2023, tuttavia, la Società ha scelto di integrare questo documento all'interno del Bilancio di sostenibilità, redatto seguendo le normative vigenti e gli standard internazionali per garantire una rendicontazione più ampia, trasparente e in grado di

rappresentare in modo completo gli impatti del Gruppo.

Con la diffusione in questo esercizio della terza edizione il SG Company conferma l'impegno preso verso un monitoraggio approfondito e continuo delle performance ESG.

NEWSLETTER INTERNA

Nell'ambito dei processi di sensibilizzazione verso la responsabilità sociale, anche per il 2025 si è continuato a pubblicare trimestralmente la newsletter interna, accessibile a tutte le risorse e dedicata all'approfondimento di tematiche ESG. Le tematiche trattate quest'anno sono state:



Nel 2025, per le attività di sensibilizzazione, oltre alla pubblicazione delle newsletter sono state create due iniziative molto significative:

- Una sister company, Sinergie, a partire dal secondo semestre dell'esercizio ha avviato un programma interno chiamato **Good Mondays** con l'obiettivo di sensibilizzare i propri dipendenti su tematiche ESG attraverso momenti di confronto, attività o iniziative di coinvolgimento. La prima iniziativa del programma è stata in occasione della Giornata Mondiale senza auto, il 22 settembre, durante il quale i dipendenti sono stati invitati a lavorare da remoto per ridurre le emissioni legate alla mobilità quotidiana.



- Sempre in ottica di promuovere una cultura inclusiva e responsabile, il Gruppo ha istituito il **Tavolo Parità di Genere**, coinvolgendo rappresentanti di tutte le società.

Questo spazio di confronto ha l'obiettivo di condividere idee, analizzare bisogni e definire possibili azioni e progetti per rafforzare ulteriormente l'impegno sull'equità di genere.

DATABASE FORNITORI

GRI 308-1 | GRI 414-1

Consapevoli dell'importanza di gestire responsabilmente la catena di fornitura e di integrare criteri e processi sostenibili lungo l'intero ciclo di vita, la Società ha avviato dal 2024 un processo strutturato – non ancora concluso – per incorporare in modo sistematico i criteri ESG nella qualifica e valutazione dei propri fornitori, condiviso tra tutte le sister company e completo di anagrafiche e valutazioni. Alla data di chiusura del presente Bilancio risultano nel suddetto database 18 fornitori qualificati in base a criteri ESG e CAM (Criteri Ambientali Minimi).

Oltre a tale qualifica, la società Sinergie, che costituisce la realtà più rilevante in termini di volume d'affari, somministra ai suoi principali fornitori un addendum contrattuale che attesta la presa visione e l'allineamento ai valori aziendali e ai principi di sostenibilità adottati dal Gruppo.

A fronte del processo in corso, nel 2025 il 4,38% dei nuovi fornitori è stato qualificato secondo criteri ambientali e sociali. Una volta strutturato e completato il database fornitori, l'obiettivo sarà aumentare la copertura valutativa della catena di fornitura e allineare i partner ai requisiti ESG del Gruppo. Questo percorso richiederà un lavoro graduale ma sistematico, volto a costruire relazioni commerciali basate sulla responsabilità, la trasparenza e il rispetto dei principi ESG.

Le azioni poste in essere dalla Società nell'ambito della governance e i risultati raggiunti in questo 2025 dimostrano come la governance del Gruppo rappresenti un elemento chiave per l'operato quotidiano e per la crescita sostenibile. Un modello strutturato garantisce continuità operativa, stabilità organizzativa e un approccio responsabile orientato all'integrità e alla trasparenza, contribuendo a tutelare gli stakeholder e a generare valore condiviso.

Una gestione trasparente del business non solo rafforza la fiducia degli stakeholder, ma costituisce anche la base per uno sviluppo equilibrato che coniuga performance e impatti positivi.



3.1.1 LE NOSTRE CERTIFICAZIONI

GRI 205-2

Le certificazioni e i modelli organizzativi costituiscono un elemento fondamentale del sistema di governance del Gruppo: attestano la conformità a standard nazionali e internazionali e garantiscono qualità, sicurezza, trasparenza e correttezza.

Rappresentano l'architettura permanente alla base di tutte le iniziative di miglioramento e contribuiscono a generare valore su più fronti, rafforzando la competitività e la reputazione aziendale, migliorando l'efficienza operativa e aprendo nuove opportunità di mercato. Allo stesso tempo, favoriscono un ambiente di lavoro equo e inclusivo, promuovendo il rispetto dei diritti umani e il benessere delle persone. Anche sul piano ambientale, tali strumenti incentivano pratiche a basso impatto, con particolare attenzione alla gestione sostenibile degli eventi e alla riduzione degli sprechi. Le certificazioni e i modelli descritti di seguito non sono quindi solo risultati del 2025, ma un processo strutturale e continuativo che consente al Gruppo di operare in modo responsabile, coerente e conforme alle normative vigenti, rafforzando i presidi di etica e integrità aziendale e contribuendo a garantire elevati standard di qualità dei servizi.

Considerando il perimetro societario rendicontato dal presente Bilancio di Sostenibilità, si riportano di seguito le certificazioni e i modelli di gestione implementati e/o mantenuti nel corso del 2025:

UNI EN ISO 9001: 2015

UNI EN ISO 9001:2015

Sistema di gestione per la qualità: contribuisce alla prevenzione di ogni eventuale non conformità, ottimizzando la gestione dei servizi e garantendo un costante presidio dei processi e delle attività in qualsiasi modo connesse con la qualità dei servizi.

[Sinergie - Klein Russo - FMA - SG Advisory]

MODELLO ORGANIZZATIVO 231 / 2001

MODELLO ORGANIZZATIVO E DI GESTIONE AI SENSI DEL D. LGS. 231/2001

Supporta l'azienda nella prevenzione di determinati reati, a tutela della responsabilità amministrativa delle imprese e a rafforzamento dei presidi di governance. Tale Modello è stato adottato dalle società **SG Company, Sinergie e SG Advisory** e si specifica che, in conformità con la normativa vigente, è stato istituito un organismo di vigilanza (Odv) dotato di potere e controllo a garanzia del costante aggiornamento dello stesso, che rimane in carica per due anni e che viene nominato dal Consiglio di Amministrazione. Inoltre, il Gruppo ha istituito canali ufficiali di whistleblowing accessibili dal sito aziendale, che consentono la segnalazione riservata e circostanziata di comportamenti illeciti o non conformi, garantendo la protezione dell'identità del segnalante e prevedendo sanzioni disciplinari adeguate in caso di violazioni.

UNI/PdR 125:2002

UNI/PDR 125:2022

Sistema di gestione per la parità di genere: integra i principi e procedure per garantire parità di genere nei processi, nell'equità retributiva, nelle opportunità di crescita e nella cultura aziendale.

[SG Company - Sinergie - Louder - Klein Russo]

UNI EN ISO 37001:2016

UNI EN ISO 37001:2016

Sistema di gestione per la prevenzione della corruzione: supporta l'adozione di politiche di anticorruzione e sottolinea la responsabilità dell'impresa nell'operare in maniera etica e trasparente, tutelando il Gruppo da rischi reputazionali e legali.

La certificazione implementata dalla società **Sinergie**, al fine di sensibilizzare e attuare azioni di prevenzione della corruzione, anche nel 2025 il Gruppo ha confermato il proprio impegno attraverso la comunicazione capillare delle politiche e procedure aziendali in materia a tutti i dipendenti del Gruppo, quindi anche alle società non certificate.

- Dirigenti 2 su 2 (100%)
- Quadri 15 su 15 (100%)
- Impiegati 131 su 131 (100%)

In aggiunta alla comunicazione interna, la documentazione elaborata da Sinergie per la certificazione del proprio sistema di gestione in termini di anticorruzione è stata parzialmente resa pubblica nella intranet aziendale, accessibile a tutti i dipendenti delle varie società, e la policy anticorruzione, creata nel 2023, è stata pubblicata anche sul sito ufficiale sia di SG Company, sia di Sinergie.

UNI EN ISO 20121:2013

UNI EN ISO 20121:2013

Sistema di gestione per l'organizzazione sostenibile degli eventi: supporta le aziende nell'impegno a realizzare eventi sostenibili attraverso una serie di pratiche volte a ridurre sprechi, consumi e impatti ambientali, promuovendo pratiche sostenibili.

Tale certificazione, implementata ormai da anni dalle società attive nel business degli eventi, **Sinergie e Louder**, si sottolinea come i sistemi di gestione acquisiti nel merito garantiscano una gestione degli eventi – dalla pianificazione all'effettiva realizzazione – condotta con una costante attenzione alla sostenibilità in senso ampio e sulla base di misure e criteri volti a ridurre gli impatti ambientali e a massimizzare quelli sociali.

Nel dettaglio, il sistema prevede:

- analisi preventive, in fase di pianificazione, degli impatti materiali (ambientali e sociali) dell'evento;
- definizione di obiettivi e KPI evento specifici;
- selezione responsabile dei fornitori (preferendo fornitori locali, ove possibile);
- attenzione all'efficienza energetica della location;
- scelte circolari di materiali e allestimenti;
- prevenzione di rifiuti e sprechi alimentari;
- considerazione di criteri di accessibilità e inclusione;
- utilizzo di mobilità a basse emissioni per partecipanti e staff;
- monitoraggio delle prestazioni e trasparenza verso i clienti.

L'adozione dello standard consente di integrare i criteri di sostenibilità in tutta la pianificazione dell'evento, consentendo alle società di contribuire a ridurre l'impatto ambientale e rafforzare la creazione di valore sociale lungo l'intero ciclo di realizzazione. Con riferimento alla gestione sostenibile degli eventi, risulta correlata la tematica relativa alla compensazione delle emissioni di CO₂ prodotte dagli eventi, trattata in seguito nel paragrafo "3.3 Dimensione Ambientale".

3.2 DIMENSIONE SOCIALE

FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE

“Sviluppo di attività rivolte alla valorizzazione, alla crescita e al benessere del capitale umano aziendale, nonché all’attrazione di nuovi talenti e realizzazione di attività a supporto di enti no profit che abbiano un impatto sociale”.

TEMI MATERIALI

- Benessere e sviluppo del capitale umano
- Rapporto con il territorio e le comunità locali

SDGs



GRI 3-3 | GRI 401-2 | GRI 401-3
 GRI 403-1 | GRI 403-3 | GRI 403-5
 GRI 403-9 | GRI 403-10 | GRI 404-1

RISULTATI OTTENUTI



La responsabilità sociale rappresenta un elemento centrale nella strategia e nelle attività del Gruppo. Le persone costituiscono il cuore pulsante dell'organizzazione e il principale motore di crescita, per questo motivo la creazione di un ambiente di lavoro inclusivo, orientato al benessere e allo sviluppo professionale delle risorse è considerata una priorità strategica.

L'approccio alla sostenibilità sociale non si limita al supporto dei dipendenti, ma si traduce in un insieme di iniziative e politiche volte a favorire l'equilibrio tra vita professionale e vita privata, promuovere pari opportunità, contribuire alla riduzione delle disuguaglianze e sostenere la comunità di riferimento.

Anche quest'anno, l'analisi di materialità e il processo di stakeholder engagement hanno confermato l'elevata rilevanza del tema materiale Benessere e sviluppo del capitale umano per tutti gli stakeholder, risultato che conferma l'importanza per il Gruppo di catalizzare gli investimenti nell'ambito sociale.

In questo contesto il Gruppo si impegna a costruire una cultura aziendale fondata sul rispetto, sulla valorizzazione delle diversità e sulla diffusione di pratiche e policy orientate al benessere delle persone. Parallelamente promuove iniziative di carattere sociale e solidale a supporto delle comunità locali e di organizzazioni del terzo settore, contribuendo alla generazione di un impatto positivo sul territorio e sulle persone.



SMARTWORKING

Perseguendo le finalità sopraelencate, le società del gruppo SG Company continuano a promuovere la politica di smartworking, offrendo ai propri dipendenti la possibilità di svolgere l'attività lavorativa da remoto con l'obiettivo di favorire al meglio un equilibrio tra vita privata e professionale. Nel corso del 2025, 169 dipendenti hanno potuto usufruire di tale modalità, per un totale di 98.204 ore di smartworking effettuate.

