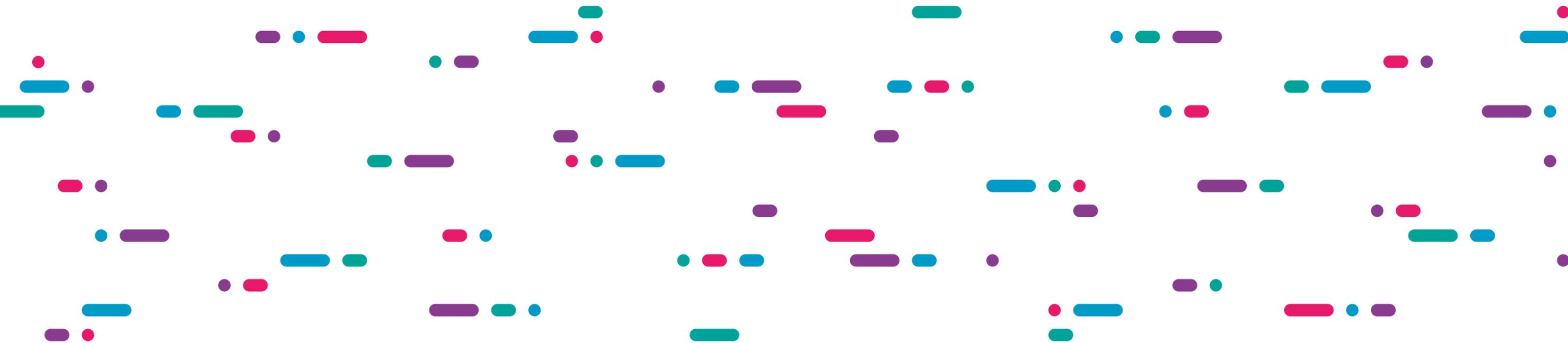
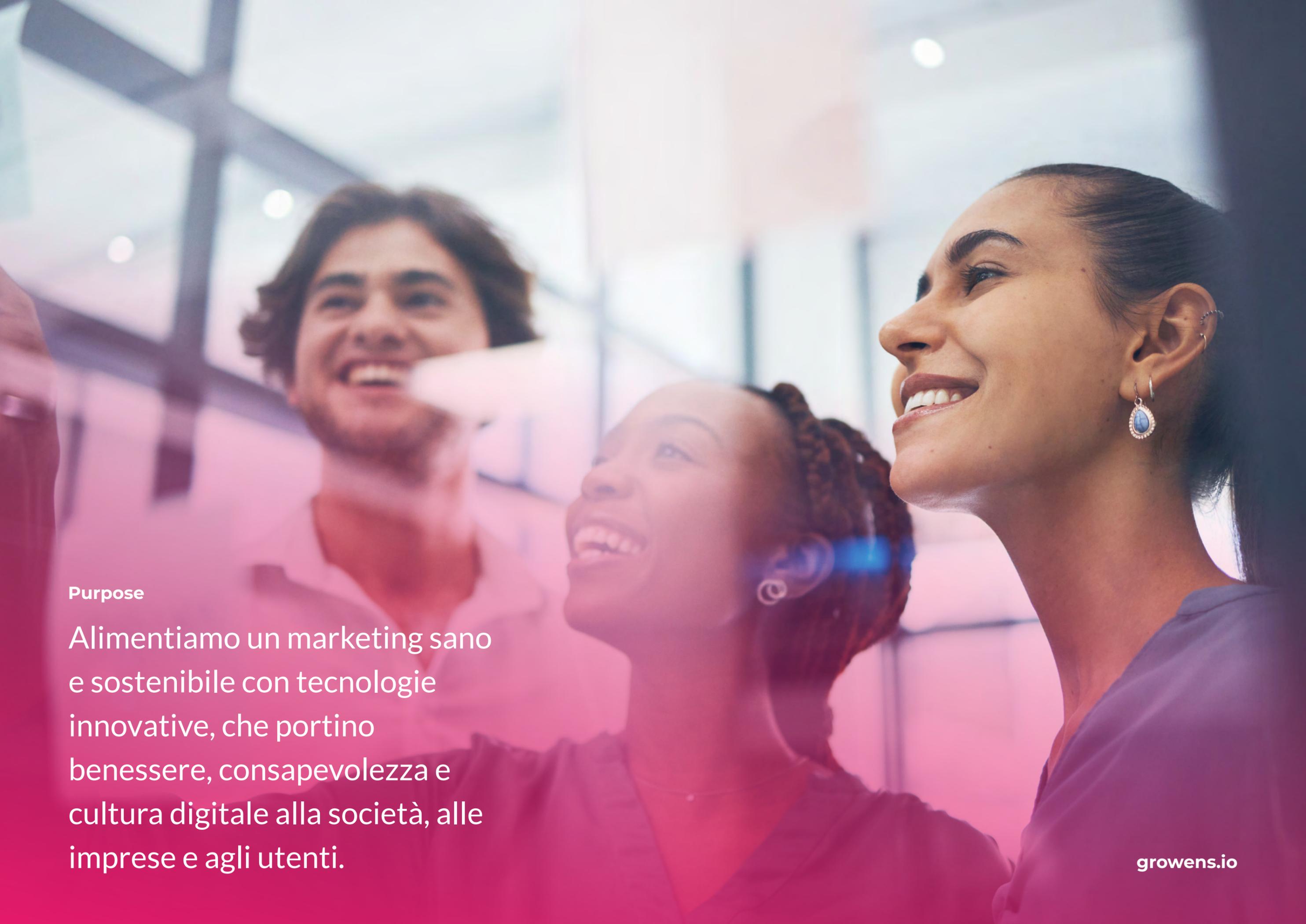


Bilancio di sostenibilità

2023





Purpose

Alimentiamo un marketing sano e sostenibile con tecnologie innovative, che portino benessere, consapevolezza e cultura digitale alla società, alle imprese e agli utenti.

Indice dei contenuti

Lettera agli Stakeholder	5	Relazione con l'ambiente	73
Nota metodologica	7	L'approccio di Growens all'ambiente	
Governance	9	Uffici a basso impatto ambientale	
Growens	10	La promozione di una mobilità sostenibile in Growens	
Chi siamo		Consumi ed emissioni	
Business unit		Relazione con i fornitori	87
Paesi di operatività		Relazioni con i fornitori	
Linee guida non finanziarie / ESG		Social	89
Storia		Relazione con i dipendenti	90
Vision, mission, valori e purpose		Relazione con i dipendenti	
Il mercato delle Marketing Technologies (MarTech)		Salute e sicurezza dei lavoratori	
Premi e riconoscimenti		Welfare per i dipendenti	
Governance etica	24	Sviluppo delle persone	
Corporate Governance		Total Rewards Program	
Investor Relations		Modello di Leadership	
Anticorruzione, concorrenza leale e legalità		Pulse Survey	
Gli Stakeholder di Growens e la materialità	33	Programma Way of Working (WoW)	
Dialogo con gli Stakeholder		Cagliari Innovation Lab	
Analisi di materialità		Implementazione del nuovo Human Capital Management System	
Tematiche materiali priorizzate e associate agli SDGs		Diversità e pari opportunità	117
Risk Management	39	L'approccio di Growens alla DEI	
Impatti inside-out		Comunicazione interna e ingaggio	122
Impatti outside-in		Comunicazione interna e ingaggio	
Crescita economica e performance finanziarie	49	Iniziativa top-down	
Valore economico generato e distribuito		Iniziativa bottom-up	
Contributi per investimenti di Ricerca e Sviluppo		Relazione con i clienti	128
Approccio fiscale trasparente		Ascolto, coinvolgimento e soddisfazione dei clienti	
R&S, innovazione e design	56	Protezione dei dati dei clienti	
Ricerca e sviluppo, innovazione e design		Cyber Security	
Innovazione tecnologica		Relazione con la collettività	140
Innovazione di prodotto		Eventi sportivi	
Innovazione nel design		Associazioni culturali e non-profit	
Cultura della ricerca e dello user testing		Adesione ad associazioni	
Environment	72	Creazione di cultura digitale	
		Relazioni con i media	
		Collaborazioni con scuole, università e centri di ricerca	
		GRI Content Index	156
		Allegati	163

Lettera agli Stakeholder

Cari Stakeholder,

la quinta edizione del Bilancio di Sostenibilità vede la luce a conclusione di un anno profondamente trasformativo per il gruppo Growens.



I co-fondatori Matteo Monfredini, Presidente e CFO, e Nazzareno Gorni, CEO di Growens.

Come sempre, il documento riassume obiettivi, attività, impatti e risultati dell'Organizzazione nei confronti dei suoi Stakeholder, inserendosi in un percorso di sostenibilità sempre più articolato e strategico, che mira alla **progressiva integrazione delle tematiche ESG** in ogni aspetto del business del Gruppo: dalle politiche in favore delle persone all'ampliamento delle attività legate alla sostenibilità ambientale, dal sostegno ai territori locali all'introduzione di nuove e avanzate politiche DEI.

Con la cessione di MailUp+Contactactlab e Acumbamail al gruppo TeamSystem e di Datatrics al gruppo Spotler, nel 2023 Growens ha attraversato **la più grande trasformazione** nei suoi oltre venti anni di vita. Una trasformazione che ha riguardato il business, naturalmente, ma che ha avuto un forte impatto anche sulle persone e sul tessuto sociale nel quale Growens si innesta, da numerosi punti di vista.

Per questo, un impegno fondante per il 2023 è stato quello di **prenderci cura delle nostre persone**, accompagnandole e supportandole nella gestione (sia emotiva che lavorativa) di questo profondo cambiamento.

2023: un anno profondamente trasformativo

Abbiamo attivato **percorsi di change management e di counseling** di gruppo, nonché il più importante piano di aggiornamento delle competenze tecniche e trasversali grazie all'adesione al Fondo

Nuove Competenze, abilitando ogni persona a **trovare un nuovo equilibrio** e a rifocalizzare i propri obiettivi nel nuovo assetto.

La volontà è, da sempre, **garantire un ambiente di lavoro sereno**, trasparente e stimolante, dove le scelte strategiche siano fondate su un reale allineamento di ogni persona alla visione complessiva.

Impegno chiave: prendersi cura delle nostre persone

Nell'ambito delle politiche verso le persone, il 2023 ha visto avverarsi anche **due importanti traguardi**:



La seconda annualità del **programma Way of Working (WoW)**, che consente alle persone di lavorare da qualunque luogo, in ogni momento. Il WoW ha aumentato sensibilmente la soddisfazione e il benessere delle persone di Growens, in grado oggi di gestire il proprio bilanciamento vita/lavoro in modo ottimale e di cogliere nuove opportunità e nuovi stimoli nel lavorare per determinati periodi da località estere.



La nascita del **comitato Grow**, dedicato alle tematiche di diversità, equità e inclusione: un progetto nato dal basso, alimentato come una comunità dalle forti ramificazioni per l'intero Gruppo, con diversi progetti già impattanti sulle decisioni e determinazioni della Leadership e molti altri sviluppi previsti a venire.

A livello macroeconomico, il contesto mondiale continua a essere caratterizzato da **elementi di instabilità** dovuti al perdurare della guerra in Ucraina, al conflitto israelo-palestinese e alle calamità naturali sempre più frequenti alle nostre latitudini (e non solo). Per quanto il business di Growens non sia attualmente impattato da tali fattori, teniamo attentamente sotto osservazione la situazione internazionale per **garantire una risposta pronta ed efficace** a qualunque nuovo stravolgimento.

Guardando ora al futuro, è il momento di rimboccarsi le maniche per **costruire la nuova era** del gruppo Growens. Sempre più orientato sul mercato internazionale, sempre più multiculturale al suo interno, **sempre più ambizioso** sugli obiettivi da raggiungere, il Gruppo continuerà a operare secondo il suo DNA, ovvero in modo attento e rispettoso delle persone, dell'ambiente, delle risorse, della concorrenzialità e delle comunità nelle quali si innesta.

Nazzareno Gorni
Amministratore Delegato
Nazzareno Gorni

Matteo Monfredini
Presidente
Matteo Monfredini

Nota metodologica

Scopo e finalità

Il presente Bilancio di Sostenibilità è il quarto documento realizzato da Growens S.p.A. finalizzato a comunicare in maniera trasparente a tutti gli Stakeholder i valori, le strategie e le performance direttamente collegate ai propri **impatti economici, sociali e ambientali**.

La redazione del presente Bilancio è un **esercizio di natura volontaria** per l'azienda, che non rientra nella casistica degli Enti di interesse pubblico di grandi dimensioni tenuti a rendicontare sulle loro performance non finanziarie ai sensi del Decreto Legislativo 254/2016.

La sostenibilità è l'elemento fondamentale su cui si basano le attività di Growens, ragione per cui si è deciso di redigere il Bilancio di Sostenibilità a partire dall'**Agenda 2030 dell'ONU**. I 17 Sustainable Development Goals (SDGs) rappresentano degli "obiettivi comuni" da raggiungere in ambiti rilevanti per lo sviluppo sostenibile.

Perimetro

In data 13 luglio 2023 Growens ha perfezionato la **cessione del ramo Email Service Provider** di proprietà del Gruppo attraverso la vendita delle partecipazioni totalitarie detenute in MailUp S.p.A. (già Contactlab S.p.A.), Acumbamail S.L., MailUp Nordics A/S e la sua controllata Globase International A.p.S. (collettivamente, le attività di "Email Service Provider") a TeamSystem S.p.A., a fronte di un corrispettivo pari a EUR 76,5 milioni. Tale ramo di azienda ha operato con oltre 9.500 clienti diretti tramite la piattaforma SaaS MailUp, un sistema multicanale (email, newsletter, SMS e messaging apps) di cloud computing per la gestione professionale di campagne marketing digitali.

In data 20 ottobre 2023 si è inoltre completata l'operazione di **cessione** del 100% del capitale sociale della controllata olandese **Datatrix B.V.** a Squeezely B.V., società del gruppo olandese Spotler, primario operatore della marketing automation in Olanda e Regno Unito, a fronte di un corrispettivo pari ad EUR 1,6 milioni.

Il **perimetro di rendicontazione del presente Bilancio di Sostenibilità** è stato dunque **adeguato** alla luce delle operazioni straordinarie di cui sopra. Dunque, l'attuale perimetro di rendicontazione include Growens S.p.A., Agile Telecom S.p.A. e BEE Content Design Inc.

Eventuali **modifiche** al perimetro di rendicontazione sono specificate esplicitamente nei paragrafi di riferimento.

Le entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità **non sono le medesime nel rendiconto finanziario consolidato**, che include anche MailUp S.p.A., MailUp Nordics A/S, Globase International ApS, Acumbamail S.L. e Datatrix B.V. L'approccio adottato per il **consolidamento** delle informazioni tiene conto delle attività straordinarie condotte nel corso dell'anno fiscale; i dati e le informazioni rendicontate considerano solamente le società parte del Gruppo al 31/12/2023. Le informazioni e i dati del presente Bilancio si riferiscono solamente al periodo di rendicontazione in corso in quanto la **comparazione** con i due periodi precedenti **non può essere significativa** a causa delle trasformazioni subite dal Gruppo. Eventuali limitazioni di perimetro sono indicate con una nota a piè di pagina all'interno del documento.

Processo di rendicontazione e standard di reporting

Growens ha costituito un **gruppo di lavoro interno**, rappresentativo delle principali funzioni aziendali, allo scopo di raccogliere le informazioni richieste per il Bilancio di Sostenibilità, che viene visionato e approvato annualmente dal Consiglio di Amministrazione.

La rendicontazione riguarda il periodo **1° gennaio - 31 dicembre 2023** (in coerenza con il periodo del rendiconto finanziario) ed è stata realizzata in conformità alle linee guida **GRI Sustainability Reporting Standards** (di seguito GRI Standards), emanati nel 2016 dalla Global Reporting Initiative e aggiornati nel 2021. Il livello di applicazione dei GRI Standard corrisponde all'opzione "in accordance with" (cfr. GRI Content Index).

Eventuali limitazioni dell'informativa sono riportate in nota, così come il ricorso a stime ed approssimazioni nel calcolo degli indicatori.

Come richiesto dagli Standard, la fase di raccolta dei dati è stata preceduta dallo svolgimento della cosiddetta "**Analisi di Materialità**", finalizzata ad identificare le tematiche rilevanti che rappresentano gli impatti più significativi dell'organizzazione sull'economia, sull'ambiente e sulle persone, inclusi quelli sui loro diritti umani. Nel processo di analisi di materialità è stato **coinvolto anche il Top Management**, inclusi i membri del Consiglio di Amministrazione, per l'identificazione dei temi materiali di Growens.

Ogni feedback degli Stakeholder è utile a migliorare l'impegno di sostenibilità della Società e della sua rendicontazione. Per approfondimenti, è possibile visitare il sito corporate growens.io oppure scrivere all'indirizzo email sustainability@growens.io.

Governance

Highlights

Presenza femminile nel CdA

Il 40% del Consiglio di Amministrazione è composto da donne (il doppio di quanto richiesto per legge).

Linee guida ESG

Growens include linee guida ESG tra le indicazioni strategiche fornite alle sue business unit.

Nessun caso di corruzione

Sin dalla costituzione della Società, non sono stati registrati casi di corruzione attiva o passiva.

Focus su innovazione

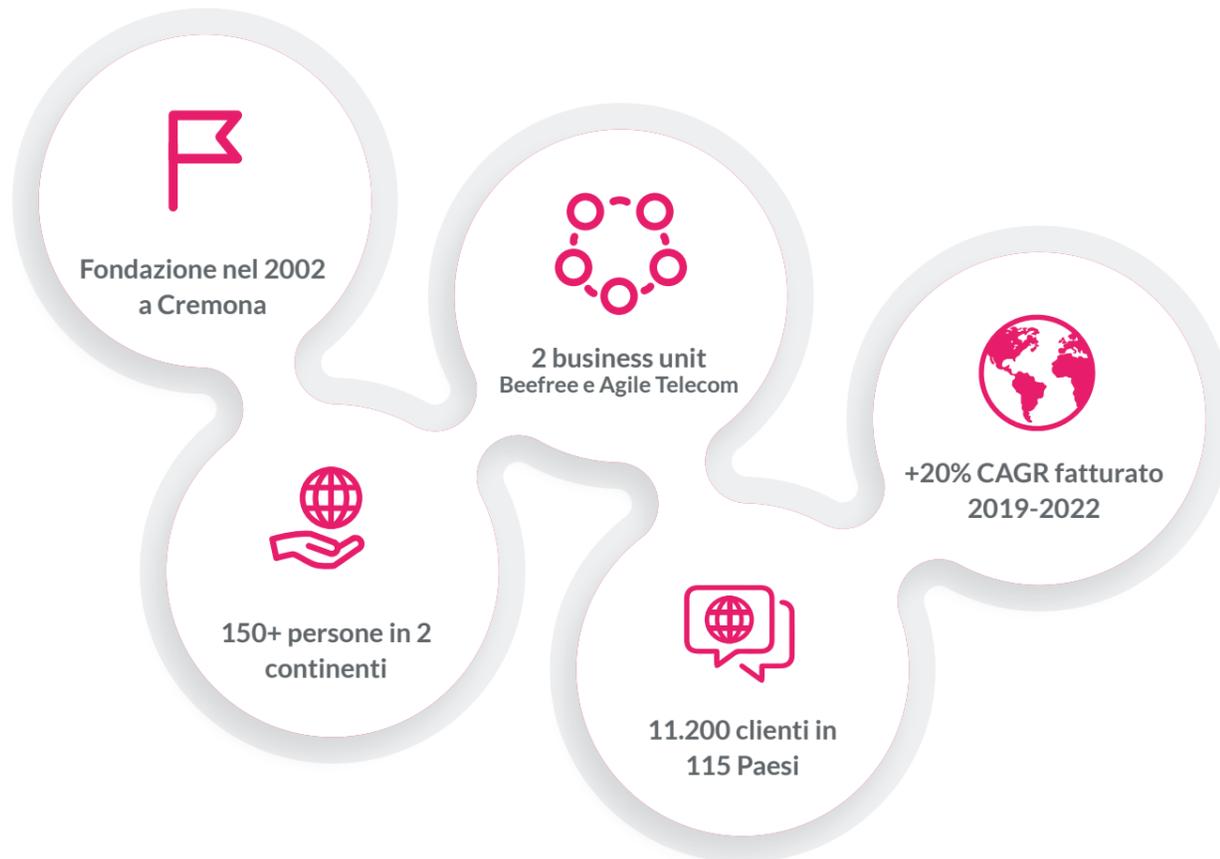
Al cuore di ogni prodotto, investimenti continui in tecnologie e processi.



- Chi siamo
- Business unit
- Paesi di operatività
- Linee guida non finanziarie / ESG
- Storia
- Vision, mission, valori e purpose
- Mercato delle Marketing Technologies
- Premi e riconoscimenti

Chi siamo

Growens (growens.io) è un gruppo industriale privato integrato che crea **tecnologie per content creation e mobile messaging**, pensate per le organizzazioni che desiderano comunicare in modo efficace con i propri clienti.



Design italiano, visione globale, attenzione alle comunità locali in cui è radicato: il Gruppo è caratterizzato dalla passione e dalla competenza delle sue persone, dalla scalabilità e redditività per i suoi investitori e dall'**innovazione per i suoi clienti**.

È ammesso alle negoziazioni su Euronext Growth Milan (EGM) e opera nel mondo con oltre 11.200 clienti in più di 115 Paesi.

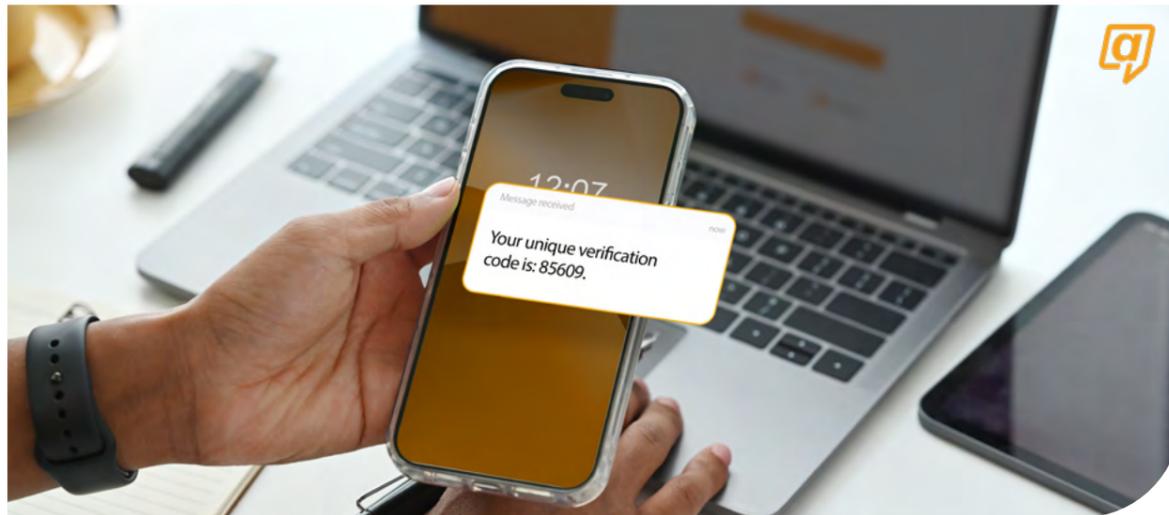
Business unit

Il 2023 è stato un **anno di grande trasformazione** per l'assetto interno del gruppo Growens, che nasce nel 2002 dalla ricerca tecnologica e dal successo di business di MailUp.

La **cessione** al gruppo italiano TeamSystem del business storico di MailUp, insieme a Contactlab e Acumbamail, e la successiva vendita di Datatrics al gruppo anglo-olandese Spotler, consentono di **accentuare la focalizzazione del business** su due sole business unit: Beefree e Agile Telecom.



Agile Telecom



L'obiettivo di **Agile Telecom** è ottimizzare grandi volumi di SMS per operatori di rete mobile e aggregatori di SMS, grazie a una profonda conoscenza del settore e a soluzioni tecnologiche proprietarie.

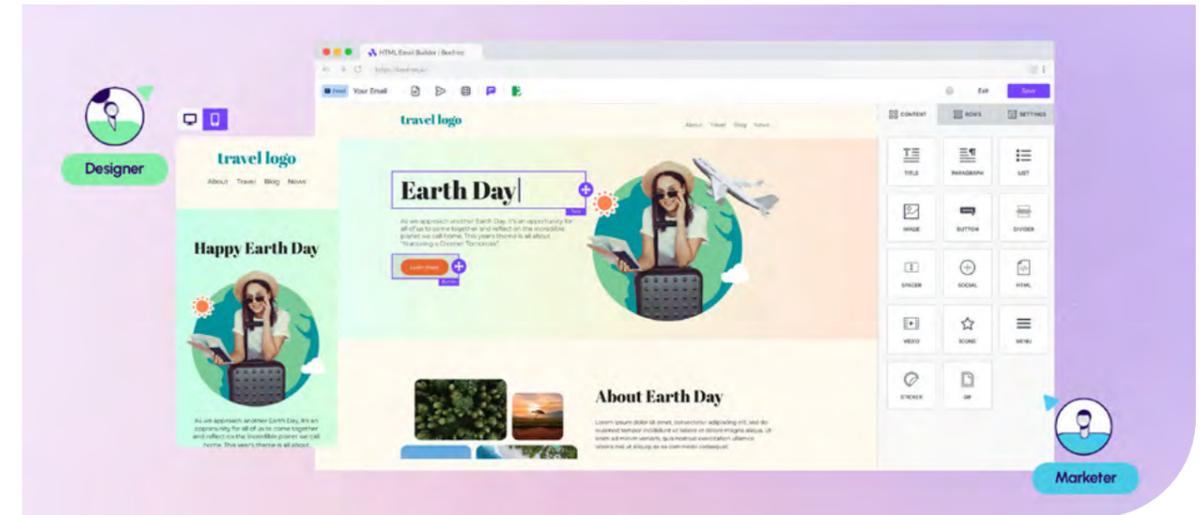
Una significativa esperienza nel settore SMS consente ad **Agile Telecom** di anticipare le tendenze e di soddisfare le esigenze in costante evoluzione dei clienti. Tecnologie proprietarie, robuste ed efficienti abilitano una gestione sicura di grandi volumi di SMS, garantendo al contempo un servizio di alta qualità e continuità ottimale.

Agile Telecom coltiva relazioni a lungo termine con i clienti basate sulla trasparenza e sulla fiducia, fornendo un servizio personalizzato – dalla comprensione dei requisiti all'implementazione delle soluzioni e al supporto costante.

Grazie a questo approccio olistico può garantire **volumi di SMS ottimizzati, efficienza superiore, costi ridotti e maggior soddisfazione del cliente.**

agiletelecom.com

Beefree



Beefree (BEE Content Design, Inc.) offre strumenti di design no-code che abilitano i business di ogni dimensione a creare velocemente **email e landing page** d'impatto.

Con **Beefree**, la design suite accessibile ovunque, e con **Beefree SDK**, soluzione embeddabile che si integra nativamente con tutte le principali piattaforme martech, le aziende si assicurano un branding uniforme e facile da gestire, oltre che la possibilità di collaborazione facile e veloce tra i team.

La visione di **Beefree** punta alla democratizzazione del content design, con oltre 385.000 utenti mensili in oltre 20 lingue e da più di 220 Paesi.

I suoi strumenti sono disponibili online sul sito beefree.io e developers.beefree.io, e sono embeddati in oltre 600 applicazioni SaaS.

beefree.io
developers.beefree.io

Paesi di operatività*

Gran Bretagna	Estonia	Turchia	Indonesia
Svizzera	Giappone	Cile	Corea Del Sud
Italia	Cipro	Nuova Zelanda	Uruguay
Stati Uniti	India	Territori Britannici dell'Oceano Indiano	Jersey
Olanda	Finlandia	Ungheria	Arabia Saudita
Isole Vergini Britanniche	Norvegia	Porto Rico	Giordania
Belgio	Isole Turks And Caicos	Portogallo	Perù
Irlanda	Lussemburgo	Taiwan	Thailandia
Germania	Polonia	Bulgaria	Costarica
Francia	Libano	Vietnam	San Marino
Malta	Austria	Svezia	Pakistan
Hong Kong	Mauritius	Lituania	Ucraina
Canada	Danimarca	Panama	Ecuador
Spagna	Repubblica Ceca	Filippine	Guatemala
Sud Africa	Slovenia	Colombia	Marocco
Australia	Malaysia	Liechtenstein	Egitto
Israele	Grecia	Cina	Monaco
Repubblica Slovacca	Messico	Albania	Georgia
Croazia	Romania	Islanda	Macedonia
Brasile	Federazione Russa	Lettonia	Sri Lanka
Singapore	Argentina	Kazakistan	

* Paesi dove l'ARR o gli SMS fatturati nel 2023 hanno superato la soglia di EUR 1.000.

Linee guida non finanziarie / ESG

Annualmente, accanto agli obiettivi finanziari, la Holding fornisce alle business unit delle **linee guida non finanziarie** atte a indirizzare le scelte strategiche.

Tra queste figurano diverse linee guida attinenti alla **sfera ESG**, indicate di seguito.

Ambito	Obiettivo	Linee Guida
Diversity & Inclusion	Aumentare la diversity nei team	Le scelte relative ad assunzioni, promozioni e mobilità interna devono tener conto di un indice di diversity (in termini di genere, età, etnia, background) all'interno del team.
Leadership	Rinforzare le skill del middle management in termini di leadership	Valutare le performance dei people manager anche sulla base di comportamenti applicati e misure conseguenti (ad es. turnover nel team, punteggio di analisi di clima, crescita delle persone, iniziative di sostenibilità).
Ambiente	Facilitare il processo di decarbonizzazione	Considerare il fattore dell'impatto ambientale dovunque possibile, inclusa la selezione di fornitori certificati e il progressivo passaggio all'energia rinnovabile.

Storia

La Società Capogruppo nasce nel 2002 a Cremona come piccola agenzia digitale fondata da **cinque giovani imprenditori**.

Tra i diversi prodotti digitali che sviluppa, uno in particolare dimostra presto un grande potenziale: la **piattaforma per invio newsletter**, poi rinominata MailUp. Nel 2008 l'agenzia concentra tutto il business su questa piattaforma, arrivando nel 2011 a essere **leader di mercato in Italia**.

In seguito all'ammissione alle negoziazioni delle proprie azioni ordinarie su Euronext Growth Milan (già AIM Italia) nel 2014, la Società sviluppa un portafoglio di brand e servizi verticalmente integrato attraverso un percorso di **crescita sia organica sia per linee esterne**.

Tra il 2015 e il 2018 **acquisisce Agile Telecom, Acumbamail, Globase e Datatrics**, espandendosi al contempo a livello internazionale. Completa l'offerta la startup **Beefree** (già BEE), nata come progetto interno e successivamente sviluppatasi come business unit indipendente.

Nel 2017 **nasce il brand MailUp Group**, che include la Capogruppo e le Società acquisite, e che nel 2021 viene rinominato Growens. Nel 2022 viene acquisita **Contactlab**, tra le principali società italiane attive nei servizi di marketing in cloud.

Nel 2023 Growens cede il ramo Email Service Provider (MailUp S.p.A. - già Contactlab S.p.A. - , Acumbamail S.L., MailUp Nordics A/S e Globase International A.p.S.) al gruppo italiano TeamSystem e la business unit Datatrics al gruppo anglo-olandese Spotler.

I cinque fondatori sono oggi soci di controllo del Gruppo, sono titolari complessivamente di una partecipazione al capitale sociale dell'Emittente costituita da n. 7.859.551 azioni prive di indicazione del valore nominale espresso pari al 52,50% del relativo capitale, e hanno sottoscritto un patto parasociale avente ad oggetto una partecipazione costituita da complessive n. 6.750.000 pari al 45,09% del relativo capitale, in via paritetica tra di loro.

 <p>Cinque fondatori stabiliscono a Cremona una piccola agenzia digitale.</p>	<p>La web agency concentra il business sul prodotto più promettente: la piattaforma di invio newsletter.</p>	 <p>Ammissione sul mercato EGM (già AIM) della Borsa Italiana.</p>	<p>Acquisizione di Agile Telecom, Acumbamail e Globase.</p>	<p>Nasce MailUp Group.</p> 	 <p>Acquisizione di Datatrics.</p>	 <p>MailUp Group diventa Growens.</p>	<p>Acquisizione di Contactlab.</p>	<p>Cessione del business ESP (MailUp+Contactlab e Acumbamail) a TeamSystem e di Datatrics al gruppo Spotler.</p> 
<p>2002</p>	<p>2008-2011</p>	<p>2014</p>	<p>2015-2016</p>	<p>2017</p>	<p>2018</p>	<p>2021</p>	<p>2022</p>	<p>2023</p>

Vision, mission, valori e purpose



Vision

Essere un innovatore riconosciuto a livello internazionale in cui professionisti appassionati di tecnologia creano un ecosistema di soluzioni data-driven per gestire l'evoluzione delle modalità di comunicare con la clientela.



