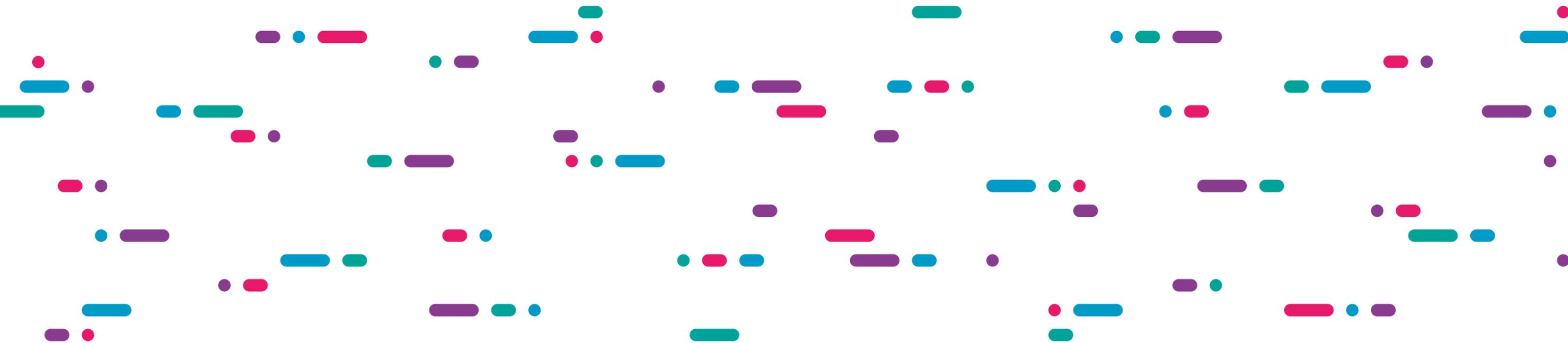


Bilancio di sostenibilità

2024





Il nostro 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
Nota metodologica	7
Governance.....	9
Growens	10
Chi siamo	
Business unit	
Paesi di operatività	
Linee guida non finanziarie / ESG	
Storia	
Vision, mission, valori e purpose	
Il mercato delle Marketing Technologies (MarTech)	
Premi e riconoscimenti	
Governance etica.....	27
Corporate Governance	
Investor Relations	
Anticorruzione, concorrenza leale e legalità	
Gli Stakeholder di Growens e la materialità.....	35
Dialogo con gli Stakeholder	
Analisi di materialità	
Risk Management.....	45
Risk management	
Crescita economica e performance finanziarie.....	55
Valore economico generato e distribuito	
Contributi per investimenti di Ricerca e Sviluppo	
Approccio fiscale trasparente	
R&S, innovazione e design.....	63
Ricerca e sviluppo, innovazione e design	
Innovazione tecnologica	
Innovazione di prodotto	
Innovazione nel Design	
Cultura della ricerca e dello user testing	
Environment.....	80

Relazione con l'ambiente.....	81
L'approccio di Growens all'ambiente	
Uffici a basso impatto ambientale	
La promozione di una mobilità sostenibile	
Consumi ed emissioni	
Relazione con i fornitori.....	97
Relazioni con i fornitori	
Social.....	99
Relazione con i dipendenti	100
Relazione con i dipendenti	
Salute e sicurezza dei lavoratori	
Welfare per i dipendenti	
Sviluppo delle persone	
Percorsi di crescita	
Modello di Leadership	
Pulse Survey	
Programma Way of Working (WoW)	
Work in Public Project	
Cagliari Innovation Lab	
Un anno di Human Capital Management con Bloom	
Diversità e pari opportunità	133
L'approccio di Growens alla DEI	
Comunicazione interna e ingaggio.....	142
Comunicazione interna e ingaggio	
Relazione con i clienti	148
Ascolto, coinvolgimento e soddisfazione dei clienti	
Protezione dei dati dei clienti	
Cyber Security	
Relazione con la collettività.....	162
Eventi sportivi	
Associazioni culturali e non-profit	
Adesione ad associazioni	
Donazioni	
Creazione di cultura digitale	
Relazioni con i media	
Collaborazioni con scuole, università e centri di ricerca	
GRI Content Index.....	181
Allegati	188

Lettera agli Stakeholder

Cari Stakeholder,

la **sesta edizione** del Bilancio di Sostenibilità arriva in un momento di crescita e consolidamento per Growens, a seguito di un anno che ha segnato una svolta significativa nella storia del Gruppo.



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

Come a ogni annualità, questo documento raccoglie obiettivi, iniziative, impatti e risultati raggiunti, mettendoli in relazione con un percorso di sostenibilità che è sempre più parte integrante della nostra strategia.

Dopo le importanti cessioni dello scorso anno, il 2024 ha rappresentato per Growens la trasformazione del cambiamento in opportunità. Un'evoluzione che non ha riguardato solo il business, ma anche le persone che ne fanno parte, chiamate a reinterpretare ruoli, processi e obiettivi in un **contesto rinnovato** e sempre più orientato alla **crescita internazionale**. L'investimento nella formazione, pur ridimensionato rispetto all'anno precedente, ha seguito un approccio più solido e mirato, con programmi specifici volti a sostenere l'**evoluzione professionale** e le **nuove esigenze del Gruppo**.

Tra i risultati più significativi dell'anno spiccano traguardi che rafforzano la nostra identità e il nostro impegno verso l'innovazione. Sul fronte della sicurezza e della compliance, Growens ha ottenuto con Beefree la certificazione SOC2 Type II e superato con successo il secondo audit della **ISO 27001**, confermando il proprio impegno nella protezione dei dati in un contesto normativo e tecnologico in continua evoluzione. In parallelo, aver ottenuto la certificazione **UNI/PdR 125:2022**, per la parità di genere, testimonia la nostra volontà di rendere l'uguaglianza di genere e l'inclusione lavorativa

2024: un anno di evoluzione e opportunità

elementi strutturali della nostra crescita.

In linea con l'impegno verso il benessere delle persone, Growens ha rafforzato l'approccio ibrido del modello **WoW** integrando nuove pratiche e strumenti di collaborazione, con focus sulla coesione e l'efficacia dei team. Il 2024 ha visto inoltre il lancio del programma pilota **REST**, un'iniziativa di congedi strutturati pensata per supportare un migliore bilanciamento tra le esigenze professionali e quelle personali. Infine il **Grow Committee**, al suo secondo anno di attività, ha ampliato il proprio impatto su policy, formazione e sensibilizzazione in ambito Diversità, Equità e Inclusione (DEI), contribuendo in modo ancora più incisivo al percorso di sviluppo sostenibile del Gruppo.

A livello internazionale, il 2024 è stato un anno di **profonde trasformazioni**. Le dinamiche geopolitiche continuano a ridisegnare gli equilibri globali, mentre il **cambiamento climatico** ci ricorda ogni giorno quanto sia urgente adottare soluzioni sostenibili e strategie efficaci per mitigare il suo impatto. In parallelo, l'**intelligenza artificiale** ha conosciuto un'accelerazione senza precedenti, portando istituzioni e aziende ad affrontare nuove sfide evolutive, normative e di governance.

L'adozione dell'**AI Act**, insieme alle nuove direttive europee sui temi di sostenibilità, trasparenza e gestione dei dati, ha richiesto un adeguamento dei processi aziendali, ma ha anche aperto nuove opportunità di innovazione responsabile. In questo scenario, Growens ha scelto di investire in ricerca, formazione e sviluppo con un approccio etico e centrato sulle persone, al fine di garantire un utilizzo strategico e consapevole delle nuove tecnologie.

Guardando avanti, Growens si prepara a una fase di slancio e potenziamento, con l'obiettivo di rafforzare la propria presenza sui mercati internazionali continuando a investire in innovazione, talento e sostenibilità. Il nostro impegno resta lo stesso di sempre: operare in maniera responsabile con la volontà di creare un impatto positivo e duraturo.

Nazzareno Gorni
Amministratore Delegato
Nazzareno Gorni

Matteo Monfredini
Presidente
Matteo Monfredini

Impegno chiave:
prenderci cura delle
nostre persone

Nota metodologica

Scopo e finalità

Il presente Bilancio di Sostenibilità è il sesto documento realizzato da Growens S.p.A. finalizzato a comunicare in maniera trasparente i valori, le strategie e le performance direttamente collegate ai propri impatti **economici, sociali e ambientali**. La condivisione di informazioni sociali (gestione del personale, equilibrio tra vita professionale e vita privata, diversità e pari opportunità, formazione, salute e sicurezza sul lavoro, protezione della privacy, accessibilità e qualità del servizio) oltre che informazioni ambientali (legate alla gestione dell'energia per contribuire alla lotta al cambiamento climatico) restituisce ai portatori di interesse una visione completa dell'attività dell'azienda, compresi i suoi impatti, rischi ed opportunità.

La redazione del presente Bilancio è un **esercizio di natura volontaria** per l'azienda, che si attiene ai requisiti dei "Sustainability Reporting Standards" definiti dal Global Reporting Initiative (GRI). Tale documento è rivolto ad ogni tipologia di portatore di interesse (dipendenti, fornitori, investitori clienti, cittadini, enti pubblici, pubblica amministrazione, etc.) e per tale ragione, nella scelta editoriale, è stato redatto adottando un linguaggio chiaro e semplice e presentando i dati anche mediante grafici e tabelle per una maggiore intelligibilità. Gli indicatori rappresentativi dei risultati riflettono la misurazione delle performance in modo oggettivo, indipendentemente dall'andamento positivo o negativo delle stesse.

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

Il perimetro di rendicontazione del presente Bilancio 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 informazioni e i dati del presente Bilancio si riferiscono al periodo di rendicontazione in corso e all'anno precedente, in quanto la comparazione del triennio non può essere significativa a cause delle importanti trasformazioni che hanno caratterizzato il Gruppo nel 2022 e nel 2023 (per maggiori dettagli in proposito si rimanda al capitolo Storia).

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 annuale riguarda il periodo 1° gennaio - 31 dicembre 2024 (in coerenza con il periodo del rendiconto finanziario) ed è stata realizzata in conformità alle linee guida dei GRI Standard. 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 a piè di pagina, così come il ricorso a stime e approssimazioni nel calcolo degli indicatori.

Come richiesto dai **GRI Standard**, la fase di raccolta dei dati è stata preceduta dallo svolgimento della cosiddetta "Analisi di Materialità", finalizzata a 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 per la validazione dei temi materiali di Growens.

A partire da questo ciclo di rendicontazione, l'analisi di materialità è stata integrata con l'**approccio** definito di "**doppia rilevanza**", al quale Growens si è ispirata, analizzando, oltre agli impatti, i rischi e le opportunità finanziarie che il Gruppo può potenzialmente "subire" da fattori "di sostenibilità" esterni. L'approccio di "doppia rilevanza" deriva da un obbligo di rendicontazione della **Direttiva CSRD** (Corporate Sustainability Reporting Directive) nel quale le aziende a cui vi si applica devono rispettare alcuni requisiti nella comunicazione delle proprie performance ambientali, sociali e di governance (ESG).

L'applicabilità per Growens di questa direttiva, recepita in Italia dal Decreto Lgs. 125/2024, sarà a **partire dai cicli di rendicontazione successivi**, i quali saranno guidati dai nuovi European Sustainability Reporting Standards - ESRS. In ogni caso, a partire da quest'anno, oltre all'analisi di "doppia rilevanza" ispirata agli ESRS, Growens ha attivato un cronoprogramma di alcune attività di carattere ESG che siano progressivamente **conformi alla CSRD**, come opportunamente descritto nel capitolo di riferimento. Il fine è mappare una serie di obiettivi di natura ESG, con relativa tempistica entro cui implementare le azioni riferite agli stessi target di sostenibilità, opportunamente declinati seguendo la normativa e calati nella realtà aziendale.

Il Bilancio di Sostenibilità di Growens è stato approvato dai componenti del massimo organo di governo il **13 marzo 2025** e pubblicato nel mese di aprile. Ogni feedback degli Stakeholder è utile a migliorare l'**impegno di sostenibilità** della Società e la 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.