Il numero dei dipendenti che hanno usufruito delle modalità di smartworking è maggiore del numero del totale dei dipendenti al 31.12.2025 in quanto, per questo indicatore, si considerano tutte le persone circolate nel corso dell'anno (dipendenti entrati e usciti) e che hanno usufruito di tale modalità.

In aggiunta, per le cinque società del Gruppo che hanno rinnovato e/o adottato nel corso dell'anno una nuova formulazione del regolamento aziendale, è stata introdotta una maggiore flessibilità in materia di smartworking, con particolare attenzione al supporto delle esigenze legate alla genitorialità.

In particolare:

- al personale con figli minori di 10 anni viene riconosciuta la facoltà di concordare preventivamente con il proprio responsabile 3 giorni fissi a settimana durante i quali prestare la propria attività lavorativa in modalità agile;
- al personale con figli di età compresa tra i 10 e 14 anni viene riconosciuta la facoltà di concordare preventivamente con il proprio responsabile 2 giorni fissi a settimana durante i quali prestare la propria attività lavorativa in modalità agile.

169 dipendenti
98.204 ore di smartworking

FORMAZIONE

GRI 404-1

Favorire lo sviluppo e l'avanzamento professionale delle persone rappresenta una priorità per il Gruppo, che considera la formazione continua una leva strategica e fondamentale per accrescere le competenze, rafforzare la competitività e rendere l'organizzazione sempre più attrattiva nei confronti dei nuovi talenti. Nel 2025 sono state erogate circa **2.272** ore di formazione, obbligatoria e non obbligatoria, su diversi argomenti utili per implementare le competenze e le capacità dei dipendenti. Le ore di formazione obbligatoria sono state circa 704,50, svolte su argomenti:

SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO	<ul style="list-style-type: none"> Formazione lavoratori sulla salute e sicurezza sia generale sia specifica Preposto Antincendio – Livello 1 Primo soccorso RLS – Rappresentate dei lavoratori per la sicurezza RSPP – Responsabile del servizio di prevenzione e protezione
CERTIFICAZIONI	<ul style="list-style-type: none"> Parità di genere per UNI/PdR 125 Sistema di gestione per parità di genere ESG - UNI EN ISO 20121:2013 Sistema di gestione della sostenibilità degli eventi

A tal proposito si evidenzia che nelle ore di formazione obbligatoria viene considerata anche quella relativa agli argomenti previsti e richiesti per il mantenimento di determinate certificazioni. Ciò perché, anche se l'implementazione di sistemi di gestione certificati non risulta, di fatto, un obbligo per le società ma rappresenta una scelta volontaria, una volta ottenuta la certificazione la formazione periodica rientra tra gli adempimenti necessari per il mantenimento delle stesse.

In termini di formazione non obbligatoria, invece, sono state erogate **1.567,50** ore di formazione, superando di gran lunga l'obiettivo di 600 ore atteso. Questo risultato evidenzia, da una parte, l'attenzione continua della Società nella ricerca di soluzioni formative adeguate alle necessità aziendali e, dall'altra, una forte partecipazione dei dipendenti, a conferma ulteriore dell'importanza attribuita dal Gruppo alla diffusione della cultura dell'apprendimento continuo. La formazione non obbligatoria è stata erogata sia da professionisti esterni, sia attraverso il coinvolgimento diretto dei colleghi più esperti, che hanno condiviso le proprie competenze con altri colleghi sul fronte di determinati sistemi operativi, favorendo così la diffusione del know-how e il rafforzamento della collaborazione interna. Tematiche affrontate durante i corsi:

BUSINESS	Business Development Bandi di gare
COMUNICAZIONE	Copywriter Photoshop Psicolinguistica
SOFT SKILLS	Public speaking Conflict Management Leadership inclusiva e comunicazione gentile Time management Self Empowerment
IT & DIGITAL	Cyber Security 2025 Sicurezza informativa Certified Security Certified Developer – Associate Certified DevOps Engineer – Professional Cloud financial management Intelligenza artificiale
SOFTWARE E APPLICATIVI	Excel Altri Tools interni
FINANCE	Fondamenti di bilancio
HR	La gestione delle risorse umane del project management Provvedimenti disciplinari Diversità, equità e inclusione Bias cognitivi Progetto Challenge Equality in Employment and Care
ESG	Sostenibilità e criteri ambientali ESG Standard

1.567,50 ore di formazione non obbligatoria

GRI 404-1a Numero totale di ore di formazione all'anno obbligatoria

	ORE UOMINI	ORE DONNE	ORE TOTALI
Dirigenti	2h	2,50h	4,50h
Quadri	4,00h	38,00h	42,00h
Impiegati	214,00h	444,00h	658,00h
Operai	0,00h	0,00h	0,00h
TOTALE	220,00h	484,50h	704,50h

GRI 404-1a Numero totale di ore di formazione all'anno non obbligatoria

	ORE UOMINI	ORE DONNE	ORE TOTALI
Dirigenti	10h	1,50h	11,50h
Quadri	23,00h	218,50h	241,50h
Impiegati	452,00h	862,50h	1314,50h
Operai	0,00h	0,00h	0,00h
TOTALE	485,00h	1082,50h	1567,50h



Un'iniziativa particolarmente significativa in ambito formativo è stata il **Creative Day**, svolto il 27 novembre 2025 presso gli uffici romani di Klein Russo e Sinergie. L'evento ha coinvolto circa 30 professionisti delle aree creative e di produzione del Gruppo, favorendo momenti di confronto, condivisione di competenze e collaborazione tra team.

INCENTIVI E WELFARE AZIENDALE

GRI 401-2 | 401-3

Il Gruppo promuove diverse iniziative di welfare e sistemi di incentivazione finalizzati a valorizzare il contributo delle proprie persone e rafforzare il senso di appartenenza all'organizzazione.

Nel corso dell'anno, circa **79** dipendenti hanno beneficiato di tali strumenti, per un valore economico complessivo di **79.766 euro**. Si evidenzia che l'importo dei premi erogati, di competenza del 2025, risulta parziale in quanto vi saranno da erogare importi aggiuntivi dopo l'approvazione del bilancio civilistico 2025, sulla base dei risultati economici raggiunti dal Gruppo.

In alcune società il welfare aziendale viene erogato tramite due piattaforme (a scelta del dipendente quale utilizzare), che consentono di utilizzare il proprio credito per:

- previdenza complementare;
- rimborsi per educazione e istruzione del coniuge/figli/altri familiari;
- assistenza a familiari anziani o non autosufficienti;
- abbonamenti ai trasporti pubblici propri e dei familiari;
- spese sanitarie (visite, esami, cure odontoiatriche, check up);
- sport e benessere (palestre, piscine, centri termali);
- cultura e intrattenimento (cinema, teatro, musei, musica);
- viaggi (voli, hotel, pacchetti);
- buoni acquisto per spese alimentari, carburante e acquisti vari;
- rimborso delle utenze domestiche.

79
dipendenti

79.766
euro

A livello di Gruppo, oltre ad offrire iniziative di welfare aziendale e incentivi legati alla produzione, l'accesso a coperture assicurative e benefici legati al benessere dei dipendenti varia in base alle previsioni contrattuali e alle specificità aziendali, mantenendo comunque una coerenza generale con quanto previsto dai rispettivi CCNL.

In particolare, si riportano di seguito le ulteriori misure previste nel merito:

- **Assicurazione sulla vita:** attualmente non è prevista per i dipendenti, né full-time né part-time. Tale copertura è attivata unicamente per i soci amministratori.
- **Assistenza sanitaria:** tutte le società del Gruppo garantiscono l'accesso all'assistenza sanitaria integrativa tramite il Fondo EST per tutti i dipendenti a tempo indeterminato, in linea con quanto previsto dal contratto collettivo nazionale applicato. Sono esclusi dalla copertura i lavoratori con contratto a tempo determinato, come da disposizioni del CCNL.
- **Copertura assicurativa per disabilità o invalidità:** è generalmente limitata alla copertura assicurativa per responsabilità civile (RCT e RCO) derivante dall'esercizio

dell'attività lavorativa, senza integrazioni ulteriori.

- **Congedo parentale:** viene erogato conformemente alle disposizioni del contratto collettivo nazionale, con applicazione estesa sia ai lavoratori full-time che part-time nei casi previsti dalla normativa vigente. Nel corso del 2025 i dipendenti aventi diritto del congedo parentale sono 24 (7 uomini e 17 donne). Ne hanno usufruito 7 dipendenti. Il tasso di rientro al lavoro è di 87,50% mentre il tasso di fidelizzazione è del 100%.
- **Previdenza complementare:** per i dipendenti aderenti al fondo di categoria, le società del Gruppo riconoscono il contributo datoriale dell'1,55% previsto dal CCNL Terziario-Commercio, in aggiunta al TFR e alla quota a carico del lavoratore. Tale contributo non deriva da un obbligo di legge generale, ma da previsioni contrattuali di settore applicabili ai soli aderenti.

RELAZIONE CON IL TERRITORIO E LA COMUNITÀ

249 ore di docenza
17 stage

Creare un network con il territorio per supportare lo sviluppo economico del Paese è uno degli obiettivi Onu dell'agenda 2030 e il Gruppo si impegna a portare avanti tale obiettivo riconoscendo l'importanza di sviluppare relazione solide con il territorio.

Con questo obiettivo, alcuni professionisti collaborano con diversi Istituti accademici e centri di formazione in qualità di docenti e formatori, contribuendo alla diffusione di competenze e conoscenze nei settori della comunicazione, marketing e retail.

Durante l'anno sono state svolte circa **249 ore di docenza** presso diversi istituti come: Ied di Roma e di Torino, Naba, Università di Pavia, Università Cattolica del Sacro Cuore e Retail Institute.

Parallelamente, il Gruppo promuove l'inserimento dei giovani nel mondo del lavoro attraverso programmi di stage e collaborazioni con università e istituti di formazione. Nel corso del 2025 sono stati attivati **17 stage**, offrendo a studenti e neolaureati l'opportunità di acquisire esperienza professionale e sviluppare competenze pratiche.

ATTIVITÀ BENEFICHE E/O DI VOLONTARIATO

Anche quest'anno il Gruppo ha portato avanti varie iniziative di volontariato aziendale e di beneficenza per fornire supporto a realtà del terzo settore.

Rispetto agli anni precedenti, le attività hanno coinvolto un numero maggiore di società del Gruppo, ampliando le opportunità di partecipazione per i dipendenti.

Sono state proposte complessivamente 9 attività di volontariato, sviluppate in collaborazione con diverse organizzazioni non profit. Complessivamente il **43% dei dipendenti** ha preso parte alle iniziative, per un totale di **165,5 ore dedicate**, risultato molto soddisfacente che supera di gran lunga l'obiettivo atteso e conferma la volontà dei dipendenti nel voler contribuire attivamente nella creazione di valore.