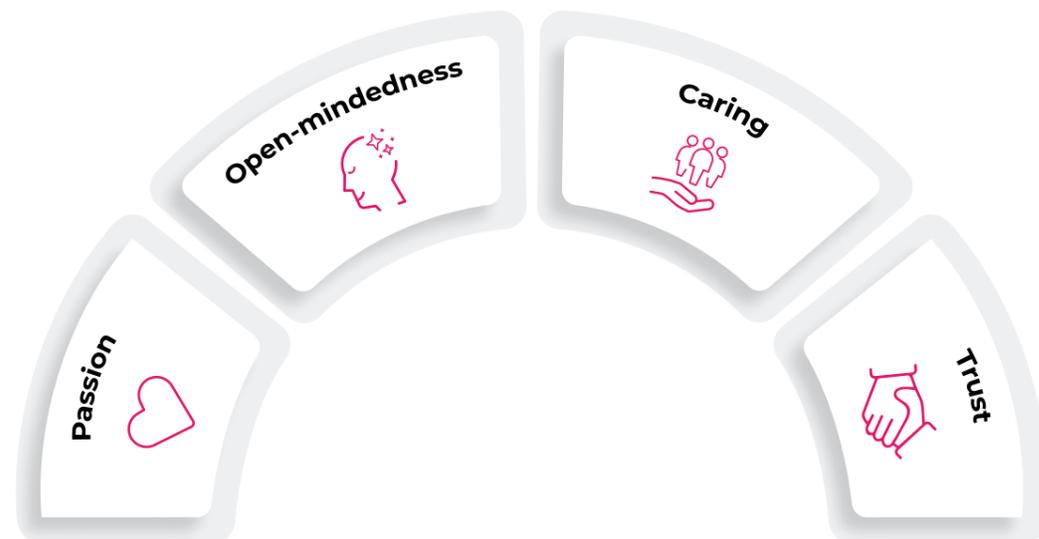
Mission

Portiamo crescita e innovazione tecnologica ai nostri clienti e investitori in tutto il mondo, grazie a strumenti di marketing e comunicazione etici e di facile utilizzo, sviluppati con passione da un team internazionale.



Valori

I quattro valori aziendali di Passion, Trust, Open-Mindedness e Caring guidano le nostre scelte strategiche e costituiscono le fondamenta per la crescita sostenibile del Gruppo.



Purpose

Promuoviamo un marketing sano e sostenibile attraverso tecnologie innovative che promuovono il benessere, la consapevolezza e il progresso digitale per la società, le imprese e gli utenti.

Il *purpose* fornisce **le ragioni per cui l'Azienda esiste** in relazione alla società, concentrandosi sul suo impatto sulla collettività. Fornisce inoltre un driver strategico per le scelte in tema di sostenibilità, sempre più strutturali nella pratica della Società.

L'impatto del Gruppo sulle comunità è identificato nel suo **contributo attivo al miglioramento e al progresso della società** attraverso un modo specifico di commercializzare i prodotti. L'Azienda alimenta un marketing positivo fornendo ai professionisti del marketing strumenti progettati per questo scopo.

Il concetto di "benessere", in particolare, comprende una serie di aspetti:

- › **Benessere economico** per chi sceglie le soluzioni del Gruppo (soluzioni di qualità che portano valore e soddisfazione alle aziende)
- › **Benessere emotivo** per gli utenti finali: le soluzioni del Gruppo sono progettate per promuovere il rispetto per gli utenti finali, la protezione dei dati e la rilevanza dei messaggi
- › **Benessere sociale e umano per le comunità** in cui il Gruppo è radicato e per le persone che lavorano con esso a qualsiasi livello.

Il mercato delle Marketing Technologies (MarTech)



Il **MarTech** è un ecosistema di soluzioni su cloud e di applicazioni tecnologiche che hanno l'obiettivo di supportare le aziende nello sviluppo delle proprie **strategie di marketing digitale**. Questo ecosistema, a cui è riconducibile l'attività del Gruppo Growens, sta crescendo molto rapidamente ed è popolato sia da **player medio-piccoli**, focalizzati su specifiche nicchie o segmenti, sia da **grandi imprese** che coprono un'ampia gamma di servizi richiesti dalla clientela.

Nell'ultimo decennio, la convergenza tra tecnologia e marketing tradizionale offline ha dato vita a un'esplosione di **strategie, soluzioni e strumenti** basati su cloud nel campo delle Marketing Technologies (MarTech). Questo mercato, estremamente complesso e frammentato, si suddivide in **sei sub-segmenti** principali: Advertising & Promotion, Content & Experience, Social & Relationship, Commerce & Sales, Data, Management.

L'**Intelligenza Artificiale (AI)** è al centro delle attenzioni nel MarTech, in particolare per l'analisi dei Big Data. L'obiettivo principale è ora quello di massimizzare il valore dei clienti oltre la fase di vendita e customer retention, attraverso l'espansione del cliente e l'advocacy,

La rivoluzione dell'AI

fornendo **esperienze personalizzate** tramite AI e machine learning. Growens, con le sue divisioni **SaaS e CPaaS** - Beefree e Agile Telecom - deve essere pronto ad affrontare queste sfide e sfruttare le opportunità. Beefree ha reagito prontamente all'interesse crescente per l'intelligenza artificiale generativa con il lancio di ChatGPT 3.5 nel Q4 2022; gli utenti di Beefree possono già usufruire di un **assistente digitale** basato su questa tecnologia tramite Beefree SDK, versione embeddabile dell'editor integrabile mediante appositi connettori software all'interno di applicazioni di terzi. Beefree SDK è ampiamente adottato, utilizzato dal 60% delle applicazioni identificate da Forrester: si conferma un **leader di mercato**, con 598 clienti paganti a fine 2023 e un totale di oltre 1.000 applicazioni che lo utilizzano (il fatturato medio mensile per cliente è salito del 31% rispetto al 2022).

Mercato in evoluzione: fusioni e acquisizioni

Si prevede una maggiore concentrazione del mercato attraverso **fusioni e acquisizioni**. Si prevede, infatti, che molte nuove soluzioni SaaS innovative saranno acquisite da grandi operatori per ampliare le loro offerte, riducendo le opportunità per i "giocatori indipendenti". Nel mercato, gli operatori più piccoli si concentrano su **nicchie di mercato specifiche**, mentre i grandi player gestiscono diversi segmenti grazie alla flessibilità delle tecnologie basate su cloud. All'interno del gruppo Growens, Beefree offre entrambe le versioni: **stand-alone e integrata** come parte di piattaforme complesse.

I **segmenti** più appropriati in cui si colloca il gruppo Growens all'interno dell'ecosistema MarTech sono i seguenti:

- › **Segmento Content Design:** le email sono strumenti efficaci per il marketing digitale, offrendo un buon rapporto costo-efficienza e alti tassi di conversione. La democratizzazione del design ha reso accessibili strumenti di creazione di contenuti digitali a tutti, e in questo contesto, Beefree è un leader nella creazione di modelli email grafici, offrendo maggiore flessibilità, compatibilità e possibilità di collaborazione rispetto alle soluzioni tradizionali di email marketing. Nel 2023, ha registrato oltre 96 milioni di sessioni di utilizzo, con un aumento del 26% rispetto al 2022.
- › **Segmento Mobile Messaging:** si concentra sull'efficacia degli SMS per comunicazioni time-sensitive come codici OTP, aggiornamenti in tempo reale e messaggi di emergenza. Agile Telecom ha inviato oltre 2 miliardi di SMS nel 2023, servendo operatori SaaS e grandi operatori internazionali.

Decennio di enorme espansione per il MarTech

Premi e riconoscimenti

La crescita e i successi di Growens sono stati riconosciuti a livello nazionale e internazionale attraverso l'inclusione in prestigiose classifiche e l'ottenimento di premi.



Le aziende più attente al clima

Growens è stata inclusa nella lista, sviluppata da Statista in collaborazione con il Corriere della Sera, delle aziende italiane che hanno maggiormente ridotto le emissioni climalteranti nel precedente triennio (2020-2022).

[Maggiori informazioni >](#)



HR Mission 2023

Enrica Lipari, People & Culture Director, è insignita del premio HR Mission 2023 da AIDP nella categoria Relazioni Industriali, grazie al progetto legato all'armonizzazione contrattuale di Contactlab.

[Maggiori informazioni >](#)

SDG di riferimento



Corporate Governance
Investor Relations
Anticorruzione, concorrenza leale e legalità

Corporate Governance

Gli **organi di governo di Growens** sono rappresentati dal Consiglio di Amministrazione (C.d.A.) e dal Collegio Sindacale.

Il modello di gestione e di governo è ispirato ai principi e alle logiche della sostenibilità, che rappresentano la prospettiva di riferimento fondamentale, unitamente alle disposizioni normative ed ai regolamenti.

Il sistema di Governance del Gruppo Growens prevede il **coinvolgimento diretto degli executive** nelle tematiche economiche, sociali e di sostenibilità. Questo modus operandi consente di realizzare processi decisionali snelli e rapidi, che da sempre contraddistinguono la Governance del Gruppo.

Il C.d.A. della Capogruppo definisce, altresì, le **linee di indirizzo del sistema di gestione dei rischi e di controllo interno** al fine di individuare, misurare, gestire e monitorare i principali rischi afferenti alle attività poste in essere dalle diverse Società del Gruppo, identificando un livello di rischio compatibile con gli obiettivi strategici.

La **revisione legale dei conti** è affidata a BDO Italia S.p.A., società di revisione indipendente.

La gestione del Gruppo è supportata da un **sistema strutturato di reporting** sull'andamento del business e sull'avanzamento dei progetti fondamentali. Questo consente anche la corretta applicazione dei sistemi di remunerazione ed incentivazione, in un'ottica di sostegno e valorizzazione del merito e secondo il grado di raggiungimento degli obiettivi prefissati, anche quelli di natura ambientale e sociale.

Il **Consiglio di Amministrazione di Growens S.p.A.** resta in carica 3 anni ed è composto da cinque membri, di cui tre con deleghe e due in possesso dei requisiti di indipendenza previsti dall'articolo 148, comma 3, del D.Lgs. 58/1998 (TUF). L'età media dei consiglieri è di 51 anni. La presenza femminile è pari al 40% (2 consigliere).

Il consiglio di amministrazione di Growens S.p.A. si è **riunito 10 volte** nel corso dell'esercizio 2023, registrando il 96% di presenze.

Composizione degli organi sociali di Growens S.p.A.

Consiglio di Amministrazione



Matteo Monfredini
Presidente

Sviluppatore di software e imprenditore nel settore IT dal 1999. Co-fondatore di MailUp (poi Growens).



Nazzareno Gorni
Amministratore Delegato

Sviluppatore di software e imprenditore nel settore IT dal 1999. Co-fondatore di MailUp (poi Growens).



Micaela Cristina Capelli
Amministratore esecutivo e Investor Relations Manager

Carriera pluriennale nell'Investment Banking. Le sue aree di competenza includono IPO, finanza straordinaria per le PMI e investimenti alternativi. Membro del Comitato Investimenti della Conferenza Episcopale Italiana e del Comitato Investor Relations di SilverFir Capital SGR.



Ignazio Castiglioni
Consigliere Indipendente non esecutivo

Fondatore e Amministratore Delegato di Hat Orizzonte Group, asset manager alternativo italiano incentrato su strategie di private equity e infrastructure.



Paola De Martini
Consigliere Indipendente non esecutivo

Carriera pluriennale in società quotate e multinazionali con focus su corporate governance e M&A. Consigliere indipendente di Renergetica e Banca MPS.

Collegio sindacale



Michele Manfredini
Presidente

Iscritto all'albo dei dottori commercialisti e all'albo dei consulenti tecnici presso il Tribunale di Cremona. Socio fondatore dello Studio Associato Pedroni a Cremona.



Fabrizio Ferrari
Sindaco Effettivo

Iscritto all'albo dei dottori commercialisti e socio dello Studio Associato Pedroni a Cremona. Sindaco e revisore in diverse Società.



Donata Paola Patrini
Sindaco Effettivo

Iscritta all'albo dei Dottori Commercialisti di Milano, all'albo dei Revisori Legali dei Conti e all'Albo dei Consulenti Tecnici del Tribunale di Milano. Partner fondatrice dello Studio Patrini e Associati.

Investor Relations



Ammissa alle negoziazioni sul mercato Euronext Growth Milan (già AIM Italia) dal 2014, Growens S.p.A. attribuisce una grande importanza e dedica la **massima cura alle attività di Investor Relations**, ovvero quelle attività di comunicazione e informazione finanziaria tra l'Azienda e gli investitori.

La figura dell'Investor Relations Manager risponde quindi a un'esigenza di comunicazione della società con l'esterno e, attraverso lo svolgimento delle sue attività, anche in coordinamento con altre funzioni aziendali e di Gruppo, ha l'**obiettivo di valorizzare la percezione** da parte degli operatori finanziari, in particolare investitori professionali, istituzionali italiani ed esteri e qualificati, rispetto alle attività di business, alle strategie e alle prospettive future di Growens e del Gruppo.

L'attività di Investor Relations poggia sull'**ecosistema della reportistica di Gruppo**, che include diverse risorse e team di lavoro che collaborano a stretto contatto per garantire una informativa accurata e tempestiva.

Dal punto di vista dei **tool** si segnalano:

- › Board, che consente l'aggregazione di dati gestionali con l'evidenziazione di KPI e altre metriche
- › Oracle Netsuite, in quanto sistema ERP di accounting
- › Zuora, che fornisce billing e relativi KPI

Dal punto di vista delle persone, i **principali attori coinvolti** nella raccolta, interpretazione, stesura e comunicazione dei dati della Capogruppo e del Gruppo sono:

- › il Chief Accounting Officer
- › il Business Controlling Manager, con i rispettivi team di lavoro
- › il Presidente e Chief Financial Officer
- › l'Amministratore Delegato
- › il Consigliere Esecutivo e Investor Relations Manager
- › l'intero Consiglio di Amministrazione e gli organi societari ed esterni (Collegio Sindacale e società di revisione) preposti alla revisione, controllo e approvazione dei dati contabili.

Gli **output** di tale sistema sono:

- › Il bilancio di esercizio annuale, individuale e consolidato, sottoposto a revisione contabile completa da parte della società di revisione indipendente
- › La relazione semestrale, individuale e consolidata, sottoposta a revisione contabile limitata da parte della società di revisione indipendente
- › La comunicazione dei dati di vendita trimestrali e ARR dell'ultimo mese, non sottoposti a revisione contabile
- › Le relazioni trimestrali, relative al primo trimestre e ai primi nove mesi dell'esercizio, non sottoposte a revisione contabile.

 [Consulta i documenti >](#)

Tutti tali documenti sono **resi disponibili sul sito internet growens.io** immediatamente dopo l'approvazione, secondo il calendario societario pubblicato entro l'inizio di ogni anno finanziario.

Di tale pubblicazione viene data notizia mediante appositi comunicati stampa diffusi sui **canali ufficiali di Borsa (SDIR)**, sul sito internet della Società, alle mailing list degli investitori in italiano ed inglese.

 [Guarda le registrazioni >](#)

Successivamente alla pubblicazione dei dati annuali, semestrali e trimestrali, il Presidente, l'Amministratore Delegato e l'Investor Relations Manager attivano una **conference call via web** durante la quale commentano i risultati di periodo. La registrazione è poi messa a disposizione in modo permanente sul sito corporate.

L'obiettivo della rendicontazione sopra citata è **fornire con accuratezza e tempestività tutte le informazioni** sull'andamento dell'esercizio o dei periodi infrannuali semestrali o trimestrali a tutti gli Stakeholder interessati, che includono investitori sia individuali che istituzionali, italiani ed esteri.

 [Leggi i comunicati >](#)

Si segnalano inoltre le **comunicazioni price sensitive**, obbligatorie, nonché tutte le comunicazioni volte a fornire tempestivamente agli azionisti ed al mercato qualsiasi notizia rilevante riguardante il gruppo, diffuse mediante comunicati stampa. Nel corso del 2023 sono stati complessivamente diffusi **43 comunicati stampa di tipo finanziario**.

Tutta la documentazione contabile, finanziaria ed i comunicati prodotti dal Gruppo sono redatti e pubblicati **sia in italiano sia in inglese** e resi disponibili sul sito internet, anch'esso totalmente disponibile in versione bilingue su base volontaria.

 [Sfogliale presentazioni >](#)

Periodicamente l'Amministratore Delegato e l'Investor Relations Manager partecipano a **presentazioni e incontri** con l'obiettivo di presentare il Gruppo e le relative performance. Le presentazioni aggiornate sono pubblicate sul sito alla sezione *Presentazioni*.

A titolo esemplificativo, nel corso dell'esercizio 2023 il Gruppo ha partecipato a **12 incontri plenari** (conferenze) e individuali (call o investor day), svoltisi sia in presenza che in modalità virtuale, incontrando 42 investitori attuali e potenziali.

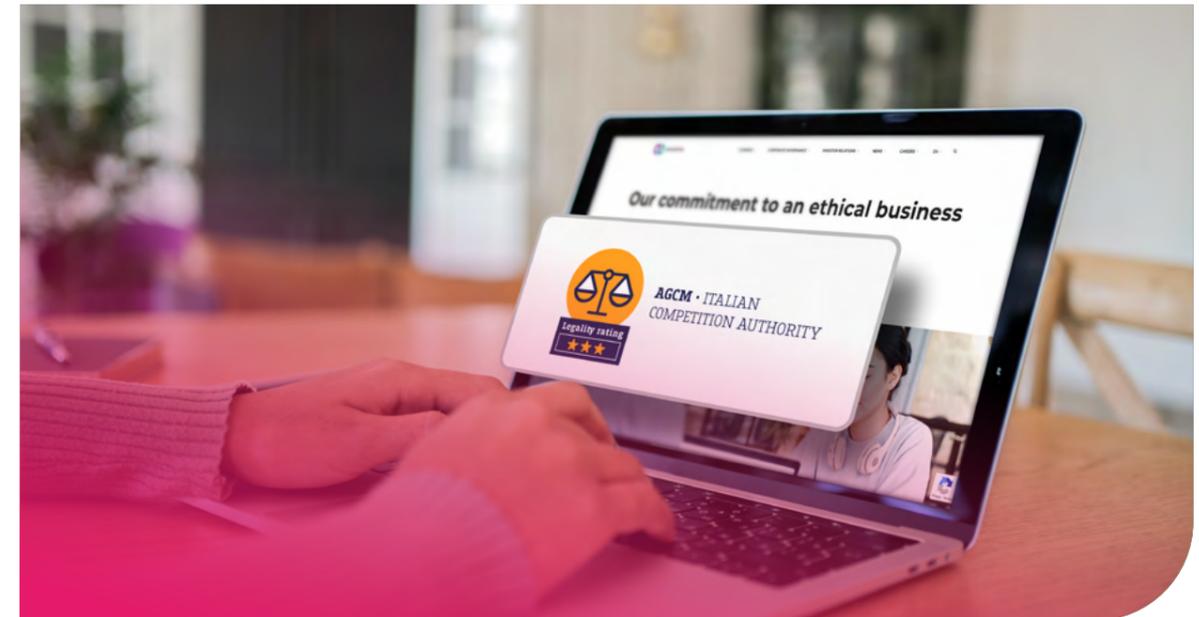
Mensilmente gli investitori che lo richiedono ricevono una **newsletter** che raggruppa le principali notizie finanziarie.

Il Gruppo è inoltre assistito da **tre corporate broker**, che producono ricerche indipendenti e che coadiuvano la Società nell'attività di sales e marketing finanziario, contribuendo alla diffusione della *equity story* e alla generazione di contatti con investitori attuali e potenziali.

 [Consulta le equity research >](#)

Le *equity research*, tutte redatte in lingua inglese, sono disponibili sul sito alla sezione *Copertura Analisti*. Nel corso del 2023 sono state pubblicate **27 equity research**.

Anticorruzione, concorrenza leale e legalità



 [Consulta i documenti >](#)

Al fine di assicurare la correttezza e la trasparenza nella conduzione degli affari e delle attività aziendali, anche in ottica prudenziale, la Società ha deciso di **adottare il Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo** previsto dal Decreto Legislativo 8 giugno 2001, n. 231, che disciplina la responsabilità amministrativa degli enti.

Sin dal 2015, la Società ha recepito le prescrizioni del decreto legislativo n. 231/2001 e si è dotata di un **Organismo di Vigilanza (O.d.V.)** organizzato, in un primo momento, in forma consiliare e, dal 2018, in forma monocratica, che ha il compito, tra gli altri, di controllarne l'applicazione da parte dell'intera organizzazione.

Nessun caso di corruzione attiva o passiva

Grazie alle misure adottate, nell'anno e sin dalla costituzione della Società non si è registrato **alcun caso (reale o potenziale) di corruzione attiva o passiva**.

A valle delle trasformazioni societarie avvenute nel corso dell'esercizio

fiscale in oggetto, la Società ha **aggiornato il Modello 231** e il relativo Codice Etico. I documenti aggiornati sono stati diffusi ai dipendenti tramite intranet e bacheca aziendale, nonché pubblicati a favore di tutti gli Stakeholder sul **sito internet** della Società.

Nell'ambito della pianificazione delle attività annuali in materia 231, Growens, di concerto con l'O.d.V., intende proseguire, durante il prossimo esercizio fiscale, con **l'attività di formazione specifica** erogata a più livelli in un'ottica di continua e costante diffusione del Modello, nonché con le attività di **verifica periodica** tramite l'effettuazione di specifiche attività di **audit**.

Code of Business Conduct

 [Scopri di più >](#)

Nel 2022, Growens si è dotata di un **Code of Business Conduct**, ispirato ai principi del Codice Etico di Growens e contenente i valori generali e i principi comportamentali di natura etica, generalmente condivisi e che devono essere **declinati nei comportamenti delle persone** del Gruppo, caratterizzandone l'attività e guidandone l'organizzazione aziendale.

La rinnovata Procedura di Whistleblowing

Ai sensi dell'articolo 6 del Decreto Legislativo 8 giugno 2001, n. 231, Growens S.p.A. è tenuta ad adottare, come infatti ha già adottato, una **Procedura Aziendale di Whistleblowing** che regoli le modalità con cui possono essere **segnalati illeciti o irregolarità** di cui si viene a conoscenza in ragione delle funzioni e attività svolte e che, successivamente all'entrata in vigore della recente Direttiva Europea sul Whistleblowing, è stata aggiornata di concerto con l'Organismo di Vigilanza di Growens S.p.A.

 [Consulta la procedura >](#)

Nel corso del 2023, a seguito dell'entrata in vigore del Decreto Legislativo n. 24 del 10 marzo 2023, Growens ha **rivisto la propria Procedura Whistleblowing** al fine di riflettere le principali novità introdotte dal decreto.

Rating di Legalità

 [Scopri di più >](#)

Nel 2021 la Società ha ottenuto il conferimento da parte dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) del **massimo punteggio di Rating di Legalità, 3 stelletto**.

Alla luce del cambiamento del modello di business avvenuto in occasione delle operazioni straordinarie effettuate nel corso dell'esercizio 2023, la Società sta valutando **l'opportunità di mantenere** il Rating di Legalità emesso da AGCM.

Il Rating di Legalità è un **indicatore sintetico del rispetto di elevati standard di legalità** da parte delle imprese e del grado di attenzione riposto nella corretta gestione del business. Lo scopo del Rating è quello di **premiare le aziende che rispettano la legge**, sono trasparenti e operano secondo sani principi etici, consentendo un accesso a specifici vantaggi e benefici afferenti alle seguenti sfere:

Reputazione

L'impresa viene inserita in un **elenco pubblico** presente sul sito dell'AGCM e il Rating viene automaticamente inserito in visura camerale. L'azienda può pubblicizzare l'ottenimento del Rating per aumentare le opportunità di business e la trasparenza nei rapporti esterni e sul mercato.

 [Consulta l'elenco pubblico >](#)

Concessione di finanziamenti da parte delle Pubbliche Amministrazioni

Il Decreto prevede **diversi sistemi di premialità** che possono portare l'impresa che possiede un Rating di Legalità a una preferenza in graduatoria, a ottenere un punteggio aggiuntivo e a beneficiare di una riserva di una quota delle risorse finanziarie allocate.

Accesso al credito

L'impresa in possesso del Rating di Legalità può ottenere benefici in ordine alla **riduzione dei tempi e dei costi dell'istruttoria** e alla determinazione di condizioni economiche di erogazione.

Gli Stakeholder di Growens e la materialità

Dialogo con gli Stakeholder

L'operatività del Gruppo Growens si fonda su **iniziative di dialogo, consultazione ed engagement** che consentono una comprensione dinamica delle aspettative legittime degli Stakeholder e un'interazione funzionale a diversi aspetti quali, ad esempio, l'identificazione degli impatti del Gruppo sull'ambiente e sulle persone. In questo modo, il Gruppo è capace di creare valore condiviso a 360° nel lungo periodo.

Tali attività si confermano prioritarie allo scopo di definire e avviare processi che contribuiscano alla definizione di iniziative, progettualità e buone prassi fondate sui **principi della responsabilità sociale d'impresa**.

Le modalità di coinvolgimento degli Stakeholder (esplicitate nel dettaglio, con riferimento alle varie business unit, nelle successive sezioni del Bilancio di Sostenibilità) prevedono accorgimenti specifici per **assicurare uno scambio significativo** funzionale al processo decisionale. In tal senso, il Gruppo adotta approcci specifici per evitare possibili ostacoli a tale coinvolgimento, ad esempio considerando le differenze di lingua e assicurando il rispetto della privacy e della libertà di espressione.



Dialogo con gli Stakeholder
Analisi di materialità

SDG di riferimento



Modalità di coinvolgimento	Frequenza engagement	Obiettivi dell'engagement
Dipendenti e collaboratori <ul style="list-style-type: none"> › Dialogo costante con Direzione Risorse umane › Incontri informali/istituzionali › Incontri di formazione › Iniziative di welfare aziendale › Intranet aziendale › Newsletter interne › Piano di comunicazione dedicato › Pulse survey › Performance Management 	Costante	<ul style="list-style-type: none"> › Informare sull'andamento della Società › Supportare l'ingaggio e la partecipazione attiva alla vita aziendale › Diffondere una cultura condivisa basata sui valori aziendali › Formare le persone › Supportare il benessere e il work-life balance › Favorire la crescita personale e professionale › Monitorare il sentiment e il livello di benessere
Azionisti e investitori <ul style="list-style-type: none"> › Assemblea degli Azionisti › Sito internet e social network › Incontri periodici › Comunicati stampa › Newsletter dedicate › Casella email dedicata 	Mensile	<ul style="list-style-type: none"> › Informare sull'andamento del business e del titolo › Notificare attività strategiche e operazioni ordinarie e straordinarie › Rispondere a domande
Fornitori <ul style="list-style-type: none"> › Incontri commerciali › Partnership su progetti › Dialogo con i dipartimenti di Accounting 	Costante	<ul style="list-style-type: none"> › Definizione e condivisione di obiettivi › Collaborazione su progetti › Definizione delle forniture › Condivisione di buone prassi
Clienti <ul style="list-style-type: none"> › Interazione tramite incontri commerciali e presentazioni › Incontri progettuali › Social network › Siti web e altri canali di comunicazione dedicati › Newsletter informative › Interviste telefoniche › Canali di supporto dedicati › Workshop e momenti di formazione 	Costante	<ul style="list-style-type: none"> › Supportare il dialogo e la relazione › Individuare opportunità commerciali › Garantire il miglior livello di servizio e di supporto › Favorire la formazione digitale del cliente e l'adozione di strumenti avanzati
Istituzioni e comunità locali <ul style="list-style-type: none"> › Enti di controllo e regolatori: incontri - invio e scambio di comunicazioni per adempimenti o richieste specifiche › Comunità locali: incontri con i rappresentanti delle comunità locali - partecipazione e supporto a eventi sul territorio - collaborazione e supporto con Università, centri di ricerca e organizzazioni per lo sviluppo delle persone e del territorio 	Occasionale	<ul style="list-style-type: none"> › Instaurare rapporti trasparenti e collaborativi con enti e comunità › Assicurare adempimenti tempestivi e accurati relativamente a normative o richieste › Supportare lo sviluppo del territorio e delle comunità locali mettendo a disposizione persone, risorse e know-how › Integrare la realtà aziendale nel territorio
Media <ul style="list-style-type: none"> › Interviste › Sito web istituzionale › Comunicati stampa 	Mensile	<ul style="list-style-type: none"> › Rendere noto l'andamento del business › Pubblicizzare le principali novità di prodotto, innovazione e processi del Gruppo Growens › Fornire informazioni trasparenti sulla Società e sulle attività di M&A

Analisi di materialità

Attraverso il Bilancio di Sostenibilità, Growens intende fornire ai propri Stakeholder una adeguata descrizione dei temi che rappresentano gli **impatti maggiormente significativi del Gruppo sull'economia, sull'ambiente e sulle persone**, inclusi quelli sui diritti umani.

Per il quinto anno consecutivo, l'Azienda ha deciso di svolgere un processo di aggiornamento dell'**analisi di materialità**, in quanto prezioso strumento in grado di intercettare le esigenze informative da includere nella rendicontazione.

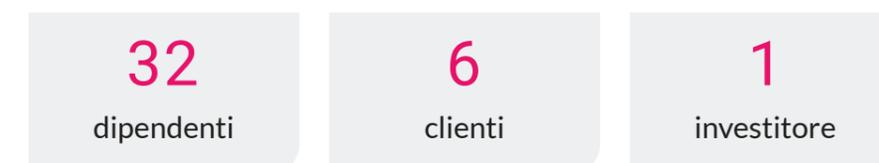
Metodologia utilizzata per l'aggiornamento dell'analisi di materialità e l'individuazione delle tematiche potenzialmente rilevanti

Al fine di identificare i principali impatti che le attività del Gruppo generano o potrebbero generare sulla sfera ESG, è stato avviato un **processo strutturato** che ha permesso di definire nel dettaglio il contesto di riferimento all'interno e all'esterno dell'organizzazione.

I primi passaggi dell'attività sono stati i seguenti:

- › **Condizione** di un'analisi di benchmark su un campione di 15 aziende competitor, *peer e comparable*
- › **Disamina** della documentazione interna esistente, quali il piano strategico, le politiche e le procedure aziendali, i sistemi di gestione implementati e il piano di sostenibilità
- › **Analisi** di documenti pubblici, articoli, statistiche, osservatori, studi di settore in merito agli impatti generati dalle società del settore IT
- › **Valutazione** dei principali standard e framework internazionali adottati nella reportistica di sostenibilità (GRI Standard, SASB, TCFD), inclusi quelli di prossima pubblicazione (ESRS e IFRS Sustainability Standards)

Al termine della prima fase, gli impatti individuati sono stati clusterizzati in base al reciproco livello di affinità, per ottenere un elenco più limitato di **15 tematiche ESG** da sottoporre a valutazione quantitativa da parte dei Vertici Aziendali e da un campione rappresentativo delle **principali categorie di Stakeholder** del Gruppo:



Tali tematiche, a loro volta, sono state ricondotte alle seguenti aree:



Le tematiche sono state sottoposte alle principali categorie di Stakeholder dell’Azienda attraverso la somministrazione di un questionario online (in italiano o inglese a seconda del destinatario).

Attraverso il questionario, gli Stakeholder hanno espresso la propria valutazione in merito al livello di rilevanza degli impatti non finanziari (tenendo conto della loro entità/gravità e probabilità) che le attività aziendali del Gruppo Growens e della sua catena del valore generano o potrebbero generare sulla sfera economica, ambientale e sociale.

Al termine dell’intero processo, definendo come soglia di materialità il valore 3,30 (media delle medie dei punteggi ottenuti per ogni tema), i risultati conseguiti hanno permesso di individuare e prioritizzare le 12 tematiche materiali del Gruppo Growens, come di seguito riportate e approfondite nel capitolo Risk Management e nei rispettivi capitoli di riferimento.

Rispetto ai temi risultati materiali nel precedente ciclo di reporting, gli impatti identificati tramite il processo appena descritto hanno compreso anche i temi “Concorrenza leale”, “Efficienza energetica”, “Etica e integrità nella condotta del business” e “Risk Management”. In linea con il precedente ciclo di reporting e considerando che si tratta di aree di investimento per il Gruppo rilevanti nel 2023, sono stati identificati come materiali anche i temi “Diversità e pari opportunità” e “Formazione e sviluppo delle competenze”, seppur non abbiano superato la soglia di materialità.

Tematiche materiali prioritizzate e associate agli SDGs

Area	Priorità	Tematiche Materiali
Area infrastrutturale	1°	Data protection e cyber security
	4°	Qualità e sicurezza dei servizi
	7°	Innovazione e R&S
SDGs correlati		
Area finanziaria	2°	Concorrenza leale
	5°	Crescita economica e performance finanziarie
SDGs correlati		
Area ambientale	3°	Efficienza energetica
SDGs correlati		
Area governance	6°	Etica e integrità nella condotta del business
	8°	Risk Management
SDGs correlati		
Area sociale	9°	Welfare e benessere dei dipendenti
	10°	Soddisfazione e gestione delle relazioni con i clienti
	11°	Diversità e pari opportunità
	12°	Formazione e sviluppo delle competenze
SDGs correlati		

Risk Management

Risk Management

Il Consiglio di Amministrazione svolge un ruolo centrale nel sistema di gestione dei rischi, in termini di indirizzo e di valutazione del processo e degli strumenti implementati. Tutti i responsabili delle principali funzioni aziendali, ognuno per la propria area di competenza, supportano il C.d.A. nell'identificazione dei rischi e delle opportunità legate ai temi ESG, nonché nell'implementazione di adeguate iniziative di gestione e controllo.