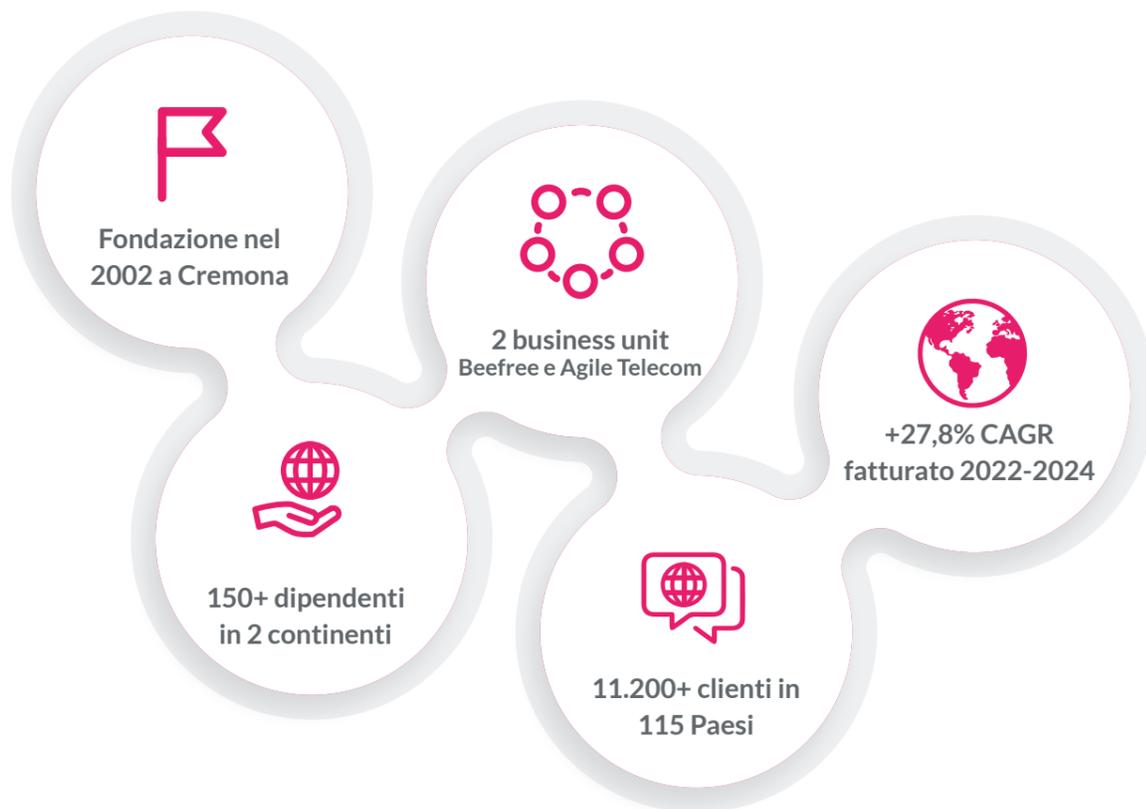
- Chi siamo
- Business unit
- Paesi di operatività
- Linee guida non finanziarie / ESG
- Storia
- Vision, mission, valori e purpose
- Mercato delle Marketing Technologies
- Premi e riconoscimenti

Chi siamo

Growens (growens.io) è un gruppo industriale integrato che crea tecnologie per content creation e mobile messaging adatte a organizzazioni che desiderano comunicare con efficacia con i propri clienti.

Design italiano, visione globale, attenzione alle comunità locali in cui è radicato: Growens si distingue in passione, competenza delle persone, scalabilità e profittabilità per i suoi investitori, innovazione per i suoi clienti.

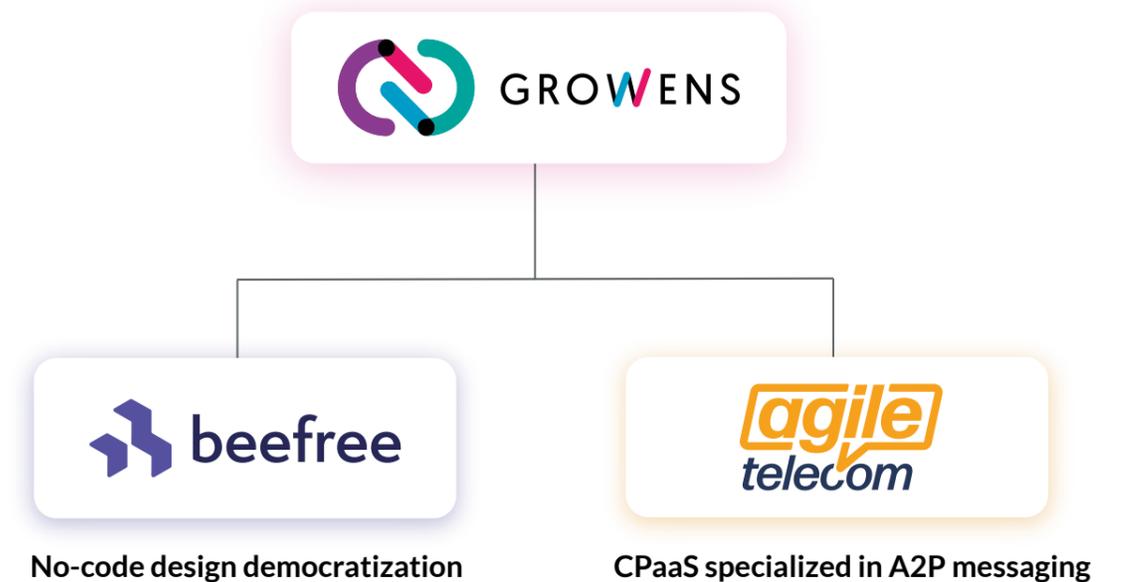
La Società è ammessa alle negoziazioni su **Euronext Growth Milan (EGM)** e opera nel mondo con oltre 11.200 clienti in più di 115 paesi.



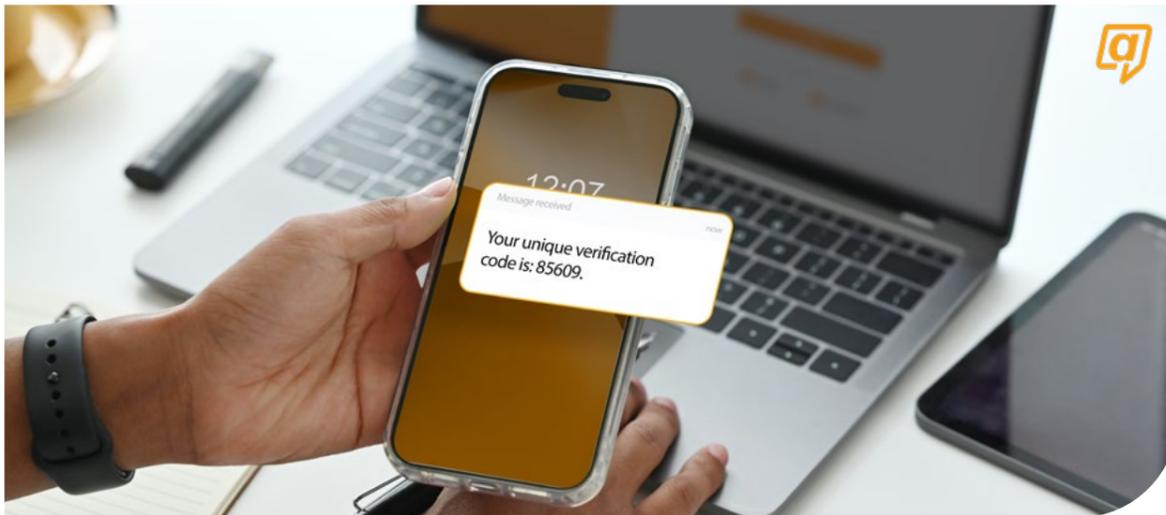
Business unit

Il 2024 è stato un anno di assestamento per il gruppo Growens, a seguito dell'importante riassetto che ha visto, nel 2023, la cessione del business storico di MailUp, insieme a Contactlab e Acumbamail (al gruppo italiano TeamSystem), e di Datatrics (al gruppo anglo-olandese Spotler). Il Gruppo oggi si compone di due Business Unit: **Beefree** e **Agile Telecom**.

Il 2024 ha visto anche il rafforzamento della Business Unit Beefree grazie all'acquisizione di **Really Good Emails (RGE)**: l'unione tra il vasto catalogo di email di RGE con gli strumenti di design intuitivi di Beefree ha il potenziale di offrire nuove opportunità per superare il divario tra ispirazione e creazione di un contenuto di valore.



Agile Telecom



agiletelecom.com

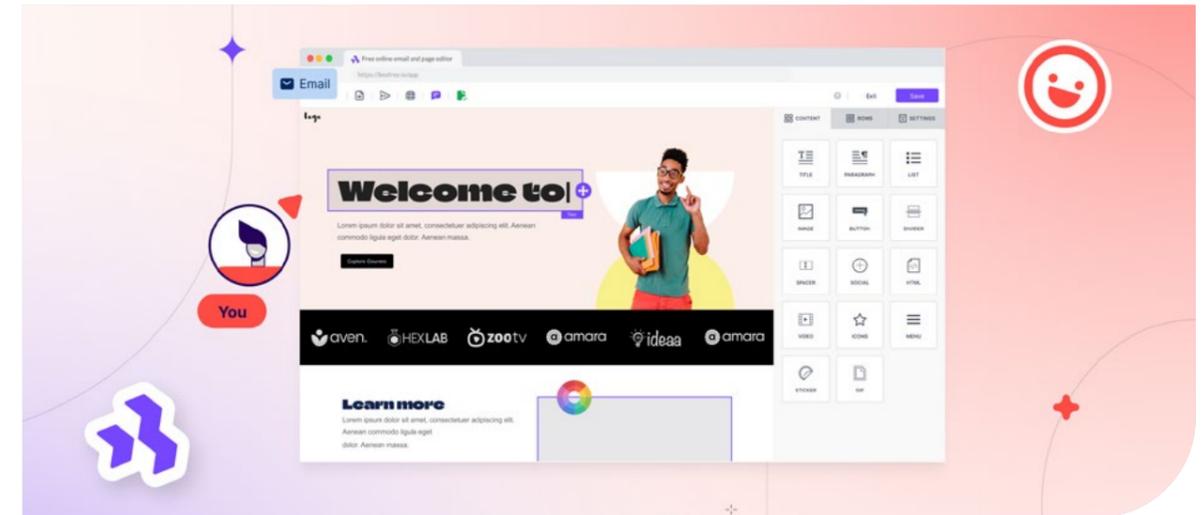
L'obiettivo di **Agile Telecom** è ottimizzare grandi volumi di SMS per operatori di rete mobile e aggregatori di SMS, grazie a una profonda conoscenza del settore e a soluzioni tecnologiche proprietarie.

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.**

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 450.000 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.



Really Good Emails (RGE) mira a essere la migliore vetrina online di design e risorse per email. Una raccolta di oltre 17.000 email accuratamente selezionate è alimentata dalle segnalazioni della community e dal desiderio costante di scovare i migliori esempi di email in circolazione.

Paesi di operatività*

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

* Paesi dove l'ARR o gli SMS fatturati nel 2024 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).
Risorse	Migliorare l'efficienza, la scalabilità e la sostenibilità del reperimento di risorse	L'acquisizione di nuove risorse e la rivalutazione di quelle già presenti deve essere gestita in accordo con modelli globali legati a processi, compliance e data governance.

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**, nata come progetto interno e successivamente sviluppata 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.

Nel 2024, Beefree acquisisce **Really Good Emails** e accorcia la distanza tra l'ispirazione e la creazione di email.



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



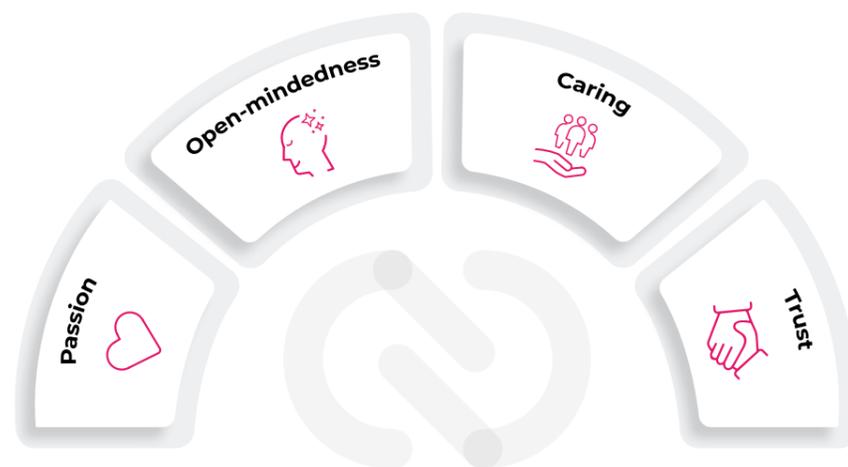
Mission

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 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.

Un ecosistema dal valore di 670 miliardi di dollari

Questo ecosistema, a cui è riconducibile l'attività del Gruppo, sta crescendo molto rapidamente ed è popolato sia da player medio-piccoli, focalizzati su specifiche nicchie, sia da grandi imprese che coprono un'ampia gamma di servizi richiesti dalla clientela.

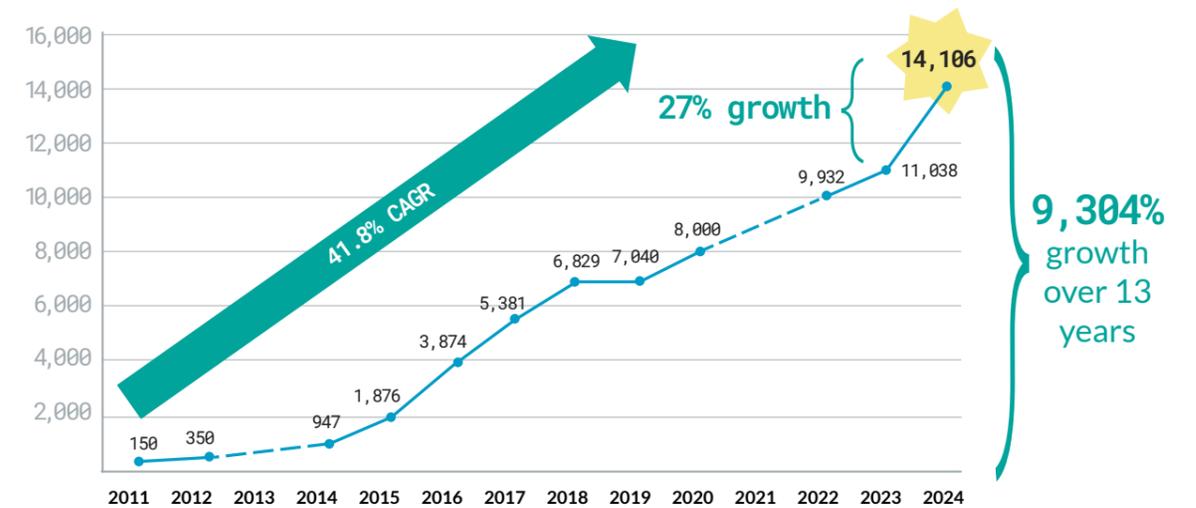
Il settore MarTech, valutato 669,3 miliardi di dollari nel 2023, continua a espandersi nonostante le incertezze economiche e i rapidi progressi tecnologici. Fattori come le tensioni geopolitiche, le normative sulla privacy dei dati e l'impatto rivoluzionario dell'intelligenza artificiale (AI) sono destinati a definire la traiettoria dell'industria.