43% dei dipendenti
165,5 ore dedicate

Si riporta di seguito il dettaglio delle attività di volontariato svolte ([clicca sul nome dell'associazione per visitarne il sito](#)):

ASSOCIAZIONE CROCE ROSSA	Attività di supporto al Charity Shop per la sistemazione dei prodotti donati.	Risorse coinvolte: 3 Ore complessive: 9
CENTRO RACCOLTA DI OPERA SAN FRANCESCO	Attività di raccolta e smistamento di abiti usati presso il centro di raccolta.	Risorse coinvolte: 11 Ore Complessive: 38,5
FONDAZIONE DON GNOCCHI	Attività manuali e creative a supporto degli ospiti della struttura.	Risorse coinvolte: 39 Ore Complessive: 88,5
ASSOCIAZIONE PANE QUOTIDIANO	Attività di distribuzione e preparazione di alimenti destinati alle persone in difficoltà.	Risorse coinvolte: 4 Ore Complessive: 11
ASSOCIAZIONE SAN VINCENZO DE PAOLI SIEMES SPA	Attività di raccolta fondi tramite vendita solidale di panettoni per il progetto "Dona Cultura".	Risorse coinvolte: 5 Ore Complessive: 12,5
ASSOCIAZIONE DYNAMO CAMP	Attività di raccolta fondi attraverso il servizio di impacchettamento regali	Risorse coinvolte: 2 Ore Complessive: 6

DONAZIONI E BENEFICENZA

Un'altra iniziativa promossa all'interno delle società del Gruppo è legata al Payroll Giving, attività che consente ai dipendenti di devolvere volontariamente una parte del proprio stipendio (donando il corrispettivo di una o più ore lavorative) a organizzazioni del terzo settore direttamente tramite la propria busta paga. Le associazioni coinvolte, selezionate sulla base di un'analisi interna condotta nel 2023 in merito all'interesse e alla sensibilità delle risorse aziendali, sono state 5 ([clicca sul nome dell'associazione per visitarne il sito](#)):

- l'**Associazione Croce Rossa**, organizzazione di volontariato che ha per scopo l'assistenza sanitaria e sociale in tempo di conflitto;
- la **Lega del Filo d'oro**, ente filantropico per l'assistenza, l'educazione, la riabilitazione, il recupero, la valorizzazione delle potenzialità residue e il sostegno nella ricerca della maggiore autonomia possibile delle persone sordocieche e pluriminorate psicosensoriali;

- **l'Associazione ProTetto Onlus**, realtà che ha l'obiettivo di voler aiutare i senza fissa dimora e le famiglie e le persone in difficoltà e a reddito zero, che vivono in condizione di grande precarietà;
- **l'ENPA**, ente che si occupa sia a livello di sensibilizzazione che concretamente della protezione degli animali, contro gli abbandoni ed i maltrattamenti
- **MAREVIVO**, fondazione ambientalista che lavora per la tutela del mare e dell'ambiente, contro l'inquinamento e la pesca illegale, per lo studio della biodiversità e la promozione e la valorizzazione delle aree marine protette.

Nel 2025 l'iniziativa ha coinvolto 11 dipendenti per un totale di 96 ore donate.

Inoltre, il Gruppo mantiene da diversi anni una collaborazione con il Centro Accoglienza Ambrosiano Onlus di Milano, con l'obiettivo di sostenere le attività della struttura e le famiglie ospitate. Nel corso del 2025 sono state realizzate diverse iniziative solidali, tra cui:

- **Donazione di uova di Pasqua:** 45 uova donate ai bambini ospitati nelle case-famiglia del centro. L'attività ha coinvolto 4 dipendenti e ha richiesto circa 4 ore di impegno lavorativo.
- **Donazione di materiale scolastico per Natale:** sono state donate 30 sacche contenenti materiale di cancelleria e 10 libri tattili per i bambini ospitati nella struttura. L'attività ha coinvolto 3 dipendenti e ha richiesto circa 2 ore di impegno lavorativo.
- **Donazione di 500,00 euro.**

In sintesi, le iniziative sviluppate nel 2025 confermano sia l'impegno del Gruppo nel promuovere un ambiente di lavoro inclusivo, sicuro e orientato alla crescita professionale delle persone sia l'attenzione alla comunità di riferimento. Il benessere organizzativo, la valorizzazione dei talenti, la formazione continua, la flessibilità lavorativa e il sostegno alle comunità locali rappresentano elementi centrali della strategia sociale del Gruppo e contribuiscono in modo concreto alla creazione di valore condiviso.

Le attività svolte, unite alla partecipazione attiva delle persone, testimoniano un percorso di responsabilità sociale ormai consolidato e basato su principi di equità, ascolto e collaborazione. Il Gruppo continuerà a rafforzare questo impegno, sostenendo la crescita professionale e personale dei dipendenti e promuovendo iniziative capaci di generare un impatto positivo per le persone, le comunità e il territorio.

3.2.1 SICUREZZA SUL LAVORO

GRI 403-3 | 403-5 | GRI 403-9 | GRI 403-10

La salute, la sicurezza e il benessere dei lavoratori rappresentano elementi centrali nella gestione aziendale e, in linea con il D.lgs. 81/2008, il Gruppo ha adottato un approccio strutturato e integrato, che combina misure preventive, protettive e organizzative per ridurre i rischi professionali e promuovere un ambiente di lavoro sicuro e inclusivo.

Nel 2025, non si sono verificati infortuni né sono stati registrati casi di malattia professionale, a fronte di complessive 265.931,50 ore lavorate.

Tutte le società del Gruppo hanno elaborato il Documento di Valutazione dei Rischi (DVR), che costituisce il riferimento operativo per l'individuazione e la gestione dei pericoli. Il documento include valutazioni approfondite su rischi trasversali, come lo stress lavoro-correlato e la tutela delle lavoratrici in gravidanza. La redazione del DVR è stata condotta in collaborazione con il medico competente e il responsabile del servizio di prevenzione e protezione, tenendo conto delle condizioni operative reali e utilizzando strumenti tecnici standardizzati. La valutazione ha riguardato tutte le sedi operative del Gruppo, identificando i principali fattori di rischio legati a potenziali patologie professionali, tra cui:

- movimentazione manuale di carichi pesanti;
- esposizione ad agenti chimici, biologici, fisici e cancerogeni;
- lavoro prolungato ai videoterminali, con potenziali effetti su vista, postura e benessere psicofisico;
- condizioni microclimatiche degli ambienti di lavoro.

A fronte dei rischi rilevati, sono state attuate misure di prevenzione e protezione coerenti con la gerarchia dei controlli, tra cui:

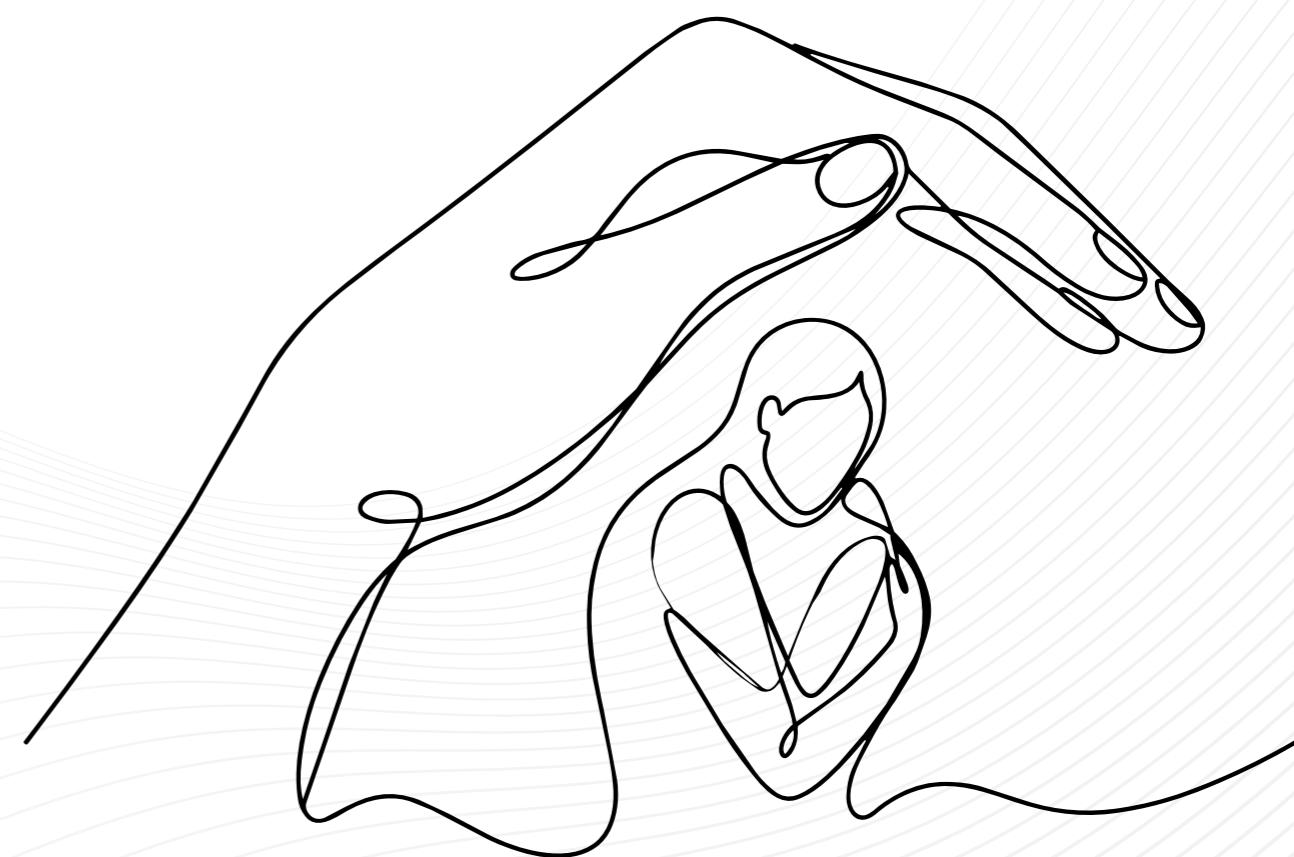
- eliminazione o riduzione del rischio alla fonte, ove tecnicamente possibile;
- progettazione ergonomica dei posti di lavoro e scelta di attrezzature conformi agli standard;
- limitazione dell'esposizione a sostanze pericolose, privilegiando materiali alternativi meno nocivi;
- priorità alle protezioni collettive rispetto a quelle individuali;
- monitoraggio sanitario periodico e possibilità di ricollocazione per motivi sanitari;
- formazione continua e informazione mirata per tutte le figure aziendali coinvolte nella sicurezza;
- manutenzione regolare di ambienti, impianti e dispositivi di sicurezza;
- adozione di codici di condotta e buone prassi, con pianificazione di azioni migliorative nel tempo.

Tutte le sedi del Gruppo sono dotate di attrezzature ergonomiche e conformi agli standard di sicurezza. La gestione è affidata a figure chiave quali l'RSPP, l'RLS, i preposti e i Medici Competenti, che svolgono controlli regolari e partecipano attivamente al miglioramento continuo.

Il Servizio di Medicina del Lavoro è operativo in ogni società del Gruppo e garantisce prestazioni sanitarie in linea con la normativa, nel rispetto della riservatezza dei lavoratori. In aggiunta, Louder S.r.l. ha attivato un servizio di supporto psicologico per il benessere mentale dei dipendenti.

L'organizzazione promuove inoltre una solida cultura della prevenzione attraverso percorsi formativi obbligatori, gratuiti e svolti durante l'orario di lavoro, progettati in base al ruolo e ai rischi specifici. I contenuti spaziano dalla formazione generale (diritti e doveri, gestione delle emergenze) a quella specialistica (videoterminali, muletti, primo soccorso, antincendio), con verifica finale dell'apprendimento da parte di enti accreditati.

Infine, nel 2025 alcune società del Gruppo hanno svolto anche una valutazione specifica dei rischi connessi a molestie e violenze nei luoghi di lavoro, integrandola nel Documento di Valutazione dei Rischi (DVR) e nei presidi organizzativi esistenti. L'obiettivo è prevenire, individuare e gestire tempestivamente situazioni potenzialmente dannosi, promuovendo un ambiente di lavoro sicuro, rispettoso e inclusivo.



3.3 DIMENSIONE AMBIENTALE

FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE

“Implementazione di azioni volte alla riduzione dell’impatto ambientale dell’azienda”.

TEMI MATERIALI

- Riduzione dell’impatto ambientale

SDGs



GRI 3-3 | GRI 302-1 | GRI 302-3
GRI 305-1 | GRI 305-2 | GRI 305-4

RISULTATI OTTENUTI

4 attività e/o eventi compensati
15,33 ton di CO₂ compensata

82% di energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili

12 vetture ibride – elettriche
75% del totale della flotta aziendale composta da veicolo ibridi/elettrici
11.906 km percorsi con mezzi a basse emissioni di CO₂

135 risme di carta riciclata acquistata
84,38% sul totale di carta acquistata è riciclata

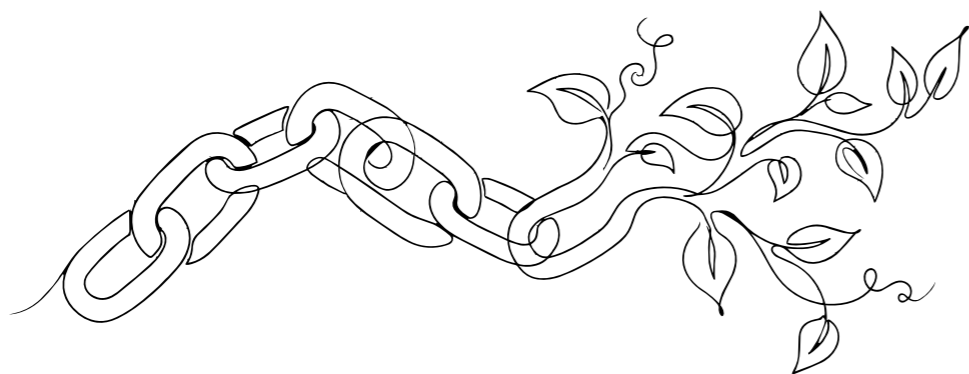
Sebbene i settori in cui opera il Gruppo presentino un'impronta ambientale relativamente contenuta rispetto a quelli produttivi, l'organizzazione è consapevole delle responsabilità che le compete nella lotta al cambiamento climatico. I principali impatti ambientali derivano dalla gestione delle sedi aziendali, dall'organizzazione di eventi e in misura sempre più crescente dalle attività digitali.