Impatti inside-out

Il Gruppo individua gli impatti effettivi e potenziali sull'economia, sull'ambiente e sulle persone, compresi quelli sui diritti umani di queste ultime, che si generano o si potrebbero generare nell'ambito delle sue attività e dei suoi rapporti di business.

Di seguito si specificano gli impatti positivi e negativi, effettivi e potenziali, del Gruppo raggruppati secondo i temi materiali. Le attività di Growens e i suoi rapporti commerciali da cui derivano tali impatti, le policy e le azioni intraprese per gestire i temi materiali e le attività di monitoraggio dell'efficacia delle azioni sono trattate nei singoli capitoli di approfondimento delle tematiche materiali.

Rischi infrastrutturali

Data protection e cyber security

Le aziende di servizi software e IT sono bersaglio di crescenti minacce alla sicurezza dei dati derivanti da **attacchi informatici e di ingegneria sociale**, che mettono a rischio i propri dati e quelli dei clienti. Growens attua specifiche pratiche e procedure per la gestione, la valutazione e il monitoraggio del **rischio sulla privacy** e sulla protezione dei dati dei propri Stakeholder.

Rischi	Opportunità
<ul style="list-style-type: none"> › Violazioni nella gestione dei dati dei propri clienti e degli utilizzatori finali dei servizi Growens › Mancato rispetto delle normative nazionali e internazionali in merito alla gestione dei dati personali 	<ul style="list-style-type: none"> › Creazione di un modello di gestione dei dati sensibili, in linea con i più alti standard internazionali, in modo da tutelare i propri clienti e rappresentare una best practice sul mercato › Diffusione, lungo tutta la catena del valore, delle proprie prassi di tutela dei dati individuali, con ripercussioni positive sul territorio di riferimento e sui diritti della collettività

SDG di riferimento



Impatti inside-out
Impatti outside-in

Innovazione e R&S

La capacità di realizzare **soluzioni sempre più innovative e sostenibili** attraverso continui investimenti in ricerca e sviluppo consente a Growens di rimanere competitiva, migliorare la customer experience e contribuire al raggiungimento degli obiettivi mondiali di riduzione delle emissioni di CO₂.

Rischi	Opportunità
<ul style="list-style-type: none"> › Mancata disponibilità in tempo utile di soluzioni tecniche necessarie a soddisfare nuove normative in tema ambientale o di sicurezza, con conseguenze sugli impatti generati dal Gruppo › Mancato contributo allo sviluppo tecnologico del settore 	<ul style="list-style-type: none"> › Sviluppo della ricerca scientifica - anche legata ai temi della sostenibilità e alla progettazione sostenibile dei propri servizi - contribuendo al progresso sia delle comunità locali, che del settore di business in cui Growens opera › Individuazione di soluzioni innovative e maggiormente tecnologiche rispetto a quelle attualmente adottate dal Gruppo, in grado di migliorarne le soluzioni fornite ai clienti e di far progredire la ricerca e l'innovazione

Qualità e sicurezza dei servizi

Al giorno d'oggi, il numero di dispositivi elettrici intelligenti e di sistemi in rete presenti nella vita quotidiana e nelle abitazioni è in rapido aumento. Growens si impegna costantemente nel **mantenere adeguati livelli di qualità del servizio fornito** nonché conformità ai requisiti di legge, al fine di migliorare sempre più la durata, la funzionalità e l'affidabilità dei dispositivi, e garantire un elevato livello di trasparenza e una maggiore libertà nell'uso del software.

Rischi	Opportunità
<ul style="list-style-type: none"> › Danni causati ai clienti a seguito dell'utilizzo dei servizi offerti da Growens, a causa di livelli di sicurezza degli stessi non sufficienti (sicurezza dei dati e delle informazioni) › Riduzione della soddisfazione dei clienti dovuta ad una mancanza di qualità nei servizi del Gruppo 	<ul style="list-style-type: none"> › Elevata soddisfazione dei clienti serviti dal Gruppo, grazie all'attenzione posta nell'offrire un servizio di massima qualità e alla cura dei dettagli e della sicurezza › Tutela dei clienti attraverso un'attenta garanzia del rispetto di tutte le normative in merito a un utilizzo sicuro e privo di rischi dei servizi/dati

Rischi di governance

Etica e integrità nella condotta del business

Impegno nel garantire una **buona corporate governance** ispirata ai più alti standard in materia di etica, integrità e conformità a leggi e regolamenti. L'impegno include anche la **formazione delle proprie persone relativamente ai principi etici** adottati e ad azioni intraprese per la riduzione dei conflitti di interesse.

Rischi	Opportunità
<ul style="list-style-type: none"> › Condotta irresponsabile e comportamento negligente da parte di dipendenti, fornitori e altri stakeholder di Growens dovuta al mancato rispetto dei principi, dei valori e del codice di comportamento dell'organizzazione › Implicazioni legali per l'organizzazione dovute a violazioni normative del settore › Instabilità per dipendenti, fornitori e altri stakeholder dovuta alla condotta di governance non responsabile 	<ul style="list-style-type: none"> › Disponibilità di investimenti / capitali a beneficio della singola azienda e dell'ecosistema economico in cui opera, con effetto importante, per esempio sui tassi di occupazione a livello locale › Benessere e prosperità dei principali stakeholder con cui l'organizzazione interagisce

Risk Management

Con la tendenza all'aumento del cloud computing e dell'uso del Software as a Service (SaaS) e i rischi derivanti dai cambiamenti del contesto economico, sociale e ambientale, i fornitori di software e di servizi IT devono assicurarsi di disporre di **infrastrutture e politiche solide** per **gestire i rischi ESG** e prevenire/mitigare i relativi impatti negativi.

Rischi	Opportunità
<ul style="list-style-type: none"> › Interruzioni operative e presenza di costi aggiuntivi dovuti al mancato rilevamento di rischi legati a problematiche ambientali e/o sociali dell'organizzazione › Sanzioni, perdite finanziarie e danneggiamento reputazionale dovuto alla mancata compliance a determinati standard normativi legati a rischi ambientali e/o sociali non identificati 	<ul style="list-style-type: none"> › Tutela delle legalità e prevenzione di comportamenti illeciti in ambiti quali il reimpiego di profitti derivanti da attività illecite, episodi di concussione e comportamenti anti-competitivi › Rispetto delle leggi e dei regolamenti (anche di natura volontaria) in ambito economico, ambientale e sociale › Benessere e prosperità dei principali stakeholder con cui l'organizzazione interagisce

Rischi finanziari

Crescita economica e performance finanziarie

La sostenibilità economica e l'equilibrio finanziario sono condizioni essenziali per l'operatività delle imprese e per assicurare **una adeguata distribuzione del valore economico generato** a favore dei propri Stakeholder (dipendenti e fornitori in primis). La creazione di valore per l'impresa è intesa da Growens come la capacità di **mantenere nel tempo gli equilibri economici** che caratterizzano la gestione aziendale nel rispetto del contesto in cui opera.

Rischi	Opportunità
<ul style="list-style-type: none"> › Mancata creazione e/o distribuzione di valore economico e occupazionale per gli Stakeholder con cui Growens interagisce 	<ul style="list-style-type: none"> › Migliorare le condizioni di vita delle comunità locali in cui il gruppo Growens opera, grazie alla distribuzione equa del valore economico generato dalle attività dell'Organizzazione › Disponibilità di capitale da investire in R&S per sviluppare servizi tecnologici innovativi e sostenibili capaci di soddisfare le esigenze dei clienti nel rispetto delle persone e dell'ambiente

Concorrenza leale

Le aziende del settore dei servizi software e IT spendono una parte significativa dei loro ricavi per la **protezione della proprietà intellettuale**, compresa l'acquisizione di brevetti e diritti d'autore. Growens mira a trovare un equilibrio tra la protezione della proprietà intellettuale e il suo utilizzo per stimolare l'innovazione, garantendo al contempo che la gestione della proprietà intellettuale e le altre pratiche commerciali non limitino ingiustamente la concorrenza.

Rischi	Opportunità
<ul style="list-style-type: none"> › Sanzioni dovute al mancato rispetto delle normative vigenti › Contenziosi legali in materia di antitrust e di proprietà intellettuale 	<ul style="list-style-type: none"> › Tutela della legalità e prevenzione di comportamenti illeciti volti, ad esempio, ad acquisire brevetti e altre forme di protezione della proprietà intellettuale per limitare la concorrenza e l'accesso ai benefici dell'innovazione piuttosto che bloccare l'attività di altri rivendicando brevetti che si sovrappongono per poter operare › Garantire agli stakeholder la continuità del servizio

Rischi ambientali

Efficienza energetica

Software e hardware sono interconnessi: l'uno non ha senso senza l'altro. Sebbene sia l'hardware a consumare energia, sono il software e la sua programmazione che influiscono anche sulle specifiche dell'hardware in termini di **efficienza e consumo di energia**. Growens si impegna a gestire le proprie attività nel modo più **proficuo ed ecologico** possibile, utilizzando datacenter efficienti dal punto di vista energetico.

Rischi	Opportunità
<ul style="list-style-type: none"> › Contributo a elevati consumi dovuti alla scelta di datacenter non efficienti dal punto di vista energetico › Contributo a elevate emissioni dovute alla mancata attenzione verso l'utilizzo di energia proveniente da fonti rinnovabili › Sanzioni relative alla mancata aderenza alle normative relative alla gestione delle emissioni in atmosfera › Disattenzione verso la protezione dell'ambiente dovuta alla mancata definizione di una strategia climatica nel medio-lungo periodo 	<ul style="list-style-type: none"> › Tutela degli ecosistemi con riflessi sulla qualità dell'aria, del suolo e dei corpi idrici che a loro volta si ripercuotono sulla salute e il benessere delle persone › Rispetto delle leggi e dei regolamenti in vigore (anche di natura volontaria) in ambito sociale e ambientale › Sensibilità e consapevolezza degli stakeholder sulle tematiche ambientali.

Rischi sociali

Welfare e benessere dei dipendenti

Il Welfare aziendale è un impegno della Società che si riflette nella cura dei dipendenti a tutti i livelli. Politiche efficaci, efficienti e strutture di welfare (formali e non) consentono ai dipendenti di svolgere al meglio il proprio lavoro. Growens si prende cura del **benessere dei propri dipendenti** definendo e sviluppando iniziative di welfare aziendale e promuovendo l'equilibrio tra lavoro e vita privata.

Rischi	Opportunità
<ul style="list-style-type: none"> › Riduzione del commitment e della soddisfazione dei dipendenti a causa di uno scarso equilibrio vita-lavoro › Distribuzione non equa della ricchezza nei confronti dei propri dipendenti, riscontrabile in una mancanza di servizi essenziali, in una retribuzione non adeguata e/o nell'assenza di servizi di welfare accessori 	<ul style="list-style-type: none"> › Aumento della soddisfazione personale dei dipendenti, tramite iniziative di redistribuzione della ricchezza e grazie a politiche di conciliazione vita-lavoro › Maggiore attrattività per i giovani talenti che possono portare innovazione alla Società, riflettendosi in maggiore qualità dei servizi per i clienti

Diversità e pari opportunità

I dipendenti contribuiscono in modo determinante alla **creazione di valore** nel settore dei servizi software e IT. Il settore è caratterizzato da una rappresentanza relativamente bassa di donne e minoranze; gli sforzi per reclutare e sviluppare **pool di talenti diversi** possono servire ad affrontare la carenza di personale e, in generale, a migliorare il valore dell'offerta aziendale.

Una **maggiore diversità nella forza lavoro** favorisce l'innovazione e aiuta l'Azienda a comprendere le esigenze di una clientela diversificata e globale.

Rischi	Opportunità
<ul style="list-style-type: none"> › Discriminazione e trattamento non equo delle persone sulla base di genere, religione, età, orientamento sessuale, provenienza geografica e altre caratteristiche individuali › Mancata valorizzazione delle diversità individuali, nella logica di favorire la crescita continua dell'organizzazione, del contesto e del territorio in cui essa opera › Generazione di impatti sulla salute psicologica dei dipendenti a seguito di comportamenti stereotipati e discriminatori 	<ul style="list-style-type: none"> › Contributo allo sviluppo di maggiore conoscenza e consapevolezza rispetto alle tematiche di diversità e inclusione contribuendo allo sviluppo di un modello di società più inclusivo nel territorio di riferimento › Promozione della parità di trattamento e opportunità tra i generi all'interno dell'organizzazione aziendale, sia in relazione a figure professionali prettamente riconosciute come maschili sul mercato, sia favorendo l'accesso anche alle donne a posizioni apicali all'interno del Gruppo › Promozione di un ambiente inclusivo lungo tutta la catena del valore del Gruppo › Garanzia di inserimento nel mondo del lavoro di persone con disabilità motorie e psicologiche, grazie allo sviluppo di partnership con attori che operano all'interno del territorio di riferimento

Formazione e sviluppo delle competenze

Il settore IT registra da tempo una difficoltà nella ricerca di personale specializzato. **Growens investe nella formazione dei propri dipendenti**, che ritiene fondamentale per l'evoluzione professionale e l'ampliamento delle skill presenti in Azienda.

Rischi	Opportunità
<ul style="list-style-type: none"> › Mancata soddisfazione delle aspettative e delle esigenze di crescita individuale e professionale delle risorse umane del Gruppo › Mancata implementazione di programmi di formazione con conseguente arresto della crescita delle competenze - hard e soft - dei dipendenti 	<ul style="list-style-type: none"> › Sviluppo del capitale umano e trasmissione, alle nuove generazioni in ingresso, delle competenze di coloro che hanno una maggiore anzianità aziendale › Sviluppo e preservazione delle competenze specifiche del settore all'interno del territorio di riferimento, grazie a piani di formazione tecnica volti a creare un indotto occupazionale sul territorio

Soddisfazione e gestione delle relazioni con i clienti

In un mondo sempre più mobile, social e multicanale, cambiano le esigenze e i comportamenti degli utenti, e contemporaneamente emergono nuove opportunità di interazione. Growens garantisce **l'informazione e l'assistenza ai clienti** attraverso specifici servizi di Customer Care per ogni business unit e instaura un **rapporto con il cliente fondato su fiducia, correttezza e lealtà**.

Rischi	Opportunità
<ul style="list-style-type: none"> › Perdita di fiducia da parte dei clienti del Gruppo a seguito di notizie incerte o comunicazione mancante da parte dell'Azienda › Dialogo e collaborazione mancanti con i propri clienti, con conseguenti difficoltà nello sviluppo di servizi capaci di rispondere alle esigenze del mercato e possibile perdita del cliente 	<ul style="list-style-type: none"> › Offerta di servizi in grado di soddisfare le richieste dei clienti, grazie all'avvio di percorsi di dialogo e collaborazione strutturati nei loro confronti › Consolidamento del rapporto con i propri clienti, tramite canali di contatto e dialogo continui e gestione trasparente delle informazioni

Impatti outside-in

Le tematiche materiali sono legate a effetti che possono essere rilevanti sia dal punto di vista dell'impatto verso l'esterno dell'Azienda (*inside-out*) sia per i rischi e le opportunità che possono generare all'Azienda sotto il profilo finanziario, ripercuotendosi sul valore dell'impresa stessa (*outside-in*).

A tal fine, il Gruppo Growens **analizza le proprie tematiche materiali** anche dal punto di vista dei rischi "tradizionali".

Di seguito viene presentata una ulteriore **tabella di raccordo** che evidenzia come i temi di maggiore rilevanza per il Gruppo si leghino a rischi potenziali e quali presidi il Gruppo stesso adotti per mitigarli o eliminarli.

Tematiche materiali	Perimetro degli impatti	Rischi associati	Sistemi e strumenti a presidio
Area infrastrutturale			
<ul style="list-style-type: none"> › Data protection e cyber security › Innovazione e R&S › Qualità e sicurezza dei servizi 	<p>Interno:</p> <ul style="list-style-type: none"> › Tutto il Gruppo <p>Esterno:</p> <ul style="list-style-type: none"> › Collaboratori › Clienti › Fornitori 	<ul style="list-style-type: none"> › Rischio perdita di competitività › Possibile tardiva e/o inadeguata risposta ai livelli di soddisfazione attesi dai clienti › Rischio reputazionale › Possibili criticità derivate dalla qualità dei servizi › Perdita proprietà intellettuale › Sanzioni pecuniarie 	<ul style="list-style-type: none"> › Attività di Information & Cyber Security Risk Assessment › Sistema di gestione della Sicurezza delle business unit › Group Data Protection Framework › Monitoraggio mensile di NPS e dei KPI di CVM
Area finanziaria			
<ul style="list-style-type: none"> › Crescita economica e performance finanziaria 	<p>Interno:</p> <ul style="list-style-type: none"> › Tutto il Gruppo <p>Esterno:</p> <ul style="list-style-type: none"> › Tutti gli Stakeholder 	<ul style="list-style-type: none"> › Rischio reputazionale › Rischio strategico › Rischio di compliance › Rischio di liquidità 	<ul style="list-style-type: none"> › Codice Etico › Politica di pianificazione fiscale › Processo di budget › Controllo di gestione › Review mensili con PPPK¹ e analisi dei KPI di business

¹ "Progress, plans, problems, KPIs" (PPPK) è una modalità semplice ma efficace per gestire aggiornamenti ricorrenti sullo stato dei lavori, con l'obiettivo di allineare i team su obiettivi, traguardi, problemi incontrati e metriche rilevanti.

Tematiche materiali	Perimetro degli impatti	Rischi associati	Sistemi e strumenti a presidio
Area governance			
<ul style="list-style-type: none"> › Concorrenza leale › Etica e integrità nella condotta del business › Risk management 	<p>Interno:</p> <ul style="list-style-type: none"> › Tutto il Gruppo <p>Esterno:</p> <ul style="list-style-type: none"> › Azionisti e investitori › Collaboratori › Fornitori › Clienti › Istituzioni 	<ul style="list-style-type: none"> › Rischio reputazionale › Rischio strategico › Rischio di compliance › Rischio perdita di competitività › Possibili criticità derivate dalla qualità dei servizi › Rischio di aumento del turnover e perdita di personale competente e rilevante 	<ul style="list-style-type: none"> › Codice Etico › Modello 231 › Organismo di Vigilanza › Aggiornamento Procedura di Whistleblowing › Controllo di gestione › Sistema di gestione della Sicurezza delle business unit
Area ambientale			
<ul style="list-style-type: none"> › Efficienza energetica 	<p>Interno:</p> <ul style="list-style-type: none"> › Tutto il Gruppo <p>Esterno:</p> <ul style="list-style-type: none"> › Tutti gli Stakeholder 	<ul style="list-style-type: none"> › Rischio reputazionale › Rischio di compliance › Rischio operativo 	<ul style="list-style-type: none"> › Codice Etico › Monitoraggio costante impiantistica di tipo fotovoltaico (dotato di smart flower) › Mobility Management › Parco mezzi aziendale composto da auto ibride ed elettriche e implementazione di wallbox per alimentazione delle stesse › Orto Growers at Growens › Attività di compensazione delle emissioni di Growens (Net Zero Websites)
Area sociale			
<ul style="list-style-type: none"> › Welfare e benessere dei dipendenti › Diversità e pari opportunità › Formazione e sviluppo delle competenze › Soddisfazione e gestione delle relazioni con i clienti 	<p>Interno:</p> <ul style="list-style-type: none"> › Tutto il Gruppo <p>Esterno:</p> <ul style="list-style-type: none"> › Collaboratori › Clienti › Fornitori 	<ul style="list-style-type: none"> › Rischio di aumento del turnover e perdita di personale competente e rilevante › Rischio di aumento dello stress lavoro- correlato › Rischio di incompetenza e negligenza › Rischio reputazionale, anche in termini di perdita di fiducia da parte dei dipendenti e dei clienti › Rischio di aumento di casi di discriminazione e non uguaglianza di trattamento 	<ul style="list-style-type: none"> › Codice Etico › Policy/strumenti/programmi a favore dei dipendenti come: Way of Working; Human Capital Management System; Total Rewards Program con previdenza complementare integrativa e nuova; Car Policy; Pulse Survey; Employee Referrals; Internal Job Posting › Aggiornamento Documento di Valutazione dei Rischi (DVR) › Programmi/strumenti/attività a favore di "Diversità e pari opportunità": comitato Grow, percorsi formativi specifici su tema "DEI", creazione community interne (LGBTQIA+) › Digital Upskilling Program finanziato dal Fondo Nuove Competenze e Mentorship pilot project › Monitoraggio mensile di NPS e dei KPI di CVM › Monitoraggio ed evoluzione cyber security

Crescita economica e performance finanziarie

Valore economico generato e distribuito



La distribuzione del valore aggiunto costituisce il punto di contatto tra il profilo economico e il profilo sociale della gestione di Growens e consente di analizzare come la **ricchezza creata venga poi distribuita** dall'Azienda stessa a vantaggio dell'intero sistema con cui interagisce.

Valore Economico Generato

Nel 2022, il **Valore Economico Generato** è risultato pari a **EUR 75.861.039**, principalmente distribuito ai diversi Stakeholder con cui Growens entra in contatto nello svolgimento della propria attività, nel rispetto dell'economicità di gestione e delle aspettative degli interlocutori stessi.

Valore generato:
EUR 75.8 milioni

Valore Economico Distribuito

Il **Valore Economico Distribuito**, pari a **EUR 78.558.791**, oltre a coprire i costi operativi sostenuti nell'esercizio, viene impiegato per **remunerare il sistema socioeconomico con cui il Gruppo interagisce**, tra cui il personale dipendente, i finanziatori e la collettività, attraverso l'insieme dei contributi liberali erogati.

Valore distribuito:
EUR 78.5 milioni

SDG di riferimento



Valore economico generato e distribuito
Contributi per investimenti in Ricerca e Sviluppo
Approccio fiscale trasparente

Valore Economico Trattenuto

Il **Valore Economico Trattenuto** rappresenta l'insieme delle risorse finanziarie dedicate alla crescita economica e alla stabilità patrimoniale del sistema impresa.

Il **costo del personale** del Gruppo include il personale che svolge attività di ricerca e sviluppo sulla piattaforma MailUp, l'editor Beefree e sulla piattaforma di Agile Telecom (addetti allo sviluppo software e dell'infrastruttura tecnologica IT) ad utilità pluriennale è stato capitalizzato come Sviluppo Software e successivamente ammortizzato in 5 anni.

Valore economico generato, distribuito e trattenuto (EUR)

	31.12.2023 ¹	31.12.2022 ¹
Ricavi	73.182.119	76.065.283
Altri proventi	1.878.339	914.365
Proventi finanziari	800.581	589.227
Totale valore economico generato dal Gruppo	75.861.039	77.568.875
Costi operativi	-61.441.424	-60.661.312
Remunerazione del personale	-16.221.849	-16.941.661
Remunerazione dei finanziatori	-283.619	-297.212
Remunerazione degli investitori	-	-
Remunerazione della Pubblica Amministrazione	-362.726	-556.313
Liberalità esterne	-249.174	-212.231
Totale valore economico distribuito dal Gruppo	-78.558.791	-77.556.104
Svalutazione crediti	53.970	97.697
Differenze di cambio non realizzate	58.846	249.902
Rettifiche di valore di attività materiali e immateriali	-2.860.622	-2.074.811
Rettifiche di valore di attività finanziarie	-	-
Ammortamenti	3.075.392	-2.784.471
Accantonamenti	-	-
Riserve	-3.025.337	-1.044.488
Valore economico trattenuto dal Gruppo	-2.697.752	12.771

¹ I valori di conto economico utilizzati per gli indici sono rappresentativi delle sole continuing operations ai sensi del principio IFRS 5 (non inclusivo delle discontinued operations, riportanti un risultato netto positivo pari a 61,2 milioni nel FY 2023 e negativo pari a 1,5 milioni nel FY 2022). Per approfondimenti sul tema si rimanda al fascicolo finanziario consolidato.

Le revenues relative al fiscal year 2023 **geograficamente** sono suddivise come di seguito:

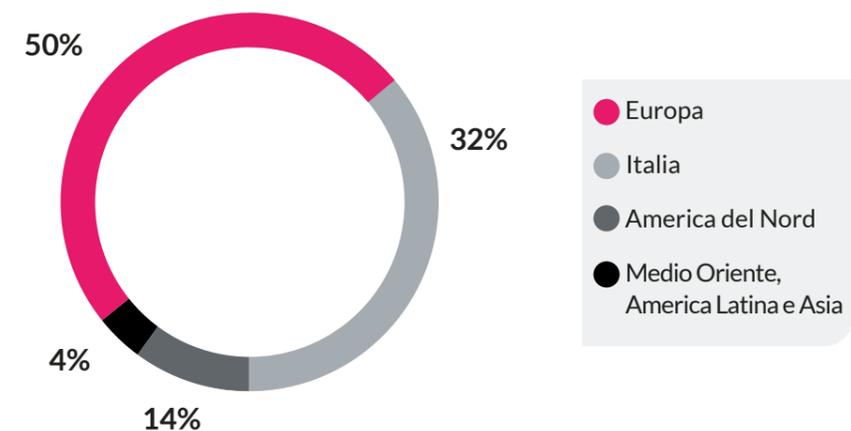
- › 32% Italia
- › 50% Europa
- › 14% America del Nord
- › Restante 4% suddiviso tra Medio Oriente, America Latina e Asia

Si rimanda alla Relazione sulla Gestione del bilancio annuale per ulteriori approfondimenti.

Ricavi per area geografica (EUR)

	31.12.2023	31.12.2022
Italia	24.019.347	27.712.67
Europa	37.530.228	38.489.824
America del Nord	10.508.464	7.697.965
Medio Oriente, America Latina e Asia	3.002.419	3.079.186

Ricavi 2023 per area geografica



Contributi per investimenti di Ricerca e Sviluppo

Nel corso del 2023 il Gruppo ha proseguito la propria **attività di ricerca e sviluppo** portando avanti le operazioni già avviate negli anni precedenti e indirizzando i propri sforzi anche in nuovi progetti. Per lo sviluppo di questi, il Gruppo ha ottenuto **sussidi governativi pari a circa EUR 194.256**, corrispondenti all'erogazione del SAL 5 di rendicontazione del bando ICT Agenda Digitale per la controllante Growens e all'ottenimento del contributo Fondo Nuove Competenze sia per Agile Telecom che per Growens.

Assistenza finanziaria ricevuta dal governo (EUR)

	2023
Credito d'imposta R&S e crediti d'imposta per bandi (EUR)	89.392
Contributi per investimenti, ricerca e sviluppo e altri tipi di contributi (EUR)	194.256

La quota relativa al contributo ricevuto deriva dal **Fondo Nuove Competenze**, ricevuto sia da Growens S.p.A. che da Agile Telecom S.p.A., per un totale di EUR 69.108,82, in aggiunta all'ultimo SAL 5 del **Bando ICT** per EUR 125.147,53. Il credito d'imposta R&S ottenuto nel 2023 è dovuto al fatto che solo Agile Telecom ha effettuato attività di R&S.

Agile Telecom S.p.A. ha ottenuto un beneficio per il credito d'imposta R&S di EUR 89.391,88 con i seguenti progetti:

- › **AntiPhishing:** sviluppo di un sistema antiphishing SMS A2P
- › **Pocket Evolution:** sviluppo di una infrastruttura ottimizzata per il mercato del traffico SMS A2P, P2A o P2Pe prevedendo il deploy, l'integrazione o la connessione dei suoi sistemi con ogni ambiente di rete
- › **Routing Adattivo:** sviluppo di una logica di routing adattivo e semi-indipendente
- › **Antiloop:** sviluppo di un innovativo sistema automatico che permette di monitorare il traffico SMS per intercettare e bloccare possibili loop di messaggi nella catena tra Agile Telecom, clienti e fornitori

Si rimanda alla **Relazione sulla Gestione** del bilancio annuale per ulteriori approfondimenti.

Approccio fiscale trasparente

Growens è consapevole del proprio ruolo sociale, non solo in termini di impiego, ma anche in virtù delle imposte che si trova ad erogare sulla ricchezza prodotta. Proprio il pagamento delle imposte costituisce uno degli elementi fattivi della responsabilità sociale in carico a Growens, responsabilità che si estrinseca nell'**osservanza delle norme tributarie e della legislazione** nel suo complesso.

Growens si impegna ad applicare la **legislazione fiscale in vigore nei Paesi in cui opera**, assicurando che siano osservati lo spirito e lo scopo che la norma o l'ordinamento prevedono per la materia oggetto di interpretazione.

Nei casi in cui la disciplina fiscale alimenti dubbi interpretativi o difficoltà applicative, viene perseguita una linea interpretativa ragionevole, avvalendosi di professionisti esterni e della interlocuzione con l'Autorità fiscale.

Una parte molto significativa delle attività di Growens è svolta **in Italia**, dove viene corrisposta la maggior parte delle proprie imposte non avendo mai perseguito una politica di pianificazione fiscale volta a spostare la propria tassazione in cosiddetti "paradisi fiscali".

L'approccio alla fiscalità di Growens risulta quindi improntato **alla trasparenza ed alla totale aderenza alle normative locali**, curando l'ambito della compliance e intercettando tutte le novità normative per ottemperare nelle tempistiche previste.

La governance del controllo fiscale è demandata alla **Direzione Amministrativa** che, attraverso l'impiego di personale adeguatamente formato e competente e con il supporto di consulenti esterni, vigila sulla correttezza delle operazioni ed applica la corretta normativa.

Tutte le richieste effettuate a Growens dalle autorità fiscali vengono gestite all'interno del corretto flusso informativo con un approccio

Applicazione della legislazione fiscale dei Paesi in cui opera

Nessun ricorso a "paradisi fiscali"

da parte del Gruppo di totale trasparenza e dialogo costruttivo. Nel 2023 **non sono stati registrati contenziosi o contestazioni** di tipo fiscale.

Nessun contenzioso di tipo fiscale

Documentazione di Transfer Pricing (TP)

La Società Growens S.p.A. ha redatto la documentazione di **Transfer Pricing (TP)** afferente al periodo d'imposta 2022.

Questa documentazione è destinata a consentire il **riscontro della conformità al principio della libera concorrenza** delle condizioni e dei prezzi di trasferimento, praticati nell'ambito di operazioni infragrupo di cui all'articolo 110 comma 7 del Tuir.

Conformità al principio della libera concorrenza

È generalmente costituita da un documento denominato Masterfile, che raccoglie informazioni relative al gruppo multinazionale, e da un documento denominato Documentazione Nazionale o Local File, contenente informazioni concernenti le operazioni infragrupo relative all'entità locale.

La metodica per la TP Documentation, desumibile dalle **Linee Guida OCSE**, comporta l'effettuazione di analisi approfondite aventi ad oggetto una molteplicità di aspetti, tra i quali:

Riferimento: Linee Guida OCSE

- › Il tipo di operazioni infragrupo da esaminare
- › Le politiche commerciali realizzate dal gruppo multinazionale
- › Le condizioni del mercato esistenti
- › La contrattualistica di riferimento
- › Un'analisi delle funzioni svolte, dei rischi assunti e dei beni strumentali (in particolare delle immobilizzazioni immateriali) utilizzati dalle parti coinvolte nell'operazione.

In tale ottica, la **documentazione sui prezzi di trasferimento** ha tra le sue finalità principali quella di dare evidenza delle ragioni per le quali le operazioni tra imprese associate siano conformi al principio di libera concorrenza, attraverso la **corretta definizione delle caratteristiche delle operazioni** tra imprese associate e l'individuazione di eventuali operazioni (o soggetti) comparabili.



SDG di riferimento



- Ricerca e sviluppo, innovazione e design
- Innovazione tecnologica
- Innovazione di prodotto
- Innovazione nel Design
- Cultura della ricerca e dello user testing

Ricerca e sviluppo, innovazione e design

In linea con il proprio core business, la crescita del Gruppo è sempre stata sostenuta da investimenti costanti e significativi in **innovazione tecnologica, infrastrutturale, di prodotto e di processo**.

Nel corso del 2023 il Gruppo ha proseguito la propria attività di **Ricerca e Sviluppo (R&S)**, esplorando nuove idee progettuali e portando a termine con successo le operazioni già avviate negli esercizi precedenti.

Il contesto all'interno del quale Growens opera richiede infatti la **massima prontezza** in termini di evoluzione per poter rimanere competitivi e per fornire al cliente la miglior esperienza possibile.

I principi dell'innovazione in Growens

L'innovazione come fattore chiave di crescita

Per Growens, l'innovazione è il **fattore chiave per la crescita costante**, la sostenibilità economica e un migliore benessere delle persone. In sintesi, è l'unico modo per permettere al contesto in cui opera di svilupparsi.