Il valore attuale del MarTech è stimato in **670 miliardi di dollari**, con

un aumento sbalorditivo del 31,5% rispetto al 2023. Innovazioni come l'intelligenza artificiale, il machine learning e l'automazione sono responsabili di gran parte della crescita.

Decennio di enorme espansione per il MarTech

Il settore non è cresciuto solo in termini di valore, ma anche di dimensioni. È stato infatti monitorato il numero di prodotti MarTech presenti sul mercato nell'arco degli ultimi 13 anni scoprendo che solo nel 2023 il numero di prodotti è aumentato di oltre 3.000 unità.



Fonte: martech.org

L'ecosistema MarTech nel corso del 2024 è popolato da circa 14.106 software, un dato impressionante che diventa ancora più significativo se contestualizzato. Con riferimento al 2024, c'è stato un **incremento di circa il 28%** rispetto agli anni precedenti, con un tasso di crescita annuale composto del 41,8%.

La crescita del mercato SaaS può essere attribuita a vari fattori, tra cui l'aumento dell'adozione di soluzioni basate su cloud pubbliche e ibride, l'integrazione con altri strumenti e l'analisi centralizzata basata sui dati. Inoltre, gli attori principali stanno sviluppando strategie di business attraverso partnership e collaborazioni, creando così ampie opportunità di crescita.

Segmenti principali del MarTech

Nel contesto estremamente complesso e frammentato del mercato MarTech è possibile individuare 6 sub-segmenti principali:

- › **Advertising & Promotion** (mobile marketing, social e video advertising, PR);
- › **Content & Experience** (mobile apps, email e content marketing, personalization, SEO, marketing automation e lead management, CMS);
- › **Social & Relationship** (events, meeting & webinar, social media marketing, influencer, CRM);
- › **Commerce & Sales** (retail & proximity marketing, sales automation, ecommerce platforms and marketing);
- › **Data** (data marketing, mobile & web analytics, Customer Data Platform, predictive analytics, business e customer intelligence);
- › **Management** (talent management, product management, budgeting & finance, agile e lean management, vendor analysis).

Il posizionamento di Growens

I segmenti più appropriati in cui si colloca 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.
- › **Segmento Mobile Messaging:** nonostante il continuo sviluppo di nuove tecnologie, gli SMS rimangono uno dei canali più efficaci per la comunicazione, soprattutto per messaggi urgenti come password, codici OTP, aggiornamenti in tempo reale

e allerta pubbliche. Pur con la crescente diffusione di app di messaggistica come WhatsApp, gli SMS continuano a essere rilevanti nel business, specialmente nei settori legati allo shopping online, all'autenticazione multipla e alle operazioni bancarie o cloud-based.

Il focus principale su cui si sta concentrando il MarTech è sicuramente lo sfruttamento delle potenzialità dell'**Intelligenza Artificiale (AI)** per la raccolta ed elaborazione dei **Big Data**.

Sfide e opportunità dell'IA

Per coinvolgere i clienti in modo personalizzato su larga scala, è fondamentale l'uso dell'AI e del machine learning. I chatbot e gli assistenti intelligenti stanno già guidando le interazioni con i clienti, mentre i contenuti generati dall'AI stanno trasformando il mondo del content marketing. Gli algoritmi continuano a migliorare, rendendo l'ottimizzazione sempre più rapida e vicina al tempo reale. Con il progresso dell'AI, i casi d'uso stanno continuamente aumentando.

Ben il 77% dei 3.068 nuovi strumenti del 2024 sono basati su **AI generativa**. Di questi, poco più della metà (53%) sono strumenti dedicati ai contenuti, come testi, immagini e video. Tuttavia, sono emersi molti altri utilizzi interessanti dell'AI generativa al di là della creazione di contenuti come si evince dal grafico sottostante illustra soluzioni basate su AI generativa per l'automazione delle vendite, l'abilitazione e l'intelligence, l'intelligence aziendale e dei clienti, Data Science, le live chat e i chatbot.

Inoltre, l'automazione generata da queste tecnologie riduce drasticamente il lavoro manuale, permettendo ai marketer di concentrarsi su attività strategiche e di alto valore.

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.



AIDP Awards 2024

Conferito dall'Associazione Italiana per la Direzione del Personale (AIDP) e ormai arrivato alla dodicesima edizione, questo premio è uno dei riconoscimenti più importanti nel panorama HR italiano. Growens si è classificata al terzo posto nella categoria "Gestione degli spazi e dei luoghi di lavoro" grazie al progetto **Growers @ Growens**, apprezzato per l'approccio innovativo alla gestione degli spazi aziendali, pensato per favorire la collaborazione, l'inclusività e il benessere dei dipendenti.



Le aziende più attente al clima 2025

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 (2021-2023).

[Maggiori informazioni >](#)



Bollino per l'Alternanza di Qualità 2024

Growens ha ricevuto il "Bollino per l'Alternanza di Qualità (BAQ)" da Confindustria, che riconosce l'impegno in progetti di alternanza scuola-lavoro e la realizzazione di partnership di valore con scuole superiori e centri di formazione professionali.



Certificazioni ChooseMyCompany

Growens ha ottenuto due importanti certificazioni da **ChooseMyCompany**, società francese che analizza il benessere e la soddisfazione dei dipendenti. L'Azienda si è classificata 6^a nella categoria **HappyIndex@AtWork**, riconoscimento che premia le aziende con un alto livello di soddisfazione e motivazione tra i dipendenti, valutando aspetti come l'equilibrio vita-lavoro e le relazioni interne. Ha inoltre ottenuto la certificazione **WeImpactIndex@Italy**, che riconosce l'impegno delle aziende nel creare un impatto positivo sul territorio, classificandosi 5^a.

[Maggiori informazioni >](#)



Altre nomine

In aggiunta ai premi sopra citati, Growens e Beefree si sono rispettivamente distinte come finaliste nei seguenti premi:

- › **Premio Libellula Inspiring Company**, che celebra le aziende per l'adozione di politiche aziendali orientate all'inclusione e alla cura delle persone.
- › **American HR Awards**, uno dei premi più prestigiosi nel campo delle risorse umane a livello americano. Beefree è stata riconosciuta per la sua capacità di rendere i momenti di onboarding e retreat due esperienze centrali nel percorso professionale dei nuovi assunti, favorendo una conoscenza approfondita dell'Azienda e dei suoi valori attraverso attività pratiche e formative.

02 Governance etica

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 52 anni. La presenza femminile è pari al 40% (2 consigliere).

Il Consiglio di Amministrazione di Growens S.p.A. si è **riunito 8 volte** nel corso dell'esercizio 2024, registrando il 95% di presenze.

SDG di riferimento



Corporate Governance
Investor Relations
Anticorruzione, concorrenza leale e legalità

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

Esperienza pluriennale nel settore IT, professore associato allo IULM e autore di libri sul tema del MarTech. Co-fondatore di MailUp (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, del Comitato Investor Relations di SilverFir Capital SGR e Consigliere di DEA S.p.A.



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:

- › Chief Accounting Officer
- › Business Controlling Manager, con i rispettivi team di lavoro
- › Presidente e Chief Financial Officer
- › Amministratore Delegato
- › 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 successivamente messa a disposizione in modo permanente sul sito corporate, growens.io.

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.

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 2024 sono stati complessivamente diffusi 14 comunicati stampa di tipo finanziario.

 [Leggi i comunicati >](#)

Tutta la documentazione contabile, finanziaria e 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.

 [Sfoglia le 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 growens.io/it/presentazioni. A titolo esemplificativo, nel corso dell'esercizio 2024 il Gruppo ha partecipato a **3 incontri plenari** (conferenze) e **individuali** (call o investor day), svoltisi sia in presenza che in modalità virtuale, con 38 investitori attuali e potenziali.

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

Il Gruppo è inoltre assistito da **due 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 growens.io/it/copertura-analisti. Nel corso del 2024 sono state **pubblicate 18 equity research**.

Anticorruzione, concorrenza leale e legalità



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.

 [Organismo di vigilanza >](#)

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 precedente esercizio fiscale, la Società ha aggiornato il Modello 231 e il relativo Codice Etico. I documenti aggiornati

 [Consulta i documenti >](#)

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 revisione periodica del Modello 231 e la verifica periodica dello stesso tramite l'effettuazione di specifiche attività di audit.

Code of Business Conduct

 [Scopri di più >](#)

Dal 2022, il Gruppo si è dotato 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

 [Consulta la procedura >](#)

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.

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.

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 di impresa**.

Le modalità di coinvolgimento degli Stakeholder (esplicitate nel dettaglio, anche con riferimento alle 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.

SDG di riferimento



Dialogo con gli Stakeholder
Analisi di materialità



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 	<ul style="list-style-type: none"> › Newsletter interne › Piano di comunicazione dedicato › Pulse survey › Performance Management 	<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 	<ul style="list-style-type: none"> › Comunicati stampa › Newsletter dedicate › Casella email dedicata 	<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 	<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 	<ul style="list-style-type: none"> › Newsletter informative › Interviste telefoniche › Canali di supporto dedicati › Workshop e momenti di formazione 	<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 	<ul style="list-style-type: none"> › 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 	<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 › Per adempimenti o richieste specifiche 	<ul style="list-style-type: none"> › 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 	<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

Le questioni di sostenibilità su cui Growens concentra i propri sforzi di gestione, monitoraggio e pianificazione sono stati individuati in base alla **rilevanza degli impatti** che le attività del Gruppo generano, o potrebbero generare, su economia, società (inclusi gli aspetti relativi ai diritti umani) e ambiente, considerando sia quelli connessi alle operazioni proprie sia alla catena del valore.

Per l'esercizio di riferimento, il Gruppo ha svolto un processo di **aggiornamento dell'analisi di materialità**, con l'obiettivo di individuare le esigenze informative da includere nella rendicontazione. 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 le questioni di sostenibilità partendo dal contesto di riferimento interno ed esterno all'Organizzazione.

Aggiornamento dell'analisi di materialità

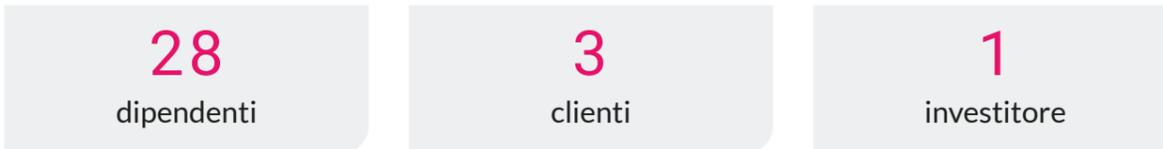
I primi passaggi dell'attività sono stati i seguenti:

- › Conduzione di un'analisi di benchmark su un campione di aziende competitor, peer e comparable, al fine di individuare gli aspetti di sostenibilità comunicati dagli stessi e di comprendere il posizionamento del Gruppo rispetto ai temi rilevanti in relazione al proprio business specifico.
- › **Disamina della documentazione** interna esistente, considerando ad esempio il piano strategico, le politiche e le procedure aziendali in materia di sostenibilità e i sistemi di gestione implementati.
- › **Analisi di documenti pubblici, articoli, statistiche, osservatori**, studi di settore in merito agli impatti generati dalle società del comparto.
- › **Valutazione dei principali standard** e framework internazionali adottati nella reportistica di sostenibilità (GRI Sustainability Reporting Standard, Sustainability Accounting Standard Board - SASB, S&P Sector ESG Materiality Maps, European Sustainability Reporting Standard - ESRS).

Al termine di questa fase, le questioni di sostenibilità emerse dal benchmark sono state clusterizzate all'interno delle aree Environment, Social, Governance (ESG) e ne sono stati mappati i relativi impatti, considerando anche le diverse parti della catena del valore in cui possono manifestarsi:

- › **Upstream**, impatti generati da partner commerciali che si trovano a monte della catena del valore di Growens.
- › **Midstream**, impatti generati direttamente delle attività del Gruppo Growens.
- › **Downstream**, impatti derivanti da attività a valle della catena del valore (ad esempio dal business dei clienti).