Negli ultimi anni, infatti, parallelamente al rapido sviluppo di nuove soluzioni digitali applicabili ai diversi settori di business e/o comprendenti l'utilizzo dell'intelligenza artificiale, anche l'attenzione agli impatti ambientali indiretti legati a queste tipologie di attività è commisuratamente aumentata e, alla luce di ciò, l'organizzazione ritiene che ogni ambito della propria operatività possa essere reso progressivamente più sostenibile attraverso scelte gestionali consapevoli.

L'impegno verso la sostenibilità ambientale è formalizzato all'interno della Politica di Sostenibilità e si traduce in azioni concrete, orientate alla riduzione degli impatti negativi alla e compensazione, ove possibile, delle emissioni non evitabili.

Quest'anno, inoltre, il tema materiale "Riduzione dell'impatto ambientale", pur rimanendo meno prioritario rispetto ad altri ambiti ESG, ha registrato un aumento di rilevanza percepita dagli stakeholder rispetto all'anno precedente, segnalando un'attenzione crescente verso le tematiche ambientali. Tale contesto rappresenta per il Gruppo un'opportunità per rafforzare ulteriormente il proprio impegno verso pratiche gestionali responsabili.

In coerenza con l'obiettivo di beneficio comune, l'organizzazione definisce annualmente target e KPI per monitorare i progressi e migliorare le proprie performance ambientali.



COMPENSAZIONE DELLE EMISSIONI

Il Gruppo si impegna a gestire gli eventi e le attività riducendo al minimo, ove possibile, le emissioni di CO₂ generate. Inoltre, da qualche anno, la Società ha stretto una partnership con Up2You SB S.r.l., partner specializzato nella misurazione e compensazione delle emissioni di gas a effetto serra, per la compensazione delle emissioni di alcune attività e/o eventi tramite l'adesione a progetti certificati secondo VCS/Gold Standard. La compensazione delle emissioni rappresenta una soluzione per bilanciare le emissioni di gas a effetto serra, non evitabili, contribuendo attivamente alla lotta contro il cambiamento climatico.

Grazie alla suddetta collaborazione, nel 2025 sono state compensate 4 attività e/o eventi, per un totale di 15,33 tonnellate di CO₂e compensate.

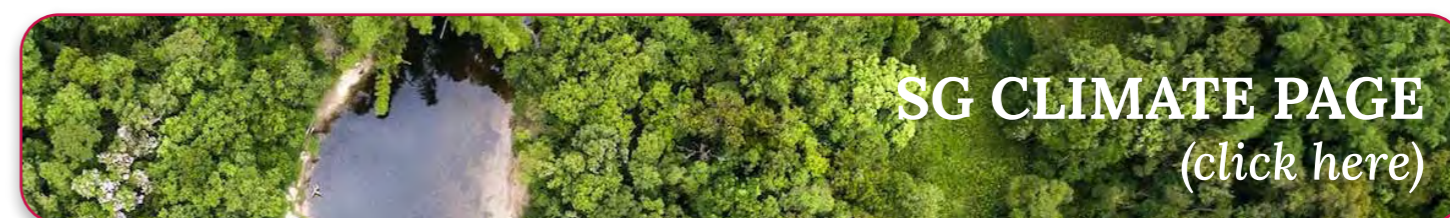
Eventi/attività compensate:

- Evento **Destination Luxury** – realizzato a febbraio 2025
- Evento **Sharing Growth Future** – realizzato a maggio 2025
- **Assemblea dei soci** – realizzata a maggio 2025
- **Evento assicurativo realizzato per un cliente** – realizzato a dicembre 2025

Per effettuare il calcolo delle emissioni associate agli eventi compensati, Up2You ha effettuato un'analisi di Life Cycle Assessment (LCA), in conformità con il Protocollo GHG e la norma ISO 14001. L'analisi ha previsto la raccolta di informazioni dettagliate al fine di calcolare nel modo più accurato le emissioni di CO₂ generate. A seguito della quantificazione delle emissioni, sono stati selezionati i progetti certificati sui quali investire per compensare l'impatto climatico.

Nel 2025 il Gruppo ha scelto di investire in progetti definiti Nature based, ovvero iniziative che sfruttano processi naturali per assorbire la CO₂ presente nell'atmosfera. Tali progetti possono assumere forme diverse, tra cui la riforestazione di aree degradate, la protezione di foreste a rischio di deforestazione e interventi di gestione del suolo e pratiche agricole a minore impatto.

In particolare, tra i diversi progetti collegati all'attività del partner citato, SG Company investe in modo prevalente in progetti "Made in Italy", iniziative nature based finalizzate all'assorbimento della CO₂ sul territorio nazionale e riconosciute e certificate secondo gli standard internazionali Verra. In questo modo il Gruppo contribuisce a interventi di elevato valore ambientale con ricadute positive a livello territoriale.



ENERGIA RINNOVABILE

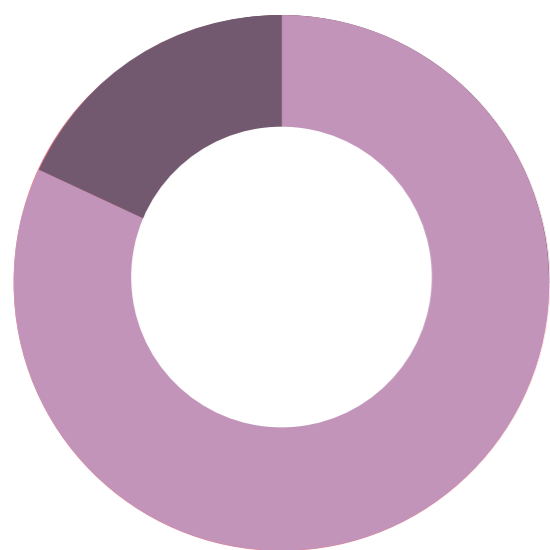
GRI 302-1 | GRI 302-3

Anche quest'anno, per ridurre le emissioni legate ai consumi elettrici delle sedi, la maggior parte delle società del Gruppo ha mantenuto e/o stipulato contratti che prevedono la fornitura di energia proveniente al 100% da fonti rinnovabili.

Si riporta di seguito il dettaglio dei consumi elettrici delle società incluse nel presente perimetro di rendicontazione nel 2025:

- Consumo totale: 248.010,00 kWh
- Rinnovabile: **202.965,00 kWh** - provenienti da fonti rinnovabili certificate tramite Garanzie d'Origine (GO)
- Quota rinnovabile: **82%**

La quota di energia rinnovabile utilizzata corrisponde pertanto all'82% del consumo totale, consentendo al Gruppo di raggiungere l'obiettivo prefissato: l'incremento dell'utilizzo di energia da fonti sostenibili.



CONSUMO ENERGETICO

- Energia rinnovabile **82%**
- Energia non rinnovabile **18%**

82% di energia rinnovabile

202.965,00 kWh rinnovabile

GREEN MOBILITY

75% di auto a basse emissioni

Promuovere la mobilità sostenibile con l'obiettivo di ridurre l'impronta ambientale associata agli spostamenti è una delle azioni ambientali implementate dalle società. In particolare, è stata avviata la progressiva conversione della flotta aziendale verso macchine ibride e/o elettriche.

Tenendo in considerazione la crescita strategica del Gruppo, con l'acquisizione delle nuove società, alcune dispongono già di un proprio parco auto e, pertanto, tale azione prevede un adeguamento progressivo e non immediatamente realizzabile a causa di contratti pluriennali.

Quest'anno il Gruppo è riuscito a raggiungere la quota del **75% di auto a basse emissioni** nel proprio parco auto; risultato molto positivo e in linea con gli obiettivi definiti.

Inoltre, SG Company dispone di una navetta elettrica di proprietà che viene utilizzata per favorire lo spostamento delle risorse aziendali della società Sinergie a Milano, dalla fermata metropolitana alla sede operativa, incentivando l'utilizzo dei mezzi pubblici da parte dei dipendenti e contribuendo a ridurre l'utilizzo di mezzi privati.

POLITICA PAPERLESS

Per ottimizzare l'uso delle risorse, il Gruppo ha esteso a tutte le società la politica "paperless", che mira alla riduzione delle stampe, all'acquisto di carta 100% riciclata e alla promozione progressiva della digitalizzazione dei processi aziendali ove possibile.

Su circa 160 risme acquistate nell'esercizio - in ottica non solo di consumo ma anche di scorta per i prossimi anni - 135 sono riciclate al 100% e certificate FSC e Steinbeis. Con una percentuale pari all'**84,3% di carta acquistata riciclata sul totale**; risultato positivo pur riconoscendo che l'obiettivo di utilizzo esclusivo di carta riciclata non sia ancora stato raggiunto pienamente.

Per gli anni a seguire intendiamo impegnarci ad acquistare esclusivamente carta riciclata, in attesa di ridurre ulteriormente il consumo grazie alla progressiva digitalizzazione dei processi.

84,3% di carta acquistata riciclata sul totale

Nel complesso, le iniziative realizzate nel 2025 confermano l'impegno del Gruppo nel ridurre progressivamente l'impatto ambientale delle proprie attività, attraverso interventi mirati sull'efficienza energetica, sulla mobilità sostenibile e sulla compensazione delle emissioni non evitabili, nonché sulla sensibilizzazione relativa all'impronta ambientale personale e delle attività aziendali. L'adozione di energia elettrica proveniente in larga parte da fonti rinnovabili, il progressivo rinnovo della flotta aziendale con veicoli a basse emissioni, l'attenzione alla riduzione dei consumi di carta e il monitoraggio delle emissioni di gas a effetto serra rappresentano passi concreti verso una gestione sempre più responsabile delle risorse.

Come detto, pur operando in un settore caratterizzato da un'impronta ambientale relativamente contenuta, il Gruppo riconosce l'importanza di contribuire attivamente agli obiettivi globali di contrasto al cambiamento climatico, adottando un approccio basato sulla misurazione degli impatti e sulla definizione di obiettivi.

Nei prossimi anni l'organizzazione intende proseguire lungo questo percorso, rafforzando il monitoraggio delle proprie performance ambientali, promuovendo comportamenti sempre più sostenibili all'interno delle società del Gruppo e valutando ulteriori iniziative volte alla riduzione delle emissioni. L'obiettivo è consolidare un modello di gestione responsabile capace di generare valore nel lungo periodo contribuendo alla tutela dell'ambiente.

3.3.1 EMISSIONI DI GAS SERRA - SCOPE 1 E SCOPE 2

GRI 305-1 | GRI 305-2 | GRI 305-4

Grazie al monitoraggio e alla raccolta dei dati relativi ai consumi energetici e alla flotta aziendale il Gruppo ha calcolato le proprie emissioni di gas a effetto serra relative allo Scope 1 e Scope 2, in conformità al GHG Protocol:

- **Scope 1** - emissioni dirette: generate da fonti possedute o controllate dall'azienda (es. consumo di carburante della flotta aziendale).
- **Scope 2** - emissioni indirette: associate alla produzione dell'energia elettrica acquistata e consumata dal Gruppo.