Le capacità di innovazione del Gruppo includono l'abilità di comprendere e di **rispondere alle condizioni mutevoli del contesto**, così da perseguire nuove opportunità e da mettere a frutto le conoscenze e la creatività delle persone interne all'Azienda, anche in collaborazione con realtà esterne.

 [Scopri di più >](#)

L'innovazione, in Growens, non riguarda esclusivamente la componente tecnologica: può manifestarsi in **un nuovo modo di lavorare**, in una nuova dashboard di visualizzazione dei dati, in una nuova funzionalità di prodotto o in una nuova *North Star metric*.

In breve, ecco **cosa significa innovazione** per Growens:

Creazione di valore	Creiamo valore per gli Stakeholder grazie all'implementazione, all'adozione e all'impatto di soluzioni nuove o di miglioramento
Leader orientati al futuro	I nostri leader, a tutti i livelli, sono mossi da curiosità e coraggio. Sfidano lo status quo costruendo una visione e obiettivi stimolanti e coinvolgendo continuamente le persone per raggiungere tali obiettivi
Direzione strategica	Le attività di innovazione sono dirette verso obiettivi ambiziosi, allineati e condivisi, e sono supportate dalle persone e dalle risorse necessarie
Cultura	Valori e comportamenti condivisi, spinta ad aprirsi al cambiamento, attitudine al rischio e collaborazione consentono la coesistenza di creatività ed esecuzione efficace
Sfruttare le intuizioni	Utilizziamo diverse fonti interne ed esterne per costruire sistematicamente conoscenze approfondite, così da affrontare bisogni dichiarati e non dichiarati
Gestire l'incertezza	Valutiamo, soppesiamo e quindi gestiamo le incertezze e i rischi, impariamo dalla sperimentazione sistematica all'interno di una serie di opportunità e processi iterativi
Adattabilità	Affrontiamo tempestivamente i cambiamenti nell'organizzazione adattando strutture, processi, competenze e modelli di realizzazione del valore per massimizzare le capacità di innovazione
Approccio sistemico	Il nostro approccio all'innovazione si basa su elementi interconnessi e interagenti e su una regolare valutazione delle prestazioni e dei miglioramenti del sistema.

Innovazione tecnologica

Dipartimento centrale di Information Technology

Il dipartimento centrale di Information Technology (IT) si pone al servizio di tutte le business unit, per guidarne le scelte tecnologiche e abilitarne al contempo l'autonomia nello sviluppo dei diversi prodotti, sulla base di principi di scalabilità e miglioramento delle performance.

Fornisce alle business unit l'esperienza, l'infrastruttura, gli strumenti e i dati per raggiungere i propri obiettivi.



Servizi Cloud AWS: innovazione e sostenibilità

Per la propria infrastruttura in cloud Growens fa riferimento ad **Amazon Web Services (AWS)**, leader nel 2023, e per il tredicesimo anno consecutivo, nel Magic Quadrant di Gartner per i servizi delle piattaforme e le infrastrutture cloud, classificandosi al primo posto in quanto ad abilità di esecuzione e al secondo posto per completezza della visione.

AWS si impegna a gestire le attività del Gruppo nel modo più **efficiente ed ecologico** possibile, nonché a raggiungere entro il 2025 un utilizzo di energia rinnovabile al 100% per tutta la propria infrastruttura energetica.

Come confermato da analisi e report di settore, l'infrastruttura di AWS è la migliore in termini sia di *capability* che di *customer experience*¹, e **cinque volte più efficiente dal punto di vista energetico** rispetto alla mediana dei datacenter aziendali europei, grazie alla combinazione di una popolazione di server più efficiente

Team altamente specializzato per la Cloud Governance

e di un loro utilizzo molto più intensivo, che consente una maggiore flessibilità interna e favorisce la scalabilità dei processi².

In aggiunta, i programmi di efficienza completi, che toccano ogni aspetto della struttura, permettono di avvalersi di notevoli risparmi sui costi IT, nonché di miglioramenti periodici e continui in termini di **produttività, agilità aziendale e resilienza operativa**.

Per gli aspetti connessi alla sostenibilità ambientale, relativi alla riduzione di CO₂, si rimanda al capitolo *Relazione con l'Ambiente*.

Cloud Governance: il Cloud Centre of Excellence

Con Cloud Governance si intende tutto quell'insieme di **regole, raccomandazioni e criteri** adottati dalle aziende che gestiscono servizi nel cloud, e il cui obiettivo è migliorare la sicurezza dei dati, gestire i rischi e consentire il corretto funzionamento dei sistemi.

Citando il **Cloud Adoption Framework 3.0 di AWS**, la Governance del Cloud copre delle macroaree quali *Program & Project Management, Benefits Management, Risk Management, Cloud Financial Management, Application Portfolio Management* e *Data Governance & Curation*.

In Growens, la Cloud Governance viene pienamente centralizzata grazie al **Cloud Centre of Excellence (CCoE)**, un team altamente specializzato che promuove la collaborazione tecnologica tra business unit e ne facilita la comunicazione e il coordinamento, utilizzando le migliori pratiche per fornire un **supporto analitico e strategico** a tutta l'organizzazione che agevoli il processo decisionale agendo a livello tattico.

La stretta collaborazione tra il CCoE e le business unit di Growens avviene attraverso un **duplice sistema di comunicazione**, composto da due flussi principali:

- › Attraverso il flusso *top down*, l'Advisory Board del CCoE definisce e comunica al Gruppo le best practice e le linee guida all'utilizzo dell'infrastruttura in cloud.

¹ Studio Omdia (InformaTech) del 2021, effettuato su nove provider di infrastrutture in cloud

² Studio 451 Research (unit di S&P Global Market Intelligence) del 2021, che ipotizza che spostare un megawatt di un carico di lavoro standard dai data center di un paese UE al cloud AWS potrebbe ridurre le emissioni di carbonio fino a 1.079 tonnellate di CO₂ all'anno.

- › Attraverso il flusso *bottom up*, ogni membro del CCoE viene incoraggiato a condividere soluzioni applicative e know-how informatico, creando così trasparenza e valore condiviso tra le business unit.

A livello di impatto sull'infrastruttura in cloud, il CCoE offre una conoscenza specializzata e certificata sulle principali tecnologie cloud a tutti i cloud user aziendali, disegnando inoltre processi di gestione del cloud in linea con le migliori pratiche attraverso una filosofia attiva di miglioramento continuo.

Inoltre, il CCoE supporta in maniera agile e chiara le decisioni, trasformando le strategie/obiettivi di business in dati valutabili in tavoli operativi e/o manageriali.

Coordinamento strategico di altri centri di competenza

Coopera inoltre con tutti gli **altri centri di competenza** a livello Holding offrendo le proprie competenze e indirizzando sinergicamente e consapevolmente le richieste verso altri attori dell'ecosistema Growens (come ad esempio colleghi, fornitori e clienti).

In seguito alla cessione e al trasferimento del business MailUp+Contactlab, nell'esercizio 2023 il CCoE ha attuato la migrazione di oltre 120 domini DNS.

Attività 2023

Tra le altre attività portate avanti, nel **2023** il CCoE si è occupato in particolare di:

- › **Standardizzare** e guidare l'adozione dei servizi cloud, assistendo e facilitando le business unit nella selezione e nella gestione dei rapporti commerciali con i diversi fornitori di cloud.
- › **Sviluppare e condividere** le migliori pratiche di cloud computing, perseguendo partnership dirette con AWS e altri Cloud provider e reseller, al fine di ridurre i costi attraverso accordi di ampia veduta orientati allo sviluppo coerente del Gruppo.
- › **Analizzare e guidare** le esigenze delle business unit per sfruttare i vantaggi offerti dai fornitori di soluzioni cloud collaborando con le funzioni aziendali complementari della Holding.
- › **Supportare** gli utenti interni per raggiungere i loro risultati di business attraverso l'adozione di servizi cloud.

Nuova infrastruttura Data Lake House

Al fine di creare l'infrastruttura più idonea a facilitare la raccolta e l'analisi di grandi volumi di dati (i cosiddetti **Big Data**) all'interno delle business units che compongono il Gruppo, nel 2023 Growens ha finalizzato il progetto di adozione di strumenti specifici di **Data Lake House**.

Archiviazione e analisi distribuita di dati strutturati e non

Si tratta di un luogo destinato all'archiviazione e all'analisi distribuita di dati strutturati e non strutturati (da quelli CRM ai post dei social media, dai dati ERP a quelli *behavioural*), e la cui maggiore peculiarità è di consentire **l'ingestion e la trasformazione del dato** adatta al tipo di analisi che si intende effettuare.

Il Data Lake House selezionato risponde a questi requisiti essenziali:

- › Essere in conformità con le **regolamentazioni GDPR**
- › Attuare e mantenere la **data minimization e data encryption**
- › Presentare elementi di **agilità e flessibilità** ed essere in grado di accogliere dati strutturati, semi-strutturati e destrutturati

Governance del dato agile ed efficiente

La soluzione, identificata negli strumenti Data Lake House di **Amazon Web Services (AWS)**, si integra con diverse componenti esterne ed è orientata su server in cloud, per favorire una **governance del dato agile ed efficiente**.

I miglioramenti sia in ambito di performance che in ambito di data protection e GDPR favoriscono la creazione di un **ambiente data mesh**: un'architettura di dati decentralizzata che organizza i dati in base a uno specifico dominio di business, fornendo maggiore proprietà ai produttori di un determinato dataset. Il paradigma mesh si adatta particolarmente a Growens, che sviluppa e commercializza i propri prodotti tramite le sue business unit, tendenzialmente operanti in autonomia e in **maniera decentralizzata**.

Migrazione completa

Nel 2023 il progetto ha visto la **completa migrazione dei dati** dalla soluzione on-premise ad AWS Data Lake House. Tutti i processi di *ingestion* sono live e schedulati (con 10 Tb di dati conservati al momento). Nel 2024 proseguiranno le attività di **minimizzazione dei dati**.

Innovazione di prodotto

Il successo di un prodotto tecnologico è direttamente proporzionale alla sua **capacità di innovarsi**, migliorarsi e adattarsi all'evoluzione sia delle esigenze dei clienti che degli scenari di mercato.

Lo **sviluppo e il miglioramento costante** delle soluzioni tecnologiche offerte ai clienti sono, quindi, centrali nella strategia di Growens.

Agile Telecom



Migrazione in cloud completata

Nel 2023, Agile Telecom ha completato il processo di **migrazione in cloud**. Oggi offre i suoi servizi su due data center fisicamente distaccati tra loro per ridondanza e sta integrando nei propri sistemi **meccanismi di intelligenza artificiale** volti a migliorare il controllo e la qualità dei servizi e prodotti offerti.

Coerentemente con il piano a tre anni, è stato completato un "Penetration Test" volto a **certificare la sicurezza delle infrastrutture**, mentre il comparto tecnico ha proseguito con lo sviluppo delle piattaforme Pocket Evolution e degli Smart Tools.

Beefree

Lo sforzo di miglioramento continuo della **piattaforma Beefree** risponde al duplice obiettivo di creare maggior valore per gli utenti e di rendere immediatamente percepibile tale valore. Questo impegno è confermato dal fatto che oltre la **metà del personale della business unit** sia impiegato nell'area Prodotto & Sviluppo.

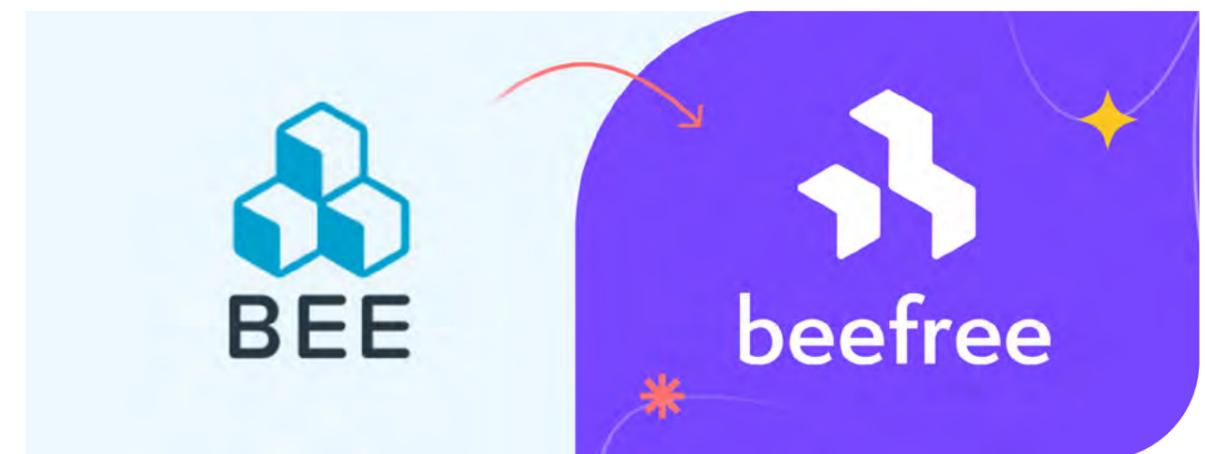
Nuove funzionalità e miglioramenti vengono costantemente integrati nelle linee di prodotto Beefree ogni 4-6 settimane.

Rebranding

Nell'agosto del 2023, per illustrare meglio il valore delle soluzioni proposte e rappresentare i valori e la crescita negli ultimi nove anni, **BEE ha mutato nome in Beefree**.

Incorporando la parola "free" nel nome, la Società si impegna a raggiungere l'obiettivo di fornire strumenti che consentano alle persone di **svolgere al meglio il proprio lavoro**. I prodotti sono stati rinominati come segue:

- › BEE Pro è diventato Beefree
- › BEE Plugin è diventato Beefree SDK



Novità di prodotto

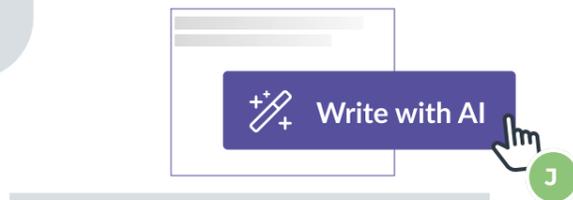
Tra le principali novità introdotte nel 2023:

Sincronizzazione delle modifiche su più risorse

Questa funzionalità consente agli utenti di implementare modifiche nelle sezioni di contenuto comuni a più email e pagine web. Una volta apportata una modifica in un unico punto, questa viene automaticamente aggiornata in tutte le risorse correlate. Questo sviluppo semplifica notevolmente il processo di editing e garantisce una comunicazione coerente su diverse piattaforme, migliorando così l'efficacia complessiva del sistema di gestione dei contenuti.

Design multilingue

Questa funzionalità consente agli utenti di passare da una lingua all'altra durante la modifica degli asset, permettendo la creazione di versioni in diverse lingue di email, landing page o popup all'interno di un unico flusso di lavoro. L'integrazione di questa funzionalità facilita la creazione più semplice ed efficiente di contenuti multilingue, soddisfacendo un pubblico globale diversificato e semplificando il processo di creazione dei contenuti per gli utenti che operano su più mercati.



Assistente di scrittura AI

Progettato per sfruttare appieno il potenziale dell'interfaccia conversazionale Chat GPT, questo strumento sfrutta il modello di apprendimento linguistico di OpenAI per assistere gli utenti in varie attività di scrittura. Le funzionalità includono generazione di nuovi testi, miglioramento della leggibilità, aggiunta di dati rilevanti e localizzazione. Questa integrazione rappresenta un significativo passo avanti nel miglioramento dell'efficienza e della versatilità nella gestione del testo, fornendo agli utenti uno strumento completo per le diverse esigenze di scrittura.



File manager come componente autonomo



Questo nuovo componente di Beefree SDK completa il modo in cui i clienti abilitano la creazione di risorse HTML ai propri utenti. Si allinea con l'esperienza utente dei builder esistenti, garantendo facilità d'uso senza la necessità di nuove curve di apprendimento o di aggiustamenti del flusso di lavoro. Questo miglioramento non solo semplifica il processo di creazione delle risorse, ma mantiene anche la coerenza nell'interfaccia utente, aiutando nella gestione efficiente della creazione di contenuti digitali.

Impegno verso una sempre maggiore accessibilità nel design del prodotto

Nell'ambito dell'impegno di Beefree a democratizzare la creazione di contenuti, l'Azienda si è concentrata sul miglioramento dell'accessibilità dei suoi prodotti per persone con abilità diverse. In linea con questo impegno, parti fondamentali dell'applicazione sono state rese accessibili, aderendo agli standard dettati dalle Web Content Accessibility Guidelines (WCAG).

Nonostante siano stati compiuti progressi significativi, l'adozione completa degli standard WCAG in tutti gli aspetti dei prodotti di Beefree rimane un obiettivo costante a lungo termine.



Generazione di testo alternativo tramite intelligenza artificiale

Questo strumento di generazione di alt-text basato sull'intelligenza artificiale utilizza modelli avanzati di riconoscimento delle immagini per generare automaticamente testo alternativo per le immagini all'interno dei progetti grafici. Questo sviluppo semplifica il processo di creazione del testo alternativo, aiutando così gli utenti a produrre contenuti più accessibili. L'inclusione di questa funzionalità sottolinea l'impegno di Beefree nel migliorare l'accessibilità e la facilità d'uso dei contenuti in tutte le soluzioni proposte.

Alt-text



Flusso di approvazione integrato

Nuova opzione per soddisfare le esigenze della sofisticata clientela di Beefree, in particolare in caso di necessità di un controllo rigoroso del marchio e dei contenuti. Questa aggiunta soddisfa le esigenze di un ambiente di lavoro collaborativo e flessibile. Consente processi di supervisione e approvazione semplificati all'interno della piattaforma, garantendo che i contenuti soddisfino gli standard del brand e i parametri di riferimento di qualità prima della pubblicazione.

Innovazione nel design

Nel 2023, Growens ha continuato sulla strada del cambiamento, rafforzando il ruolo del design nei prodotti Beefree e ristrutturando e ampliando il team di Product Design.

Nuova organizzazione per la pratica del Design in Beefree

Nel 2023, un **aumento significativo** del numero di designer in Beefree (da 4 a 9) riflette l'impegno a dare un contributo progettuale legato al Design su più fronti.

Per rafforzare ulteriormente la propria efficacia, la business unit ha formato dei **team focalizzati strategicamente** su aree chiave:

- › Growth: focalizzato su tattiche che guidano l'espansione del prodotto
- › AI: dedicato a sfruttare il potenziale dell'intelligenza artificiale per arricchire l'esperienza utente
- › Accessibilità: dedicato a garantire la conformità dei prodotti alle Web Content Accessibility Guidelines (WCAG)

Riconoscendo il ruolo centrale dei contenuti nell'esperienza utente, Beefree ha inoltre introdotto nel team un ruolo di **UX Writer**. Questa aggiunta mira a migliorare l'esperienza complessiva dell'utente garantendo coerenza, chiarezza e un flusso continuo di informazioni tra i prodotti e il brand.

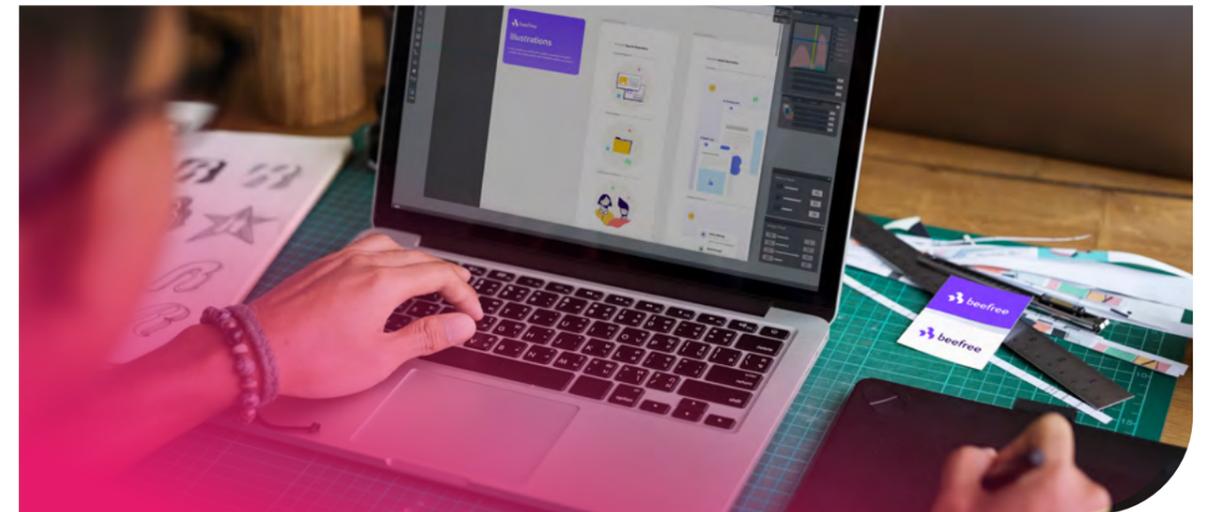
L'espansione del team di Design e il rafforzamento di ruoli interfunzionali come Research e UX Writer è un passo importante nella creazione di **prodotti visivamente accattivanti e funzionalmente superiori**.

Team focalizzati su aree chiave

Rinnovamento dell'interfaccia ed esperienza utente

Rebranding

Un'impresa importante che ha plasmato l'identità di Beefree nel 2023 è stata il completamento del **progetto di rebranding**. Questa iniziativa ha segnato una fase di trasformazione, allineando l'identità visiva del brand all'evoluzione del mercato e alle aspettative degli utenti. Il progetto di rebranding non solo ha rinnovato l'immagine esterna di Beefree, ma ha anche rafforzato il suo impegno nel fornire un'esperienza utente **coerente, scalabile e contemporanea**.



Design System

La collaborazione delle competenze di progettazione tra diversi team (Prodotto, Marketing, Sviluppo, etc.) ha portato a un **Design System completamente nuovo**.

Un Design System fornisce il punto di riferimento a designer e sviluppatori front-end per creare applicazioni scalabili. È una **guida completa ed esauriente** al design dell'interfaccia prodotto, contenente una raccolta di regole, principi, componenti, modelli e linee guida ad uso di tutti coloro che sono coinvolti nel processo di progettazione e sviluppo.

Accessibilità

Conformità alle linee guida WCAG

L'impegno costante di Beefree verso l'accessibilità ha una forte influenza sull'esperienza utente. Come descritto in precedenza, nel 2023 il team ha lavorato per migliorare la conformità dei suoi builder alle **Web Content Accessibility Guidelines (WCAG)**, rafforzando l'impegno nella creazione di prodotti accessibili a utenti di diverse abilità.

Ciò ha comportato non solo un'importante ristrutturazione del Design System, ma anche la **riprogettazione strategica** dei componenti chiave della libreria esistente.

Lo scopo di queste iniziative era duplice: il perfezionamento iterativo dei componenti della libreria mirava a garantirne la conformità e a migliorare l'esperienza complessiva dell'utente, rendendo le **interazioni più fluide e intuitive**.

Intelligenza artificiale

Esperienza utente più accessibile e user-centered

Nel 2023, Beefree ha iniziato a esplorare il potenziale dell'intelligenza artificiale integrando funzionalità specifiche per **migliorare i flussi di lavoro** dei clienti.

Questa integrazione strategica dell'intelligenza artificiale non solo **allinea i prodotti Beefree agli standard del settore**, ma plasma anche attivamente il futuro dell'esperienza utente, rendendola più accessibile e *user-centered*.

Integrando la potenza dell'intelligenza artificiale, Beefree garantisce che i suoi utenti, indipendentemente dalla loro esperienza come designer, possano **creare facilmente email di alta qualità**, in linea con la missione di democratizzazione del design e con l'impegno di abilitare gli utenti ad esprimere la propria creatività all'interno della piattaforma.

Cultura della ricerca e dello user testing



Il 2023 ha visto il consolidamento della **strategia di user testing iterativo** all'interno dei processi di *product design & development*, in continuità con gli anni precedenti.

Iterazioni ripetute per eliminare il rischio di sviluppo

L'**iterazione continua** è uno dei cinque pilastri alla base della pratica di design del Gruppo: ascolto dei clienti, test e iterazioni ripetute sono l'unico modo per **eliminare la componente di rischio** dallo sviluppo.

User testing qualitativi

Gli user test consentono di testare idee e **minimizzare i rischi** prima di procedere con lo sviluppo della funzionalità, migliorandone il **ROI** (ritorno sull'investimento).

Creare prodotti innovativi in linea con i bisogni del mercato

In Beefree, l'investimento nella creazione di un ruolo dedicato esclusivamente alla **funzione di ricerca** ha prodotto una notevole consapevolezza e nuove attività, con impatti sullo sviluppo di nuove funzionalità e sulla più ampia **comprensione delle esigenze** di utenti e clienti.

La combinazione di user test e interviste consente di **esplorare esigenze e obiettivi** sia degli utenti che dei clienti, così da creare

prodotti innovativi in linea con i bisogni del mercato.

È stato utilizzato un approccio *mixed method* definito **Exploratory Sequential**: in un primo momento vengono raccolti e analizzati dati qualitativi, seguiti poi da dati quantitativi.

Ricerca quantitativa

Per garantire l'efficacia dell'approccio progettuale di Beefree, l'Azienda ha incorporato alcune **metriche chiave di usabilità**.

La **System Usability Scale (SUS)**, standard di settore ampiamente accettato, è strutturato come un sondaggio di dieci domande, simile all'NPS, e si concentra sull'usabilità. Il punteggio SUS di Beefree è **76**: i punteggi superiori a 68 sono considerati sopra la media¹.

Beefree misura anche metriche come Task Success e Single Ease Question per ottenere informazioni sull'**efficienza** e sull'**efficacia delle sue interfacce**.

Un **approccio basato sui dati** è fondamentale per perfezionare i processi di design di Beefree. L'Azienda si impegna ad aumentare i propri sforzi per espandere continuamente e migliorare sistematicamente i propri parametri di progettazione.

Di seguito il riepilogo delle **attività di ricerca e sperimentazione** portate avanti nel 2023:

- › Oltre **80 studi di user testing**, per un totale complessivo di oltre 700 risposte
- › Oltre **20** tra interviste e sondaggi

Punteggio SUS sopra la media (76)

Approccio data-driven

¹Fonte: [Measuring Usability with the System Usability Scale \(SUS\)](#)

Environment



Highlights

Compensazione della CO₂

Growens compensa le emissioni carboniche delle sue business unit piantando alberi e supportando progetti di conservazione forestale.

Orto aziendale

Uno spazio curato dai dipendenti per avvicinare alla terra e garantire ortaggi a Km 0.

Mobilità sostenibile

Gestione attenta della flotta aziendale e incentivazione della mobilità *green*.

Relazione con l'ambiente

L'approccio di Growens all'ambiente



Growens fa business in modo responsabile e condivide ogni giorno l'impegno per un ambiente migliore.

Risparmio energetico e compensazione delle emissioni

Il risparmio energetico, l'ottimizzazione delle risorse e la compensazione delle emissioni dannose per il nostro pianeta sono parte integrante del modo di essere e di fare impresa di Growens, che promuove internamente una **cultura di utilizzo responsabile delle risorse ambientali**, di attenzione al riciclo e del corretto smaltimento dei rifiuti, coinvolgendo tutti i dipendenti nella gestione attenta della raccolta differenziata.

Growens condivide comportamenti improntati alla salvaguardia di tutte le risorse energetiche. A scopo promozionale, le business unit del Gruppo si avvalgono di **materiali cartacei in minime quantità**, scegliendoli quando possibile da produzioni e che rispettino le norme internazionali e che garantiscano la corretta gestione forestale.

SDG di riferimento



- L'approccio di Growens all'ambiente
- Uffici a basso impatto ambientale
- La promozione di una mobilità sostenibile in Growens
- Consumi ed emissioni

Uffici a basso impatto ambientale

Gli uffici del Gruppo nelle sue diverse sedi sono progettati secondo **avanzati principi di ecosostenibilità**, in modo da minimizzare qualsiasi forma di impatto ambientale. In particolare, le sedi di Cremona e Milano sono ospitate in edifici di nuova costruzione attenti al massimo grado alle prestazioni ambientali.

Sedi certificate e dalle alte prestazioni energetiche

La sede di via Pola 9 a Milano (dove l'Azienda ha mantenuto i suoi uffici fino al 31/12/2023, per poi trasferirsi in via Porro Lambertenghi 7, sempre a Milano, dal 1/1/2024) è **certificato NZEB - Nearly Zero Energy Building** e **LEED Gold**.

La sede cremonese presenta sul lastrico solare un sofisticato impianto di **pannelli solari "intelligenti"**, descritti di seguito.

Impianto fotovoltaico

66.000 kWh/anno totali da impianti fotovoltaici

La sede cremonese di Growens si trova all'ultimo piano del palazzo di via dell'Innovazione Digitale 3, con circa 1.000 mq di terrazze ben esposte – il contesto ideale per l'installazione di un **impianto fotovoltaico tradizionale da 60.000 kWh/anno** e di uno smart flower in grado di produrre fino a ulteriori 6.000 kWh/anno.

Gli **smart flower** costituiscono un impianto di **produzione di energia solare fotovoltaica "intelligente"**: i pannelli solari si orientano automaticamente per seguire il sole durante tutto l'arco della giornata.

In questo modo viene stimato un **aumento di produzione energetica pari al +40%** rispetto ai pannelli solari tradizionali fissi (a tetto o a terra)¹.

¹ La stima è stata calcolata dal produttore e ricavata dalla relativa scheda tecnica e tiene in considerazione il fatto che lo smart flower insegue il sole e quindi garantisce la perpendicolarità del pannello al sole in ogni momento.

L'orto Growers at Growens

In collaborazione con Noocity, Growens ha scelto di investire in **agricoltura a Km zero**, inaugurando nel 2023 il progetto Growers at Growens: un **orto urbano** sulle terrazze degli uffici di Cremona, a disposizione dei dipendenti, chiamati a prendersene cura e a godere poi dei suoi frutti.



[Scopri il progetto >](#)

L'obiettivo è aiutare le persone ad **avvicinarsi alla terra**, apprendere nuove skill e collaborare per un obiettivo comune nel quale identificarsi.

L'orto è composto da un **sistema di subirrigazione** e da un kit di vermicompostaggio che consentono di risparmiare quasi l'80% dell'acqua che si utilizzerebbe in un giardino delle stesse dimensioni, avendo anche la possibilità di immagazzinare e distribuire l'acqua piovana, e di riciclare i rifiuti organici creando concimi.

Per mantenere vivo l'interesse dei dipendenti, sono previsti:

- › Un fitto **programma di eventi** guidati da un Grower esperto, durante i quali sono condivise preziose nozioni su ecologia, agricoltura, alimentazione e benessere, permettendo alle persone di sviluppare nuove competenze e di creare maggiore collaborazione con i colleghi
- › La **condivisione di contenuti** correlati all'orto stesso, come ricette e approfondimenti botanici

Perchè un orto?

La scelta di impiantare un orto si allinea perfettamente ai valori del Gruppo, e specialmente a quello del *Caring*: rappresenta l'idea della crescita che l'Azienda ha come obiettivo, ed è un'occasione per rendere gli uffici un luogo dove vivere esperienze significative con i colleghi.



- › **L'attenzione verso la sostenibilità:** l'orto è un'espressione di dedizione verso l'ambiente e alla comunità; è una dimostrazione tangibile di come l'Azienda si impegni a contribuire a un futuro più sostenibile trasformando le aree esterne in spazi coltivabili e dando l'opportunità alle proprie persone di accedere a prodotti freschi e biologici locali.
- › **L'impegno verso la crescita:** il nome "Growens" rappresenta l'impegno del Gruppo come azienda che punta alla crescita, sia per i clienti che per i dipendenti. Questo progetto riflette il desiderio di Growens di coltivare connessioni profonde, fare nuove esperienze e creare un ambiente aziendale ancora più accogliente e stimolante.

Supportare un mindset di impegno e di crescita



- › **Gli uffici come luoghi esperienziali:** gli uffici diventano più di semplici spazi di lavoro, trasformandosi in luoghi dove vivere nuove esperienze con i colleghi e sviluppare nuove skill. L'orto sarà un'occasione per coltivare relazioni più forti, crescere insieme e acquisire nuove competenze.

La promozione di una mobilità sostenibile in Growens

Auto ibride e wallbox

Nel complesso, il gruppo Growens ha un **parco auto** composto da 16 auto, di cui 5 auto ibride ed un'auto *full electric*. Ulteriori contratti sono in fase di valutazione.

Per la **ricarica delle vetture elettriche**, sono disponibili 2 torrette nella sede di Cremona e 3 torrette nella sede di Milano, di cui 2 wallbox di ABB e 1 wallbox di Enel X.

Mobility Management

La figura del **Mobility Manager** è stata introdotta dal Decreto del Ministero dell'Ambiente il 27/03/1998 con il compito di ottimizzare gli spostamenti sistematici dei dipendenti riducendo l'uso dell'auto privata, attraverso lo strumento del **Piano degli Spostamenti Casa Lavoro (PSCL)**.