In seguito, tali questioni sono state sottoposte a valutazione, attraverso la somministrazione di un questionario online (in italiano o in inglese a seconda del destinatario), da parte di un campione rappresentativo delle categorie di **Stakeholder prioritari** del Gruppo:



La metodologia di valutazione della rilevanza degli impatti relativi alle c.d. **“own operations”** (negativi o positivi, effettivi o potenziali, di breve o lungo termine, che le attività aziendali dirette generano o potrebbero generare su economia, ambiente e persone, compresi gli impatti sui diritti umani) ha considerato due criteri:

- › **Magnitudo**, intesa come concetto che include i fattori di entità e portata e, nel caso degli impatti negativi, il carattere di irrimediabilità;
- › **Probabilità** di accadimento dell’impatto, nel caso di impatti potenziali. La scala di valutazione ha previsto l’attribuzione di valori da 1 (impatti non presenti o trascurabili e probabilità pari o prossima al 10%) a 5 (impatti estremamente rilevanti e probabilità pari o superiore al 90%).

La Società ha deciso, invece, di mantenere la metodologia per la valutazione della rilevanza degli impatti relativi alla **catena del valore** in linea con quella applicata negli esercizi fiscali precedenti, ovvero considerando un’unica scala da 1 (impatti non presenti o trascurabili e probabilità pari o prossima al 10%) a 5 (impatti estremamente rilevanti e probabilità pari o superiore al 90%).

Successivamente, al fine di identificare la **soglia di materialità** (calcolata come media delle medie dei punteggi ottenuti per ogni impatto), i risultati delle due survey sono stati normalizzati ed è stato attribuito un peso maggiore agli impatti “Midstream” in considerazione delle peculiarità del Gruppo e della valutazione più dettagliata da parte degli stakeholder.

Al termine del processo, ogni impatto avente uno score uguale o superiore alla suddetta soglia (7,02) è stato considerato rilevante.

Calcolo della soglia di materialità e seguenti modifiche

Nel finalizzare l’elenco di questioni di sostenibilità rilevanti per il Gruppo Growens, il top management ha esaminato i risultati della survey e ha apportato le seguenti modifiche alle questioni ESG rilevanti in ragione della rilevanza o meno per il business:

- › Esclusione degli impatti relativi al tema *“Acque e risorse marine”*
- › Inclusione degli impatti relativi al tema *“Consumatori e utilizzatori finali”*

Di seguito si specificano gli impatti positivi e negativi, effettivi e potenziali, del Gruppo raggruppati secondo le **17 questioni di sostenibilità emerse come rilevanti**, secondo l’approccio della **“materialità di impatto”**.

17 questioni di sostenibilità emerse

Si specifica che gli approfondimenti in merito alle policy e agli impegni presi rispetto alle questioni rilevanti, alle azioni intraprese per gestire tali questioni e alle attività di monitoraggio circa l’efficacia delle azioni intraprese, sono trattate all’interno dei rispettivi capitoli di riferimento.

Rispetto ai temi risultati materiali nel precedente ciclo di reporting, sono state considerate e valutate come rilevanti le seguenti questioni di sostenibilità: *“Mitigazione dei cambiamenti climatici”*, *“Creazione e mantenimento dell’occupazione”*, *“Rispetto dei Diritti Umani”*, *“Dialogo sociale”*, *“Accesso a informazioni di qualità”* e *“Gestione dei rapporti con i fornitori”*.

D’altro verso, rispetto ai temi risultati materiali nel precedente ciclo di reporting, sono stati esclusi gli impatti connessi alle questioni di sostenibilità non menzionate nell’elenco ESRS (RA 16 ESRS 1): *“Crescita economica e performance finanziarie”* e *“Risk management”*.

Tuttavia, si precisa che, pur non essendo stati considerati impatti materiali, tali temi saranno comunque trattati nelle sezioni dedicate all’interno del presente documento.

Tematiche materiali prioritizzate e associate agli SDGs

Area e SDGs correlati ²	Questioni ESG rilevanti	Impatti positivi e negativi ³	Catena del Valore	GRI	
Environment   	Mitigazione dei cambiamenti climatici	Riduzione dell'impronta carbonica tramite iniziative di innovazione e miglioramento dell'efficienza da parte dei fornitori dei data center	Upstream	GRI 3-3	
		Autoproduzione di energia elettrica rinnovabile da fotovoltaico per abbattere le emissioni di gas serra	Midstream	GRI 302-1	
		Promozione di iniziative di riforestazione e salvaguardia delle foreste esistenti	Upstream	GRI 305-1, 305-2	
	Energia		Incremento delle emissioni di gas serra e dell'inquinamento atmosferico, derivante dall'uso di veicoli non efficienti o dal loro utilizzo improprio	Midstream	
			Disattenzione verso la protezione dell'ambiente dovuta alla mancata definizione di una strategia climatica nel medio-lungo periodo	Upstream	
			Sensibilizzazione del personale e degli stakeholder sull'utilizzo responsabile dell'energia	Midstream	
			Riduzione dell'impronta energetica tramite iniziative di efficientamento e conversione verso tecnologie automatizzate per la gestione dei carichi elettrici	Midstream	
			Sviluppo di comunità energetiche in collaborazione con aziende limitrofe, per ridurre la dipendenza dalla rete e promuovere l'autoproduzione di energia rinnovabile	Midstream	
			Mantenimento della dipendenza da fonti energetiche non rinnovabili, contribuendo così al cambiamento climatico, nella gestione dei data center da parte dei fornitori	Upstream	
Social       	Creazione e mantenimento dell'occupazione (occupazione sicura, salari adeguati, orari di lavoro)	Contributo alla sicurezza economica dei dipendenti, garantendo occupazione stabile, caratterizzata da orari dignitosi, salari competitivi e ambiente lavorativo sereno, tramite contratti solidi e iniziative di welfare aziendale	Midstream	GRI 2-7, 2-8, 2-19, 2-20, 2-21, 2-28, 2-30	
		Elevata mobilità lavorativa dovuta alla competizione del settore tecnologico, generando incertezze per i dipendenti e costi per l'azienda	Midstream	GRI 3-3	
		Esternalizzazione di lavori tecnici o creativi a freelance o lavoratori con contratti temporanei, che potrebbero risultare privi di adeguate tutele	Midstream	GRI 401-1, 401-2, 401-3	
	Salute e sicurezza		Maggior sicurezza sul luogo di lavoro grazie all'adeguata implementazione delle normative in ambito salute e sicurezza e alla formazione continua dei dipendenti su tali tematiche	Midstream	
			Rischi minori negli uffici moderni e negli ambienti virtuali, contribuendo a migliorare il benessere fisico e mentale dei lavoratori	Midstream	GRI 403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7, 403-9, 403-10
			Aumento dello stress da lavoro correlato qualora le segnalazioni di violazione delle policy aziendali (es. DEI, policy antidiscriminazione/molestie) non vengano gestite adeguatamente, compromettendo la tutela dell'individuo	Midstream	
	Equilibrio tra vita professionale e vita privata		Opportunità per ciascun dipendente e collaboratore di esprimere pienamente il proprio potenziale, all'interno di un ambiente di lavoro positivo e supportato da programmi che favoriscono il bilanciamento vita-lavoro	Midstream	GRI 404-1, 404-2, 404-3
			Adozione della modalità lavorativa da remoto che promuove flessibilità e un migliore equilibrio tra vita lavorativa e personale, contribuendo a ridurre il rischio di burnout	Midstream	GRI 405-1
			Assenza di politiche aziendali chiare che disciplinano orari e diritto alla disconnessione, con il rischio di carichi di lavoro mal distribuiti e della sovrapposizione tra vita privata e lavorativa	Midstream	GRI 406-1
			Miglioramento del benessere psico-fisico dei dipendenti attraverso politiche aziendali che favoriscono iniziative come congedi parentali, sessioni di counseling e percorsi di empowerment	Midstream	GRI 416-2
					GRI 418-1
	Formazione e sviluppo delle competenze		Possibilità di realizzare pienamente il proprio potenziale, grazie a percorsi di crescita stimolanti, inclusi corsi di formazione non obbligatoria (es. tematiche DEI, sostenibilità)	Midstream	
Rischio di obsolescenza delle competenze a causa dei rapidi cambiamenti tecnologici, che può compromettere la sicurezza lavorativa			Midstream		
Possibilità per il Gruppo di agire da modello di riferimento, influenzando positivamente gli stakeholder interni ed esterni, offrendo adeguate opportunità di formazione e sviluppo per i propri dipendenti			Midstream		

²Gli SDGs (Sustainable Development Goals) sono i 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile adottati dalle Nazioni Unite nel 2015 nell'ambito dell'Agenda 2030.

³Gli impatti contrassegnati in grigio sono quelli negativi.

	Diversità e pari opportunità	Creazione di un ambiente di lavoro dinamico, sicuro e inclusivo dove la diversità è tutelata, rispettata ed esaltata attraverso politiche mirate e una cultura aziendale che promuove le pari opportunità	Midstream	
	Rispetto dei Diritti Umani (misure contro la violenza e le molestie sul luogo di lavoro)	Adozione di politiche aziendali per tutelare i Diritti Umani e prevenire molestie sul luogo di lavoro, con relative modalità di segnalazione e denuncia chiare	Midstream	
	Dialogo sociale	Mancato contributo al raggiungimento di obiettivi di sostenibilità a causa della mancanza di un dialogo sociale adeguato, che includa approcci "bottom-up" con il personale aziendale.	Midstream	
	Sicurezza dei consumatori e/o degli utilizzatori finali	Contributo al miglioramento della disponibilità di prodotti e servizi nei mercati in cui il Gruppo opera, caratterizzati da alte performance ambientali e sociali	Downstream	
		Tutela dei clienti tramite il rispetto di tutte le normative in merito a un utilizzo sicuro e privo di rischi dei servizi e dei dati personali	Downstream	
	Accesso a informazioni di qualità	Contributo ad uno sviluppo nel mercato di riferimento, attraverso una riduzione delle asimmetrie informative e una maggiore offerta di prodotti e servizi trasparenti	Downstream	
		Mancato coinvolgimento degli stakeholder a cui i servizi sono rivolti a causa di corsi poco efficienti per lo sviluppo delle skill digitali	Downstream	
		Perdita di fiducia da parte dei clienti a seguito di comunicazioni mancanti o informazioni incerte da parte del Gruppo	Downstream	
	Soddisfazione e gestione delle relazioni	Offerta di servizi in grado di soddisfare le richieste dei clienti, grazie a metodi di tracciamento della loro soddisfazione, come survey e indagini	Downstream	
	Data protection e cyber security	Possibili violazioni della privacy degli utenti finali a causa di irregolarità relative alla sicurezza dei dati nei servizi offerti dal Gruppo	Downstream	
		Ripercussioni positive sul territorio e sui diritti della collettività, mediante la diffusione, lungo tutta la catena del valore, delle prassi di tutela dei dati individuali	Upstream Midstream Downstream	
Governance   	Etica e integrità nella condotta del business	Disallineamento degli stakeholder rispetto ai principi etici contenuti nel codice aziendale, generando divisioni interne dovute alla mancanza di una condivisione dei valori aziendali	Midstream	GRI 2-6, 2-9, 2-10, 2-11, 2-12, 2-13, 2-15, 2-16, 2-17, 2-18, 2-23, 2-24, 2-25, 2-26, 2-27, 2-29
		Maggiore tutela degli stakeholder esterni, grazie a procedure di "whistleblowing" efficienti e strutturate in caso di segnalazioni su criticità di integrità del business	Upstream Downstream	
	Concorrenza leale e anticorruzione	Tutela delle legalità e prevenzione di comportamenti illeciti da parte delle figure aziendali, in ambiti come il riciclaggio di profitti, la concussione e la corruzione	Midstream	GRI 3-3
		Compromissione dell'integrità del business e ripercussioni su ambiente, persone e comunità a causa della mancanza di formazione adeguata sul tema di sistemi di prevenzione della corruzione	Midstream	GRI 201-1, 201-4, GRI 204-1
	Gestione dei rapporti con i fornitori	Avvallamento di pratiche di lavoro dannose per l'ambiente, o che violino i diritti umani lungo la catena del valore, a causa della mancata gestione, selezione e valutazione dei fornitori secondo i principi etici e la regolamentazione sugli aspetti ESG	Upstream	GRI 205-2, 205-3, GRI 207-1, 207-2, 207-3
		Possibilità di sponsorizzare inconsapevolmente e/o involontariamente pratiche di lavoro non etiche (relative al rispetto dei diritti umani) lungo la catena del valore	Upstream	
Entity specific	Innovazione e R&S	Contributo allo sviluppo della ricerca scientifica, progettando servizi innovativi e sostenibili, con impatti positivi sulle comunità locali e sul settore di riferimento.	Upstream Midstream Downstream	GRI 3-3

⁴ Il tema "Innovazione e R&S" è un tema c.d. "entity specific", ovvero una questione di sostenibilità non espressamente prevista dagli ESRS ma rilevante per Growens data la natura del business e del settore di riferimento.

Risk Management

Analisi di materialità finanziaria

Risk management

Al fine di identificare **principali rischi e opportunità finanziarie** legate alle questioni di sostenibilità che possono influenzare la performance economico-finanziaria del Gruppo, il suo posizionamento competitivo e l'enterprise value (c.d. approccio di "financial materiality"), Growens ha avviato un processo strutturato di analisi ispirandosi alle prescrizioni dell'Implementation Guidance "EFRAG IG 1 – Materiality Assessment", pubblicata da EFRAG a maggio 2024.