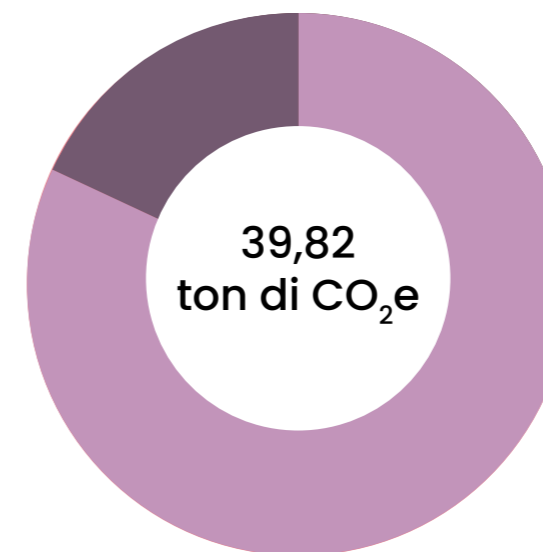
Nel 2025, le emissioni dirette, Scope 1, legate al consumo di carburante sono risultate pari a 39,82 tCO₂e, in aumento rispetto all'anno precedente. Tale valore risulta tuttavia proporzionale rispetto all'incremento della flotta aziendale, dovuto all'ampliamento del perimetro di rendicontazione.

Il totale delle auto aziendali è pari a 16, di cui 12 ibride e/o elettriche (il 75%). Con riferimento alle auto ibride ed elettriche si specifica tuttavia che, in mancanza – ad oggi – di un efficiente sistema di monitoraggio relativo, per stimare le emissioni connesse alla flotta aziendale è stata adottata una stima prudenziale per eccesso, calcolando i consumi come se fossero stati interamente coperti da benzina o da gasolio. Tali stime si sono basate sui chilometri percorsi annualmente, considerando un consumo medio pari a:

- 13 km/l per la benzina;
- 16 km/l per il gasolio.

Per i due veicoli elettrici, invece, la stima è stata calcolata considerando un consumo medio pari a 25 km/l per la navetta e 8 km/l per l'auto aziendale. Il risultato è stato convertito e sommato al consumo energetico.

39,82 tCO₂e Scope 1



SCOPE 1

- Benzina **77%**
- Gasolio **23%**

Per quanto riguarda lo Scope 2, il calcolo delle emissioni è stato effettuato secondo due modalità:

- **Location-based:** considera per l'energia elettrica consumata un fattore di emissione medio, calcolato sulla base del mix energetico nazionale rispetto al paese nel quale l'azienda opera.
- **Market-based:** tiene conto della quantità di energia proveniente da fonti rinnovabili acquistata direttamente dall'azienda, purché sia certificata dal GSE mediante l'emissione di un certificato d'origine.

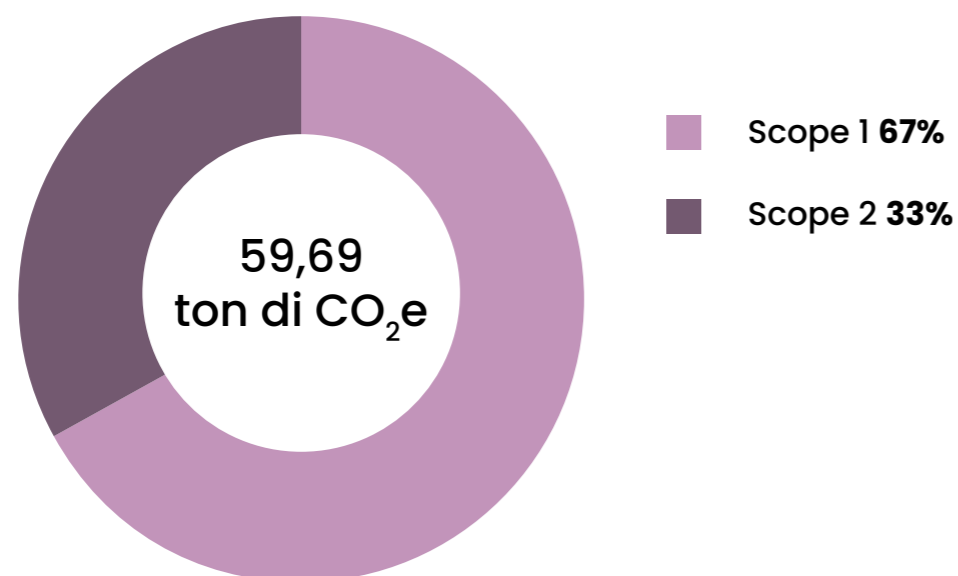
La tabella seguente riporta il risultato delle emissioni di GHG del Gruppo relative alla categoria Scope 2 secondo entrambi gli approcci. Nel 2025 le emissioni Scope 2 risultano in diminuzione sia in approccio location based sia in market based rispetto al 2024. Il risultato riflette: la combinazione di una maggiore quota di fornitura elettrica da fonti rinnovabili certificate (GO) e dell'ottimizzazione dei consumi nelle sedi, oltre all'effetto del fattore di emissione medio nazionale.

GRI 305-2 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette da consumi energetici (Scope 2)

	QUANTITÀ (tCO ₂ e)
Totale Scope 2 (tCO ₂ e) energia elettrica acquistata – Location-Based	69,32 tCO₂e
Totale Scope 2 (tCO ₂ e) energia elettrica acquistata – Market-Based	19,87 tCO₂e
Totale Scope 2 (tCO₂e) – Location-Based	69,32 tCO₂e
Totale Scope 2 (tCO₂e) – Market-Based	19,87 tCO₂e

Il grafico sottostante rappresenta le emissioni di gas serra del Gruppo (Scope 1 + Scope 2), secondo l'approccio market- base. Si è optato per l'utilizzo dell'approccio market-base in quanto l'82% di energia utilizzata dalle società del Gruppo è energia rinnovabile certificata mediante certificati di Garanzia d'Origine. Questo metodo riflette in modo più accurato l'impatto reale delle scelte di approvvigionamento energetico del Gruppo.

Il totale delle emissioni **Scope 1 + Scope 2 (market based)** risulta pari a circa **59,69 tCO₂e**, così suddivise:



Il metodo market based evidenzia il contributo delle politiche energetiche del Gruppo nell'abbattimento delle emissioni indirette: infatti, rispetto al valore location based (69,32 tCO₂e), l'acquisto di energia verde permette una riduzione significativa, pari a oltre 71% delle emissioni Scope 2.

59,69 tCO₂e Scope 2

GRI 305-4 Intensità delle emissioni di gas a effetto serra (GHG)

	VALORE
Numero dei dipendenti	148
Scope 1 + Scope 2 (location-based)	109,14 tCO ₂ e
Intensità delle emissioni - Scope 1 + Scope 2 (location-based)	0,74
Scope 1 + Scope 2 (market-based)	59,69 tCO ₂ e
Intensità delle emissioni - Scope 1 + Scope 2 (market-based)	0,40



INNOVAZIONE E SVILUPPO

In un contesto economico e sociale sempre più digitale e interconnesso, l'innovazione rappresenta un fattore strategico per la competitività del Gruppo, incidendo in modo significativo su economia, ambiente e persone, anche in relazione ai diritti umani. Pertanto, le società del Gruppo adottano un approccio proattivo all'innovazione tecnologica, con l'obiettivo di offrire soluzioni all'avanguardia, ottimizzare i processi interni e rispondere efficacemente alle esigenze dei clienti e degli stakeholder.

Si ricorda, inoltre, che SG Company risulta inquadrata nel settore "Technology", sottosettore "Consumer digital services" nell'ambito dell'Industry Classification Benchmark (ICB).

- **SG Company**, la holding del Gruppo, classificata come PMI innovativa, ha consolidato nel tempo il proprio posizionamento nel settore tecnologico anche attraverso il mantenimento e l'evoluzione della piattaforma proprietaria KIT (Keep In Touch), strumento digitale per la gestione di eventi e convegni.
- **FMA** contribuisce attivamente all'innovazione del settore delle manifestazioni a premio, sviluppando format digitali interattivi e meccanismi di partecipazione innovativi che migliorano l'engagement, riducono l'impatto ambientale e favoriscono una gestione più efficiente dei dati. L'introduzione di elementi di gamification, piattaforme sostenibili e strumenti di analisi avanzata consente di generare valore sia per i clienti sia per i partecipanti, pur affrontando sfide legate a costi tecnologici, obsolescenza ed inclusività digitale.
- **Knobs**, specializzata in soluzioni Web3 e blockchain, grazie alla sua natura innovativa ha sviluppato il Digital Product Passport (DPP), un vero e proprio passaporto digitale che raccoglie e conserva informazioni essenziali su un prodotto durante il suo intero ciclo di vita. Dalla provenienza delle materie prime alla produzione, dall'uso fino all'eventuale riciclo, il DPP permette una trasparenza senza precedenti per aziende, consumatori e autorità di regolamentazione. Grazie all'utilizzo della tecnologia blockchain, questa innovazione garantisce l'immutabilità e la sicurezza dei dati. Inoltre, facilita la conformità alle normative sempre più stringenti in materia di sostenibilità e tracciabilità.

A livello ambientale, l'adozione di soluzioni digitali ha favorito la riduzione dell'utilizzo di carta e l'ottimizzazione della logistica, pur riconoscendo la presenza di impatti potenziali legati al consumo energetico delle infrastrutture digitali e alla produzione di rifiuti elettronici.

Al fine di sensibilizzare i dipendenti sul tema dell'inquinamento digitale, nel corso dell'anno, è stata diffusa una newsletter interna dedicata agli impatti ambientali delle attività digitali.

È stato inoltre implementato sul sito aziendale un sistema di standby automatico della pagina web, che consente di ridurre il consumo energetico quando la pagina non viene

utilizzata, contribuendo così alla diminuzione dell'impatto ambientale delle attività digitali.



Tra le azioni intraprese per promuovere una cultura dell'innovazione, molte delle società del Gruppo hanno investito in formazione relativa all'utilizzo dell'intelligenza artificiale e/o riguardo a determinate tecnologie.

Data la rilevanza del tema, SG Company si impegna annualmente ad orientare le proprie attività verso soluzioni sempre più sostenibili e tecnologicamente evolute e, a conferma di ciò e conformemente alle normative di riferimento, pone inoltre particolare attenzione alla gestione sicura delle informazioni, che rappresenta un elemento fondamentale dell'innovazione digitale del Gruppo.

4.1 SICUREZZA DEI DATI

GRI 3-3 | GRI 417-3 | GRI 418-1

La sicurezza dei dati rappresenta un ambito materiale rilevante per l'organizzazione, in linea con la natura digitale delle attività del Gruppo e della responsabilità che ne deriva nel trattamento delle informazioni. La gestione strutturata della sicurezza dei dati consente all'organizzazione di tutelare la riservatezza, l'integrità e la disponibilità delle informazioni, garantendo la conformità normativa e rafforzando la fiducia degli stakeholder. Il Gruppo ha definito un approccio sistemico alla gestione di questo tema, formalizzato nella Policy di Protezione dei Dati Personali (PPD/CC), applicata a tutte le società del perimetro e aggiornata nel 2025 in linea con il Regolamento (UE) 2016/679 (GDPR). La policy individua misure tecniche e organizzative di prevenzione e protezione stabilisce responsabilità operative e integra i principi fondamentali di trasparenza, liceità, limitazione della finalità e minimizzazione del trattamento. Sul piano operativo, il Gruppo adotta un insieme di

misure tecniche e organizzative per mitigare i rischi legati al trattamento dei dati:

- firewall avanzati,
- antivirus EDR,
- segmentazione della rete,
- crittografia dei dati,
- backup automatici,
- protezione delle postazioni e controllo degli accessi.

A queste si affiancano policy interne sull'utilizzo sicuro dei sistemi, l'adozione di piattaforme cloud certificate (Microsoft Office 365 e Google Workspace), procedure di gestione degli incidenti e un sistema di whistleblowing anonimo conforme al D.Lgs. 24/2023.

Particolare attenzione è dedicata alla formazione e sensibilizzazione del personale, affinché ogni risorsa sia consapevole dei propri obblighi e dei comportamenti corretti in materia di sicurezza informatica. Il Gruppo svolge inoltre attività regolari di audit interni e Data Protection Impact Assesment (DPIA) per analizzare e mitigare i rischi effettivi e potenziali, anche in relazione a guasti tecnici, accessi non autorizzati e vulnerabilità organizzative.