La **Legge 17 luglio 2020, n. 77** obbliga le imprese e le pubbliche amministrazioni ricomprese nell'ambito soggettivo di applicazione ad adottare il PSCL entro il 31 dicembre di ogni anno. Con successivo DM del 12/05/2021, il MITE e il MIMS hanno definito le modalità attuative di quanto previsto dalla Legge n. 77/2020.

Il concetto di **gestione della mobilità** è in continua evoluzione e di conseguenza anche la figura del Mobility Manager. La stessa Piattaforma Europea sul Mobility Management (EPOMM) ha ridefinito gli ambiti e gli strumenti operativi di gestione della mobilità sostenibile.

Growens ha da sempre riconosciuto la **responsabilità dell'Azienda** nei confronti dell'ambiente e della società. La Società incoraggia i dipendenti all'**utilizzo di mezzi di trasporto più sostenibili**, ad esempio:

- › Proponendo fee mensili di noleggio più alte per coloro che optano per **auto aziendali ibride o elettriche**
- › Prevedendo sempre l'utilizzo di **mezzi pubblici e condivisi** come prima opzione nelle trasferte aziendali

- › Garantendo il rinnovo delle auto in pool in modo da avere una **flotta eco-friendly** (con auto elettriche e ibride)
- › Integrando nei prossimi anni **ulteriori wallbox**
- › Implementando l'app *Wellbeing Challenge*, per migliorare la salute dei colleghi e, al contempo, ridurre l'impronta ambientale, **favorendo gli spostamenti a piedi** rispetto all'utilizzo di altri mezzi per percorrenze brevi.

Formazione sulla gestione strategica della mobilità sostenibile

Al fine di acquisire ulteriori informazioni sugli strumenti operativi e le migliori pratiche per il mobility management, la responsabile dell'area "facilities" di Growens (Emanuela Montesano) ha partecipato a un corso formativo sulla **gestione strategica della mobilità sostenibile**, in accordo con la metodologia europea EPOMM e le linee guida adottate dai ministeri competenti il 4 agosto 2021.

Il percorso formativo ha coperto una vasta gamma di tematiche, tra cui l'**analisi delle tendenze di trasporto** e l'implementazione di soluzioni innovative per ridurre l'impatto ambientale.

La formazione ha sottolineato l'**importanza cruciale delle iniziative aziendali** che devono integrarsi in modo efficace con il contesto territoriale e socio-culturale in cui operano per risultare veramente efficaci.

2024: il Piano Spostamenti Casa Lavoro

Uno degli scopi principali del ruolo di Mobility Manager è la **redazione del Piano Spostamenti Casa Lavoro**. Per redigere il Piano è stata analizzata nel dettaglio la situazione attuale dell'azienda, anche attraverso un questionario sottoposto ai dipendenti, concentrandosi su tre aspetti:

- › Esigenze di mobilità dei dipendenti
- › Offerta di trasporto e accessibilità
- › Condizioni strutturali aziendali e risorse disponibili

Consumi ed emissioni¹



Consumi

Al fine di conseguire la transizione verso un'**economia a basse emissioni di carbonio**, più sostenibile, efficiente in termini di risorse e circolare, la comunità mondiale si è posta degli obiettivi globali volti a limitare l'aumento della temperatura e gli impatti derivanti dai cambiamenti climatici.

Sebbene l'attività del Gruppo non si ripercuota in maniera significativa sul capitale ambientale, la Società si è adoperata al fine di **limitare i propri impatti negativi** attraverso diverse attività, tra cui ad esempio l'autoproduzione di energia da fonti rinnovabili.

Nel corso del 2023 si rilevano **consumi pari a 1.409 GJ**. La riduzione dei consumi totali rispetto all'anno precedente è da imputare alle **operazioni di cessione** avvenute nell'anno di riferimento, che hanno comportato una riduzione del perimetro societario. In tale contesto, i dati relativi al FY 2023 **non risultano comparabili** con le annualità precedenti; dunque, il presente capitolo riporta di seguito solamente i consumi riferiti all'ultimo periodo di reporting.

In aggiunta, rispetto all'anno precedente, i consumi comprendono quelli di **combustibile** derivanti dalle diverse tipologie di **auto aziendali** messe a disposizione dei dipendenti da Growens, passando dalle non ibride alle "plug-in hybrid".

¹ I dati del presente capitolo si riferiscono soltanto alle sedi di Milano e Cremona di Growens (le sedi di Brescia e Cagliari sono due coworking con rispettivamente una e tre postazioni assegnate, dunque non rilevanti), alla sede di Carpi di Agile Telecom e alla sede di Milano di MailUp fino a closing dell'operazione di cessione (luglio 2023).

Consumi Energetici (GJ)¹

	2023
Consumi energetici da fonti non rinnovabili	78%
Diesel	225
Benzina	229
Energia elettrica da fonti non rinnovabili ²	642 ³
Consumi energetici da fonti rinnovabili	22%
Energia elettrica autoprodotta e consumata (da fotovoltaico)	171
Energia elettrica autoprodotta e venduta (da fotovoltaico)	135
Totale consumi energetici interni (GJ)	1.403

¹ I fattori di conversione impiegati per trasformare le differenti quantità energetiche in GJ sono tratti dal database DEFRA (UK Department for Environment, Food and Rural Affairs) dei rispettivi anni (2020, 2021, 2022).

² Per calcolare il totale dell'energia elettrica acquistata proveniente da fonti non rinnovabili, nell'ambito di Growens, sono stati utilizzati i seguenti criteri:
 - Per la sede di Cremona, Growens ha usufruito del 100% dell'ufficio fino a luglio 2023, con relativi consumi calcolati al 100%. Da luglio 2023 i consumi sono stati stimati al 40% rispetto al totale, in quanto Growens risulta intestataria delle utenze per tale quota.
 - Per la sede di Milano, Growens ha usufruito del 100% dell'ufficio fino a luglio 2023, con relativi consumi calcolati al 100%. Da luglio in poi, le postazioni per i dipendenti Growens si sono limitate a poche unità rispetto al totale, pertanto non sono stati considerati i consumi di energia in questa sede da luglio a dicembre, considerando l'impatto non significativo sul totale.

³ Il dato (in Kwh) dell'energia elettrica proveniente da fonti non rinnovabili include i consumi della business unit Agile Telecom, i consumi delle colonnine elettriche della business unit MailUp (fino a closing) e quelli di Growens: quest'ultima, per le sue sedi, dispone di 2 contatori separati, uno per l'energia utilizzata negli uffici e uno (da portale Enel X) per le colonnine elettriche da cui si ricaricano le auto ibride aziendali.

Emissioni

Le emissioni di CO₂ derivano dai consumi riportati nel paragrafo precedente. Come specificato di seguito, le emissioni di CO₂ vengono parzialmente compensate grazie alla **piantumazione di alberi**.

Come già citato nel paragrafo relativo ai premi e ai riconoscimenti, Growens è stata inclusa nella lista **“Le Aziende più attente al clima”**, sviluppata da Statista in collaborazione con il Corriere della Sera, che include le aziende italiane che hanno maggiormente ridotto le emissioni climalteranti nel precedente triennio (2020-2022).

Growens calcola la propria “impronta carbonica” in termini di CO₂ rendicontando:

- › **Le emissioni di gas ad effetto serra dirette (Scope 1)**, derivanti dal consumo di combustibili per il funzionamento dei mezzi di trasporto di proprietà o sotto la completa gestione delle Società del Gruppo
- › **Le emissioni risultanti dalla generazione di elettricità acquistata o acquisita (Scope 2)**, attraverso due metodologie:
 - » La metodologia *location-based*, che considera l'intensità media dei fattori di emissione relativi alla generazione di energia per definite aree geografiche
 - » La metodologia *market-based*, che considera le emissioni del generatore che un'organizzazione ha intenzionalmente scelto, con forma contrattuale, per l'approvvigionamento energetico.

Inclusi nella lista "Le aziende più attente al clima"

Rendicontazione di Scope 1 e Scope 2



Emissioni di gas a effetto serra (tCO₂e)¹

	2023
Emissioni dirette - Scope 1	
Emissioni da consumi di diesel	16
Emissioni da consumi di benzina	15
Totale emissioni Scope 1	31
Emissioni indirette - Scope 2	
Emissioni da consumi energia elettrica (metodo location-based)	55
Emissioni da consumi energia elettrica (metodo market-based) ²	82
Totale emissioni dirette Scope 1 + indirette Scope 2 - Location-based	86
Totale emissioni dirette Scope 1 + indirette Scope 2 - Market-based	113

¹ I fattori di emissione impiegati per il calcolo delle tCO₂e Scope 1 sono tratti dal database DEFRA (UK Department for Environment, Food and Rural Affairs). Per il calcolo delle emissioni di Scope 2, per quanto riguarda il metodo di calcolo location-based, è stato utilizzato il fattore di emissione ISPRA "Report 386/2023 pubblicato da ISPRA"; per quanto riguarda il metodo di calcolo market-based è stato utilizzato il fattore di emissione "European Residual Mix" pubblicato da AIB "Association of Issuing Bodies" nel 2023.

² Le emissioni di Scope 2 calcolate secondo il metodo market-based comprendono anche le emissioni da fonti rinnovabili, poi sottratte nel calcolo totale delle emissioni del Gruppo. Dunque, le emissioni di Scope 2 utili al calcolo delle emissioni totali secondo il metodo market-based non tengono in considerazione le emissioni da fonti rinnovabili le quali si considerano pari a zero. Per il 2023, il totale, non derivando da energia elettrica acquistata da fonti rinnovabili, dello Scope 2 market-based include solo i consumi energetici derivanti da fonti non rinnovabili (l'energia elettrica autoprodotta da Growens tramite l'impianto fotovoltaico, invece, ha emissioni nulle).

Obiettivo: 100% energia rinnovabile entro il 2025

Sostenibilità nel cloud con AWS

Come anticipato nel capitolo *R&S, innovazione e design*, per la propria infrastruttura in cloud Growens far riferimento ad **Amazon Web Services (AWS)**, che si impegna a gestirne le attività nel modo più efficiente ed ecologico possibile, nonché a raggiungere entro il 2025 un utilizzo di **energia rinnovabile al 100%** per tutta la propria infrastruttura globale, con cinque anni di anticipo rispetto all'obiettivo iniziale del 2030.

L'ultimo studio effettuato negli Stati Uniti¹ ha rilevato che il passaggio a servizi in cloud AWS può aiutare le aziende a **ridurre l'impronta di carbonio** delle loro operazioni IT fino all'**88%**:

- › I **server cloud** sono di per sé responsabili della riduzione di emissioni maggiore, con un risparmio di oltre il 61% di CO₂
- › Le strutture dei data center AWS forniscono un ulteriore 11% di riduzione attraverso **sistemi di alimentazione e raffreddamento** più sostenibili ed efficaci
- › Un'ulteriore riduzione del 17% è attribuibile alla diminuzione del consumo di elettricità e all'utilizzo di **energia rinnovabile**

AWS Waveswing

Tramite la divisione AWS Ocean Energy, AWS ha ottenuto grandi risultati con l'implementazione di una tecnologia off-shore che sfrutta il **moto ondoso** per generare energia.

Sfruttamento del moto ondoso per generare energia

Il convertitore di energia da onde **AWS Waveswing** ha catturato una potenza media di oltre 10kW, raggiungendo picchi di 80kW durante un periodo di condizioni d'onda moderate. Tali dati hanno superato del 20% le previsioni dello sviluppatore.

Attraverso il servizio *customer carbon footprint tool*, è possibile **rilevare i consumi di CO₂** (in MTCO₂e) delle risorse Growens all'interno dell'infrastruttura AWS globale: nel corso del 2023 è stata registrata un'ulteriore **diminuzione dei consumi di CO₂** rispetto all'anno precedente, passando da un consumo mensile medio di 3,7 MTCO₂e a uno di 2,7 MTCO₂e.

¹Fonte: [Saving Energy in Europe by Using Amazon Web Services](#), 2021

Compensazione delle emissioni di CO₂

Growens compensa parte delle emissioni di anidride carbonica prodotte dalle attività aziendali con la **creazione di nuove foreste** in diverse aree del pianeta.



[Info sull'iniziativa >](#)

[Scopri il progetto >](#)

Neutralizzare l'impronta carbonica degli uffici



Emissioni degli uffici

Su base annuale, viene effettuato il calcolo del numero di alberi necessari a **neutralizzare le emissioni di anidride carbonica** derivante dalle sedi delle diverse business unit (Scope 1 e Scope 2).

Il progetto, **iniziato nel 2007**, è proseguito ininterrottamente negli anni in partnership con diverse associazioni internazionali e certificate, come Lifegate, Treedom e - attualmente - Tree-Nation.



Net Zero Websites - Emissioni generate dal traffico ai siti internet del Gruppo

In riferimento alle **emissioni generate dai siti internet**, nel 2022 Growens ha fatto un importante passo in più per rendere la propria presenza in rete interamente *carbon neutral*: le emissioni di anidride carbonica prodotte dal traffico sul sito web growens.io e sui siti delle business unit del Gruppo sono **automaticamente compensate** grazie alla piantumazione di alberi nella foresta Growens.

Grazie all'inserimento nel footer dei siti web di un'**etichetta** capace di tracciare e calcolare le emissioni di CO₂ prodotte dal sito internet, un sistema automatico pianta alberi per compensare tali emissioni.



One Tree, One Customer

Lanciata in concomitanza con la Giornata Mondiale della Terra 2022, l'iniziativa **One Tree, One Customer** si prefigge di **piantare un albero per ogni nuovo cliente** che sceglie di affidarsi ai servizi del Gruppo.

Il meccanismo è molto semplice: non appena sottoscritto uno dei servizi offerti dalle business unit del gruppo Growens, il nuovo cliente riceve via email un **invito a piantare il suo albero**, inclusivo della posizione esatta e della specie.

Al 31 dicembre 2023, l'**impatto ambientale complessivo positivo** di Growens, grazie ai programmi descritti in precedenza, era il seguente:

- › 17.552 alberi piantati
- › 3.085,13 tonnellate di CO₂ compensate
- › Principali aree di rimboscimento: Indonesia, Nepal, Mozambico

Relazione con i fornitori

Relazioni con i fornitori¹

Nel corso del 2023, Growens (per le Società rimanenti nel gruppo e più precisamente Growens, Agile Telecom e Beefree) ha intrattenuto rapporti con **904 fornitori**, per un fatturato complessivo di circa EUR 82 milioni.

	2023
Numero totale fornitori	904
Spesa per fornitori (EUR)	82.196.691

Nel 2023 sul totale dei fornitori, il **43% della spesa** è attribuibile a fornitori locali per ogni controllata inclusa nel perimetro di rendicontazione e la restante parte a fornitori esteri.

Il processo di selezione dei fornitori avviene attraverso **procedure chiare, certe e non discriminatorie**, mediante l'utilizzo di parametri oggettivi, documentabili, trasparenti e legati alla qualità dei prodotti e servizi offerti. Il Gruppo Growens sviluppa rapporti contrattuali con i fornitori che possiedono caratteristiche tali da garantire un buon grado di affidabilità ed efficienza.

Per ciascun acquisto, il Gruppo **richiede e confronta più offerte** attraverso un processo di valutazione e selezione che coinvolge i fornitori ritenuti idonei. Il fornitore viene scelto dal responsabile di funzione o business unit in base a **criteri qualitativi ed economici** (prezzo, competenza tecnica, timing dell'intervento, comprovata esperienza, etc.).

Alla ricezione del contratto viene attivata una **fase di analisi**, soprattutto per i nuovi fornitori o per contratti con importi rilevanti. Se il reparto Legal suggerisce eventuali modifiche nelle clausole o evidenzia clausole irricevibili da escludere, viene avviata una negoziazione (che può coinvolgere direttamente il reparto Legal) per la **correzione del contratto di fornitura**.

Su alcune forniture specifiche viene richiesto il **DURC** (Documento Unico di Regolarità Contributiva) per verificarne la **regolarità contributiva**. Infine, per i fornitori poco strutturati, ad esempio freelance in ambito tecnico IT, programmatori o speaker occasionali per eventi o webinar, vengono proposti dei format contrattuali semplificati e personalizzabili.

¹ I dati del presente capitolo si riferiscono soltanto a Growens, Agile Telecom e a MailUp fino a closing dell'operazione di cessione (luglio 2023).

SDG di riferimento



Social

Highlights

Flessibilità e lavoro ibrido

Con il programma WoW, Growens garantisce all'intera organizzazione un modo di lavorare ibrido e flessibile, per un migliore *work/life balance*.

Nessun infortunio sul lavoro

Su 275.000 ore lavorate, nessun infortunio né malattia professionale, sia sul lavoro che in itinere.

Comitato DEI

Nasce il comitato interno Diversity, Equity & Inclusion, per aprire il dialogo sui temi dell'uguaglianza, della diversità, dell'inclusione e dell'accesso alle opportunità.

Relazione con i dipendenti

SDG di riferimento



- Relazioni con i dipendenti
- Salute e sicurezza dei lavoratori
- Welfare per i dipendenti
- Sviluppo delle persone
- Total Rewards Program
- Modello di Leadership
- Pulse Survey
- Programma Way of Working (WoW)
- Cagliari Innovation Lab
- Implementazione del nuovo Human Capital Management System

Relazione con i dipendenti

Growens considera le persone l'**asset strategico determinante** l'innovazione e la qualità del servizio offerto, valorizzando dunque il lavoro e le esperienze dei propri dipendenti, garantendo **condizioni di lavoro ottimali, il rispetto dei diritti umani e la trasparenza dell'intero ciclo**, dal processo di selezione, allo sviluppo, crescita e uscita del personale.

Per il Gruppo è fondamentale che ogni dipendente contribuisca alla creazione di valore e allo sviluppo dell'organizzazione in un **ambiente che promuove il benessere, il merito e lo sviluppo delle persone** in linea con i principi e valori condivisi dell'azienda. Il vero valore è quello di **far partecipare i dipendenti** alla definizione di strategie aziendali attraverso la costruzione, la condivisione e l'implementazione di politiche innovative di gestione e cambiamento organizzativo.

I rapporti di lavoro dei dipendenti sono disciplinati come segue:

- › **In Italia**, dalle disposizioni del Codice Civile e dal Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro Terziario, Distribuzione e Servizi
- › **Negli Stati Uniti**, dalle disposizioni degli Atti di Lavoro e Contratti Collettivi delle disposizioni di ciascuno Stato

Nel corso dell'anno, Growens ha promosso con successo l'**armonizzazione contrattuale** della porzione di popolazione aziendale il cui contratto era regolato dal CCL per i dipendenti delle aziende operanti nel settore della comunicazione e dei servizi innovativi per le imprese, prima della cessione di **Contactlab S.p.A.** (acquisita nel 2022) al Gruppo TeamSystem S.p.A. Tale successo è stato anche valorizzato dall'**Associazione Italiana per la Direzione del Personale (AIDP)** che ha premiato Growens terzo classificato nella categoria "Relazioni industriali" del premio "**HR Mission 2023**".

Al 31 dicembre 2023 Growens contava **151 persone** occupate in organico (147 dipendenti, 2 stagisti e 2 collaboratori) In aggiunta, vi sono 7 incaricati nei Consigli Direttivi inquadrati come collaboratori esterni e 5 professionisti impiegati tramite datori di lavoro localizzati in Stati diversi da Italia e USA.

La **riduzione del personale impiegato** è da attribuire principalmente alle cessioni societarie avvenute nell'anno di rendicontazione. Per tale motivo, non è possibile fornire una comparazione rilevante dei dati rispetto agli esercizi precedenti. Il perimetro dei dati rendicontati nel presente paragrafo comprende Growens, Agile Telecom e Beefree.

Nelle pagine seguenti si riportano alcuni **dati di sintesi** volti a fornire una panoramica completa della composizione del personale del Gruppo.

Numero di dipendenti suddivisi per fasce di età e qualifica professionale Anno 2023

	<30	30-50	>50	Totale
Dirigenti	-	3	1	4
Quadri	-	12	-	12
Impiegati	28	93	10	131
Totale	28	108	11	147

Numero di dipendenti suddivisi per genere e qualifica professionale Anno 2023

	Donne	Uomini	Altro	Totale
Dirigenti	1	3	-	4
Quadri	6	6	-	12
Impiegati	42	89	-	131
Totale	49	98	-	147

Numero di dipendenti suddivisi per genere e tipologia di contratto Anno 2023

	Donne	Uomini	Altro	Totale
Contratto a tempo indeterminato	47	98	-	145
Contratto a tempo determinato	2	-	-	2
Totale	49	98	-	147
Full time	45	95	-	140
Part time	4	3	-	7
Totale	49	98	-	147

Numero di lavoratori non dipendenti per tipologia di contratto suddivisi per genere Anno 2023

	Donne	Uomini	Altro	Totale
Stagisti e tirocinanti	-	2	-	2
Lavoratori interinali	-	-	-	-
Lavoratori autonomi	2	5	-	7
Altro ¹	4	3	-	7
Totale	6	10	-	16

¹ I 7 soggetti appartenenti alla categoria "altro" sono soggetti incaricati nei Consigli Direttivi e sono inquadrati come collaboratori esterni, come già specificato all'inizio del paragrafo.

Salute e sicurezza dei lavoratori



La **tutela delle risorse umane** è uno dei principi fondamentali del Codice Etico di Growens: la sicurezza, la salute ed il benessere dei dipendenti e di tutte le persone che, a qualunque titolo, operano per Growens sono valori fondamentali della stessa.

L'azienda, attraverso un **software gestionale**, gestisce pagamenti e comunicazioni ai propri dipendenti e monitora informazioni come infortuni, malattie e presenze.

Nessun infortunio né malattia professionale

Nel corso dell'esercizio 2023, a fronte di oltre 275.000 ore lavorate **non sono stati registrati infortuni né malattie professionali**, sia sul lavoro sia *in itinere*, così come negli anni precedenti.

Nel corso dell'anno sono rinforzate le **misure in materia di protezione e prevenzione** formando e nominando le figure di preposto.

Per i lavoratori in smart working o telelavoro è stata attivata la possibilità di effettuare la **visita medica** in tutto il territorio italiano.

Seguiti da RSPP per l'aggiornamento del DVR

In Italia, l'Azienda è seguita da un **RSPP** (Responsabile del Servizio Prevenzione e Protezione) esterno che si occupa dell'aggiornamento del **DVR** (Documento di Valutazione dei Rischi), delle verifiche sulle sedi, della riunione periodica e delle prove di evacuazione.

Tutti i dipendenti svolgono i **corsi obbligatori sulla sicurezza** attraverso una piattaforma online e l'ufficio People & Culture monitora eventuali rinnovi.

Welfare per i dipendenti

Tra le **soluzioni welfare** che Growens fornisce ai propri dipendenti si annoverano nel 2023:

- › Assicurazione sulla vita (4)
- › Assistenza sanitaria (4)
- › Copertura per invalidità e disabilità (4)
- › Contributi pensionistici (125)

Si segnala inoltre l'ampliamento del **benefit dei buoni pasto**, passati dalla sola erogazione in presenza su sede all'erogazione per tutti i giorni di presenza lavorativa e non "fisica" negli uffici.



Previdenza complementare integrativa

Nell'ambito della previdenza complementare integrativa, la Società ha prorogato la **soluzione di welfare** in partnership con Crédit Agricole e Amundi.

Secondo l'accordo, accessibile a tutti i dipendenti in Italia, la Società si impegna a versare un **contributo pari al 4% della retribuzione annua** complessiva assunta a base per la determinazione del TFR, a fronte di un contributo minimo del lavoratore/lavoratrice dello 0,55% della Retribuzione Annuale Lorda oltre al TFR maturando alla data di adesione.

Integrazione del 4% rispetto al TFR

Indennità di telelavoro

Per supportare le spese sostenute dai telelavoristi, l'Azienda ha messo a disposizione di tutti i lavoratori con contratti di telelavoro un **forfait mensile**, variabile a seconda della country di riferimento ed in linea con le spese di consumo per la connessione internet.

Supporto alle spese dei telelavoristi

Inoltre dal 2023 sono state introdotte due ulteriori misure a supporto del **benessere dei telelavoristi**:

- › **Voucher una tantum** per il setting delle postazioni di lavoro da casa, al fine di contribuire al miglioramento dell'assetto ergonomico
- › **Membership presso coworking** prossimi alla propria abitazione, al fine di supportare la socializzazione e lo scambio relazionale sul territorio

Congedo parentale

Il congedo parentale è previsto e valido indistintamente sia per dipendenti assunti a tempo indeterminato che per i lavoratori a tempo determinato, full time e part time.

Il tasso di rientro a lavoro¹ e il tasso di retention² si sono attestati al **100%** nel 2021, 2022 e 2023 per entrambi i generi, ad evidenza delle pratiche aziendali eque adottate dal Gruppo, improntate alla **parità di genere in tema di congedo di paternità e maternità**.

¹ Per tasso di rientro al lavoro si intende il numero totale di dipendenti che sono effettivamente tornati al lavoro dopo il congedo parentale in rapporto al numero totale di dipendenti che avrebbero dovuto tornare al lavoro dopo aver usufruito del congedo parentale.

² Per tasso di retention si intende il rapporto tra il numero totale di dipendenti ancora impiegati 12 mesi dopo il rientro al lavoro al termine del congedo parentale e il numero totale di dipendenti tornati al lavoro in seguito al congedo parentale nel precedente periodo di rendicontazione.

Car Policy

Successivamente all'aggiornamento nel 2022 della policy riguardante l'assegnazione delle auto aziendali, è stato mantenuto un **incentivo per la scelta di auto ibride o elettriche**.

Nel dettaglio, è stato aggiunto un importo di EUR 100 ai massimali previsti qualora la scelta ricada su quest'ultima tipologia di auto, al fine di agevolarne l'adozione.

Sviluppo delle persone



Growens investe molto nella formazione dei propri dipendenti, che ritiene fondamentale per l'evoluzione professionale e l'ampliamento delle skill presenti in azienda.

Le ore di formazione erogate per **corsi non obbligatori** a tutti i dipendenti del Gruppo Growens sono riportate nelle tabelle presenti alle pagine seguenti.

346 ore di formazione su salute e sicurezza

Per quanto concerne, invece, le ore di formazione relative ai **temi della salute e sicurezza sul luogo di lavoro**, la Società ha erogato in totale 346 ore di formazione (188 ore a dipendenti uomini e 158 ore a dipendenti donne).

L'adesione al Fondo Nuove Competenze ha abilitato l'accesso a un **programma di Upskilling Digitale** che ha impattato tutta la popolazione aziendale, con un'offerta di **200 ore di formazione** (sia per figure "managerial" che "professional") integrate ai programmi tradizionali, motivo per cui, rispetto al biennio precedente, vi è un incremento rilevante (nonostante la popolazione aziendale sia diminuita in seguito alle operazioni straordinarie avvenute nel corso del 2023).

Ore di formazione per work level - Anno 2023

	Donne	Uomini	Totale
Managerial	3.919	5.965	9.884
Professional	5.281	10.046	15.327
Health & Safety	158	188	346
Totale ore di formazione erogate	9.538	16.199	25.557

Ore di formazione per figura professionale - Anno 2023

	Donne	Uomini	Totale
Dirigenti	265	716	981
Quadri	1.232	1.609	2.841
Impiegati	7.861	13.874	21.735
Totale ore di formazione erogate	9.358	16.199	25.557

Training obbligatorio in fase di assunzione

D. Lgs. 231/2001 e Codice Etico

Finora, tutti i nuovi assunti sono stati invitati a frequentare un corso di formazione specifico su **tematiche connesse al D. Lgs. 231/2001**.

Il corso, in modalità e-learning, illustra i principi generali del Decreto e fornisce indicazioni sul **Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo (Modello 231) e il Codice Etico** adottato da Growens. Le parti generali e speciali del Modello 231 sono pubblicate sulla intranet aziendale e sono sempre accessibili da parte di tutti i dipendenti.

La suddetta attività formativa è stata temporaneamente sospesa per le **operazioni M&A** che il Gruppo ha subito in larga scala nel 2023, pertanto riprenderà a partire dalla prossima annualità.

GDPR & Group Data Protection Compliance Framework

Introduzione di alto livello alla **privacy** e al **GDPR**: perché la privacy è importante e cosa fare per proteggerla. Questo corso introduce i dipendenti ai concetti chiave e alle definizioni contenute nel GDPR permettendo di:

- › Capire che cos'è la privacy e perché vale la pena tutelarla
- › Familiarizzare con il GDPR e i suoi principi
- › Apprendere i requisiti operativi e di conformità del Group Data Protection Compliance Framework (G-DPCF) di Growens

Smart Working

Lo Smart Workers' Book è un piccolo contenitore di **pillole informative** che supporta il dipendente ad approcciare al meglio questa metodologia di lavoro.

Nel corso del 2023 sono state effettuate analisi, tramite erogazione di survey ai dipendenti, per ampliare il book e fornire ai dipendenti una formazione più specifica in tema di **assetto ibrido del lavoro**, ivi compreso l'aspetto manageriale e di leadership.

Cyber security

La consapevolezza della sicurezza informatica è un argomento critico in quanto consente di **comprendere i rischi IT emergenti** e di proteggere le risorse dell'Azienda e i dati dei clienti.

Per questo motivo, Growens offre a tutti i dipendenti del Gruppo una sessione di formazione online per prevenire i rischi di cyber security. Questa attività e-learning consiste in un **corso di due ore**, con slide esplicative e domande a scelta multipla in inglese. È possibile tornare alle diapositive tutte le volte desiderate.

Whistleblowing

A seguito dell'entrata in vigore del Decreto Legislativo n. 24 del 10 marzo 2023, per effetto del quale Growens ha rivisto la propria **Procedura Whistleblowing**, tutti i dipendenti e i nuovi assunti sono invitati a frequentare un corso di formazione specifico su tematiche connesse al Whistleblowing. Il corso, in modalità e-learning, illustra i **principi generali della normativa**, nonché il contenuto e le modalità di segnalazione.

Sicurezza

I corsi di sicurezza sul lavoro rappresentano un obbligo formativo per il lavoratore, previsto da diverse normative tra cui il **D. Lgs. 9 aprile 2008, n° 81**. Growens rispetta quanto previsto dalla normativa, avvalendosi di una piattaforma per corsi asincroni e di corsi in presenza dove obbligatori. Delle **346 ore di formazione erogate**, 28 fanno riferimento alla parte generale e 318 alla parte specifica (comprendendo sicurezza generale e specifica per dirigenti, preposti e RLS).

Cultural Onboarding

A questi moduli più propriamente legati alla formazione obbligatoria, nel corso del 2023 si è aggiunta una sessione di **Onboarding dedicata alla Cultura**, grazie alla quale ciascun nuovo assunto può informarsi e allinearsi su:

- › Storia dell'Azienda
- › Valori e principi operativi
- › Metodi di lavoro
- › Come dare e ricevere feedback
- › Rituali e meeting
- › Flessibilità, equilibrio e benessere
- › Alcuni tool in uso

Corsi a supporto del change management

People Empowerment Path

In un **ambiente fluido e dinamico** come quello di Growens, i cambiamenti generano entusiasmo ma allo stesso tempo qualche preoccupazione, perché non sempre è possibile, durante il momento di cambiamento, fornire visioni certe sul futuro.

Il *caring*, uno dei core value di Growens, ha ispirato a voler investire nell'abilitare ogni singola persona a **ricostruire il proprio purpose** in funzione di un contesto in mutamento, a navigare con successo i cambiamenti e a mantenere alta la motivazione.

Con l'obiettivo di fornire alle persone strumenti pratici e immediati, Growens ha dato vita a un **percorso di empowerment** aperto a tutte le sue persone e le cui diverse iniziative sono rappresentate dai quattro valori fondamentali.



Trust: Sessioni LEGO® SERIOUS PLAY® (in presenza, aperte a tutti)

Il metodo LEGO® SERIOUS PLAY® (LSP) è una tecnica di pensiero, comunicazione e risoluzione dei problemi facilitata per organizzazioni, team e individui. Si basa su ricerche approfondite nei campi dell'economia, dello sviluppo organizzativo, della psicologia e dell'apprendimento e si basa sul concetto di "conoscenza manuale".

Queste sessioni rappresentano uno strumento utile per trovare nuovi focus e definire nuovi principi attraverso l'uso delle metafore costruttive ispirate dai mattoncini Lego.

Interi team hanno partecipato all'iniziativa, con lo scopo di prendere consapevolezza di ciò che sono, ciò in cui credono e ciò che possono continuare a creare.



Caring: Leading Through Change (da remoto, aperto a tutti)

Due sessione formative sulla teoria della gestione delle emozioni, seguite da workshop chiamati "Emotion Talks", attraverso cui piccoli gruppi di colleghi hanno lavorato sul rintracciare le proprie qualità autentiche (Quadrante di Ofman) e renderle operative nella gestione del cambiamento. L'iniziativa mira a nobilitare ed accogliere le emozioni, affinché siano motore positivo nella gestione del cambiamento.