A partire dalle **questioni di sostenibilità** elencate nei nuovi standard europei di rendicontazione (ESRS 1 RA 16), la Società ha condotto le seguenti analisi preliminari:

- › **Conduzione di un'analisi di benchmark** su un campione di aziende competitor, peer e comparable, al fine di individuare i rischi e le opportunità connessi alle questioni ESG relative al comparto di riferimento.
- › **Disamina della documentazione interna esistente**, quali il piano strategico, le politiche e le procedure aziendali, i sistemi di gestione implementati e le prime indagini condotte sui rischi ESG.
- › **Analisi di documenti pubblici**, articoli, statistiche, osservatori, studi di settore e framework di riferimento in materia di rischi e opportunità ESG (i.e. TCFD⁵, TNFD⁶, Global Risk Report 2024⁷, Encore⁸, World Benchmarking Alliance⁹ – Digital Inclusion Benchmark 2023, Business & Human Rights Research Centre¹⁰).

Tale analisi è risultata funzionale all'individuazione dei possibili fattori di rischio e **opportunità ESG** e dei relativi **effetti finanziari concernenti le attività del Gruppo e della catena del valore**.

Risk management

SDG di riferimento



⁵ Task Force on Climate-Related Financial Disclosures <https://www.fsb-tcfd.org/>

⁶ The Taskforce on Nature-related Financial Disclosures <https://tnfd.global/>

⁷ Documento disponibile al seguente link: <https://www.weforum.org/publications/global-risks-report-2024/>

⁸ Exploring Natural Capital Opportunities, Risks and Exposure <https://encorenature.org/en>

⁹ Documento disponibile al seguente link: <https://www.worldbenchmarkingalliance.org/digital-inclusion-benchmark/>

¹⁰ Disponibile al seguente link: <https://www.business-humanrights.org/it/>

Rischi e opportunità, clusterizzati in base a caratteristiche specifiche, sono stati valutati dalla Società mediante appositi focus group con il coinvolgimento del CFO e delle funzioni di Business Controlling e Accounting. Si riporta di seguito un estratto delle principali risultanze di tale processo.



Ambiente

La natura dell'attività di Growens presenta un impatto ambientale relativamente limitato rispetto a settori manifatturieri o ad alta intensità energetica. L'Azienda opera secondo un modello di business **basato su servizi digitali** e non possiede impianti produttivi, strutture industriali o edifici di proprietà, riducendo così l'esposizione a rischi ambientali diretti.

Dal punto di vista operativo Growens registra un **basso rischio di business continuity** legato a eventi climatici estremi, in quanto adotta un modello di smart working avanzato, che consente ai dipendenti di operare in remoto senza ridurre le performance aziendali. L'azienda, inoltre, non è legata a risorse naturali critiche o restrizioni normative stringenti in ambito ambientale; dunque, non emergono potenziali impatti negativi significativi per rischi ambientali.

Un modello di lavoro che favorisce la business continuity

Allo stesso modo, anche il rischio reputazionale derivante da fattori ambientali è contenuto, data l'adozione di soluzioni tecnologiche cloud efficienti e conformi agli standard ESG e il ricorso a fornitori leader di mercato.

I principali rischi ambientali per la Società sono **indiretti** e derivano principalmente dalla catena del valore, in particolare dall'uso di datacenter e infrastrutture cloud per l'erogazione dei propri servizi,

che comportano un consumo energetico significativo. Al fine di limitare l'impatto finanziario di tali potenziali rischi, il Gruppo si affida a fornitori globali di data center e cloud computing che applicano standard ESG avanzati, mediante l'implementazione di iniziative di efficienza energetica, l'utilizzo di energie rinnovabili e la costante innovazione tecnologica. Tale aspetto viene trattato in modo più approfondito all'interno del capitolo Relazione con l'ambiente.

L'integrazione di criteri di sostenibilità ambientale nelle strategie aziendali rappresenta un'**opportunità competitiva** per Growens. La crescente attenzione del mercato verso soluzioni **digitali a basso impatto ambientale** può favorire il Gruppo, posizionandolo come un attore responsabile nell'ambito della tecnologia e del marketing digitale.

L'adozione di servizi cloud forniti da **Amazon Web Services**, come approfondito nella sezione "Sostenibilità nel cloud con AWS", che ha obiettivi ambiziosi di carbon neutrality e utilizza energia rinnovabile per alimentare i propri data center, consente a Growens di beneficiare di infrastrutture IT più sostenibili, riducendo indirettamente l'impronta carbonica dei propri servizi.

Inoltre, l'ottimizzazione dei processi digitali e l'efficienza energetica possono generare risparmi economici nel lungo periodo.



Social

Nel Gruppo Growens le persone rappresentano il **principale asset strategico** per le performance aziendali, la crescita e la competitività nel settore. Di conseguenza, tutti i rischi legati alla forza lavoro assumono un **ruolo centrale** e rilevante nella gestione operativa dell'azienda.

L' Azienda ha svolto delle analisi sul tema che hanno evidenziato le principali aree di attenzione e i potenziali effetti finanziari che potrebbero derivare.

Il **benessere e la soddisfazione delle persone** rappresenta una delle tematiche chiave in questo senso per il Gruppo, con rischi legati all'attrattività di nuove potenziali risorse e alla retention di quelle attualmente impiegate. Per tale ragione, Growens investe significativamente per garantire condizioni lavorative stabili e strumenti atti alla conciliazione dell'equilibrio vita-lavoro dei lavoratori. Così facendo, la Società mitiga potenziali rischi di riduzione complessiva delle performance aziendali, causata da una scarsa motivazione dei dipendenti o da un alto turnover in uscita, e legati ad un aumento dei costi operativi per il reclutamento e successiva formazione di nuova forza lavoro, con una potenziale riduzione dei margini di profitto.

Focus sul benessere delle persone

Allo stesso modo, anche il rischio reputazionale derivante da fattori inerenti alla salute e sicurezza del personale è rilevante, soprattutto considerando gli effetti del rischio di stress **lavoro-correlato** e dei casi di **burnout**; che si possono tradurre in potenziali rischi sulla produttività, sul benessere dei dipendenti e sui costi aziendali legati all'assenteismo e alla gestione di eventuali infortuni o malattie professionali.

Al fine di limitare gli impatti finanziari dei potenziali rischi e massimizzare le opportunità legate alla gestione della propria popolazione, il Gruppo ha implementato una serie di **policy strutturate** e iniziative di **wellbeing aziendale**, volte a garantire condizioni lavorative stabili e a **promuovere l'equilibrio tra lavoro e vita privata**, creando un ambiente lavorativo positivo nonché motivante e contribuendo alla produttività e alla competitività del Gruppo nel lungo periodo.

Wellbeing e strategie per migliorare la talent retention

Oltre ai rischi sopracitati, dalle tematiche Social possono derivare anche **opportunità di business** e, quindi, effetti finanziari positivi per Growens. In particolare, la garanzia di un'occupazione sicura attraverso contratti a lungo termine favorisce la fidelizzazione dei lavoratori e riduce il turnover, con conseguenti benefici in termini di continuità operativa ed efficienza organizzativa.

Anche il benessere psico-fisico delle persone contribuisce a una maggiore retention dei talenti e a ricadute positive sul costo del lavoro, grazie a una riduzione dell'assenteismo e a un miglioramento della produttività.

Parallelamente, il settore altamente innovativo in cui opera Growens richiede un costante aggiornamento delle skill tecniche della forza lavoro per evitare l'**obsolescenza delle competenze e del know-how tecnologico**, che potrebbe comportare rallentamento dell'innovazione, riduzione della qualità dei servizi e, nel lungo termine, perdita di vantaggio competitivo. Questo rischio può riflettersi negativamente sulla capacità del Gruppo di rispondere alle evoluzioni del mercato e alle esigenze dei clienti. Per tale motivo, Growens investe nella formazione dei propri dipendenti, fondamentale per l'**evoluzione professionale e l'ampliamento delle skill presenti in Azienda**.

In aggiunta, gli **utenti finali** sono un elemento chiave per il successo di Growens, in quanto in grado di influenzare la fiducia nel brand, la fidelizzazione e la crescita dei ricavi. Il mancato rispetto del Regolamento (UE) 2016/679 (c.d. **GDPR**, "General Data Protection Regulation") e delle normative sulla **privacy** potrebbe esporre il Gruppo a sanzioni rilevanti, oltre a danni reputazionali. Allo stesso modo, un attacco informatico potrebbe compromettere la continuità operativa, con impatti critici sui servizi offerti. Inoltre, pratiche commerciali poco trasparenti o una comunicazione inefficace potrebbero minare la credibilità aziendale, con conseguenti ripercussioni economiche.

Al fine di mitigare i rischi legati alla **data protection e cyber security**, Growens ha adottato un **sistema strutturato** di presidio, tra cui l'implementazione di un sistema di gestione della sicurezza a livello delle Business Unit, supportato da un Data Protection Officer (DPO). Inoltre, la Società realizza audit di sicurezza regolari volti a monitorare i sistemi e adotta elevati standard di protezione dei dati per tutti i prodotti e servizi offerti.

Un presidio per la data protection e cyber security

A queste misure si aggiunge un programma di formazione continua sul tema della privacy e della sicurezza, con l'obiettivo di ridurre il rischio residuo e limitarne i potenziali effetti finanziari negativi.

D'altro canto, l'adozione di prassi avanzate di protezione dei dati e la progettazione di strumenti con misure di sicurezza robuste, come crittografia avanzata e autenticazione multifattoriale, consentono di tutelare sia l'Azienda sia i suoi clienti, rafforzando la reputazione del Gruppo. Garantire il rispetto delle normative e sviluppare soluzioni affidabili non solo mitigano i rischi, bensì rappresentano anche un'**opportunità a livello competitivo**, favorendo l'attrazione di nuovi clienti, l'espansione nel mercato e la solidità del business nel lungo termine.

Governance

Una **governance etica e trasparente** rappresenta un elemento fondamentale per un'azienda, specialmente in un settore altamente competitivo e regolamentato come quello in cui opera il Gruppo.

In un contesto in cui la fiducia degli investitori, dei partner commerciali e degli utenti finali è cruciale, l'adozione di pratiche di governance solide e responsabili è essenziale per garantire la sostenibilità e la reputazione dell'Azienda nel lungo periodo. La gestione dei rischi legati alla governance, in particolare quelli connessi a pratiche corruttive, è quindi una priorità per il Gruppo.

Nel caso specifico, i rischi legati alla commissione di reati corruttivi, che potrebbero comportare la responsabilità amministrativa della Società e la responsabilità penale degli amministratori, sono potenzialmente rilevanti per il Gruppo.

Al fine di mitigarli, Growens ha adottato un insieme di **misure di presidio**, tra cui il Codice Etico, il Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D. Lgs. 231/2001, il sistema di Whistleblowing, la formazione continua su questi temi; il tutto anche in ottica di maggior trasparenza considerando lo status di Società quotata.

Governance etica e trasparente

Innovazione e Ricerca & Sviluppo

L'innovazione e la Ricerca e Sviluppo (R&S) sono **elementi cruciali** per il successo di Growens, considerando la **rapida evoluzione** del settore in cui opera.

Per rimanere competitivo e rispondere alle sfide del mercato, il Gruppo deve affrontare la costante **sfida della veloce obsolescenza tecnologica**, che può derivare dall'introduzione di nuove tecnologie e soluzioni da parte di concorrenti. Questo scenario, se non affrontato con tempestività, potrebbe compromettere la posizione di mercato del Gruppo.

Nonostante il rischio, Growens adotta un **approccio proattivo**, investendo in R&S e monitorando costantemente le evoluzioni tecnologiche.

Tali iniziative consentono di **sviluppare soluzioni avanzate e nuove funzionalità**, che aumentano la competitività dell'Azienda e rispondono alle esigenze emergenti del mercato.

Questo non solo **riduce il rischio di obsolescenza**, ma genera anche **nuove opportunità** come l'attrazione di nuovi clienti o il consolidamento della posizione di mercato nel lungo termine.

Di seguito viene rappresentata una tabella di raccordo che sintetizza i fattori di rischio (con le relative modalità di presidio atte alla loro mitigazione) e le **opportunità legate alle questioni ESG**, con i relativi effetti finanziari.