Si specifica, inoltre, che nel 2025 non si sono registrati casi di non conformità relativi a comunicazioni di marketing, né segnalazioni di violazioni della privacy o perdite di dati personali da parte dei clienti. Questo risultato conferma l'efficacia delle misure implementate e riflette l'impegno continuo del Gruppo nel garantire un presidio evoluto del rischio informatico. La protezione dei dati è riconosciuta dal Gruppo come una componente fondamentale della propria strategia ESG e come elemento essenziale per garantire fiducia, trasparenza e responsabilità nella gestione delle informazioni.

L'innovazione tecnologica continuerà a rappresentare un elemento centrale della strategia del Gruppo, supportando lo sviluppo di soluzioni sempre più efficienti, sostenibili e orientate alla creazione di valore per clienti, persone e comunità.

4.2 ESG DIGITAL GOVERNANCE

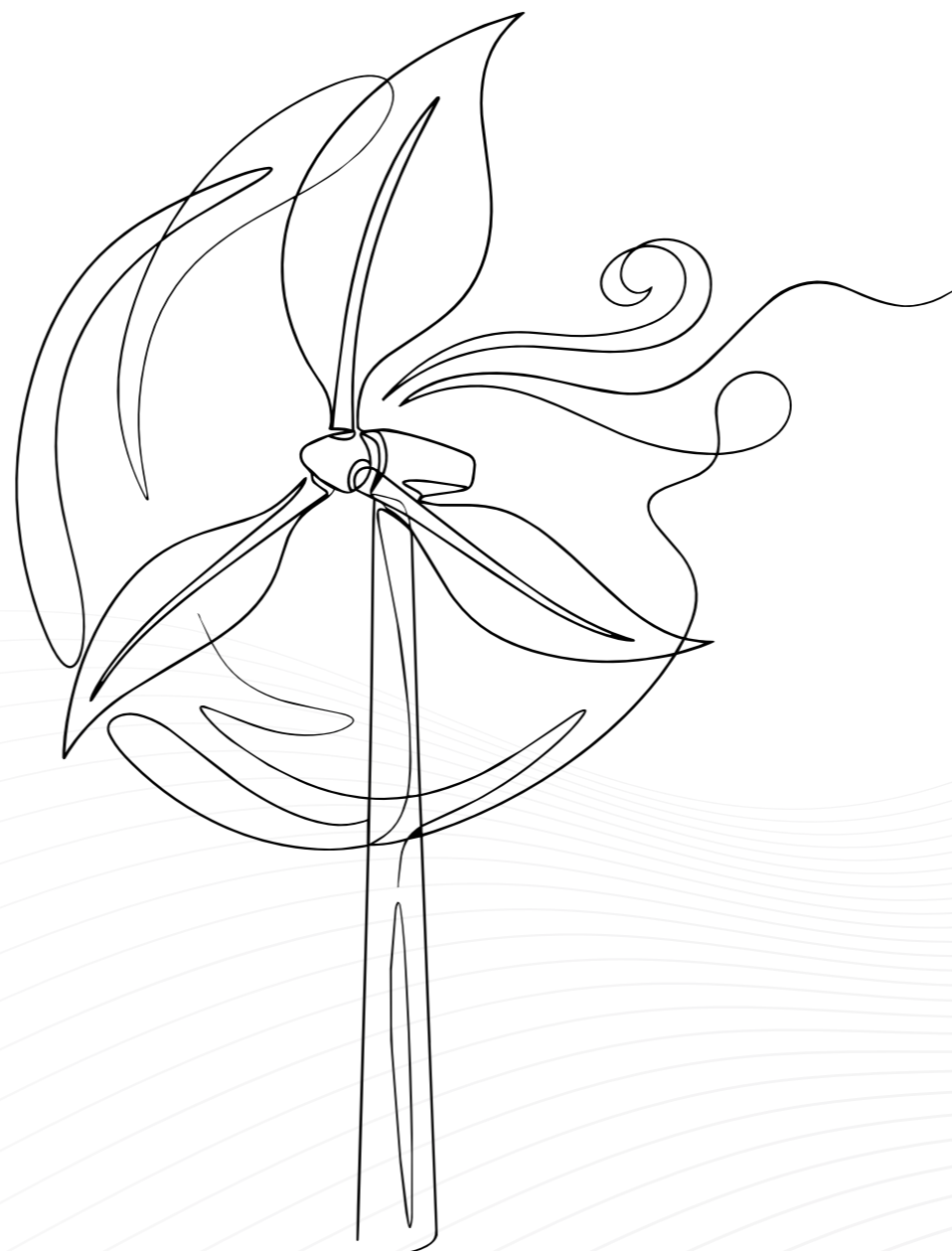
Per garantire un processo di raccolta dati strutturato, affidabile e coerente con gli standard internazionali, il Gruppo utilizza la piattaforma digitale ESGeo, una soluzione tecnologica integrata progettata per supportare le aziende nella raccolta, gestione, validazione e rendicontazione dei dati ESG.

L'introduzione di ESGeo ha rappresentato un passaggio chiave nel percorso di digitalizzazione del sistema di sostenibilità del Gruppo, consentendo di centralizzare le informazioni provenienti da tutte le società del perimetro, garantendo coerenza, affidabilità e tracciabilità lungo l'intero ciclo di reporting. Il sistema consente di monitorare in modo continuo le performance non finanziarie, supportando l'allineamento agli standard GRI e facilitando l'analisi dei dati per scopi decisionali, strategici e di compliance.

Grazie all'automazione di molte fasi del processo di data collection, alla disponibilità

di funzionalità di controllo interno e alla possibilità di gestire flussi approvativi digitali, la piattaforma ha reso più efficiente e tempestiva la produzione delle informazioni ESG, riducendo il rischio di errori e favorendo una maggiore integrazione tra le diverse funzioni aziendali coinvolte.

L'adozione di soluzioni come ESGeo risponde infatti alla necessità di costruire una cultura della sostenibilità fondata su dati solidi e misurabili, in grado di alimentare un processo decisionale consapevole, orientato al lungo termine e pienamente coerente con gli obiettivi di beneficio comune previsti dallo statuto. In un ecosistema sempre più interconnesso, digitalizzare il presidio ESG significa porre le basi per un'evoluzione organizzativa capace di affrontare con resilienza e responsabilità le sfide ambientali, sociali e di governance del futuro.



OBIETTIVI FUTURI

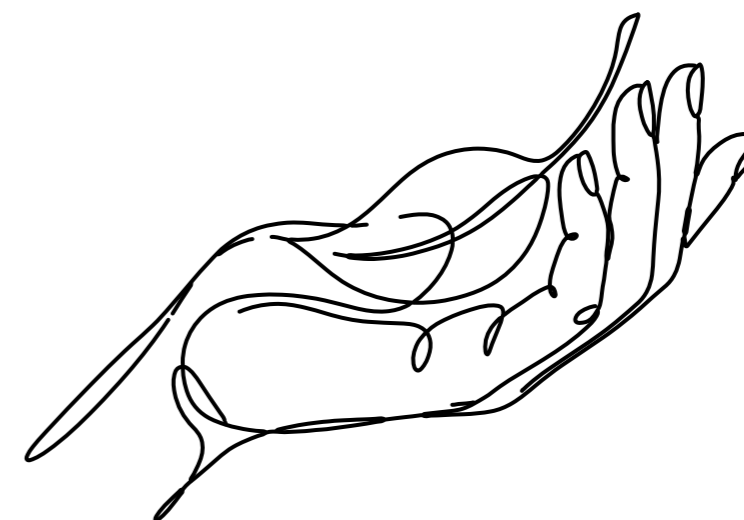
Per il 2026 il Gruppo intende proseguire il proprio percorso di sviluppo sostenibile, consolidando e rafforzando le iniziative avviate nel corso del 2025 e operando nel rispetto dei principi di trasparenza ed eticità. L'obiettivo è valorizzare le azioni che hanno generato risultati positivi, definendo al contempo target più sfidanti e indicatori di performance sempre più misurabili.

Come evidenziato nelle tabelle seguenti, le azioni, divise per dimensione di governance, sociale e ambientale, sono sostanzialmente rimaste le stesse previste nel 2024, coerenti con la strategia di sostenibilità del Gruppo, mentre ciò che varia sono alcuni dei KPI, aggiornati e incrementati per guidare al meglio il cambiamento.

Nel dettaglio, si specifica che:

- nella dimensione di governance, l'azione identificata lo scorso anno come "Redazione di una newsletter interna per la sensibilizzazione su tematiche di responsabilità sociale d'impresa" è stata inclusa quest'anno nella più ampia definizione di "Creazione di attività interne per la sensibilizzazione su tematiche di responsabilità sociale d'impresa". Tale variazione risponde alla necessità di monitorare e rendicontare azioni di sensibilizzazione poste in essere dalle diverse società del Gruppo, aggiuntive rispetto alla già considerata attività di redazione della newsletter interna in capo alla holding e condivisa con le società controllate, che continuerà in ogni caso a essere elaborata;
- nella dimensione ambientale, è stato aggiunto un KPI quantitativo relativo alla quantità di tonnellate di CO₂ compensate nel corso dell'esercizio.

Le tre dimensioni ESG riportano infatti target misurabili, collegati direttamente ai temi materiali emersi dall'analisi di materialità e monitorati attraverso i KPI. L'intento è continuare a generare valore condiviso per gli stakeholder e rafforzare il contributo del Gruppo al perseguimento degli obiettivi di beneficio comune.



DIMENSIONE GOVERNANCE

AZIONE	DESCRIZIONE	OBBIETTIVO E KPI
Implementazione e mantenimento dei sistemi di certificazione e modelli organizzativi	Implementare e mantenere le certificazioni internazionali e i modelli organizzativi	Obiettivo: implementare e mantenere le certificazioni e i modelli organizzativi KPI: • n° nuove certificazioni ottenute e/o modelli organizzativi • n° certificazioni mantenute e/o modelli organizzativi
Elaborazione di adeguate politiche aziendali	Sviluppare politiche volte a strutturare ulteriormente le prassi aziendali e per promuovere trasparenza e coerenza operativa	Obiettivo: elaborazione di almeno una nuova politica interna aziendale KPI: • n° di politiche adottate
Elaborazione del Report di Sostenibilità	Elaborare annualmente il report di sostenibilità, per comunicare in modo trasparente agli stakeholder le iniziative e gli impatti ESG legati all'attività del Gruppo	Obiettivo: continuare a rendicontare gli impatti ESG del Gruppo attraverso il Report di Sostenibilità KPI: • Pubblicazione del Report di Sostenibilità 2026
Creazione di attività interne per la sensibilizzazione su tematiche di responsabilità sociale d'impresa	Creare iniziative, attività, pubblicazioni volte a rafforzare la sensibilizzazione dei dipendenti verso le tematiche ESG	Obiettivo: creare iniziative volte alla sensibilizzazione KPI: • n° attività/iniziativa sviluppate
Definizione di un sistema di selezione e valutazione dei fornitori attraverso criteri ambientali, sociali e di governance	Mappare i fornitori chiave e qualificati	Obiettivo: implementazione di un sistema di selezione e valutazione dei fornitori KPI: • % fornitori valutati secondo criteri sociali, ambientali e di governance

DIMENSIONE SOCIALE

AZIONE	DESCRIZIONE	OBBIETTIVO E KPI
Agevolazione delle modalità di lavoro in Smartworking	Promuovere lo Smartworking in tutte le società del Gruppo	Obiettivo: promuovere lo Smartworking in tutte le società del Gruppo KPI: • n° beneficiari • n° ore di lavoro da remoto
Erogazione di formazione non obbligatoria per i dipendenti	Fornire corsi di formazione non obbligatoria	Obiettivo: erogare almeno 800 ore di formazione non obbligatoria KPI: • n° ore di formazione non obbligatoria erogate
Elaborazione di un sistema premiante e incentivante per i dipendenti	Adottare un sistema premiante e incentivante per i dipendenti (ad esempio tramite welfare, work for equity, ecc.)	Obiettivo: erogazione dei premi e/o incentivi ai dipendenti KPI: • n° dipendenti beneficiari • n° importo dei premi
Creazione di network e collaborazioni a vario titolo con aziende, università e altri partner istituzionali	Stipulare accordi e/o relazioni con università e altri partner istituzionali	Obiettivo: stipulare accordi con università e/o enti istituzionali KPI: • n° collaborazione attivate
Coinvolgimento dei dipendenti in attività di volontariato e/o benefiche	Organizzazione di attività per sensibilizzare e coinvolgere i dipendenti verso le necessità della comunità, tramite progetti con associazioni del terzo settore	Obiettivo: coinvolgere almeno il 40% dei dipendenti del Gruppo KPI: • % dei dipendenti coinvolti • n° ore effettuate