Passion: Discover Your PI (da remoto, aperto a tutti)

Valutazione comportamentale che fornisce un supporto nella decodifica del contesto aiutando le persone a comprendere come possono sentirsi a proprio agio anche all'interno di un ambiente diverso o profondamente cambiato.

L'iniziativa consiste nell'esecuzione del test, ed in una consulenza, mirata a fornire consapevolezza alle persone su quali schemi comportamentali puntare per valorizzarsi durante il cambiamento e su quali porre maggiore attenzione, affinché non diventino bloccanti.



Open-mindedness: Revolutionize Your Perspective (in presenza, solo per i responsabili Holding)

Sessioni di counseling di gruppo in presenza organizzate in collaborazione con il Centro Berne di Milano, con l'obiettivo di sviluppare consapevolezza comportamentale, rafforzare le capacità di leadership ed i legami tra colleghi, e rafforzare la capacità di gestire relazioni in evoluzione mantenendo nel tempo un clima di lavoro motivante e sereno.

Formazione Diversity & Inclusion

Attraverso partnership internazionali, l'Azienda ha elargito percorsi formativi specifici sul tema "Diversity, Equity & Inclusion" (DEI), attraverso modalità e-learning e/o laboratoriale, che hanno raggiunto anche le posizioni apicali di Growens. Per maggiori informazioni sulla formazione DEI, si rimanda al capitolo *Diversità e pari opportunità*.

New People Manager Training Path

Percorso di formazione dedicato a tutti i **nuovi manager**, in modalità e-learning, che affronta diversi temi riguardanti la managerialità, specifici per il contesto di riferimento e l'azienda.

Corsi di aggiornamento delle competenze per l'innovazione digitale

Nell'ottica di **migliorare le competenze digitali** presenti in Azienda, sono stati erogati corsi sui dati e la sicurezza informatica, sulla comunicazione e collaborazione da remoto, sulla gestione di progetti digitali innovativi e sull'implementazione di strumenti digitali di vendita.

Programmi di mentorship

Programma di 4 mesi dedicato a **figure junior di alto potenziale**, erogato attraverso un'azienda esterna, Pack, e finalizzato a fornire ai dipendenti strumenti necessari per **costruire il proprio percorso di carriera** sulla base delle proprie aspirazioni e attitudini.

Piattaforme di e-learning

Al fine di abilitare la **formazione continua** dei dipendenti, sono state attivate piattaforme di e-learning come LinkedIn Learning, Udemy e Reforge.

Corsi, certificazioni ed eventi formativi specifici

È stato affidato a tutti i dipendenti un **wallet di EUR/USD 350** da spendere in interventi formativi specifici, concordati con il proprio manager. Inoltre è stata promossa una **borsa di studio** per l'ottenimento della Certificazione LEGO SERIOUS PLAY, al fine di amplificare la distribuzione delle competenze di facilitazione e facilitare l'adozione del metodo a più ampio spettro all'interno dell'organizzazione.

Corsi di inglese

Sono stati organizzati corsi di **inglese** in teleformazione, in presenza e in e-learning.

Percorsi di crescita



Internal Mobility

Per favorire opportunità di crescita e retention all'interno del Gruppo, dal 2023 è stato formalizzato il processo di Mobilità Interna, che coinvolge tutti gli **spostamenti lavorativi** vissuti dai dipendenti all'interno del Gruppo.

I movimenti possono essere **orizzontali** (cambio di ruolo, mantenimento dello stesso livello di lavoro interno) o **verticali** (assegnazione di un nuovo livello di lavoro) e possono coinvolgere qualsiasi business unit, dipartimento e team del Gruppo.

Mobilità orizzontale e verticale per coltivare talenti

La Mobilità Interna è un'opportunità che il Gruppo offre alle persone per ampliare le proprie **opportunità di crescita** in termini di competenze, esperienze e carriera. Tutti i dipendenti, infatti, possono accedere a un numero maggiore di percorsi di carriera rispetto a quelli che otterrebbero in un singolo team, dipartimento o business unit. La Mobilità Interna è una **leva per attrarre, trattenerne e coltivare i talenti**.

Total Rewards Program

Uno degli obiettivi della funzione People & Culture è contribuire alla creazione di valore e allo sviluppo dell'organizzazione, creando un ambiente che **promuova il merito, il benessere e lo sviluppo delle persone** in linea con i valori aziendali.

Variable Pay System

A tal fine, alla retribuzione fissa dei dipendenti viene affiancata anche una **retribuzione variabile**, calcolata sulla base del raggiungimento di obiettivi economico finanziari afferenti al Gruppo e alla business unit di riferimento.

Utilizzando i dati relativi al budget vengono fissati **obiettivi in termini di Revenue ed Ebitda - Capex**. I target sono comunicati ai dipendenti a febbraio attraverso il tool che gestisce il Performance Management.

La determinazione del bonus variabile avviene in termini percentuali, secondo uno **schema condiviso e approvato in Consiglio di Amministrazione**, che prevede percentuali crescenti a seconda del livello professionale di riferimento secondo la scala P1-P8 per gli individual contributor e M1-M8 per i manager.

Per quanto concerne il **Top Management**, la percentuale di bonus variabile calcolata sul raggiungimento degli obiettivi in target è fissata al 35% rispetto al salario base.

La **curva di performance è simmetrica a quella di pagamento**, che avviene al raggiungimento della soglia minima di performance del 50%, mentre è fissato un cap al 200%. L'erogazione del bonus avviene sotto forma di una tantum secondo le regole contributive e fiscali vigenti nel Paese di riferimento.

Il **rapporto tra il compenso annuo totale del dipendente più pagato e il compenso annuo totale medio degli altri dipendenti per il 2023 è pari a 5,12**, mentre il rapporto tra l'incremento percentuale medio del compenso del dipendente più pagato del Gruppo e quello medio degli altri dipendenti è pari a 4,3¹.

Shared bonus:
revenue ed Ebitda-
Capex

¹ Ai fini del calcolo è stato utilizzato il compenso netto annuale e sono stati esclusi i dati relativi ai compensi degli amministratori. I dati relativi ai rapporti di retribuzione totale annua sono calcolati secondo la metodologia indicata dal GRI 2-21.



Il Total Rewards Program

Il Total Rewards Program è un programma che comprende processi di compensazione, riconoscimento, sviluppo dei talenti e worklife che, di concerto, portano a **performance organizzative ottimali**, migliorando anche i processi di attraction ed engagement.

La valutazione periodica delle performance ha coinvolto nel 2023 la **totalità dei dipendenti (147)**, come per l'anno precedente.

Il programma ideato da Growens si concentra su **quattro aree**, che abbracciano i principali pilastri chiave delle risorse umane:

- 
1. Compensation & Benefit
Definizione di una struttura retributiva
- 
2. Recognition
Processo di performance management
- 
3. People Development
Processi relativi allo sviluppo della carriera delle persone
- 
4. Worklife
Attività di wellness e wellbeing

Per ognuna di queste aree sono stati definiti **processi e iniziative specifici**, arricchiti e ampliati nel corso dell'anno.

Con il Total Rewards Program l'Azienda intende migliorare:

- › **Attraction:** un modello di compensazione chiaro e trasparente facilita l'attrazione di talenti e migliora l'Employer branding del Gruppo, con conseguente riduzione dei tempi e del costo di selezione
- › **Motivazione e coinvolgimento:** per motivare e coinvolgere le persone è necessario aumentare la meritocrazia attraverso un sistema strutturato e uguale per tutti
- › **Retention:** il turnover (ovvero l'avvicendamento di persone rispetto a una posizione) ha un impatto diretto sul fatturato, con alti costi non solo finanziari ma anche in termini di competenze, conoscenze e talenti. Quando attivamente coinvolti, i dipendenti hanno maggiori probabilità di rimanere a lungo in azienda.

Chiave per attrarre,
motivare e trattenere
i talenti

Nel 2023 il Team di People & Culture si è concentrato sul supporto all'**interiorizzazione del sistema** da parte di tutte le persone del Gruppo, con iniziative formative dedicate ai People Manager.

È stata inoltre ampliata la documentazione relativa, così da essere maggiormente trasparenti nei confronti dei dipendenti.

Modello di Leadership

La continua crescita ha messo il Gruppo di fronte a una sfida ambiziosa: il passaggio da una realtà imprenditoriale ad una **più propriamente manageriale**.

Per questa trasformazione le acquisizioni e il fatturato non sono sufficienti e, per rimanere competitivi sul mercato, sono necessari **leader consapevoli dei loro scopi professionali e personali**, che lavorino insieme per un obiettivo comune e, nel lungo termine, nella costruzione di un business solido e sostenibile.

In questo contesto nasce il **Leadership Model**, un modello aspirazionale, composto da una serie di valori, comportamenti e competenze richiesti alle persone che hanno nel contesto organizzativo un ruolo di guida.

Il modello è stato ideato con una metodologia innovativa basata sulla **purpose driven leadership**, come strumento per diffondere la cultura aziendale a tutti i livelli organizzativi attraverso la figura del People Manager e la sua motivazione, come driver principale verso il **raggiungimento degli obiettivi comuni**.

Percorso di training

Il programma formativo dedicato ai People Manager (iniziato nel 2021 con training e group coaching) è proseguito nel 2023 con un percorso costituito da **diversi moduli formativi**, erogati attraverso contenuti in e-learning, lezioni frontali e workshop.

Durante i workshop sono stati proposti **lavori di gruppo**, atti a favorire la sperimentazione e il confronto tra People Manager di diverse business unit, dipartimenti e Paesi.

Nel corso del 2023 si è definito un **percorso di onboarding ad hoc** per il ruolo di People Manager, che prevede un assessment comportamentale, attraverso la piattaforma di Predictive Index, ed un percorso formativo in modalità e-learning finalizzato ad acquisire le **competenze di base nella gestione delle persone**, con particolare focus sugli aspetti di comunicazione, orientamento all'innovazione e mantenimento di un contesto aziendale sano, in coerenza con i valori core del Gruppo.

Scheda valutativa

La **scheda valutativa annuale** prevede una sezione sulle skill manageriali, tra cui:

- › Capacità di analizzare i risultati della Pulse Survey e di trasformarli in iniziative azionabili al fine di migliorare il clima aziendale
- › Gestione del turnover
- › Gestione del nuovo Total Rewards, compresa l'assegnazione di feedback puntuali
- › Gestione dei piani ferie, in accordo con le politiche della Country di riferimento

La scala da 1 a 5 indica il **grado di competenza atteso** per ciascun work level manageriale.

Skill	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8
Team Management	1	2	2	3	4	5	5	5
Diversity & Inclusion	1	2	2	3	4	5	5	5
KPIs & Metrics	1	1	2	3	4	5	5	5
Budget & Forecast	1	1	2	3	4	5	5	5
Change Management & Innovation	1	1	2	3	4	5	5	5
Critical & Lateral Thinking	1	1	2	3	4	5	5	5
Vision & Strategy	1	1	2	3	4	5	5	5
Culture & Climate	1	2	2	3	4	5	5	5

La stessa logica è stata applicata anche ai **ruoli da individual contributor**.

Skill	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8
Communication	1	2	3	3	4	4	5	5
Analytics & Reporting	1	2	3	3	4	4	5	5
Team Working	1	2	3	3	4	4	5	5
Problem Solving	1	2	3	3	4	4	5	5
Industry Knowledge	1	2	3	3	4	4	5	5
Innovative Thinking	1	2	3	3	4	4	5	5
Priority Management	1	2	3	3	4	4	5	5
Facilitation & Management	1	2	3	3	4	4	5	5

I comportamenti dei People Manager secondo il Modello di Leadership di Growens

Caring

I feel responsible for how we work
I invest time & effort in building and maintaining a healthy workplace, where people treat each other with fairness and respect.

I focus on measuring results

I work hard to find the right KPIs and measure the performance of direct reports, striving to create the conditions for that performance to improve.



Passion

I promote your growth

I represent the Group and its values, I communicate effectively and I commit every day in inspiring and motivating people, with a focus on supporting their professional growth.

I encourage collaboration

I promote collaboration, champion idea & skill sharing - both at the team and the Group level - and I work to break down silos.



Open-Mindedness



I believe in experimenting

I have a positive approach, I try new things, I allow others to experiment, I learn from mistakes, and I improve processes as a result.

I can see the bigger picture

I look beyond current successes & failures, recognising today's challenges, and identifying tomorrow's larger opportunities.

Trust

I'm someone you can trust

I'm a reliable person, I'm transparent in the sense that I provide clear directives and I'm consistent in the communication and approaches adopted.

I'm willing to trust you

I firmly believe in others, I take time to identify their best skills, and I'm comfortable with delegating more responsibilities to them over time.



Pulse Survey

Introdotta nel 2020 a causa dei ripetuti periodi di lockdown, le **Pulse Survey** costituiscono un metodo per intercettare feedback e conversazioni essenziali per rilevare la temperatura delle relazioni interne all'azienda.

Obiettivo: identificare prontamente le criticità

Poche domande chiave, cui si associano campi aperti a feedback qualitativi, permettono di **identificare eventuali criticità** da affrontare con opportuni momenti di confronto e focus group più o meno strutturati.

Oltre alla tempestività e all'immediatezza, le Pulse Survey hanno anche il vantaggio di responsabilizzare le persone, stimolandole a **proporre delle iniziative correttive** rispetto a eventuali criticità rilevate, delle quali farsi carico direttamente, con il supporto dell'azienda. Questo passaggio risulta fondamentale in quanto il coinvolgimento e la condivisione del senso di responsabilità contribuiscono al **miglioramento dell'ambiente di lavoro**.

Al fine di rafforzare il senso di responsabilità della compagine manageriale, tutti i People Manager hanno **l'obiettivo di monitorare e salvaguardare il clima** della propria area di competenza.

Sono, infatti, chiamati ogni due mesi ad **analizzare i risultati della propria area**, a confrontarsi con i team member circa i risultati, indagando soprattutto le aree di miglioramento, e a definire, con il supporto del team People & Culture, eventuali **azioni correttive**.

Responsabilizzazione dei People Manager

Il raggiungimento di questo obiettivo incide sulla valutazione annuale del People Manager e, dunque, direttamente sulla possibilità di **crescita professionale**.

Nel corso del 2023 si è provveduto a integrare la pulse survey con domande relative alla soddisfazione degli eventi aziendali dedicati al personale interno e a supportare i People Manager nella **definizione di action plan**, con l'obiettivo di migliorare gli aspetti per cui la survey non riportava valori totalmente positivi.

Risultati della Pulse Survey (media 2023)

I believe my People Manager promotes collaboration, champions idea & skill sharing.	8.58 / 10	I believe my People Manager invests time & effort in building and maintaining a healthy & collaborative workplace.	8.45 / 10
I believe my People Manager invests time & effort in building and maintaining a healthy workplace for the team.	8.35 / 10	I believe my People Manager looks beyond current successes & failures, recognizing today's challenges, and identifying tomorrow's larger opportunities.	8.45 / 10
I believe that my business unit enables me to express my potential today and in the future.	7.49 / 10	I can count on my colleagues to help out when needed.	8.71 / 10
I believe my People Manager looks beyond current successes & failures, recognizing today's challenges, and identifying tomorrow's larger opportunities.	8.45 / 10	I think I'm part of a Group whose values I share.	7.76 / 10
I enjoy P&C engagement initiatives (Live the omce initiatives, Parties, etc..)	7.60 / 10	I feel I am part of a team.	8.12 / 10
I feel that the P&C team is there to support the daily employee experience and the whole organization.	7.46 / 10	I feel supported by the P&C team in my daily employee experience.	7.47 / 10
I feel that the work that I do has an impact.	7.89 / 10	I have clear in mind my business unit's strategy.	7.27 / 10
I often feel overworked.	5.24 / 10	I think I am part of a company whose values I share.	8.04 / 10
I think I can organize my work in a flexible way and maintain a good work-life balance.	8.14 / 10	I think I have a good balance between private and professional life.	8.42 / 10
I think I work in a Group where people are respected and valued for their uniqueness.	7.82 / 10	I think I work in a company where people are respected and valued for their uniqueness.	7.98 / 10
I think I'm part of a Group whose values I share.	7.76 / 10	I think my People Manager communicates effectively and commits every day to inspire and motivate people, with a focus on supporting their professional growth.	8.20 / 10
I think my People Manager represents the Group and its values, communicates effectively and commits every day in inspiring and motivating people, with a focus on supporting their professional growth.	8.28 / 10	I think my People Manager firmly believes in others, takes time to identify their best skills, and is comfortable with delegating more responsibilities to them over time.	8.49 / 10
I think my People Manager has a positive approach, tries new things, allows me to experiment, learns from mistakes and improves processes as a result.	8.58 / 10	I think my People Manager provides clear directives and is transparent and consistent in the communication and approaches adopted.	8.15 / 10
I think my People Manager works hard to find the right KPIs and measures the performance of direct reports and supports the improvement.	8.11 / 10	I think my People Manager works with me to define Performance and Development goals and checks in regularly on their status	7.78 / 10
I think my company enables me to express my potential today and in the future.	7.70 / 10	I think that my team can achieve great results.	8.50 / 10
I would recommend Growens as a great place to work.	7.93 / 10	My People Manager believes and allows autonomy, experimenting, and learning from mistakes.	8.80 / 10

Programma Way of Working (WoW)



Il Growens Way of Working (WoW) è un manifesto che stabilisce le **regole di base per il modo di lavorare del Gruppo**, nato con l'obiettivo di trasformare l'esperienza temporanea del *remote-first* pandemico in un elemento culturale e strutturale, guidato da una specifica visione organizzativa.

Il "modo di lavorare" non è solo legato al luogo, ma soprattutto al **tempo** e alle **modalità di collaborazione** sugli obiettivi condivisi.

Scelta libera di lavorare in ufficio, da casa o da altrove

Per questo motivo, **ogni persona può scegliere** se lavorare dall'ufficio, da casa o da "altrove", inteso come la possibilità di spostarsi a lavorare in un luogo diverso per periodi di tempo brevi o lunghi.

Il WoW statement evidenzia una cultura del lavoro all'insegna della **flessibilità, del coordinamento e della responsabilizzazione distribuita**.

L'adozione della flessibilità come principio base consente alle aziende del Gruppo di adattarsi con estrema prontezza anche agli eventuali mutamenti dello scenario, **mantenendo produttività e flussi operativi a pieno regime** in un contesto di adattamento continuo.

W [Scopri il WoW >](#)

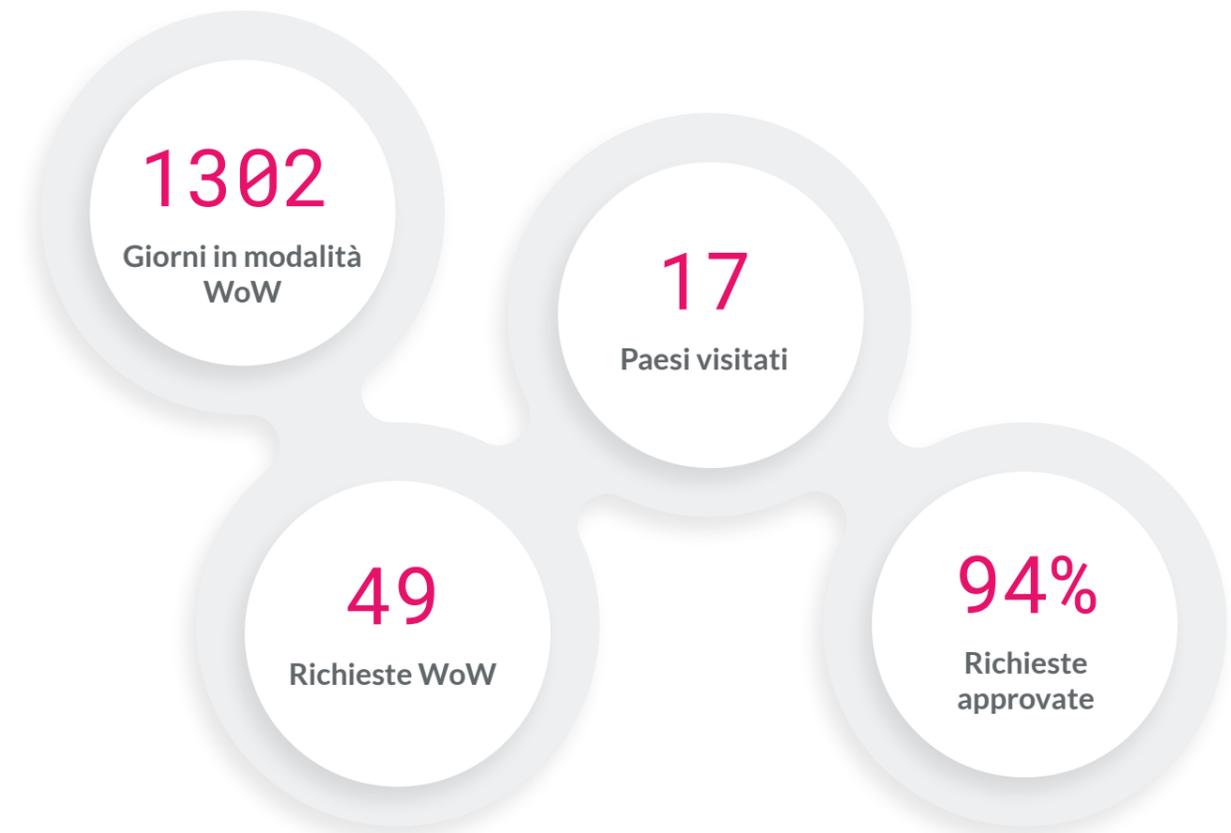
2023: due anni di WoW

Nel 2023 il WoW ha compiuto due anni, e - anche in funzione del mutato assetto aziendale che ha visto il Gruppo sempre più remotizzato - è stato condotto un **assessment sul lavoro ibrido** ingaggiando il team People Advisory di EY.

I risultati dell'indagine hanno **confermato l'efficacia** del modo di lavorare, dal molteplice punto di vista delle tecnologie abilitanti, degli spazi per il setting lavorativo, del mindset e dei modelli di leadership.

Si continuerà ad investire in tal senso, verso un'assistenza tecnologica sempre più tempestiva, **spazi di lavoro flessibili** e adattabili e percorsi di formazione sul feedback e il *caring* al fine di migliorare anche il supporto al benessere psicologico.

Di seguito si riportano alcuni dati legati all'**adozione del WoW** nel 2023.



Cagliari Innovation Lab

Attivo dal 2022, il Cagliari Innovation Lab è il **centro di Ricerca & Sviluppo** creato da Growens nell'omonima città sarda. Il progetto prevede la duplice collaborazione con **CREA**, il centro per l'innovazione e l'imprenditorialità dell'Università di Cagliari, e **The Net Value**, la community di innovatori fondata per supportare l'innovazione e l'imprenditoria digitale sul territorio sardo.

Il Cagliari Innovation Lab ospita anche la **sede locale** del Gruppo. Si pone un duplice obiettivo:

- › Supportare la crescita del Gruppo tramite la sperimentazione tecnologica, con l'obiettivo di creare nuovi prodotti e nuove tecnologie
- › Acquisire competenze preziose grazie al ricco pool di talenti richiamati e formati dall'Università, e dal contesto ricco di contaminazioni promosso da The Net Value

Growens mira a valorizzare il talento in relazione al territorio italiano, **investendo in centri di eccellenza locali** - come già avviene dal 2012 con il CRIT di Cremona, la città di origine del Gruppo - e supportando la miglior integrazione tra aspirazioni di carriera e qualità della vita.

Il Lab, oltre ad ospitare la nuova sede locale di Growens, ha l'obiettivo di dare un importante contributo alla creazione di **percorsi formativi per professioni digitali** e all'individuazione di figure che possano alimentare la crescita del Gruppo non soltanto attraverso la valorizzazione di nuovi talenti locali, ma anche attraverso l'attrazione di figure professionali specialistiche a livello internazionale.

Nel corso del 2023, per la prima volta Growens ha aperto le porte a due Dottorati di ricerca in Machine Learning: i ricercatori dell'Università di Cagliari saranno impegnati nel progetto di traduzione di email HTML, di varia natura e costruzione, nel JSON proprietario utilizzato dall'editor Beefree. Si tratta di **due borse di studio triennali** focalizzate sullo sviluppo di features che rivoluzionino l'esperienza utente Beefree tramite l'utilizzo di **Machine Learning** e **Artificial Intelligence**.

Per il **ciclo di eventi** organizzato dai professionisti di Growens presso il Cagliari Innovation Lab, si rimanda al capitolo relativo alla *Creazione di cultura digitale*.

Implementazione del nuovo Human Capital Management System

Bloom è la piattaforma digitale progettata per ottimizzare i processi legati alle risorse umane e **migliorare l'esperienza dei dipendenti**. Growens è un'organizzazione dinamica. L'evoluzione degli strumenti - al fine di abilitare **modelli di lavoro sempre più agili, digitali e globali** - fornisce una leva importante per affrontare le sfide future.

Al servizio di tutti i dipendenti e dei responsabili HR, e costruito attorno al Way of Working proprio di Growens, Bloom assicura **semplicità, trasparenza e autonomia** a ciascun dipendente, permettendo di:

- › Facilitare le operazioni quotidiane e i compiti
- › Supportare le scelte strategiche del futuro
- › Garantire autonomia nella gestione delle informazioni legate alle risorse umane
- › Consentire approfondimenti sui dati come mai prima d'ora
- › Liberare tempo e risorse per dedicarsi alla crescita sia individuale che organizzativa

Caratteristiche chiave di Bloom

- › Interfaccia utente semplice, per navigare con facilità attraverso un cruscotto intuitivo
- › Registro completo dei dati legati ai dipendenti: dalla busta paga alle performance review, in un unico luogo
- › Analisi in real time e approfondimenti sulle prestazioni del team e sulle metriche utili
- › Portale self-service, dove gestire autonomamente informazioni personali e benefit
- › Accessibilità da dispositivo mobile in qualsiasi momento e da qualunque luogo

Benefici per le persone

- › Processi semplificati, per dedicare meno tempo alla burocrazia e più tempo a ciò che conta
- › Esperienza personalizzata, per adattare Bloom a esigenze e preferenze individuali

10

Diversità e pari opportunità

SDG di riferimento



L'approccio di Growens alla DEI

L'approccio di Growens alla DEI



Il 2023 ha visto la nascita e lo sviluppo di **attività strutturate in ambito Diversity, Equity & Inclusion**, portate avanti con un approccio collaborativo e non gerarchico, grazie alla partecipazione attiva della popolazione aziendale.

Affrontare le tematiche DEI in modo sistemico

Growens è un Gruppo in continua evoluzione in termini di dimensioni, complessità e presenza internazionale, dove le persone provengono da tutto il mondo in un **mix di origini geografiche, età, generi, culture, credenze, orientamenti sessuali e abilità**.

Per tenere il passo con questa crescente diversità, è necessario averne un chiaro senso e assicurarsi, intenzionalmente, che l'Azienda sia strutturata per supportare e responsabilizzare tutte le persone che lavorano per Growens, attraverso un **approccio sistemico e articolato** alle sfide in termini di Diversità, Equità e Inclusione (DEI).

 [Le attività DEI >](#)

L'obiettivo è **avere un impatto concreto** sulle persone che lavorano o lavoreranno per l'azienda, sulle comunità in cui Growens si innesta e sull'intero tessuto culturale e sociale che circonda il Gruppo.

Questo tipo di approccio porta anche un **importante beneficio al business**, in termini di densità di talenti, commitment da parte dei dipendenti e capacità di innovare.

Il comitato Grow @ Growens

A fine 2022 nasce Grow @ Growens, un comitato dall'obiettivo esplicito di aumentare concretamente **la consapevolezza, il dialogo e la trasparenza sui temi dell'uguaglianza, della diversità, dell'inclusione e dell'accesso alle opportunità**, consentendo così all'Azienda di garantire crescita e rappresentanza paritaria per ogni persona.

Nascita del comitato DEI, aperto e volontario

Grow è un **gruppo di lavoro** ad adesione aperta, volontaria e non gerarchica. Comprende tra le 8 e le 12 persone di diversa nazionalità, provenienza, background, età e funzione lavorativa, che organizzano e coordinano **attività di awareness, engagement e formazione** sulle tematiche DEI mirate a tutta la popolazione aziendale.

Nel primo anno di attività, le **iniziative attivate** da Grow hanno seguito diverse direttrici:

- › **Raccolta di evidenze:** analisi interne sulla situazione reale e sul percepito delle persone
- › Iniziative di **formazione e awareness** sulle tematiche DEI
- › Creazione di **community interne**, di alleanze e di dinamiche di networking
- › Creazione delle condizioni per la redazione di **policy avanzate** in tema di accoglimento di istanze legate alla diversità

Raccolta di evidenze, attraverso un sondaggio interno e un'analisi dei dati aziendali

Attraverso una survey, è stata **esplorata la percezione dei dipendenti** di Growens sull'essere inclusi, trattati equamente e riconosciuti sia come persone fisiche che come lavoratori e lavoratrici sul posto di lavoro, secondo criteri quali genere, età, competenze professionali, livello di lavoro, retribuzione e opportunità di avanzamento.

Esplorazione dei dati e della percezione dei dipendenti

L'obiettivo era comprendere:

- › **Dove si posiziona Growens come Gruppo?** Le persone si sentono incluse e trattate equamente? C'è abbastanza riconoscimento

della diversità? Ci sono aree di criticità che devono essere affrontate prima di altre?

- › **Cosa ha a cuore la popolazione aziendale?** Tutte le questioni sono ugualmente importanti, eppure bisogna decidere da dove cominciare. Quale gruppo o minoranza deve essere sostenuta per prima? C'è qualche gruppo di persone che si sente particolarmente sottorappresentato? Ci sono cause o progetti a cui le persone tengono fortemente?

Definizione del quadro oggettivo di partenza

Tale percezione è stata poi confrontata con gli effettivi dati aziendali, identificando le **aree di criticità oggettive e percepite** legate (per ciascun criterio come età, genere, origine, etc.) eventuali disparità di salario, opportunità di avanzamento e di promozione, distribuzione sui work level, e così via.

La somma delle percezioni e dei dati concreti ha fornito un **quadro completo** della situazione di partenza.

Iniziative di formazione e awareness

- › **Partnership** con l'organizzazione canadese **CultureAlly**, con il fine di ricevere formazione sui fondamenti di DEI e avere una solida base su cui costruire le iniziative successive.
- › Adozione della **piattaforma e-learning CultureAlly** da parte di tutti i dipendenti del Gruppo, per fruire di contenuti educativi mirati a mostrare come incorporare i principi DEI nel lavoro in modo pratico.
- › **Formazione specifica al Top Management**, erogata da Cremona Pride con il supporto di Arcigay: un intenso percorso formativo sulle tematiche dell'identità di genere e dell'inclusione sul posto di lavoro, per porre le basi di policy e pratiche più avanzate, eque e strutturate.
- › **Laboratorio sul Genderbread Person**, organizzato da un gruppo di dipendenti ed erogato progressivamente ai team che fanno richiesta di partecipare. Ha il fine di supportare la capacità di impegnarsi in conversazioni significative su genere e sessualità, partendo da una maggior consapevolezza delle differenze tra identità ed espressione di genere, orientamento sessuale e romantico, e sesso assegnato alla nascita.

[Il Genderbread Person Workshop >](#)

Creazione di community interne, alleanze e networking

- › Creazione della **Community LGBTQIA+**, intesa come uno spazio sicuro per individui e alleati dove condividere le proprie esperienze e discutere argomenti rilevanti per il mondo queer.
- › Partnership con il **Comitato Cremona Pride**, per supportare attività per la tutela dei diritti della comunità LGBTQIA+ nel territorio di origine di Growens.
- › **Mentorship Program** in collaborazione con Pack, per guidare e supportare la popolazione più giovane nell'acquisizione di un set bilanciato di competenze al fine di favorirne la crescita.

 [Leggi la notizia >](#)

Strategia 2024

L'obiettivo per il 2024 è **lavorare in modo incrementale** su tutti gli aspetti rilevanti per le persone di Growens, migliorando così in modo graduale il percepito e il vissuto di chi lavora in azienda e accrescendo collettivamente la **competenza di inclusività**.

Nel pratico, questo si concretizza nelle seguenti iniziative:

- › **Calendario di eventi formativi e informativi** aperti a tutta la popolazione aziendale, con l'obiettivo di alzare il livello di conoscenza e consapevolezza su una varietà di argomenti (dal linguaggio inclusivo alle neurodisabilità, dalla Ball Culture alla salute mentale) in collaborazione con esperti interni o esterni.
- › **Redazione di linee guida** per la prevenzione delle molestie sul lavoro, per chiarire la posizione dell'Azienda circa l'inaccettabilità di comportamenti lesivi del rispetto, dettagliare i comportamenti vietati sul posto di lavoro e indicare le modalità per segnalarli.
- › **Redazione di una policy** che normi il comportamento dell'Azienda (dal punto di vista amministrativo, culturale, operativo, etc.) prevedendo esplicitamente sia i dipendenti che non si identificano nel **binarismo maschile/femminile** e sia coloro che intraprendono un percorso di **transizione di genere**.
- › **Advocacy interna** e supporto alla progettazione e implementazione di ciascuna iniziativa ad impatto aziendale, affinché questa sia disegnata, comunicata e gestita in allineamento alle linee guida in materia di DEI.