Approccio proattivo alle sfide del mercato

Questioni ESG da cui derivano rischi e opportunità	Tipologia di rischio associato	Natura dell'effetto finanziario connesso al rischio	Modalità di presidio del rischio	Opportunità	Natura dell'effetto finanziario connesso all'opportunità
Creazione e mantenimento dell'occupazione (occupazione sicura, salari e orari di lavoro adeguati)	<ul style="list-style-type: none"> › Rischio di turnover, a causa della difficile retention, e di bassa attrattività 	<ul style="list-style-type: none"> › Atteso › Lungo periodo (>5 anni) 	<ul style="list-style-type: none"> › Policy/ strumenti/ programmi a favore dei dipendenti, tra cui: Way of Working; Human Capital Management System; Total Rewards Program con previdenza complementare integrativa; Guidelines su "Performance & Development Management" 	<ul style="list-style-type: none"> › Promozione della fidelizzazione dei dipendenti e riduzione del turnover 	<ul style="list-style-type: none"> › Attuale › Breve periodo › (<1 anno)
Salute e sicurezza	<ul style="list-style-type: none"> › Rischio di aumento dello stress lavoro correlato › Rischio reputazionale a seguito del verificarsi di casi di burnout 	<ul style="list-style-type: none"> › Atteso › Medio periodo (da 1 a 5 anni) 	<ul style="list-style-type: none"> › REST (Recharge, Empower, Support, Thrive) Program › Aggiornamento Documento di Valutazione dei Rischi (DVR) › Analisi periodiche inerenti allo stress da lavoro correlato 	Per questo tema non sono state individuate opportunità rilevanti che possano avere un impatto finanziario significativo.	
Equilibrio tra vita professionale e vita privata	<ul style="list-style-type: none"> › Rischio di decremento della produttività › Rischio di compromissione del reclutamento di nuove risorse, oltre che la retention di una forza lavoro diversificata 	<ul style="list-style-type: none"> › Atteso › Lungo periodo › (>5 anni) 	<ul style="list-style-type: none"> › Policy e iniziative, tra cui: REST Program; Way of Working; Human Capital Management System; Car Policy; Pulse Survey; Employee Referrals; Internal Job Posting; Guidelines "360° Feedback System" 	<ul style="list-style-type: none"> › Incremento dell'efficienza operativa › Miglioramento del clima aziendale 	<ul style="list-style-type: none"> › Attuale › Breve periodo › (<1 anno)
Formazione e sviluppo delle competenze	<ul style="list-style-type: none"> › Rischio di incompetenza e negligenza › Rischio di ricadute negative sulla produttività e la competitività del brand 	<ul style="list-style-type: none"> › Atteso › Lungo periodo › (>5 anni) 	<ul style="list-style-type: none"> › Training obbligatorio per i nuovi assunti (etica aziendale, GDPR e privacy, Diversity Equity & Inclusion, sicurezza, Cultural Onboarding) › Iniziative di formazione specifica, sia online che in presenza, aperte a tutte o dedicate a ruoli specifici 	<ul style="list-style-type: none"> › Incremento produttività e della competitività aziendale 	<ul style="list-style-type: none"> › Atteso › Medio periodo › (da 1 a 5 anni)
Diversità e pari opportunità	Per questo tema non sono stati individuati fattori di rischio ESG rilevanti che possano avere un impatto finanziario significativo			<ul style="list-style-type: none"> › Incremento dell'attrazione di nuovi talenti e della retention › Riduzione del turnover e dei costi associati alla selezione e assunzione di nuovo personale 	<ul style="list-style-type: none"> › Attuale › Breve periodo › (<1 anno)
Data protection e cyber security	<ul style="list-style-type: none"> › Rischio di compromissione della continuità aziendale › Rischio di compliance e di incorrere in sanzioni legali › Rischio reputazionale in caso di perdita di dati personali 	<ul style="list-style-type: none"> › Atteso › Medio periodo (da 1 a 5 anni) 	<ul style="list-style-type: none"> › Attività di information & cyber security › Group Data Protection Compliance Framework › Sistema di gestione della Sicurezza delle Business Unit 	<ul style="list-style-type: none"> › Incremento della reputazione aziendale e della fiducia degli utenti › Attrazione di nuovi clienti e rafforzamento della competitività 	<ul style="list-style-type: none"> › Attuale › Medio periodo (da 1 a 5 anni)
Accesso a informazioni di qualità	<ul style="list-style-type: none"> › Rischio reputazionale per inefficacia della strategia commerciale e della comunicazione 	<ul style="list-style-type: none"> › Attuale › Breve periodo › (<1 anno) 	<ul style="list-style-type: none"> › Strategia commerciale e di comunicazione chiara › Procedure di validazione dei contenuti marketing 	Per questo tema non sono state individuate opportunità rilevanti che possano avere un impatto finanziario significativo.	
Pratiche commerciali responsabili	<ul style="list-style-type: none"> › Rischio reputazionale a seguito di pratiche commerciali poco trasparenti o sleali › Rischio di compliance per inadempienza degli obblighi di corretta informazione dei consumatori 	<ul style="list-style-type: none"> › Atteso › Medio periodo › (da 1 a 5 anni) 	<ul style="list-style-type: none"> › Policy e procedure in compliance con il GDPR › Group Data Protection Compliance Framework 	Per questo tema non sono state individuate opportunità rilevanti che possano avere un impatto finanziario significativo.	
Concorrenza leale e anticorruzione	<ul style="list-style-type: none"> › Rischio di compliance e di incorrere in sanzioni per la commissione di reati legati a pratiche corruttive › Rischio reputazionale › Rischio di perdita della competitività 	<ul style="list-style-type: none"> › Atteso › Breve periodo › (<1 anno) 	<ul style="list-style-type: none"> › Codice etico › Modello 231 › Procedura di Whistleblowing › Organismo di Vigilanza › Corsi di formazione specifica 	Per questo tema non sono state individuate opportunità rilevanti che possano avere un impatto finanziario significativo.	
Innovazione e R&S	<ul style="list-style-type: none"> › Rischio di competitività e di perdita di quote nel mercato › Rischio di possibile tardiva e/o inadeguata risposta alle esigenze dei clienti 	<ul style="list-style-type: none"> › Atteso › Medio periodo (da 1 a 5 anni) 	<ul style="list-style-type: none"> › Monitoraggio mensile di NPS (Net Promoter Score) › Implementazione della R&S, attraverso collaborazioni strategiche › Partnership per la ricerca e lo sviluppo 	<ul style="list-style-type: none"> › Incremento e rafforzamento della competitività › Attrazione di nuovi clienti 	<ul style="list-style-type: none"> › Atteso › Medio periodo (da 1 a 5 anni)

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 2024, il **Valore Economico Generato** è risultato pari a EUR 76.218.320, 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 76,2 milioni

Valore Economico Distribuito

Il **Valore Economico Distribuito**, pari a EUR 78.285.162, 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 78,2 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 che svolge attività di ricerca e sviluppo sull'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)

	2024	2023
Ricavi	72.595.660	73.182.119
Altri proventi	1.864.641	1.878.339
Proventi finanziari	1.758.019	800.581
Totale valore economico generato dal Gruppo	76.218.320	75.861.039
Costi operativi	-63.713.666	-61.441.424
Remunerazione del personale	-14.157.344	-16.221.849
Remunerazione dei finanziatori	-325.609	-283.619
Remunerazione degli investitori	-	-
Remunerazione della Pubblica Amministrazione	173.091	-362.726
Liberalità esterne	-261.634	-249.174
Totale valore economico distribuito dal Gruppo	-78.285.162	-78.558.791
Svalutazione crediti	64.964	53.970
Differenze di cambio non realizzate	91.050	58.846
Rettifiche di valore di attività materiali e immateriali	-3.561.598	-2.860.622
Rettifiche di valore di attività finanziarie	-	-
Ammortamenti	3.873.788	3.075.392
Accantonamenti	-	-
Riserve	-2.535.045	-3.025.337
Valore economico trattenuto dal Gruppo	-2.066.842	-2.697.752

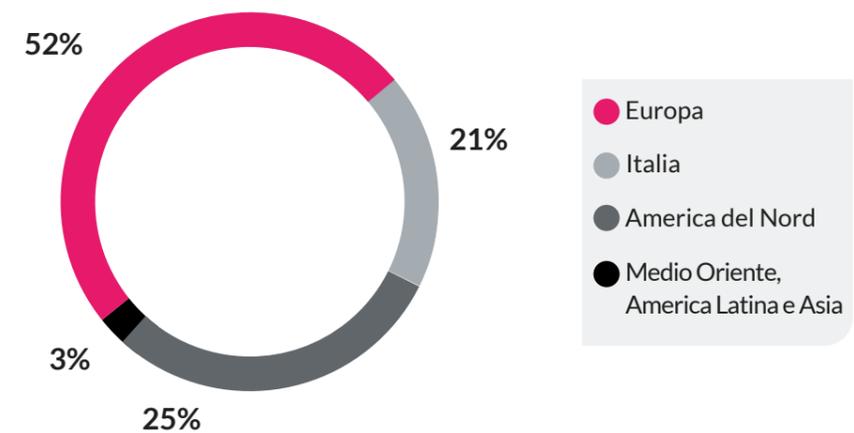
Le revenues relative al fiscal year 2024 **geograficamente** sono suddivise come di seguito:

- › 21% Italia
- › 51% Europa
- › 25% America del Nord
- › Restante 3% suddiviso tra Medio Oriente, America Latina e Asia

Ricavi per area geografica (EUR)

	2024	2023
Italia	15.792.459	24.019.347
Europa	37.740.097	37.530.228
America del Nord	18.510.997	10.508.464
Medio Oriente, America Latina e Asia	2.416.769	3.002.419

Ricavi 2024 per area geografica



Contributi per investimenti di Ricerca e Sviluppo

Nel corso dell'esercizio 2024 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 9.975**, corrispondenti all'erogazione del SAL 1 di rendicontazione del bando Simest per la controllata Agile Telecom e all'ottenimento del contributo Bonus colonnine per la controllante Growens.

Assistenza finanziaria ricevuta dal governo (EUR)

	2024	2023
Credito d'imposta R&S e crediti d'imposta per bandi (EUR)	183.808	89.392
Contributi per investimenti, ricerca e sviluppo e altri tipi di contributi (EUR)	9.975	194.256

La quota relativa al contributo ricevuto deriva dal bando Simest, ricevuto da Agile Telecom S.p.A., per un totale di EUR 7.975,00, in aggiunta al contributo Bonus colonnine per EUR 2.000,00. Il credito d'imposta R&S ottenuto nel 2024 è composto da attività di R&S effettuate sia da Agile Telecom per l'anno 2023 che da Growens per gli anni 2022 e 2023.

Agile Telecom S.p.A. ha ottenuto un beneficio per il credito d'imposta R&S di EUR 67.587,57 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.

Credito d'imposta R&S per Agile Telecom S.p.A.

- › **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.

Growens S.p.A. ha ottenuto un beneficio per il credito d'imposta R&S di EUR 116.220,80 con i seguenti progetti:

Credito d'imposta R&S per Growens S.p.A.

- › Attività di innovazione tecnologica finalizzata allo sviluppo di una piattaforma con flusso di attivazione ottimizzato
- › Attività di innovazione tecnologica finalizzata al miglioramento della piattaforma marketing digitale
- › Attività di innovazione tecnologica finalizzata allo potenziamento di un modulo applicativo dedicato a campagne marketing
- › Attività di innovazione tecnologica finalizzata allo sviluppo di strumenti e metriche utili ad aumentare l'efficacia delle campagne di marketing
- › Attività di innovazione tecnologica finalizzata all'ottimizzazione della raccolta e gestione dei contatti
- › Attività di innovazione tecnologica finalizzata al rafforzamento della sicurezza e l'ammodernamento dell'infrastruttura della piattaforma MailUp
- › Attività di innovazione tecnologica finalizzata al miglioramento della funzionalità e usabilità della piattaforma Mailup
- › Attività di innovazione tecnologica finalizzata allo sviluppo di una nuova soluzione informatica che consente la protezione dei dati
- › Attività di innovazione tecnologica finalizzata allo sviluppo di una soluzione informatica utile alla centralizzazione delle informazioni HR
- › Attività di innovazione tecnologica finalizzata allo sviluppo di un Security Operations Center (SOC)

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 a corrispondere 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"

Nessun contenzioso di tipo fiscale

da parte del Gruppo di totale trasparenza e dialogo costruttivo. Nel 2024 **non sono stati registrati contenziosi o contestazioni di tipo fiscale**.

Documentazione di Transfer Pricing (TP)

Growens S.p.A. ha redatto la documentazione di **Transfer Pricing (TP)** afferente al periodo d'imposta 2023.

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 infragruppo di cui all'articolo 110 comma 7 del Tuir.

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 infragruppo 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:

- › Il tipo di operazioni infragruppo 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.

Conformità al principio della libera concorrenza

Riferimento: Linee Guida OCSE

R&S, innovazione e design

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 2024 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.

 [Scopri di più >](#)

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.

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

Servizi Cloud AWS: innovazione e sostenibilità

Per la propria infrastruttura in cloud Growens fa riferimento ad Amazon Web Services (AWS), leader nel 2024 e nel Magic Quadrant di Gartner per i servizi delle piattaforme e le infrastrutture cloud.

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 experience¹¹, e **cinque volte più efficiente dal punto di vista energetico** rispetto alla mediana dei data center aziendali europei, grazie alla combinazione di una popolazione di server più efficiente e di un loro utilizzo molto più intensivo, che consente una maggiore flessibilità interna e favorisce la scalabilità dei processi¹².

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*.

Dipartimento centrale di Information Technology

Il dipartimento centrale di Information Technology 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.

Nel contesto attuale, il dipartimento IT fornisce alle Business Unit del Gruppo l'esperienza, l'infrastruttura, gli strumenti e i dati per raggiungere i propri obiettivi.

¹¹ [Studio Omdia](#) (InformaTech) del 2021, effettuato su nove provider di infrastrutture in cloud.

¹² [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.



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:

Governance del Cloud pienamente centralizzata

- › 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.
- › 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.

Due flussi complementari di comunicazione

A livello di impatto sull'infrastruttura in cloud, il CCoE offre una **conoscenza specializzata e certificata** sulle principali tecnologie cloud a tutti i cloud users 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, e coopera 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).

Tra le altre attività portate avanti internamente nel 2024, 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 tutti 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.

Risultati del CCoE nel 2024

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 Unit che compongono il Gruppo, nel 2024 Growens ha proseguito il progetto di adozione di strumenti specifici di **Data Lake House**.

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.

Requisiti strutturali del Data Lake House

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

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**.

Nel 2024 l'infrastruttura cloud ha subito una significativa ottimizzazione grazie ai servizi flessibili e scalabili di AWS. Una delle principali iniziative è stata la migrazione da un cluster EMR tradizionale a EMR Serverless, riducendo l'uso di risorse non necessarie e semplificando la gestione operativa.