DIMENSIONE AMBIENTALE

AZIONE	DESCRIZIONE	OBBIETTIVO E KPI
Compensazione di CO ₂	Compensare le emissioni di specifiche attività aziendali e/o eventi tramite progetti certificati (secondo gli standard "Verified Carbon Standard" e "Gold Standard")	Obiettivo: compensare almeno 3 attività e/o eventi KPI: • n° attività e/o eventi compensati • n° ton CO ₂ compensate
Consumo di energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili e certificate	Attivare contratti di fornitura di energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili al 100% (coperto da Certificati di Garanzia di Origine)	Obiettivo: consumare almeno l'85% di energia elettrica proveniente da fonti 100% rinnovabili. KPI: • % di energia da fonti rinnovabili
Green Mobility	Convertire la flotta aziendale in veicoli ibridi e/o elettrici e facilitare la mobilità sostenibile dei dipendenti	Obiettivo: almeno l'80% della flotta aziendale composto da vetture ibride e/o elettriche, facilitare la mobilità dei dipendenti KPI: • n° vetture ibride e/o elettriche • % di vetture ibride o/e elettriche sul totale della flotta • n° km con mezzi a basse emissioni di CO ₂
Acquisto di carta 100% riciclata	Estendere la politica interna che prevede la riduzione dell'uso della carta e l'acquisto di carta 100% riciclata	Obiettivo: estendere la politica a tutte le società del Gruppo SG Company e acquistare solo carta 100% riciclata KPI: • n° risme di carta 100% riciclata su totale di risme acquistate • % percentuale di risme riciclate sul totale acquistato
Coinvolgimento dei dipendenti in attività di volontariato e/o benefiche	Organizzazione di attività per sensibilizzare e coinvolgere i dipendenti verso le necessità della comunità, tramite progetti con associazioni del terzo settore	Obiettivo: coinvolgere almeno il 40% dei dipendenti del Gruppo KPI: • % dei dipendenti coinvolti • n° ore effettuate

GRI CONTENT INDEX

SG Company Società Benefit S.p.A. ha rendicontato le informazioni citate in questo indice dei contenuti GRI per il periodo 01.01.2025 – 31.12.2025 con riferimento agli Standard GRI ([clicca sul numero di pagina per andare al GRI corrispondente](#)).

L'ORGANIZZAZIONE E LE PROCEDURE DI RENDICONTAZIONE

- 2-1: Dettagli organizzativi..... p. 6, 9, 11
- 2-2: Entità incluse nel reporting della sostenibilità dell'organizzazione..... p. 6
- 2-3: Periodo di segnalazione, frequenza e punto di contatto..... p. 6, 7
- 2-4: Revisioni delle informazioni..... p. 6, 7
- 2-5: Assurance esterna..... p. 6, 7

ATTIVITÀ E LAVORATORI

- 2-6: Attività, catena del valore e altre relazioni commerciali..... p. 12
- 2-7: Dipendenti..... p. 14, 15, 16, 50
- 2-8: Lavoratori non dipendenti..... p. 14, 50

GOVERNANCE

- 2-9: Struttura e composizione della governance..... p. 13, 14, 49
- 2-10: Nomina e selezione del massimo organo di governo.... p. 13, 14
- 2-11: Presidente del massimo organo di governo..... p. 13, 14

STRATEGIA, POLITICHE E PROCEDURE

- 2-22: Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile..... p. 4
- 2-28: Adesioni ad associazioni..... p. 12

COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER

- 2-29: Approccio al coinvolgimento degli stakeholder..... p. 20
- 2-30: Contratti collettivi..... p. 14, 15, 50

INFORMATIVA SUI TEMI MATERIALI

- 3-1: Processo per determinare i temi materiali..... p. 19
- 3-2: Lista dei temi materiali..... p. 19, 22, 23

GESTIONE DEI TEMI MATERIALI

- 3-3: Etica e integrità aziendale..... p. 27, 28, 29
- 3-3: Qualità dei servizi..... p. 27, 28, 29
- 3-3: Benessere e sviluppo del capitale umano..... p. 31, 32, 33, 34, 35
- 3-3: Relazione con il territorio e le comunità locali..... p. 34, 35
- 3-3: Riduzione dell'impatto ambientale..... p. 37, 38, 39, 40, 41

- 3-3: Innovazione e sviluppo..... p. 42, 43, 44
- 3-3: Sicurezza dei dati..... p. 43

201: PERFORMANCE ECONOMICHE

- 201-1: Valore economico direttamente generato e distribuito..... p. 17

204: PRATICHE DI APPROVVIGIONAMENTO

- 204-1: Proporzione della spesa effettuata a favore di fornitori locali..... p. 17

205: ANTICORRUZIONE

- 205-2: Comunicazione e formazione su normative e procedure anticorruzione..... p. 29, 49, 50

302: ENERGIA

- 302-1: Energia consumata all'interno dell'organizzazione..... p. 37, 39, 53
- 302-3: Intensità energetica..... p. 37, 39

305: EMISSIONI

- 305-1: Emissioni dirette di GHG (Scope 1)..... p. 37, 40
- 305-2: Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)..... p. 37, 40
- 305-4: Intensità di emissioni di GHG..... p. 37, 40, 41

401: OCCUPAZIONE

- 401-1: Assunzioni di nuovi dipendenti e avvicendamento dei dipendenti..... p. 14, 16
- 401-2: Benefici per i dipendenti a tempo pieno che non sono disponibili per dipendenti a tempo determinato o part-time.... p. 30, 33
- 401-3: Congedo parentale..... p. 30, 33, 51

403: SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO

- 403-1: Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro.... p. 30
- 403-3: Servizi per la salute professionale..... p. 30, 35
- 403-5: Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro..... p. 30, 35
- 403-9: Infortuni sul lavoro..... p. 30, 35, 50
- 403-10: Malattia professionale..... p. 30, 35, 50

404: FORMAZIONE E ISTRUZIONE

- 404-1: Numero totale e ore medie di formazione annua per dipendente..... p. 30, 32, 33

405: DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ

- 405-1: Diversità negli organi di governance e tra i dipendenti.... p. 13, 14, 15, 16, 51, 52
- 405-2: Rapporto tra salario di base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini..... p. 14, 15, 52

308: VALUTAZIONE AMBIENTALE DEI FORNITORI

- 308-1: Nuovi fornitori che sono stati selezionati utilizzando criteri ambientali..... p. 26, 28, 53

414: VALUTAZIONE SOCIALE DEI FORNITORI

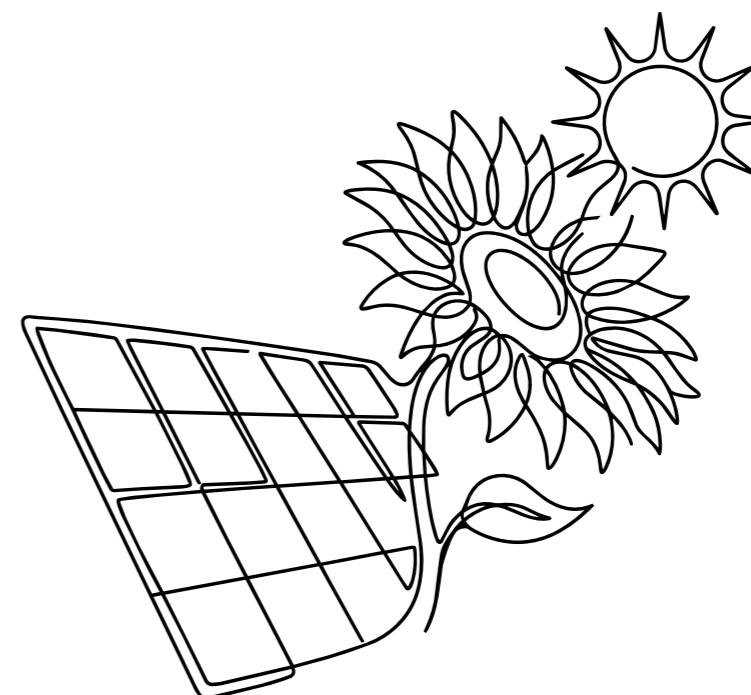
- 414-1: Nuovi fornitori che sono stati selezionati utilizzando criteri sociali..... p. 26, 28, 53

417: MARKETING ED ETICHETTATURA

- 417-3: Episodi di non conformità concernenti comunicazioni di marketing..... p. 43, 53

418: PRIVACY DEI CLIENTI

- 418-1: Fondati reclami riguardanti violazioni della privacy dei clienti e perdita di loro dati..... p. 43, 53



APPENDICE

La seguente appendice raccoglie le Tabelle di sintesi relative ai contenuti illustrati nel testo in forma discorsiva, con riferimento puntuale agli standard GRI applicabili.

GRI 2-9b Struttura e composizione della governance

	NUMERO				PERCENTUALE			
	Donne	Uomini	Altro	TOTALE	Donne	Uomini	Altro	TOTALE
Numero totale di membri	1	5	0	6	16,67%	83,33%	0%	100%
Membri non esecutivi	1	3	0	4	16,67%	50%	0%	66,67%
Membri esecutivi	0	2	0	2	0%	33,33%	0%	33,33%
Membri con requisito di indipendenza	0	1	0	1	0%	16,67%	0%	16,67%
Membri che appartengono a gruppi sociali sottorappresentati	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
Membri con competenze importanti riguardo agli impatti dell'organizzazione	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%

GRI 205-2a Comunicazione e formazione su normative e procedure anticorruzione (Consiglio di Amministrazione)

	VALORE
Numero totale di membri dell'organo di governance a cui sono state comunicate le normative e procedure anticorruzione dell'organizzazione	6
Percentuale di membri dell'organo di governance a cui sono state comunicate le normative e procedure anticorruzione dell'organizzazione	100%
Numero totale di membri dell'organo di governance che hanno seguito corsi di formazione sull'anticorruzione	0
Percentuale di membri dell'organo di governance che hanno seguito corsi di formazione sull'anticorruzione	0%
Totale dei membri dell'organo di governance	6

GRI 205-2b Comunicazione e formazione su normative e procedure anticorruzione (dipendenti)

	Dirigenti	Quadri	Impiegati	Operai
Numero totale di dipendenti a cui sono state comunicate le normative e procedure anticorruzione dell'organizzazione	2	15	131	0
Percentuale di dipendenti a cui sono state comunicate le normative e procedure anticorruzione dell'organizzazione	100%	100%	100%	0%
Numero totale di dipendenti che hanno seguito corsi di formazione sull'anticorruzione	0	0	0	0
Percentuale di dipendenti che hanno seguito corsi di formazione sull'anticorruzione	0%	0%	0%	0%
Totale dei dipendenti per categoria	2	15	131	0

PARTNER AZIENDALI

Numero totale di partner aziendali a cui sono state comunicate le normative e procedure anticorruzione dell'organizzazione	0
Totale dei partner aziendali	0
Percentuale di partner aziendali a cui sono state comunicate le normative e procedure anticorruzione dell'organizzazione	0%

GRI 2-7a Dipendenti (per genere)

	Donne	Uomini	Altro	TOTALE
Numero totale dipendenti	103	45	0	148
A tempo indeterminato	101	43	0	144
A tempo determinato	2	2	0	4
A ore non garantite (es. a chiamata, occasionale)	0	0	0	0
Totale dipendenti (full-time + part-time)	103	45	0	148
Dipendenti a tempo pieno	92	43	0	135
Dipendenti a tempo parziale	11	2	0	13

GRI 2-7b Dipendenti (per regione)

	Lombardia	Lazio	Piemonte	TOTALE
Numero totale dipendenti	114	9	23	146¹
A tempo indeterminato	111	9	22	142
A tempo determinato	3	0	1	4
A ore non garantite (es. a chiamata, occasionale)	0	0	0	0
Totale dipendenti (full-time + part-time)	114	9	23	146
Dipendenti a tempo pieno	104	7	23	134
Dipendenti a tempo parziale	10	2	0	12

¹ Il totale dipendenti è 148, ma nella tabella GRI 2 7b (per regione) risultano 146 perché 2 dipendenti sono a Rimini (sede FMA Rimini) e non sono stati allocati nella ripartizione regionale.