2024: eventi, linee guida, nuove policy

SDG di riferimento



Comunicazione interna e ingaggio

Comunicazione interna e ingaggio
 Iniziative top-down
 Iniziative bottom-up

Comunicazione interna e ingaggio



Per Growens, la creazione e il mantenimento di un **dialogo che coinvolga tutti gli Stakeholder interni** all'azienda è di fondamentale importanza. Il Gruppo lavora su base costante e in modo strategico in vista dei seguenti obiettivi:

- › **Garantire trasparenza** sulle scelte di business e organizzative, comunicandole in modo tempestivo e intenzionale
- › **Mantenere alti morale e motivazione delle persone**, favorirne il coinvolgimento attivo e supportarne il senso di appartenenza all'azienda

Le attività strutturali atte a raggiungere tali obiettivi sono organizzate su una **duplice direttrice di comunicazione e ingaggio**:



Top-down

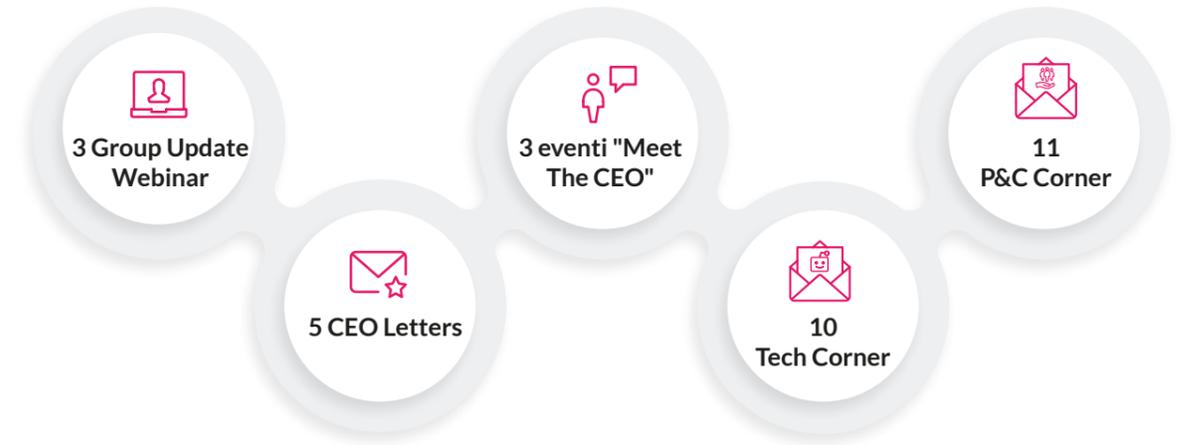
Condivisione di scelte strategiche, visione, risultati ed evoluzione dell'Azienda da parte del top management verso i dipendenti



Bottom-up

Coinvolgimento della popolazione aziendale a tutti i livelli in attività di aggregazione, ludiche e di confronto

Iniziative top-down



Group Update Webinar

Con cadenza trimestrale, a valle della pubblicazione dei risultati del quarter precedente, il CEO Nazzareno Gorni e il Presidente Matteo Monfredini organizzano un **webinar interno interattivo** a cui sono invitati tutti i dipendenti e collaboratori del Gruppo.

In tale occasione **condividono i risultati più recenti del Gruppo** in termini di business e andamento del titolo, le scelte strategiche e le future evoluzioni del Gruppo, commentando le attività in essere e lasciando ampio spazio per le domande dei dipendenti. I webinar sono anche l'occasione per presentare le principali operazioni di M&A alla popolazione aziendale.

Organizzato in modalità ibrida, il Webinar è anche un importante **momento di aggregazione e condivisione**: i team si organizzano per seguirlo collettivamente in presenza, per quanto possibile, in modo da supportare il team building.

CEO Letter

Lanciata nel 2020 per fornire aggiornamenti tempestivi sulle tematiche legate al Covid-19, la CEO Letter si è presto imposta come strumento continuativo di **dialogo tra il CEO e l'intera popolazione aziendale**.

Nella forma di una **email ricorrente a firma del CEO Nazzareno Gorni**, la CEO Letter fornisce aggiornamenti sui piani strategici e sulle principali novità del Gruppo, garantendo trasparenza e tempestività negli aggiornamenti.

Evento “Meet The CEO”

Questo evento nasce come **momento chiave nell'onboarding dei nuovi assunti**, avvicinandoli subito al top management e creando un'esperienza positiva di condivisione e appartenenza.

Narrazione di storia, visione e valori aziendali

Con cadenza trimestrale, l'evento “Meet The CEO” coinvolge per un'ora e mezza il CEO Nazzareno Gorni e tutti gli assunti più recenti in tutte le business unit. Per l'occasione, il CEO presenta se stesso e il Gruppo, **narrandone storia, visione e valori**, per poi lasciare ampio spazio alle domande e alla conoscenza reciproca tra le persone.

P&C Corner e Tech Corner

Per loro natura, i **dipartimenti People & Culture (P&C) e IT** interagiscono con una grande varietà di figure e reparti aziendali, impattando in modo materiale sulla **quotidianità professionale e organizzativa** delle persone di Growens.

Per questo, è essenziale garantire il **pieno allineamento** della popolazione aziendale alle attività e agli obiettivi di questi team.

Due newsletter mensili assolvono a questo compito:

Due newsletter mensili per garantire pieno allineamento

- › Il **P&C Corner** ha l'obiettivo di allineare puntualmente e tempestivamente i diversi segmenti di popolazione aziendale su processi, strumenti, eventi e scadenze per loro rilevanti in termini di partecipazione alla vita aziendale. Prevede il coinvolgimento dell'intero dipartimento People & Culture, e nel 2023 è stato inviato 11 volte.
- › Il **Tech Corner** diffonde le principali novità del dipartimento IT, quali progetti conclusi, nuovi tool a disposizione, procedure, eventi e molto altro. Ha l'obiettivo di migliorare il flusso informativo relativo alle tematiche IT, supportando la conoscenza dei processi, l'adozione degli strumenti e la familiarizzazione di tutte le persone con le attività e gli obiettivi del team. Nel 2023, il Tech Corner ha visto 10 edizioni.

Tutti i nuovi assunti viene assegnato un Buddy che li guidi

Iniziative bottom-up

Programma “Let's Buddy Up”

Al fine di aiutare i nuovi assunti a integrarsi in azienda in modo migliore e più veloce, l'iniziativa “Let's Buddy Up”, parte del programma di onboarding, prevede l'assegnazione per ogni nuovo ingresso in azienda di un Buddy, ovvero di **un/a collega di affiancamento durante le prime settimane di lavoro**.

L'obiettivo è dare il benvenuto ai nuovi assunti, fornire un **punto di riferimento chiaro**, promuovere **momenti di aggregazione informale** e fare da ponte per la creazione di una ricca rete sociale.

Ciascun dipendente può proporsi nel ruolo di Buddy, da svolgere compatibilmente con i propri carichi lavorativi.

Nel corso del 2023 la Policy è stata rivista in modo da delineare in modo più preciso il ruolo del Buddy e sottolineare la sua **rilevanza nel processo di onboarding**, attraverso linee guida e un affiancamento fornito dal team di People & Culture.

Team Building

Con l'obiettivo di **creare legami solidi** nei team e di favorire una conoscenza reciproca propedeutica a una fluida collaborazione, tutti i team di Holding e delle business unit ciclicamente si ritrovano per attività di team building, che prevedono un mix di attività ludiche e di sessioni lavorative collettive.

Community LGBTQIA+

Nell'ambito delle iniziative legate alla Diversity & Inclusion (DEI), nel 2023 è nata la prima community LGBTQIA+ di Growens. La community mira a essere uno **spazio sicuro** dove persone LGBTQIA+ e alleati possono incontrarsi (di norma da remoto) per condividere le proprie **esperienze personali e professionali**.

Vuoi approfondimenti?
[Vai al Capitolo 10 >](#)

Affinity Groups

A safe space for
LGBTIA+ individuals
& allies

Nel 2023 Beefree ha lanciato un programma interno di Affinity Groups, ovvero **community interne** gestite da membri volontari del team Customer Experience per **facilitare le connessioni personali** in ambienti di lavoro principalmente remoti. Nel 2024, lo stesso team lancerà forum di community online per fornire risorse aggiuntive ai clienti Beefree.

Programma “Live the Office!”

Con l’adozione definitiva del modello di lavoro ibrido, gli uffici evolvono da semplice scrivania di appoggio a luogo d’elezione dove costruire relazioni, vivere l’esperienza del lavoro in team e - non da ultimo - divertirsi con i colleghi.

Rendere gli uffici un
posto dove costruire
relazioni

In questa ottica è stato inaugurato nel 2023 un programma di iniziative ed eventi interni denominato “Live the Office!”, mirato ad arricchire l’esperienza negli uffici di Cremona e Milano attraverso momenti di aggregazione e di condivisione.

Tra le iniziative figurano caffè gratuito per tutti fino alle 10 del mattino, l’allestimento di una “play room” con ping pong e giochi da tavolo, e un’area lettura dotata di libri e Kindle di libera fruizione. Il programma di eventi, invece, ha previsto:

- › **3 brown bag lunch**, pranzi collettivi collegati a un’iniziativa speciale o a un tema
- › **4 colazioni tematiche** (una per trimestre)
- › **4 watch party** in occasione dei Group Update Webinar trimestrali, ovvero occasioni per seguire insieme in ufficio le presentazioni del top management, seguite da spazio per le domande e da un happy hour
- › **1 evento speciale** in occasione del Wellbeing Month, con la possibilità di ottenere un massaggio posturale in ufficio

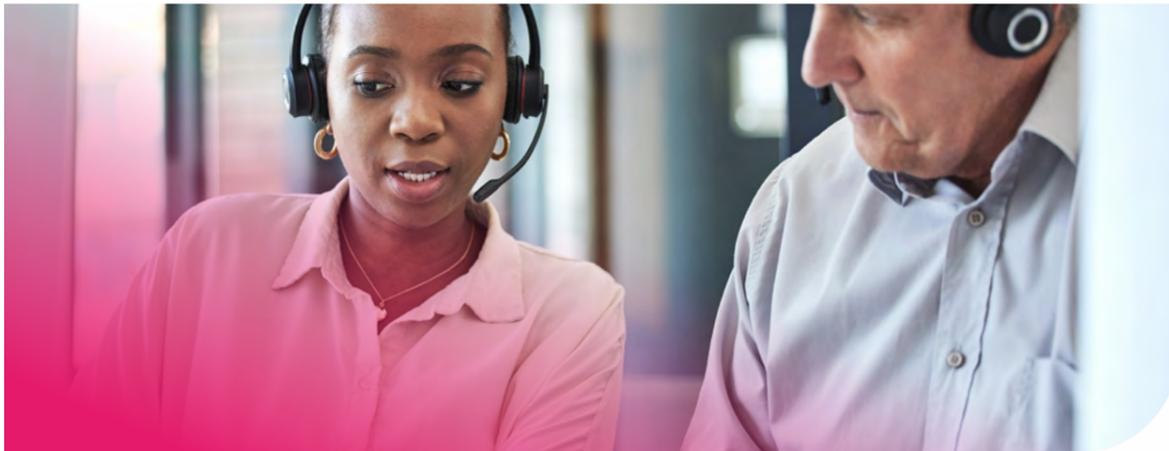
SDG di riferimento



10 Relazione con i clienti 2

Ascolto, coinvolgimento e soddisfazione dei clienti
Protezione dei dati dei clienti
Cyber security

Ascolto, coinvolgimento e soddisfazione dei clienti



Growens crede nel **confronto continuo con i propri Stakeholder** e, in particolar modo, con i propri clienti.

Monitoraggio dell'indice di soddisfazione cliente

Per questo motivo la soddisfazione e gestione delle relazioni con i clienti è risultato anche quest'anno un **tema di rilevanza materiale** e viene in questa sede approfondito per evidenziare come il Gruppo valorizzi l'utente finale dei suoi prodotti e servizi.

In Beefree, l'indice di soddisfazione dei clienti viene monitorato attraverso **scoring quantitativi** (come il Net Promoter Score - NPS) e **qualitativi** (tramite survey, interviste e workshop).

L'obiettivo è conoscere a fondo, lungo tutte le fasi del ciclo di vita del cliente, la sua esperienza, i bisogni, le modalità di utilizzo di piattaforma e servizi, per poter **costantemente migliorare le soluzioni proposte** e intercettare precocemente eventuali aree di criticità.

Metrica standard a livello internazionale

Net Promoter Score (NPS)

Una delle modalità adottate per raccogliere feedback e monitorare la qualità del servizio consiste nella misurazione del Net Promoter Score (NPS), un indicatore che rileva la proporzione di **"promotori" di un prodotto**, marca o servizio, rispetto ai "detrattori".

Questa metrica, creata nel 2003, è tra le più **ampiamente utilizzate** e riconosciute sul mercato.

Il Net Promoter Score si basa su un'unica domanda da sottoporre a chi ha utilizzato il servizio: *"Con quale probabilità consiglieresti questo prodotto/servizio/sito a un amico o a un collega?"*, con possibilità di rispondere **selezionando un valore numerico** compreso tra 0 ("nessuna probabilità") e 10 ("massima probabilità").

Le risposte fornite dai clienti sono quindi classificate come segue:

- › Voto 0-6 = **Detrattori**: clienti insoddisfatti (punteggio -100)
- › Voto 7-8 = **Passivi**: clienti soddisfatti ma indifferenti, considerati "neutri" nel calcolo dell'NPS (punteggio 0)
- › Voto 9-10 = **Promotori**: clienti felici (punteggio +100)

Beefree: NPS 74

Il Net Promoter Score viene calcolato sottraendo la percentuale di detrattori alla percentuale di promotori ottenuta. Il risultato viene espresso come **numero assoluto** compreso tra -100 e + 100.

Nel corso del 2023, Beefree si è sottoposta, tramite l'uso del Net Promoter Score, alla **valutazione da parte dei propri clienti**.

Di seguito sono dettagliati i dati relativi al 2023.

Business unit	Numero di risposte	Punteggio NPS
Agile Telecom	N/A	N/A
Beefree	2355	74

Attività di engagement dei clienti

Growens valorizza il parere dei propri Stakeholder non solo mediante la raccolta di dati quantitativi, ma anche tramite attività che costituiscono **momenti fondamentali e determinanti** nella definizione delle funzionalità di prodotto o dei servizi consulenziali da sviluppare o migliorare.



One-to-one customer interview

- › **Interviste individuali:** come parte della strategia di coinvolgimento dei clienti, Beefree ha istituito delle interviste individuali per i nuovi clienti nei primi mesi dopo l'attivazione della piattaforma. Queste interviste utilizzano la struttura dei "Jobs to be done" per ottenere informazioni più approfondite sulle **motivazioni** e sui **comportamenti** dei clienti. L'obiettivo primario è **comprendere i fattori** che influenzano le decisioni dei clienti nella scelta dei prodotti, aiutando a perfezionare continuamente il posizionamento sul mercato e lo sviluppo dei prodotti in linea con le esigenze e le aspettative dei clienti.
- › **Meeting trimestrali:** per mantenere e rafforzare i rapporti con i clienti esistenti, Beefree ha implementato anche riunioni trimestrali regolari per raccogliere informazioni preziose sulle **esigenze attuali** e sui **piani futuri** dei clienti. Le conoscenze acquisite da questi incontri sono cruciali per validare e **guidare l'evoluzione** di prodotti e servizi. Questo approccio garantisce che l'offerta di Beefree rimanga in linea con le mutevoli esigenze della base clienti.



Eventi per i clienti

- › **Webinar** pensati per condividere con clienti e prospect informazioni sulle piattaforme, consigli e strategie di marketing (in media, 248 partecipanti a ciascun webinar Beefree)
- › **Trade show** ed eventi privati dove incontrare clienti e clienti target (Beefree e Agile Telecom)
- › **Programma di coinvolgimento della community** per migliorare l'esperienza complessiva dei clienti attraverso forum ed eventi tematici (Beefree)



Survey

Oltre all'implementazione del Net Promoter Score (NPS), l'approccio di Beefree alla raccolta del feedback dei clienti è stato diversificato attraverso iniziative basate su **sondaggi su due livelli distinti**:

- › **Ricerca continua:** include una gamma di survey continue, come il Product Market Fit Engine, System Usability Scale ed Event-Based Surveys. Questi strumenti sono progettati per monitorare e valutare continuamente la soddisfazione del cliente, l'usabilità e il coinvolgimento con il prodotto, fornendo approfondimenti regolari sulle esperienze e sulle aspettative degli utenti.
- › **Ricerca specifica:** Beefree conduce anche ricerche mirate a scopi particolari, principalmente per convalidare lo sviluppo di nuovi prodotti o valutare la percezione degli utenti rispetto a funzionalità specifiche. Queste survey forniscono feedback mirati che guidano il perfezionamento e i miglioramenti nella progettazione del prodotto e nel set di funzionalità.

Insieme, questi sondaggi costituiscono parte integrante della strategia di sviluppo prodotto di Beefree, garantendo che il **feedback dei clienti** venga **sistematicamente acquisito** e utilizzato in modo efficace per guidare i miglioramenti e le innovazioni del prodotto.



Newsletter

Beefree invia newsletter dedicate ai clienti allo scopo di veicolare più efficacemente contenuto di prodotto/servizio, di **migliorare consapevolezza e adozione di feature** e in ultima analisi di aumentare il lifetime value dei clienti.

Mirando all'eccellenza operativa, Beefree ha implementato soluzioni di **automazione all'avanguardia** che non solo migliorano l'efficienza dei suoi processi ma contribuiscono anche a **ridurre l'impatto ambientale**.



Sistemi di review dei prodotti e servizi

Per Beefree, le **recensioni dei clienti** vengono gestite attraverso sistemi come [G2](#), [Trustpilot](#), [Capterra](#) e [ProductHunt](#), oltre che tramite marketplace come Hubspot Marketplace e Google Workplace Marketplace.

Queste piattaforme di recensione sono utilizzate per **stabilire fiducia** e rapporti con i clienti, per comprenderne la voce, migliorare le offerte di prodotti e aiutare i clienti ad acquistare con fiducia.

Nel 2023, gli utenti di Beefree e Beefree SDK hanno lasciato un **totale di 134 recensioni**, con una valutazione media di 4,8 su 5.

Piattaforma	Recensioni	Valutazione
Beefree		
Capterra	29	4,8/5 ★★★★★
G2	71	4,7/5 ★★★★★
ProductHunt	14	4,5/5 ★★★★★
Trustpilot	16	4,2/5 ★★★★★
Media generale di tutte le recensioni		4,7/5 ★★★★★
Beefree SDK		
Capterra	4	5/5 ★★★★★



Attraverso questi strumenti, **parlando direttamente e costantemente con i clienti** e riportando le evidenze emerse al management, è possibile valutare le strategie più adatte per migliorare la qualità delle soluzioni e il livello di ingaggio degli Stakeholder.

Supporto ai clienti

I clienti di Growens possono **contattare il team dedicato all'assistenza clienti** attraverso tutti i canali di supporto (email, chat, telefono, piattaforme di ticketing come Zendesk e canali Slack diretti) e ricevere una **risposta personalizzata** dallo specialista dell'assistenza clienti ed eventualmente dal team di sviluppo.

I clienti possono anche condividere le proprie domande e opinioni attraverso i **canali social media** delle business unit del Gruppo.

Inoltre, la Società si attiva proattivamente al fine di raggiungere i propri clienti con l'obiettivo di **raccogliere i loro feedback** e le esigenze del mercato.

Growens **misura il tempo di risposta e di risoluzione** dei problemi nei canali di supporto (email, chat, telefono) e chiede un feedback, una volta risolte le criticità.

Beefree rende disponibili ai clienti **due Help Center specifici** per prodotto che forniscono un database con le informazioni dettagliate su come risolvere i problemi più comuni, una guida rapida e soluzioni basate su casi di studio. Inoltre, offre estesa documentazione tecnica ai clienti di Beefree SDK, per facilitare l'implementazione del builder nelle loro applicazioni.

Ogni reclamo è valutato dal team di assistenza e **monitorato via email o telefono** fino alla risoluzione del problema. Nel caso in cui la questione sia legata alla fatturazione, viene coinvolto il team dedicato qualora sia necessario elaborare un rimborso totale o parziale. Di seguito si presentano i **dati relativi all'assistenza ai clienti** per l'anno 2023.

Beefree

- › Tasso di soddisfazione (CSAT): 90%
- › Ticket elaborati su Zendesk: 9.050
- › Tempo medio di prima risposta: 3 ore e 8 minuti
- › Numero di visualizzazioni degli articoli dell'Help Desk: 251.000

Protezione dei dati dei clienti

Growens pone la massima attenzione a **garantire la protezione dei dati e la tutela della privacy** nei confronti di tutti i propri Stakeholder e, in particolare, nei confronti dei clienti che ripongono la propria fiducia nella capacità del Gruppo di tutelare i propri dati.

Massima trasparenza per una gestione dati ottimale

Sullasciadiunoperato**dasempreimprontatoallatotaletrasparenza**, la Società nel tempo ha posto in essere alcune importanti misure per garantire una gestione sempre migliore dei dati personali e della sicurezza della propria infrastruttura.

Se già nel 2018, con l'entrata in vigore del GDPR, ai fini di una migliore gestione del business, Growens ha **nominato un Data Protection Officer** per la Società Capogruppo, esternalizzando poi il ruolo nel 2020 con il conferimento dell'incarico allo **Studio Legale ICTLC S.p.A.**

Modello Privacy localizzato per ogni Società

Dal 2022, il **modello Privacy** adottato da Growens è **localizzato per ogni Società** facente parte del Gruppo, che ha quindi adeguato alla propria struttura e al proprio business il modello, recependo altresì eventuali requisiti normativi locali e lo ha approvato, nominando poi formalmente lo Studio Legale ICTLC S.p.A. quale proprio responsabile della protezione dei dati e comunicando i dati di contatto del Data Protection Officer alle pertinenti Autorità di controllo.

In particolare, il Modello riflette la posizione che il Gruppo si impegna ad adottare in relazione al trattamento dei dati personali, prevedendo politiche e procedure volte a stabilire un **quadro interno completo coerente e solido** sull'elaborazione dei dati personali che i dipendenti e il personale del Gruppo devono seguire, indipendentemente da dove tali attività possano aver luogo.

La figura del DPO, altamente qualificata, indipendente e dotata altresì di esperienza nel settore della protezione dei dati personali, svolge la propria funzione a favore dell'intero Gruppo.

Cyber Security



ISO 27001

Beefree detiene la certificazione ISO 27001, uno standard riconosciuto a livello globale, a dimostrazione dell'impegno nella sicurezza grazie all'adozione di un solido sistema di gestione delle informazioni.

SOC2

Tra gli obiettivi per il FY 2024 di Beefree è ricompreso l'ottenimento della certificazione SOC2, uno standard ampiamente riconosciuto di conformità volontaria per le società di servizi, sviluppato dall'American Institute of CPAs (AICPA), che garantisce che i controlli di sicurezza, la privacy e la disponibilità delle informazioni dei fornitori di servizi soddisfino le best practice del settore.



Certificazioni AWS

Beefree ha ottenuto gli status AWS Certified Cloud Practitioner e AWS Certified Solutions Architect Associate: un'attestazione della sua esperienza nella progettazione, distribuzione e gestione di applicazioni su AWS, garantendo prestazioni e sicurezza ottimali.

Compliance GDPR

Growens garantisce la piena conformità al GDPR di tutti i suoi prodotti e processi, applicando i più elevati standard di sicurezza e protezione dei dati.



Attività di cyber security

Growens, operando in un ambiente complesso e dinamico, ha assunto una sempre maggiore consapevolezza relativamente al fatto che l'**Information & Cyber Security** sia un aspetto di importanza fondamentale per il raggiungimento dei propri obiettivi di business.

Nel corso del 2023, il Gruppo ha proseguito le attività di valutazione e gestione dei rischi di Information & Cyber Security, con l'obiettivo di migliorare continuamente le sue pratiche. Ha quindi mantenuto e proseguito l'**attività di Information & Cyber Security Risk Assessment**, in ottica di miglioramento continuo, finalizzata a:

- › **Identificare** i principali rischi di Information & Cyber Security per il business, anche mediante audit di sicurezza da parte di terzi
- › **Valutare** il livello di maturità del sistema di controllo di Information & Cyber Security in relazione a uno standard ISO/IEC e a una emanazione dell'ENISA
- › **Identificare** le aree di intervento e le azioni di mitigazione per ridurre il rischio.

Cyber Security Framework

Completato l'assessment sul Sistema di Gestione per la Sicurezza delle Informazioni (ISMS) delle business unit di Growens, nel 2023 è stata implementata l'integrazione del Cyber Security Framework all'interno del Gruppo, con l'obiettivo di **uniformare il modello di governance** e migliorare la gestione complessiva della cyber security.

Certificazioni

Il mantenimento della certificazione con riferimento alla norma **ISO/IEC 27001:2013** per BEE Content Design Inc. è avvenuto con successo nel primo trimestre 2023. Questo ha permesso di continuare a dimostrare l'impegno nella sicurezza adottando un **solido sistema di gestione delle informazioni**.

Nel corso del 2023, sono stati delineati gli standard di misurazione per valutare come **BEE Content Design Inc.** gestisce e regola le proprie informazioni.

Con ciò è stato intrapreso e completato il percorso per l'ottenimento della certificazione **SOC2 Type II**, un altro importante traguardo che nuovamente dimostra e sottolinea l'impegno nel garantire la sicurezza e la protezione dei dati dei clienti.

Modello Organizzativo Cyber Security

Nel 2023 stato consolidato il **Modello Organizzativo Cyber Security** già implementato in Growens, individuando una struttura che meglio si adatta alle esigenze di Gruppo. Sono stati anche **definiti KPI** per valutare l'efficacia delle misure di Information & Cyber Security, inclusi il numero di risorse, la distribuzione, le abilità e le competenze richieste.

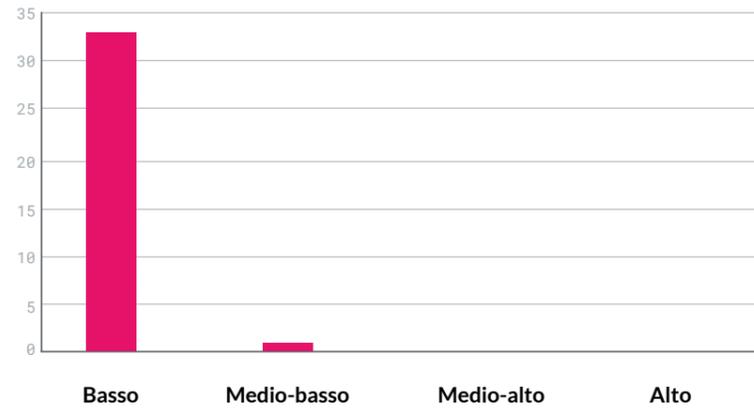
Altre iniziative di cyber security

Le ulteriori principali iniziative e attività si sono incentrate su questi temi:

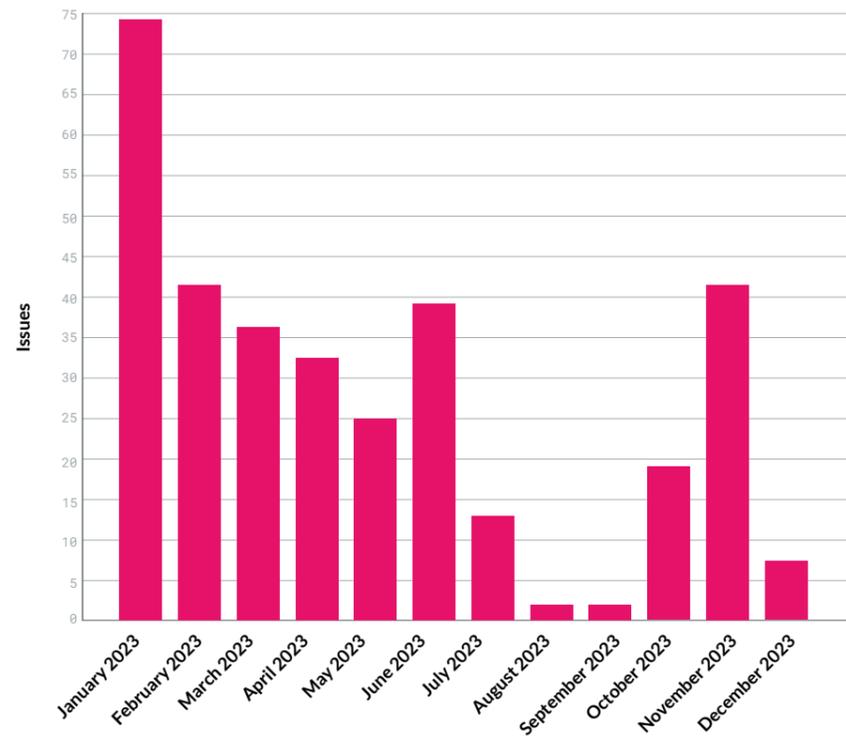
- › **Tecnologie:** è stato compiuto un importante investimento nelle tecnologie di sicurezza, con la transizione dell'infrastruttura Active Directory da una soluzione on-premise a una basata su Cloud utilizzando Microsoft AzureAD. Questo ha permesso di potenziare ulteriormente le tecnologie di sicurezza avanzate già implementate, come firewall, sistemi di rilevamento delle intrusioni, soluzioni antivirus e antimalware, crittografia dei dati e strumenti di autenticazione a più fattori. Inoltre, anche le infrastrutture e i servizi ospitati su AWS sono stati integrati con questa soluzione, per garantire una protezione completa.
- › **Awareness:** è stata data grande importanza alla formazione e alla consapevolezza dei dipendenti in materia di cyber security, attraverso un'attività di sensibilizzazione sugli attacchi di tipo Ransomware, fornendo gli strumenti per l'identificazione e promuovendo le migliori pratiche per la sicurezza online.
- › **Processi e procedure:** l'Azienda ha lavorato per rafforzare i processi di gestione della sicurezza, inclusa la gestione delle vulnerabilità, la gestione del cambiamento e la risposta agli incidenti di sicurezza, grazie anche ad una revisione dei servizi di Cyber Security Intelligence e di SOC.
- › **Audit e test di sicurezza:** sono stati condotti audit e valutazioni di sicurezza periodiche per ottenere il report annuale di Risk Assessment richiesto dall'articolo 32 del GDPR. Inoltre, Growens ha collaborato con fornitori esterni per eseguire *penetration test*, analisi delle vulnerabilità e revisioni delle politiche di sicurezza, al fine di identificare e mitigare i rischi.
- › **Monitoraggio e rilevamento delle minacce:** è stata posta particolare attenzione al monitoraggio costante e al miglioramento continuo della cyber security grazie al supporto del SOC esterno e collaborando con ricercatori di sicurezza esterni. Sono state raccolte metriche, gestite e analizzate segnalazioni di sicurezza attraverso un flusso di gestione dedicato, condiviso informazioni sulle minacce e adeguato le policy in base alle nuove minacce emergenti. Questo approccio permette di mantenere un alto livello di sicurezza nel tempo e di affrontare in modo proattivo le sfide della cyber security.

Le attività svolte vengono coordinate al fine di integrare le azioni individuate con il modello di **Data Protection Compliance** di Gruppo e massimizzare i benefici dell'applicazione.

Grazie all'approccio proattivo e alle misure di sicurezza preventive, il **livello di rischio** dell'organizzazione risulta **basso**. I risultati della valutazione del rischio sono rappresentati nella figura 1, che raggruppa le minacce secondo gli intervalli di livelli di rischio.



La figura 2 illustra la **gestione e la risoluzione degli eventi di sicurezza** nel corso dell'ultimo anno, suddivisi per mese.



10 Relazione con la collettività

SDG di riferimento



- Eventi sportivi
- Associazioni culturali e non-profit
- Adesione ad associazioni
- Creazione di cultura digitale
- Relazioni con i media
- Collaborazioni con scuole, università e centri di ricerca

Eventi sportivi

Growens supporta iniziative di aggregazione sociale volte a promuovere lo sport, l'agonismo e il benessere fisico a livello locale e nazionale.

Nel 2023, Growens è stato Main Sponsor della 22° edizione della **Half Marathon Cremona**, tenutasi il 15 ottobre 2023, che ha riunito 1.750 iscritti per una mezza maratona nella città natale del Gruppo.



Associazioni culturali e non-profit

L'Azienda supporta enti e associazioni impegnate nel sociale, nella sostenibilità ambientale e nello sviluppo della cultura imprenditoriale.

A livello sia locale che nazionale, il Gruppo garantisce a tutte queste realtà l'utilizzo delle proprie piattaforme a titolo gratuito o in cambio di servizi simbolici. **Beefree supporta oltre 800 non-profit** fornendo a ciascuna un voucher di USD 1.000 per l'utilizzo dei propri editor.