Le principali strategie di ottimizzazione sono state le seguenti:

- › **Migrazione a EMR Serverless:** ha permesso di utilizzare risorse solo quando effettivamente necessarie, riducendo i costi fissi legati alle istanze EC2 sempre attive.
- › **Decommissionamento delle istanze EC2:** Sono state spente diverse istanze EC2 precedentemente utilizzate per servizi

Strategie di ottimizzazione

come Apache Ranger e Kerberos KDC, ora gestiti in modo più efficiente senza necessità di infrastruttura dedicata.

- › **Gestione semplificata:** Con EMR Serverless, la gestione operativa è diventata molto più semplice, riducendo il carico di lavoro e migliorando l'affidabilità del sistema, con conseguente riduzione dei costi operativi.
- › **Decommissionamento di Active Directory:** La dismissione di Active Directory ha comportato un risparmio nei costi operativi, grazie alla migrazione a sistemi alternativi di autenticazione.
- › **Migrazione dei job legacy Java e Python a AWS Batch:** I job precedentemente eseguiti su istanze EC2 sono stati migrati a AWS Batch, riducendo l'uso delle risorse inutilizzate e i costi associati.
- › **Migrazione delle applicazioni web legacy a AWS Elastic Beanstalk:** Diverse applicazioni legacy sono state migrate alla cloud, migliorando la gestione e l'efficienza delle risorse, con il prossimo passo di consolidare queste applicazioni in un ambiente unificato per ridurre i costi di gestione.



Ambiente di Advanced Analytics

Nel 2024 è stato introdotto e perfezionato un ambiente di Advanced Analytics che consenta al team di ricerca di sviluppare e utilizzare **modelli di AI/ML** (Intelligenza Artificiale e Machine Learning) gestendo l'intero ciclo di vita dei modelli stessi.

Un ambiente di analisi avanzata è cruciale sia per il **business**, poiché permette decisioni aziendali complesse basate sui dati (ad esempio modelli predittivi, modelli di scoring, previsioni, clustering) tramite il team di analisi, sia per il **prodotto**, in quanto consente di abilitare funzionalità avanzate di ML/AI.

È importante sottolineare che si tratta di un ambiente dedicato alla ricerca e alla distribuzione interna, non destinato alla produzione di modelli di prodotto.

Per questo ambiente è stata scelta una **soluzione integrata** tra i servizi AWS e MLFlow. In particolare, SageMaker Studio è stato scelto come ambiente di lavoro per i data scientist grazie alla sua integrazione completa con numerosi moduli di analisi avanzata e la possibilità di gestire **diversi tipi di capacità computazionale**, facilitando l'esplorazione dei dati, lo sviluppo dei modelli, le pipeline di addestramento e distribuzione.

MLFlow, invece, funge da strumento collaborativo per la gestione del ciclo di vita dei modelli, permettendo di tracciare esperimenti e ottimizzazioni, gestire la versione degli artefatti e distribuirli.

Focus strategico sullo sviluppo di modelli di AI/ML

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



Sviluppo continuo e integrazione di modelli di AI

Lo sviluppo continuo delle piattaforme **ATWS, Pocket Evolution e Smart Tools** nel 2024 ha consolidato l'offerta tecnologica, garantendo un servizio sempre più all'avanguardia ed efficiente. Questi strumenti si sono evoluti per rispondere alle esigenze di mercato con soluzioni scalabili e personalizzabili.

Un'altra innovazione cruciale è stata l'**integrazione di sistemi di intelligenza artificiale** open source all'interno dei processi aziendali. Questi meccanismi avanzati permettono di monitorare, gestire e migliorare la qualità del traffico SMS e delle comunicazioni digitali in modo completamente automatico, assicurando elevati standard di precisione e affidabilità. Queste evoluzioni confermano l'impegno di Agile Telecom verso una gestione sostenibile e tecnologicamente avanzata, coerente con il piano strategico pluriennale già avviato.

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**.

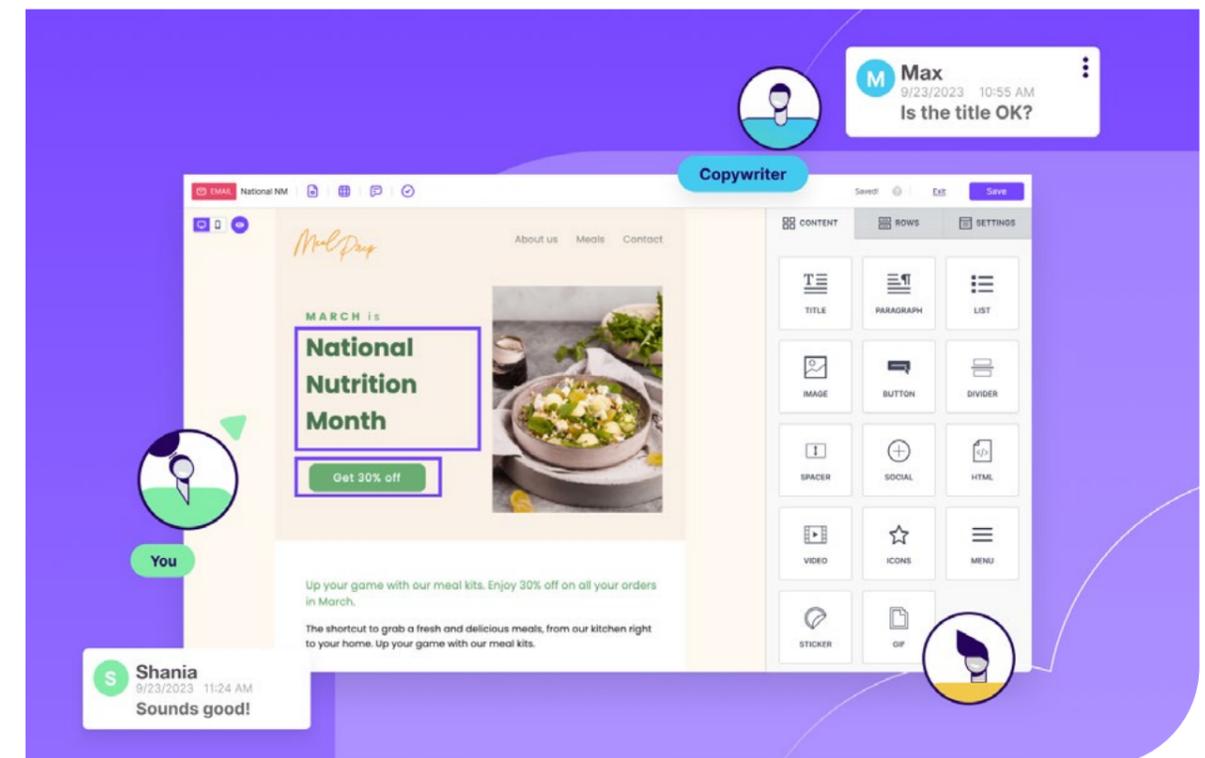
Novità di prodotto

- › **Beefree:** una suite di connettori in crescita, grazie all'ampliamento del numero di connettori che aiutano i clienti a integrare l'app Beefree con gli strumenti che usano ogni giorno. Tra questi, connettori per Outlook App (un'integrazione che semplifica il download di template email in OFT per Windows o EMLTPL per Mac, e il trasferimento delle email in Outlook con un solo clic), Iterable, e il potente Custom Connector, che offre la flessibilità di esportare l'HTML delle proprie email su qualsiasi piattaforma o applicazione di invio.
- › **Beefree SDK:** con Beefree SDK, le Hosted Saved Rows forniscono una modalità rapida per integrare contenuti riutilizzabili. Molti clienti Beefree SDK vogliono offrire ai propri utenti finali la possibilità di salvare e riutilizzare elementi grafici, ma la creazione di questa funzionalità richiede tradizionalmente tempi di sviluppo significativi. Con le Hosted Saved Rows, Beefree ha introdotto un nuovo modo per i propri clienti SDK di offrire questa potente funzionalità ai propri utenti in pochi secondi invece che in settimane, senza la necessità di sviluppi ad hoc.
- › **Strumenti di IA:** Beefree si impegna a fornire ai clienti soluzioni AI che semplificano la creazione di contenuti di alta qualità in tempi più rapidi. Nel 2024 sono state rilasciate le seguenti novità:
 - › Con la **generazione di immagini** basata sull'intelligenza artificiale, è possibile creare immagini personalizzate in pochi secondi.

Sviluppo di Beefree App e SDK

Soluzioni e strumenti integrati di AI

- › Potenziamento dell'**AI Writing Assistant** per supportare un maggior numero di provider. I clienti Beefree SDK possono ora utilizzare Open AI, Azure OpenAI, Claude Anthropic o un modello LLM proprietario per potenziare l'assistente di scrittura.
- › DeepL AddOn aiuta i clienti a **tradurre automaticamente** i contenuti, semplificando processi altrimenti macchinosi.
- › **Accessibilità:** Come parte dell'impegno verso la democratizzazione del design, Beefree si è concentrata sul miglioramento dell'accessibilità dei prodotti per persone con abilità diverse. In linea con questo impegno, parti fondamentali della sua applicazione sono state rese accessibili, aderendo agli standard delle Linee guida per l'accessibilità dei contenuti Web (WCAG), uno sforzo che sarà portato avanti anche nel 2025.
- › **Nuove funzionalità e miglioramenti** vengono costantemente integrati nelle linee di prodotto Beefree ogni 4-6 settimane.



Innovazione nel Design

Nel 2024, Growens ha consolidato il ruolo del Design e i processi in cui questa funzione è coinvolta, rafforzando l'efficacia progettuale e l'allineamento strategico tra i prodotti. Questi progressi rappresentano un ulteriore passo avanti rispetto alle iniziative del 2023, segnando complessivamente un anno di maturazione e integrazione delle pratiche di Design.

Rafforzamento della collaborazione per la pratica del Design

L'organizzazione della funzione di Design ha continuato a evolversi e consolidarsi al fine di massimizzare l'impatto nelle aree chiave individuate, con un focus sulla collaborazione interfunzionale tra Holding e Business Unit.

Aree chiave:

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

Nell'ottica di una funzione di Design completa, il consolidamento del ruolo del contenuto attraverso una figura dedicata di UX Writer continua a essere un elemento fondamentale per garantire coerenza e chiarezza nell'esperienza utente, migliorando la **comunicazione tra prodotti e brand**.

L'integrazione con altre funzioni aziendali si è dimostrata cruciale per ottenere risultati significativi: i progressi sono stati evidenziati da indicatori di mercato come l'NPS (Net Promoter Score) e UXUM-lite, che confermano il **miglioramento dell'usabilità** percepita dai clienti.

Evoluzione continua del Design System

Contributo del Design allo sviluppo del prodotto

Nel 2024, l'esperienza utente è stata ulteriormente potenziata grazie alla continua evoluzione del **Design System**. Questo strumento consente di creare applicazioni scalabili, offrendo componenti, modelli e linee guida che garantiscono coerenza e scalabilità nell'interfaccia prodotto.

Inoltre, un importante focus è stato dedicato a **migliorare l'onboarding** nell'offerta del prodotto Beefree, ottimizzando l'esperienza per rispondere meglio alle necessità dell'utente. Questo approccio consente agli utenti di comprendere più rapidamente le potenzialità del prodotto, riducendo il tempo necessario per ottenere risultati tangibili e ottenere un'esperienza personalizzata alle proprie necessità.

Parallelamente, i processi di ricerca condivisi tra i diversi dipartimenti sono stati ulteriormente consolidati, rafforzando l'integrazione tra funzioni aziendali e garantendo un **approccio olistico** alla progettazione dei prodotti.



Team focalizzati su aree chiave

Accessibilità

Conformità alle linee guida WCAG

L'impegno costante di Beefree verso l'accessibilità continua ad avere un ruolo centrale nell'esperienza utente. Come descritto in precedenza, nel 2024 il team ha lavorato per completare l'obiettivo di conformità dei suoi builder alle **Web Content Accessibility Guidelines (WCAG)**, rafforzando il proprio impegno nella creazione di prodotti accessibili agli utenti di tutte le abilità.

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

Lo scopo di queste iniziative è **duplice**: il perfezionamento iterativo dei componenti della libreria mira non solo a garantirne la conformità, ma anche a migliorare l'esperienza complessiva dell'utente, rendendo le interazioni più intuitive e fluide per tutti gli utenti.

Intelligenza artificiale

Integrazione di modelli di AI

Nel 2024, Beefree ha continuato a esplorare il potenziale dell'intelligenza artificiale integrando ulteriori funzionalità specifiche per migliorare i flussi di lavoro dei clienti, come ad esempio il supporto alla generazione di immagini e l'integrazione di nuovi modelli avanzati Large Language model (LLM). 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 incentrata sull'utente.

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

Cultura della ricerca e dello user testing



Il 2024 ha visto il consolidamento della **strategia di user testing iterativo** all'interno dei processi di *product design & development*, in continuità con gli anni precedenti.

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).

Cultura dello user testing qualitativo

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**.

Lo **Usability Metric for User Experience (UMUX-lite)**, essendo uno strumento più facile da fruire, rappresenta l'evoluzione del precedente System Usability Scale (SUS), standard di settore ampiamente riconosciuto. Si struttura come un sondaggio di due domande, simile all'NPS, e si concentra sull'usabilità. Il punteggio UMUX-lite può essere convertito nella scala SUS e, anche quest'anno per Beefree risulta essere sopra la media con un valore di 85/100 (la media si attesta a 68).