GRI 2-8 Lavoratori non dipendenti

	VALORE
Numero totale di lavoratori che non sono dipendenti e le cui mansioni sono controllate dall'organizzazione	26

GRI 2-30 Contratti collettivi

	DESCRIZIONE
Dipendenti totali inquadrati in contratti collettivi	148
Numero totale dipendenti	148
Percentuale di dipendenti totali inquadrati in contratti collettivi	100%

GRI 401-3 Congedo parentale

	Uomini	Donne	Altro	Non comunicato	TOTALE
Dipendenti che avevano diritto al congedo parentale	7	17	0	0	24
Dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale	1	7	0	0	8
Dipendenti che sono ritornati al lavoro nel periodo di rendicontazione al termine del congedo parentale	1	6	0	0	7
Dipendenti che sono ritornati al lavoro al termine del congedo parentale e che erano ancora alle dipendenze dell'organizzazione 12 mesi dopo essere rientrati al lavoro	1	7	0	0	8
Dipendenti ritornati da un congedo parentale nei periodi di rendicontazione precedenti	1	7	0	0	8
Tasso di rientro al lavoro	100%	85,71%	0%	0%	87,50%
Tasso di fidelizzazione	100%	100%	0%	0%	100%

GRI 403-9 Infortuni sul lavoro

	DIPENDENTI			
	Uomini	Donne	Altro	TOTALE
Numero di decessi a seguito di infortuni sul lavoro	0	0	0	0
Numero di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (esclusi i decessi)	0	0	0	0
Numero di infortuni sul lavoro registrabili	0	0	0	0
Numero di ore lavorative svolte	85.583 h	180.348,5 h	0 h	265.931,5 h
Tasso di decessi per infortuni sul lavoro	0	0	0	0
Tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (esclusi i decessi)	0	0	0	0
Tasso di infortuni sul lavoro registrabili	0	0	0	0

GRI 403-10 Malattia professionale

	VALORE
Dipendenti	Numero di decessi dovuti a malattia professionale 0
	Numero di casi di malattia professionale registrabili 0
Lavoratori che non sono dipendenti ma il cui lavoro e/o luogo di lavoro è controllato dall'organizzazione	Numero di decessi dovuti a malattia professionale 0
	Numero di casi di malattia professionale registrabili 0

GRI 405-1a Diversità negli organi di governance e tra i dipendenti (organi di governance)

	< 30 anni	30 - 50 anni	> 50 anni	TOTALE
NUMERO				
Uomini	0	1	4	5
Donne	0	0	1	1
Altro	0	0	0	0
TOTALE	0	1	5	6
PERCENTUALE				
Uomini	0%	16,67%	66,67%	83,33%
Donne	0%	0%	16,67%	16,67%
Altro	0%	0%	0%	0%
TOTALE	0%	16,67%	83,33%	100%

GRI 405-1d Diversità negli organi di governance e tra i dipendenti (categorie protette)

	CATEGORIE PROTETTE	DISABILITÀ	ALTRO (spiegare)	TOTALE
	NUMERO			
Dirigenti	0	0	0	0
Quadri	0	0	0	0
Impiegati	1	0	0	1
Operai	0	0	0	0
TOTALE	1¹	0	0	0
	PERCENTUALE			
	CATEGORIE PROTETTE	DISABILITÀ	ALTRO (spiegare)	TOTALE
Dirigenti	0%	0%	0%	0%
Quadri	0%	0%	0%	0%
Impiegati	100%	0%	0%	100%
Operai	0%	0%	0%	0%
TOTALE	100%	0%	0%	100%

¹ Si specifica che il totale nel 2025 i lavoratori appartenenti alle categorie protette che hanno registrato un movimento (assunzione/cessazione) sono 5 (tutti inquadrati come impiegati). Nel corso dell'anno 3 hanno cessato per dimissioni e 1 per pensionamento. Al 31.12.2025 risulta in forza 1 lavoratore in forza lavoro appartenente alle categorie protette.

GRI 405-2 Rapporto tra salario di base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini

		UOMINI	DONNE	RAPPORTO DONNA / UOMO
		Salario base	Dirigenti	165.000,00 €
	Quadri	45.000,00 €	50.000,00 €	1,11
	Impiegati	21.187,00 €	21.187,00 €	1
	Operai	0 €	0 €	0
Retribuzione media	Dirigenti	165.000,00 €	90.000,00 €	0,55
	Quadri	57.118,00 €	57.829,00 €	1,01
	Impiegati	33.223,00 €	32.622,00 €	0,98
	Operai	0 €	0 €	0

GRI 302-1 Consumo di energia interno all'organizzazione

	VALORE	GJ
CONSUMO TOTALE DI COMBUSTIBILE DA FONTI NON RINNOVABILI		18.520,19 GJ
Benzina	14.895,38 L	18.395,38 GJ
per flotta aziendale (mezzi uso promiscuo)	14.895,38 L	478,62 L
Gasolio	19.288,22 L	124,80 GJ
per flotta aziendale (mezzi uso promiscuo)	3.500,00 L	124,80 GJ
CONSUMO DI ENERGIA ELETTRICA	248.010,00 KWh	892,84 GJ
Acquisto di energia elettrica	248.010,00 KWh	892,84 GJ
di cui energia elettrica rinnovabile certificata – Da terze parti	202.965,00 KWh	730,67 GJ
di cui energia elettrica non certificata – Da terze parti	45.045,00 KWh	162,16 GJ
CONSUMO TOTALE DI ENERGIA		19.413.02 GJ

GRI 308-1 Nuovi fornitori che sono stati selezionati utilizzando criteri ambientali

	VALORE
Numero di nuovi fornitori	844
Numero di nuovi fornitori che sono stati selezionati utilizzando criteri ambientali	37
Percentuale di nuovi fornitori che sono stati selezionati utilizzando criteri ambientali	4,38%

GRI 414-1 Nuovi fornitori che sono stati selezionati utilizzando criteri sociali

	VALORE
Numero di nuovi fornitori	844
Numero di nuovi fornitori che sono stati selezionati utilizzando criteri sociali	37
Percentuale di nuovi fornitori che sono stati selezionati utilizzando criteri sociali	4,38%

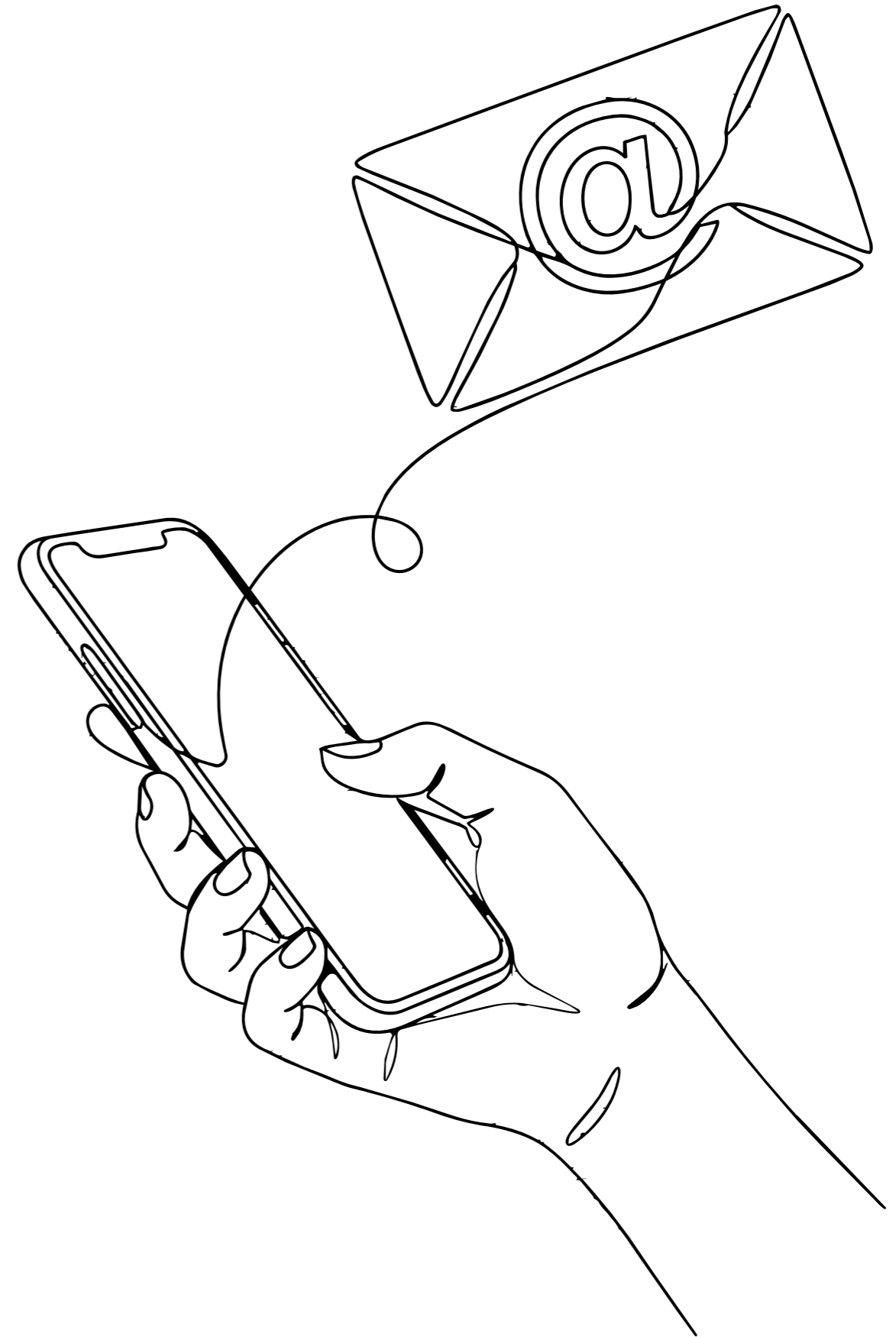
GRI 417-3 Episodi di non conformità concernenti comunicazioni di marketing

	VALORE
Numero totale di episodi di non conformità a regolamenti e/o codici volontari concernenti le comunicazioni di marketing, comprese pubblicità, promozioni e sponsorizzazioni	0
Episodi di non conformità a regolamenti che hanno causato una sanzione o una penale	0
Episodi di non conformità a regolamenti che hanno causato un avviso	0
Episodi di non conformità a codici volontari	0

GRI 418-1 Fondati reclami riguardanti violazioni della privacy dei clienti e perdita di loro dati

	VALORE
Numero totale di fondati reclami ricevuti riguardo a violazioni della privacy dei clienti	0
Fondati reclami ricevuti da terze parti e comprovati dall'organizzazione	0
Fondati reclami da organi normativi	0
Numero totale di episodi identificati di fuga, furto o perdita di dati dei clienti	0

CONTATTI



Per ulteriori informazioni in merito ai contenuti del presente documento è possibile contattare la Responsabile d'Impatto, **Dott.ssa Roberta Sferrazza Papa**, cliccando su:

r.sferrazza@sg-company.it



Sharing Growth™

SG Company Società Benefit S.p.A.

Piazza Guglielmo Oberdan 2/A | 20129 Milano

P.I. 09005800967 | Cell. (+ 39) 348 6372998 / (+ 39) 349 6784037

info@sg-company.it | www.sg-company.it

Il contenuto del documento è di proprietà esclusiva e riservata di SG Company Società Benefit S.p.A. I testi, i marchi, i loghi, la grafica, le idee e le proposte contenute nel presente progetto sono protette dalle vigenti norme nazionali ed internazionali in materia di tutela dei diritti di Proprietà Intellettuale e/o Industriale. Fatta salva l'espressa autorizzazione, in forma scritta, di SG Company Società Benefit S.p.A., è fatto divieto di riprodurre e/o utilizzare e/o modificare, anche parzialmente, il contenuto del presente progetto.

The contents of this document are the exclusive and confidential property of SG Company Società Benefit S.p.A. All texts, trademarks, logos, graphics, concepts, and proposals contained within this project are protected by current national and international laws governing Intellectual and Industrial Property rights. Unless expressly authorized in writing by SG Company Società Benefit S.p.A., the reproduction, use, or modification, in whole or in part, of the contents of this project is strictly prohibited.