Per le realtà non-profit più piccole (pari all'88% del totale), tale voucher copre interamente il costo del servizio, mentre per le organizzazioni più strutturate risulta in una scontistica.

Teatro Amilcare Ponchielli

Per il 2023 Growens ha scelto di diventare un sostenitore promotore del prestigioso e storico **Teatro Amilcare Ponchielli di Cremona** (città natale del Gruppo).



Il Teatro ha da sempre ricoperto un ruolo importante di aggregazione, di incontro e di scambi di pensiero, contribuendo all'**evoluzione sociale ed umana del territorio cremonese** (e non solo). Supportare questa istituzione significa quindi **aiutare la cultura e la storia del territorio**, sostenendo concretamente la capacità del nostro Paese di emozionare e fare cultura.

Growens si impegna a supportare economicamente il Teatro Ponchielli e fornisce la possibilità di partecipare attivamente alla vita del Teatro, garantendo ai propri dipendenti un **accesso agevolato** agli spettacoli in cartellone e coinvolgendoli in prima persona nelle iniziative culturali e sociali promosse dall'istituzione.

Partecipazione al CRIT



Il **CRIT - Cremona Information Technology**, consorzio senza scopo di lucro, è stato costituito nel 2012 da alcune aziende cremonesi operanti nel settore ICT (A2A SmartCity - ex LineaCom, Growens e Microdata Group), partecipanti a un tavolo di lavoro creato dal Politecnico di Milano - Campus di Cremona.

Growens ad oggi **detiene il 33%** del CRIT, che dal 2017 ha la propria sede operativa e amministrativa di Cremona presso il **Distretto per l'Innovazione Digitale**, nell'edificio che ospita anche gli uffici Growens.

Creare un ambiente che generi opportunità di crescita

La mission del CRIT è di essere un distretto per l'innovazione che contribuisca allo **sviluppo economico, ambientale, culturale e sociale del territorio**, attraverso la valorizzazione delle eccellenze distintive esistenti e la creazione di un ambiente che generi opportunità di crescita.

Il CRIT si pone l'obiettivo di **migliorare la competitività e l'attrattività del territorio** attraverso un ecosistema capace di promuovere e sostenere l'innovazione all'interno delle aziende, di creare un distretto di eccellenza in ottica di Open Innovation, potenziare le rispettive eccellenze e favorire la generazione di nuove importanti realtà tecnologiche.

Luogo di aggregazione e centro di eccellenza

Il CRIT si pone il duplice obiettivo di essere un **luogo fisico di aggregazione** e d'incontro nel quale le aziende possono confrontarsi operando al meglio delle loro potenzialità e, allo stesso tempo, un **centro di eccellenza** capace di trasferire opportunità economiche alla comunità locale e non solo, grazie all'utilizzo di nuove tecnologie di comunicazione e informazione al fine di un miglioramento della qualità della vita dei cittadini.

Growens ha sempre creduto nella **potenzialità e nell'importanza del progetto**, tanto da investire, oltre a risorse finanziarie, anche proprie persone che sono messe a disposizione gratuitamente e in modo continuativo al CRIT per il coordinamento strategico, il project management per alcuni progetti/eventi e le attività di formazione.

Donazioni

Il Gruppo e le sue business unit supportano **organizzazioni non-profit certificate** effettuando donazioni in denaro. Nel 2023:

- › In occasione delle **alluvioni in Emilia-Romagna**, Growens ha raddoppiato ogni donazione effettuata dai dipendenti, per un totale di EUR 1.750 devoluti a Croce Rossa Italiana, Protezione Civile - Emilia Romagna, Emergency, Comune di Forlì, Caritas Italiana per l'Emilia-Romagna, Fondazione Specchio dei Tempi ed Essere Animali - Bologna.
- › **Beefree** ha inoltre donato EUR 1.500 a Emergency (maggio 2023) e USD 1.500 a Medici Senza Frontiere (MSF, ottobre 2023)

Adesione ad associazioni

Growens e le sue business unit aderiscono ad **associazioni nazionali e internazionali**, sia di categoria (come le Associazioni Industriali) che tecniche o legate alle *industry* verticali all'interno dei quali operano. In questo modo è parte dei tavoli che definiscono le best practice di settore.

Elenco delle associazioni a cui Growens o le sue business unit risultano iscritte nel FY 2023

Associazione Industriali Provincia di Cremona	GSMA
Associazione Industriali Provincia di Brescia	AGCOM
RIPE	MEF

Creazione di cultura digitale

Il Gruppo crede nella **creazione e condivisione del sapere** come principio fondamentale per la crescita collettiva. Insieme alle sue business unit, è in prima linea nello sviluppo di attività di aggiornamento e formazione nel settore del Digital Marketing.

Growens Innovation Blog

Come esplorato nel resto del capitolo, l'innovazione è parte del **DNA di Growens**.

 [Scopri il blog >](#)

I team di Design e IT, coadiuvati dal team di Corporate Communications, curano dal 2022 un progetto mirato alla comunicazione esterna delle **storie di innovazione** che abilitano il successo di Growens.

Ospitato su Medium per massimizzare l'esposizione a un pubblico esterno, il **Growens Innovation Blog** racconta storie di innovazione, change management e creazione di valore.

Offre dimostrazioni e casi di studi sui **progetti più innovativi** in Growens, resi possibili dai metodi di design e dalle **competenze tecnologiche** presenti in Azienda.

Storie di successo abilitate dall'innovazione

L'obiettivo è **aumentare la consapevolezza** tanto dei dipendenti quanto dei professionisti esterni di cosa significhi fare innovazione in Growens.

Nel 2023, i team hanno pubblicato sull'Innovation Blog un totale di **8 articoli**, di cui:

- › 6 articoli sull'innovazione di Design
- › 2 articoli sull'innovazione tecnologica



Gold Sponsor del TEDx Cremona

Nel 2023, per il terzo anno consecutivo, Growens è stato Gold Sponsor dell'evento **TEDx Cremona Salon**, organizzato nella storica cornice del Teatro Ponchielli di Cremona.

Il tema della conferenza è stato **"cIAo. Benvenuta Intelligenza Artificiale"**: un incontro dedicato a esplorare le meraviglie dell'Intelligenza Artificiale e scoprire come essa possa intrecciarsi con il nostro mondo in continua evoluzione.

AWS Meetup

I professionisti dell'area tecnologica di Growens sono tra i **co-fondatori dell'AWS User Group di Cremona**, creato secondo un format consolidato a livello globale per condividere esperienze e conoscenze acquisite nell'ecosistema AWS.

Il gruppo è **aperto a tutte le persone**, dalle figure tecniche interessate ai prodotti AWS, alle figure manageriali intenzionate a comprendere gli usi e i benefici del cloud.

Nel 2023 il gruppo ha organizzato **due eventi per la community**, denominati AWS Meetup:

- › **Content delivery** - Ottimizzare immagini on fly su AWS
- › **Costruire applicazioni moderne in cloud** con tecnologie serverless e microservizi

Nel 2024 gli eventi proseguiranno in modalità sia remota che in presenza.

Risorse Beefree

Beefree crea e diffonde cultura digitale su numerosi canali e in molteplici formati.

Blog Email Design & More



[Scopri il blog Beefree >](#)

Il blog di Beefree, Email Design & More, è un hub dove trovare le **best practice di email design**, ispirazione visiva ed esplorazione delle tendenze del settore, che abilita gli utenti a creare campagne di email marketing più performanti.

Blog Beefree SDK



[Scopri il blog Beefree SDK >](#)

Accanto all'Help Center, il blog fornisce una **risorsa ai clienti esistenti**, in particolare Product Marketer, per approfondire i vantaggi derivanti dall'integrazione delle nuove funzionalità di Beefree SDK nelle applicazioni SaaS.

Webinar

I webinar offrono a utenti esistenti e potenziali **dimostrazioni dettagliate e tutorial approfonditi** su come ottenere i risultati desiderati usando Beefree o Beefree SDK. Successivamente alla diretta, sono ridistribuiti tramite blog post, team di vendita e campagne email.



[Riguarda i webinar >](#)

Nel 2023, Beefree ha prodotto **8 webinar** con l'obiettivo di insegnare agli utenti come utilizzare e abilitare nuove funzionalità e come ottenere il massimo da Beefree e Beefree SDK.

In totale, i webinar hanno avuto un totale di **2.106 iscritti** (tasso di registrazione del 25%) e 685 partecipanti (tasso di partecipazione del 34%).

Beefree Video Academy

Beefree diffonde i suoi video su varie piattaforme tra cui YouTube, social media e il sito web beefree.io. Tra questi figurano **tutorial, aggiornamenti di prodotto, case study**, notizie aziendali ed editoriali. Crea inoltre video dimostrativi per fornire indicazioni e procedure dettagliate sul design di email e landing page.

La Fase 1 della creazione della **YouTube Academy** ha previsto 19 video ad hoc, rafforzando l'impegno nel fornire ai clienti formazione e supporto di qualità sui prodotti

Questi contenuti aiutano ad **allargare la competenza** del pubblico sulle tematiche di email design, favorendo una comprensione più profonda e generando interesse verso il mercato di riferimento.

Di seguito si riportano **alcuni dati** relativi alla produzione di contenuti da parte di Beefree nel 2023.

Blog



- › 43 articoli
- › 78.648 visualizzazioni degli articoli

Webinar



- › 8 webinar
- › 2.106 iscritti totali
- › 685 partecipanti totali

YouTube Video Academy



- › 38 video pubblicati
- › 5 nuove playlist
- › 448 nuovi iscritti
- › 83.500 visualizzazioni totali
- › 512.000 impression totali

Partnership Program

Beefree ritiene che l'**azione collettiva** sia essenziale per promuovere un cambiamento positivo. Il suo programma di partnership è una testimonianza di questa convinzione, poiché l'Azienda collabora con organizzazioni e fornitori che la pensano allo stesso modo e che condividono il suo impegno per la **diffusione di cultura digitale**.

Attraverso queste partnership, mira a sfruttare le risorse condivise, scambiare best practice e lavorare collettivamente verso obiettivi comuni, promuovendo una rete dedicata ad avere un **impatto significativo sulla collettività**.

Relazioni con i media

Growens collabora quotidianamente con testate media (sia generaliste che orientate al mondo marketing e tecnologia) per la diffusione dei suoi contenuti editoriali sui rispettivi target. I canali utilizzati comprendono blog post, comunicati stampa, DEM, newsletter, inserti pubblicitari e post social.

Le principali testate che hanno dato spazio a contenuti di Growens nel 2023 sono state **Il Sole 24 Ore, La Stampa, Repubblica Affari&Finanza, Engage, Avvenire, Capital, Italia Oggi.**

Il Gruppo diffonde periodicamente tramite ufficio stampa comunicati stampa relativi ad aggiornamenti finanziari (risultati e bilanci), premi, nomine significative e diverse altre tematiche afferenti alla Holding o alle singole business unit, come presentazioni di nuovi prodotti, pubblicazioni di contenuti editoriali o collaborazioni con clienti.



Attività sui social network

Growens è presente sui principali social network con canali dedicati a ciascuna business unit e all'entità di Holding. Su tali canali si impegna a fornire aggiornamenti ai propri Stakeholder su novità e attività e a fornire assistenza relativamente ai propri prodotti e servizi.

Di seguito, i dati relativi al numero di follower dei singoli profili social delle Società del Gruppo al 31 dicembre 2023.

Numero di follower 2023

	Facebook	YouTube	X	LinkedIn	Instagram
Holding	406	58	124	6.734	699
Beefree	912	3.869	1.673	3.291	1.474
Agile Telecom	-	-	-	982	-
Totale	1.318	3.927	1.797	10.123	2.173

Utilizzo dei social media



Per Beefree, il canale LinkedIn ha avuto un aumento del **+64,76% nel suo seguito** grazie alla sua adozione proattiva come strumento di brand reputation e awareness, e al consolidamento delle due pagine di prodotto in un'unica pagina aziendale. Instagram continua a essere un canale importante di **ispirazione visiva** e per aggiornamenti sulle novità di prodotto.

Agile Telecom utilizza esclusivamente LinkedIn per mettere in evidenza contenuti di carattere istituzionale relativi all'Azienda e al Gruppo Growens.



Collaborazioni con scuole, università e centri di ricerca



Coerentemente con i propri valori di *caring* per la comunità e di *open-mindedness*, Growens ritiene estremamente importante fornire il proprio contributo alla **creazione di cultura legata alla tecnologia e al digitale**, soprattutto presso le generazioni più giovani.

I suoi professionisti pertanto **collaborano frequentemente con Università ed enti formativi** quali Università Cattolica del Sacro Cuore, Università degli Studi di Cagliari, LUISS, The Net Value, The Techshop e Girls Restart, in qualità di docenti a contratto, *visiting lecturer* o consulenti, secondo le modalità descritte di seguito.

Politecnico di Milano

Nel 2023, il CEO di Growens, Nazzareno Gorni, ha presentato il case study di Growens e ha partecipato a una lezione del corso di laurea magistrale in Ingegneria Gestionale del Politecnico di Milano, svolgendo **attività di mentoring** ai gruppi di studenti durante lo sviluppo di un progetto imprenditoriale.



Università Cattolica del Sacro Cuore (campus di Cremona)

Growens collabora con il campus di Cremona dell'Università Cattolica attraverso il **coinvolgimento diretto** del Presidente & CFO Matteo Monfredini e del CIO Michele Cappellini, nelle attività sotto elencate:



- › **Coinvolgimento nel comitato d'indirizzo LM Innovazione e Imprenditorialità Digitale**, con lo scopo di condividere con tutte le imprese e gli enti partner i risultati del percorso degli studenti che hanno appena finito il primo e secondo anno di corso e programmare insieme le attività per il successivo anno accademico. La riunione è un'occasione anche per promuovere la conoscenza tra tutte le imprese partner della laurea, i docenti e i responsabili di alcuni servizi dell'Ateneo.
- › **Ruolo di Coach nell'ambito del corso di Imprenditorialità e Business Planning tenuto dal Prof. Antoldi**, in cui gli studenti sono impegnati in un lavoro di gruppo finalizzato a progettare lo start-up di una nuova impresa, dall'idea iniziale attinente al mondo digital alla presentazione del business plan finale.
- › **Partecipazione al corso Laboratorio di Tecnologie Informatiche**, con una lezione dedicata alle infrastrutture applicative e all'organizzazione dietro le piattaforme tecnologiche, con il ruolo di startup scouter per il pitch finale.
- › **Partecipazione al progetto MyMentor**, affiancando due studenti del primo anno del corso di laurea magistrale in Innovazione e Imprenditorialità Digitale.

Università degli Studi di Cagliari

Growens ha portato la sua esperienza agli studenti del triennio e del biennio specialistico del corso di laurea in **Applied Computer Science and Data Analytics**, all'interno del corso di Deep Learning. Ha inoltre attivato **due borse di studio** per un triennio di dottorato, cofinanziate attraverso il PNRR.



LUISS Hub (LUISS Business School)

Il team People & Culture di Growens ha stretto legami solidi con **LUISS Hub**, distaccamento milanese della LUISS Business School.

In **LUISS**, Growens è presente con:

- › Il corso di "Organizzazione, Tecnologie Digitali e HRM" per il Master in Gestione Risorse Umane
- › Il corso di "Megatrend" per il modulo di General Management cross-Master
- › Il progetto "Job Shadowing" per gli studenti dei Master in Digital Marketing
- › 1 stage attivato nel 2023 per ospitare giovani talenti

Tra i valori che Growens condivide con LUISS c'è la volontà dell'Università di promuovere una **forte connessione con il mondo sperimentale**, al fine di fornire agli studenti gli strumenti necessari per essere parte attiva dei cambiamenti che caratterizzano la società contemporanea.



GirlsRestart

Il CEO Nazzareno Gorni ha preso parte come **mentor** al programma **CEO Factory**, promosso da Girls Restart, volto ad accompagnare **donne di talento** a raggiungere una posizione di direzione e patrocinato da Federmanager e AICEO.

Insieme ad altri 100 CEO provenienti dalle più importanti aziende italiane e internazionali, Growens vuole contribuire allo sviluppo della **prossima generazione di donne CEO**.

The Net Value

A partire da gennaio 2023, il **Cagliari Innovation Lab**, centro di ricerca e sviluppo di Growens dedicato all'innovazione digitale e tecnologica, ha inaugurato un **ciclo di seminari** su tematiche legate all'Information Technology (IT).

In collaborazione con The Net Value, community di innovatori fondata nel 2009 per supportare l'innovazione e l'imprenditoria digitale sul territorio sardo, sono stati organizzati **sei speech** improntati su differenti tematiche IT, durante la prima parte dell'anno 2023.

Data Analyst, Engineer, Manager e altre figure altamente qualificate hanno calcato il palco per condividere con professionisti del settore e studenti universitari **soluzioni innovative applicate in Growens**. Questi titoli dei seminari:

- › Product Qualified Lead: come riconoscerli per ottimizzare la product experience
- › Automate your company workflow: why you need a CLI
- › Real time data streaming: BEE Real Time
- › Predict Customer LifeTime Value
- › Cyber Security & ISO 27001 Certification
- › Cloudwatch Logs
- › Shape Up & Smart Working
- › I test nello sviluppo software
- › Panoramica sui concetti di CI/CD



THE TECHSHOP

The Techshop

La People & Culture Director di Growens, Enrica Lipari, si offre come Talent Advisor del Venture Capital The Techshop, al fine di **supportare la crescita manageriale dei giovani imprenditori** delle startup in portfolio.

Nel 2023, Massimo Arrigoni, CEO di Beefree, ha inoltre offerto un **workshop virtuale** sul tema “Product-Led Growth” ai co-founder delle startup SaaS del Club The Techshop.



Programmi di stage e piattaforme gratuite per le università

Per rafforzare la collaborazione con le università, la Holding offre agli studenti **posizioni di stage curricolare**.

Beefree offre un **voucher di USD 1.000** a enti non-profit, scuole e università per l'utilizzo della propria piattaforma. Circa l'88% delle organizzazioni scuole, università e organizzazioni non-profit riceve il servizio Beefree gratuitamente.

GRI Content Index

GRI Content Index

Statement of use	Il Gruppo Growens ha redatto il presente Bilancio di Sostenibilità in conformità ai GRI Sustainability Reporting Standards per il periodo 01/01/2023 - 31/12/2023 (opzione in accordance with)
GRI 1	GRI 1 - Principi Fondamentali - versione 2021
GRI Sector Standard applicabile	Nessun GRI Sector Standard applicabile

GRI Sustainability reporting standard	Riferimento capitolo / Paragrafo	Commenti / Omissioni
---------------------------------------	----------------------------------	----------------------

General disclosures

GRI 2: General disclosures 2021		
2-1	Dettagli organizzativi › Nota metodologica › Chi siamo › Storia	Milano, Via Pola 9, 20124, +39 0271040485 (dal 1° gennaio 2024 la sede è stata spostata in Via Porro Lambertenghi 7, Milano) Cremona, Via dell'Innovazione Digitale 3, 26100, +39 037224525
2-2	Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione › Nota metodologica › Business unit	
2-3	Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto › Nota metodologica	Data di pubblicazione del Bilancio di Sostenibilità 2022: 21 marzo 2023 Data di pubblicazione del Bilancio di Sostenibilità 2023: 19 aprile 2024
2-4	Revisione delle informazioni › Nota metodologica › Relazioni con i dipendenti › Relazione con l'ambiente › Crescita economica e performance finanziarie	I dati relativi ad ambiente e risorse umane sono relativi solamente al FY 2023 in quanto non comparabili con le informazioni degli esercizi precedenti stante le modifiche apportate alla composizione aziendale a seguito delle operazioni straordinarie concluse nell'anno di riferimento. I valori di conto economico utilizzati per gli indici 2022 sono stati riclassificati rispetto al BDS22 in quanto rappresentativi delle sole continuing operations ai sensi del principio IFRS 5 (non inclusivo delle discontinued operations, riportanti un risultato netto pari a 1,5 milioni nel FY 2022).
2-5	Assurance esterna	Il Bilancio di Sostenibilità non è revisionato da un ente terzo indipendente.
2-6	Attività, catena del valore e altre relazioni commerciali › Business unit › Mercato delle Marketing Technologies (MarTech) › Relazioni con i fornitori › Relazioni con i clienti	
2-7	Dipendenti › Relazione con i dipendenti › Allegati	
2-8	Lavoratori non dipendenti › Relazione con i dipendenti › Allegati	

2-9	Struttura e composizione della governance	› Corporate Governance › Risk Management	
2-10	Nomina e selezione del massimo organo di governo		La selezione dei potenziali membri degli organi sociali avviene a cura degli azionisti aderenti al patto parasociale e la nomina dipende dal successivo voto di lista nonché da eventuali altre liste presentate da altri azionisti che da soli o insieme ad altri azionisti rappresentino almeno il 5% del capitale sociale. I criteri utilizzati per la nomina e selezione dei membri del C.d.A. sono i seguenti: diversità, indipendenza e competenze rilevanti per gli impatti dell'organizzazione.
2-11	Presidente del più alto organo di governo		Il presidente del C.d.A. è stato nominato anche CFO in ragione delle sue competenze specifiche in materia (2.1 Corporate Governance). Al fine di prevenire e mitigare i conflitti di interesse, il processo di approvazione dei bilanci annuali e delle relazioni semestrali prevede il coinvolgimento di più figure (ad esempio Accounting Manager, CAO e CFO) come risulta altresì dai protocolli di controllo adottati dalla Società ai sensi del D. Lgs. 231/2001.
2-12	Ruolo del più alto organo di governo nella supervisione degli impatti	› Vision, mission, valori e purpose › Gli Stakeholder di Growens e la materialità	
2-13	Delega di responsabilità per la gestione degli impatti		Non sono stati nominati né dirigenti né altri dipendenti responsabili della gestione degli impatti. Growens ha comunque costituito comunque un Gruppo di Lavoro Interno rappresentativo delle principali funzioni aziendali che si occupa della redazione annuale del Bilancio di Sostenibilità. Una volta all'anno, il C.d.A. prende visione e approva il Bilancio di Sostenibilità, contenente la rendicontazione degli impatti sull'economia, l'ambiente e le persone.
2-14	Ruolo del più alto organo di governo nel reporting di sostenibilità	› Nota metodologica	
2-15	Conflitto di interessi	› Governance etica	
2-16	Comunicazione delle criticità	› Anticorruzione, concorrenza leale e legalità	Oltre alla procedura di whistleblowing e alla procedura di segnalazione all'O.d.V. della Società, ogni Manager svolge un'attività di presidio rispetto alle proprie funzioni sottoposte e comunica eventuali criticità al C.d.A. Nel periodo di rendicontazione non sono state registrate criticità comunicate al C.d.A.
2-17	Conoscenza collettiva del più alto organo di governo		Nel periodo di rendicontazione non sono state implementate iniziative in materia di sviluppo sostenibile, specificamente rivolte al C.d.A.
2-18	Valutazione delle prestazioni del massimo organo di governo		La Società non effettua specifiche attività di valutazione sulle prestazioni del C.d.A. relativamente ai temi ESG.
2-19	Politiche di remunerazione	› Total Rewards Program	
2-20	Processo per determinare la remunerazione	› Total Rewards Program	La progettazione delle politiche retributive avviene nel team People & Culture, in collaborazione con il team di Finance Controlling.
2-21	Rapporto tra i compensi annuali totali	› Total Rewards Program	

2-22	Statement sulla strategia di sviluppo sostenibile	› Lettera agli Stakeholder	
2-23	Impegni nelle politiche	› Governance etica	Tutti gli impegni descritti sono approvati dal C.d.A. Gli impegni nelle politiche sono comunicati ai lavoratori, ai partner commerciali e alle altre parti interessate utilizzando i seguenti mezzi: comunicazioni interne aziendali, intranet, siti web delle Società del Gruppo e clausole contrattuali.
2-24	Integrazione degli impegni nelle politiche	› Governance etica	L'organizzazione incorpora ciascuno dei suoi impegni per una condotta aziendale responsabile del business nelle policy e nelle procedure interne, nei sistemi di delega e nelle procure, nonché in specifiche clausole contrattuali e tramite l'erogazione di specifica formazione in materia.
2-25	Processi per rimediare agli impatti negativi	› Risk Management	
2-26	Meccanismi di consultazione ed espressione di dubbi	› Governance etica › Dialogo con gli Stakeholder	
2-27	Conformità con le leggi e i regolamenti		L'organizzazione non ha rilevato casi significativi di non conformità a leggi e regolamenti durante il periodo di rendicontazione.
2-28	Associazioni	› Relazione con la collettività	
2-29	Approccio di Stakeholder engagement	› Dialogo con gli Stakeholder › Analisi di materialità	Gli Stakeholder coinvolti nel business del Gruppo Growens sono identificati secondo la loro rilevanza e la loro disposizione verso le attività dell'azienda, nei Paesi e nei territori in cui le business unit operano.
2-30	Accordi di contrattazione collettiva	› Relazione con i dipendenti	La totalità dei dipendenti (100%) è coperta da CCNL.

Temi materiali

GRI 3: Temi materiali 2021

3-1	Processo per la determinazione dei temi materiali	› Gli Stakeholder di Growens e la materialità	
3-2	Lista dei temi materiali	› Gli Stakeholder di Growens e la materialità	

Data protection & cyber security

GRI 3: Temi materiali 2021

3-3	Modalità di gestione dei temi materiali	› Protezione dei dati dei clienti › Cyber security	
-----	---	---	--

GRI 418: Privacy dei clienti 2016

418-1	Fondati reclami riguardanti violazioni della privacy dei clienti e perdita di loro dati		Nel periodo di riferimento non sono pervenuti reclami riguardanti la violazione della privacy dei clienti e perdita dei loro dati.
-------	---	--	--

Crescita economica e performance finanziaria

GRI 3: Temi materiali 2021

3-3	Modalità di gestione dei temi materiali	› Crescita economica e performance finanziarie	
-----	---	--	--

GRI 201: Performance economiche 2016

201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	› Valore economico generato e distribuito	
201-4	Assistenza finanziaria ricevuta dal governo	› Contributi per investimenti in Ricerca e Sviluppo	

GRI 204: Pratiche di approvvigionamento 2016

204-1	Proporzione di spesa verso fornitori locali	› Relazioni con i fornitori	
-------	---	-----------------------------	--

GRI 207: Imposte 2019

207-1	Approccio alla fiscalità	› Approccio fiscale trasparente	
207-2	Governance fiscale, controllo e gestione del rischio	› Approccio fiscale trasparente	
207-3	Coinvolgimento degli Stakeholder e gestione delle preoccupazioni in materia fiscale	› Approccio fiscale trasparente	

Innovazione e R&S

GRI 3: Temi materiali 2021

3-3	Modalità di gestione dei temi materiali	› R&S, Innovazione e Design	
-----	---	-----------------------------	--

Qualità e sicurezza dei servizi

GRI 3: Temi materiali 2021

3-3	Modalità di gestione dei temi materiali	› R&S, Innovazione e Design › Relazione con i clienti	
-----	---	--	--

GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti

416-2	Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi		L'organizzazione non ha registrato alcuna non conformità a regolamenti e/o codici volontari riguardanti gli impatti su salute e sicurezza di prodotti e servizi nel periodo di rendicontazione.
-------	--	--	---

Diversità e pari opportunità

GRI 3: Temi materiali 2021

3-3	Modalità di gestione dei temi materiali	› Relazioni con i dipendenti	
-----	---	------------------------------	--

GRI 405: Diversità e pari opportunità 2016

405-1	Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	› Corporate Governance › Relazione con i fornitori › Allegati	
-------	--	---	--

GRI 406: Non discriminazione 2016

406-1	Episodi di discriminazione e misure correttive adottate		Nel periodo di riferimento non sono stati registrati episodi di discriminazione.
-------	---	--	--

Welfare e benessere dei dipendenti

GRI 3: Temi materiali 2021		
3-3	Modalità di gestione dei temi materiali	› Welfare per i dipendenti
GRI 401: Occupazione 2016		
401-2	Benefit per i dipendenti full-time che non sono disponibili per i dipendenti a tempo determinato o part time	› Relazione con i dipendenti › Allegati
401-3	Congedo parentale	› Relazione con i dipendenti › Allegati

Formazione e sviluppo delle competenze

GRI 3: Temi materiali 2021		
3-3	Modalità di gestione dei temi materiali	› Sviluppo delle persone
GRI 404: Formazione e istruzione 2016		
404-2	Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione	› Sviluppo delle persone
404-3	Percentuale di dipendenti che ricevono regolarmente valutazioni delle prestazioni e dello sviluppo di carriera	› Total Rewards Program

Soddisfazione e gestione delle relazioni con i clienti

GRI 3: Temi materiali 2021		
3-3	Modalità di gestione dei temi materiali	› Relazioni con i clienti

Tem non materiali rendicontati attinenti alla dimensione ambientale

GRI 302: Energia 2016		
302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	› Consumi ed emissioni
GRI 305: Emissioni 2016		
305-1	Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	› Consumi ed emissioni
305-2	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	› Consumi ed emissioni

Tem non materiali rendicontati attinenti alla dimensione delle governance

GRI 205: Anticorruzione 2016		
205-2	Comunicazione e formazione in merito a politiche e procedure anticorruzione	› Anticorruzione, concorrenza leale e legalità › Sviluppo delle persone

205-3	Episodi di corruzione riscontrati e attività correttive implementate	› Anticorruzione, concorrenza leale e legalità	Non sono stati riscontrati episodi di corruzione. Le modifiche societarie e il conseguente aggiornamento del Modello e del Codice Etico 231 hanno impedito qualsiasi attività di formazione specifica nel 2023; a partire da marzo 2024, l'attività riprenderà regolarmente.
-------	--	--	--

Tem non materiali rendicontati attinenti alla dimensione sociale

GRI 403: Salute e sicurezza 2018			
403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	› Salute e sicurezza dei lavoratori	Il sistema di gestione è interno e non è certificato da un ente terzo indipendente. La Società adempie agli obblighi previsti dal decreto legislativo 81/2008, la cui adozione e attuazione viene verificata dall'ODV.
403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	› Salute e sicurezza dei lavoratori	
403-3	Servizi di medicina del lavoro	› Salute e sicurezza dei lavoratori	
403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro		I dipendenti eleggono il proprio Rappresentante dei Lavoratori per la Sicurezza e sono inoltre stati costituiti comitati congiunti per la salute e sicurezza che rappresentano sia i dirigenti che i lavoratori.
403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	› Sviluppo delle persone	
403-6	Promozione della salute dei lavoratori	› Salute e sicurezza dei lavoratori	
403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	› Salute e sicurezza dei lavoratori	
403-9	Infortuni sul lavoro	› Salute e sicurezza dei lavoratori	Non sono stati registrati episodi di infortuni sul lavoro.
403-10	Malattie professionali		L'organizzazione non ha registrato nell'ultimo triennio casi di malattie professionali.

Allegati

Dipendenti per tipologia di contratto suddivisi per genere e regione

FY 2023

	ITALIA				RESTO DEL MONDO			
	Donna	Uomo	Altro*	Totale	Donna	Uomo	Altro*	Totale
Contratto a tempo indeterminato	36	77	-	113	11	21	-	32
Contratto a tempo determinato	2	-	-	2	-	-	-	-
Totale	38	77	-	115	11	21	-	32
Contratto full time	34	74	-	108	11	21	-	32
Contratto part time	4	3	-	7	-	-	-	-
Totale	38	77	-	115	11	21	-	32

Lavoratori non dipendenti per tipologia di contratto suddivisi per genere e regione

FY 2023

	ITALIA				RESTO DEL MONDO			
	Donna	Uomo	Altro*	Totale	Donna	Uomo	Altro*	Totale
Stagisti e tirocinanti	-	2	-	2	-	-	-	-
Lavoratori interinali	-	-	-	-	-	-	-	-
Lavoratori autonomi	2	5	-	7	4	1	-	5
Totale	2	9	-	11	4	1	-	5

Congedo parentale

FY 2023

	Donna	Uomo	Totale
Dipendenti che hanno avuto diritto al congedo parentale	4	-	4
Dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale	4	-	4
Dipendenti che sono tornati al lavoro durante il periodo di rendicontazione dopo aver usufruito del congedo parentale	2	-	2
Dipendenti che sarebbero dovuti tornare al lavoro durante il periodo di rendicontazione dopo aver usufruito del congedo parentale	2	-	2
Dipendenti che sono tornati al lavoro dopo aver usufruito del congedo parentale e che sono ancora dipendenti dell'organizzazione nei 12 mesi successivi al rientro	2	-	2

NOTA

Le tabelle **ITALIA** si riferiscono alla popolazione societaria con contratto Growens S.p.A. o Agile Telecom S.p.A.

Le tabelle **RESTO DEL MONDO** alla popolazione societaria con contratto BEE Content Design Inc. (USA).

*Genere non specificato dal dipendente



MILANO | Via Porro Lambertenghi 7 | 20159 Milano | + 39 02 8688 6301
CREMONA | Via dell'Innovazione Digitale 3 | 26100 Cremona | +39 0372 32590

 growens.io  email sustainability@growens.io