Punteggio SUS sopra la media

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, e l'Azienda si impegna continuamente ad aumentare i propri sforzi per espandere e migliorare sistematicamente i propri parametri di progettazione.

Approccio data-driven

Di seguito il riepilogo delle attività di ricerca e sperimentazione nel 2024:

- › Oltre **170 studi di user testing**, per un totale complessivo di oltre 1800 risposte
- › Oltre **30 tra interviste e sondaggi**

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*.

01

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.

Nel 2017, la sede cremonese di Growens si è trasferita al terzo piano del Polo dell'Innovazione Digitale, situato in via dell'Innovazione Digitale 3.

Uffici situati in sedi con alte prestazioni energetiche

L'idea di creare un nuovo **Polo per l'Innovazione Digitale** è emersa nel 2012, quando tre delle cinque aziende del consorzio CRIT hanno deciso di intraprendere un progetto audace e innovativo: trasformare un'area industriale dismessa della città di Cremona nel cuore pulsante della Digital Innovation locale. Il nuovo Polo Tecnologico ospita gli uffici di diverse realtà, numerose aree comuni, spazi dedicati a CRIT, un bar/ristorante e aree verdi.

L'edificio è progettato per garantire un **basso consumo energetico** e offre **standard di sicurezza antisismica** tre volte superiori rispetto alla classe sismica prevista per la città di Cremona. L'illuminazione

degli uffici e di tutti gli ambienti è assicurata da **apparecchi a LED**, che consumano significativamente meno energia rispetto ai sistemi tradizionali, e sono controllati tramite sensori esterni, riducendo così i costi impiantistici sia economici che ambientali.

A Milano, gli uffici si trovano all'interno di PL7, uno **spazio di coworking** gestito da OneDay Group sotto il marchio WAO, concepito per offrire ambienti di lavoro stimolanti a giovani professionisti, startup e aziende in crescita. In questo contesto, Growens condivide gli spazi con altre aziende emergenti, favorendo opportunità di **networking** tra professionisti di diverse organizzazioni. Per Growens, avere uffici in un coworking non è solo un'opportunità commerciale, ma anche un modo per contribuire attivamente al benessere sociale e ambientale.

Nel corso del 2024, Agile Telecom ha raggiunto un'importante pietra miliare certificando ufficialmente il suo status di **azienda 100% full remote**, grazie alla chiusura definitiva di tutti gli uffici fisici. Questa scelta strategica ha consentito di ridurre significativamente l'impatto ambientale legato agli spostamenti dei dipendenti e ai consumi energetici degli spazi di lavoro tradizionali. Anche Beefree è, da sempre, una realtà full remote senza uffici fisici.

La scelta full-remote di Agile Telecom

Impianto fotovoltaico

80.000 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 80.000 kWh/anno** e di uno smart flower in grado di produrre fino a ulteriori 5.000 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).

L'orto Growers at Growens

In collaborazione con [Noocity](#), Growens ha scelto di investire in **agricoltura a Km zero**, grazie al 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'orto è progettato per essere **sostenibile ed efficiente**: grazie a un sistema di subirrigazione, riduce il consumo idrico di quasi l'80% rispetto a un giardino delle stesse dimensioni, sfruttando anche l'acqua piovana per l'irrigazione. Inoltre, il kit di vermicompostaggio permette di trasformare i rifiuti organici in fertilizzante naturale, chiudendo il ciclo dei nutrienti in modo ecologico e riducendo gli sprechi: un modello di coltivazione che rispetta l'ambiente e valorizza le risorse disponibili.

Un aspetto cruciale di questa iniziativa è la **condivisione del raccolto**: tutti possono portare a casa e gustare i prodotti coltivati, rendendo il lavoro nell'orto un'esperienza ancora più concreta e gratificante che si riflette anche nella quotidianità.

Nel 2024, Growers at Growens ha continuato a crescere grazie alla partecipazione volontaria delle persone che hanno contribuito con entusiasmo alla cura dell'orto. Durante l'anno sono state coltivate diverse varietà di **verdure** (come lattuga, cavolo, bietola, carota, pomodoro) ed **erbe aromatiche** (salvia, basilico, rosmarino), e ad arricchirsi non è stato solo il raccolto, ma anche l'esperienza condivisa di chi ha preso parte all'iniziativa.

Per rendere questo spazio ancora più coinvolgente, è stato organizzato un **programma di eventi guidati** da un Grower esperto di Noocity, con approfondimenti su ecologia, agricoltura, alimentazione e benessere. Inoltre, la condivisione di ricette e curiosità botaniche ha trasformato l'orto in un punto di incontro e apprendimento per tutti.

Il raccolto

Nell'ultimo anno, Growens ha autoprodotta con il proprio orto un **raccolto totale di 67 kg**, raggiungendo un traguardo del 55% sull'obiettivo annuale di 150 kg. Nel periodo da gennaio ad aprile sono stati raccolti 26 kg, mentre tra maggio e dicembre il raccolto ha raggiunto 41 kg. Un risultato significativo, che riflette l'impegno costante nella cura dell'orto e nella promozione di pratiche sostenibili nel contesto lavorativo. Durante le attività sono state coinvolte complessivamente **63 persone**.

Perché un orto?

La scelta di piantare 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

Come parte del suo impegno verso una riduzione dell'impatto ambientale delle attività proprie e dei dipendenti, Growens favorisce attivamente una mobilità "green", priva di sprechi e attenta ai consumi anche negli spostamenti.

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

Sebbene la **flessibilità negli orari** di entrata e uscita, già adottata da tempo da Growens, sia integrata con il modello "remote first", favorendo un'organizzazione più sostenibile della mobilità e riducendo gli spostamenti casa-lavoro e le emissioni inquinanti, l'Azienda ha scelto di rafforzare ulteriormente il proprio impegno avviando, nel 2024, il primo **Piano di Spostamenti Casa-Lavoro** per le sedi di Cremona e Milano.

Redatto su base volontaria, il documento offre una panoramica delle opzioni di trasporto disponibili e introduce le iniziative previste per il 2025, con l'obiettivo di ridurre l'impatto dei mezzi di trasporto inquinanti e ottimizzare la propria impronta ambientale.

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

Auto ibride e wallbox

Nel complesso, il gruppo Growens ha un **parco auto** composto da 17 auto, di cui 9 auto ibride ed un'auto *full electric*. Ulteriori contratti sono in fase di valutazione.

Per la **ricarica delle vetture elettriche**, sono disponibili 4 torrette nella sede di Cremona e 3 torrette nella sede di Milano, di cui 2 wallbox di ABB e 1 wallbox di Enel X.

Consumi ed emissioni¹³

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 2024 si rilevano consumi pari a **841GJ**.

La riduzione dei consumi totali pari a circa il 40% rispetto all'anno precedente è da imputare, da un lato, all'ampliamento dell'impianto fotovoltaico, che ha portato a una maggiore produzione di energia e, quindi, a un incremento dell'**energia autoconsumata**. Dall'altro lato, a partire dalla metà del 2023, è stata affittata una parte degli uffici, comportando una riduzione degli spazi utilizzati e, di conseguenza, contribuendo ad un ulteriore abbassamento dei consumi elettrici. Inoltre, a partire dal 2024 Agile Telecom ha adottato una modalità di lavoro completamente da remoto, generando un'ulteriore diminuzione dei consumi.

I consumi calcolati dal Gruppo comprendono anche quelli di **combustibile**, derivanti dalle diverse tipologie di auto aziendali messe a disposizione dei dipendenti da Growens.

¹³ Sono esclusi dal perimetro BEE Content Design, Inc, e gli uffici di Milano, Cagliari e Brescia, poiché si trovano in spazi di coworking

Consumi Energetici (GJ)¹⁴

	2024	2023
Consumi energetici da fonti non rinnovabili	61%	78%
Diesel	74	224
Benzina	219	229
Energia elettrica da fonti non rinnovabili ¹⁵	218	642 ¹⁶
Consumi energetici da fonti rinnovabili	39%	22%
Energia elettrica autoprodotta e consumata (da fotovoltaico)	179	171
Energia elettrica autoprodotta e venduta (da fotovoltaico)	151	135
Totale consumi energetici interni (GJ)	841	1.403

¹⁴ 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.

¹⁵ 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.
 - Oltre alla Business Unit Beefree, sono esclusi dal perimetro gli uffici di Milano, Cagliari e Brescia poiché si trovano in coworking dove il Gruppo dispone di postazioni in affitto.
 Nella sede in coworking di Milano è presente una colonnina Wallbox di ricarica auto, tali consumi sono stati inclusi nel perimetro.

¹⁶ 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**.

Nella classifica "Le Aziende più attente al clima"

Come già citato nel paragrafo *Premi e 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 (2021-2023).

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

Rendicontazione di Scope 1 e Scope 2

- › **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.



Emissioni di gas a effetto serra (tCO₂e)¹⁷

	2024	2023
Emissioni dirette - Scope 1		
Emissioni da consumi di diesel	5	16
Emissioni da consumi di benzina	14	15
Totale emissioni Scope 1	19	31
Emissioni indirette - Scope 2		
Emissioni da consumi energia elettrica (metodo location-based)	16	55
Emissioni da consumi energia elettrica (metodo market-based) ¹⁸	30	82
Totale emissioni dirette Scope 1 + indirette Scope 2 - Location-based	35	86
Totale emissioni dirette Scope 1 + indirette Scope 2 - Market-based	49	113

¹⁷ 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) 2023. 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"; 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.

¹⁸ 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).

Uso efficiente delle risorse

Growens adotta un approccio strategico alla sostenibilità, prioritizzando la misurazione e la gestione dei consumi che hanno un impatto significativo sul suo core business e sulla **catena del valore**. In questo contesto, la possibilità di lavorare da remoto rappresenta un fattore chiave, contribuendo in modo significativo alla riduzione dell'impronta ambientale aziendale.

Oltre a limitare il consumo energetico e le emissioni legate agli spostamenti, il remote working rafforza la **resilienza operativa**, consentendo al Gruppo di mantenere continuità anche di fronte a potenziali crisi, incluse quelle legate a calamità naturali o eventi imprevisti.

Parallelamente, la scelta di adottare prodotti in locazione rientra in una strategia di **economia circolare** volta a ottimizzare le risorse e minimizzare gli impatti ambientali. Questa soluzione non solo riduce gli sprechi e migliora l'efficienza operativa, ma permette anche di contenere la domanda di nuove risorse, favorendo il riutilizzo e incentivando la collaborazione con fornitori responsabili che adottano criteri ESG. L'approccio adottato da Growens va quindi oltre la semplice riduzione dell'impatto, traducendosi in una **gestione responsabile** dell'intero ciclo di vita delle risorse.

Gestione responsabile del ciclo di vita delle risorse

A testimonianza di questo impegno, Growens offre alle proprie persone la possibilità di **acquistare i dispositivi tecnologici** al termine del periodo di locazione, allungandone così il ciclo di vita e riducendo ulteriormente il volume di rifiuti elettronici. Questa scelta non solo genera benefici ambientali, ma risponde anche a un principio di valorizzazione delle risorse, garantendo un uso più efficiente e consapevole delle tecnologie a disposizione scelto, con forma contrattuale, per l'approvvigionamento energetico.

Sostenibilità nel cloud con AWS

AWS si impegna a innovare in ogni area della sua infrastruttura globale per aumentare l'efficienza e ridurre al minimo l'impatto ambientale. Nell'ambito dell'espansione delle operazioni dei data center per far fronte alle sempre più numerose esigenze dei clienti con l'**IA e il cloud computing**, proseguono anche gli sforzi di Amazon nell'innovazione per aumentare l'efficienza e onorare il proprio impegno di azzerare le emissioni di carbonio entro il 2040, il tutto mantenendo il massimo livello di sicurezza. Non sarà un percorso lineare ma circolare, basato su **tre pilastri fondamentali**: migliore progettazione, funzionamento prolungato e maggiore ripristino.

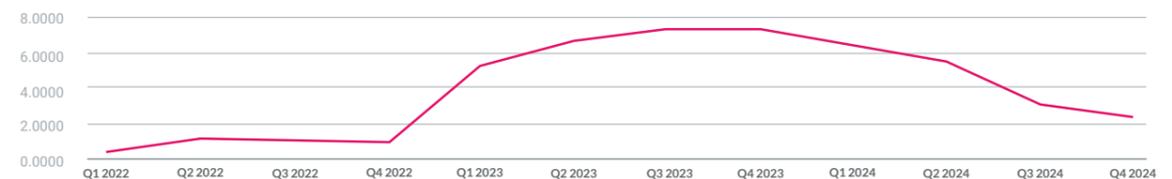
Goal di azzeramento emissioni entro il 2040

I data center esistenti di AWS supportano milioni di clienti attivi in tutto il mondo e si stanno adattando per supportare **densità di alimentazione** sempre più elevate. Quando AWS crea dei data center, cerca un equilibrio ottimale tra consumo di energia e acqua. Inoltre, AWS calcola il PUE (Power Usage Effectiveness) utilizzando i principi riconosciuti a livello internazionale dell'Organizzazione internazionale per la normazione (ISO) in linea con la propria metodologia PUE.

La progettazione dei data center AWS di ultima generazione è concepita per fornire il **12% di potenza di calcolo in più**, migliorando al contempo la disponibilità e l'efficienza e il punteggio PUE (Power Usage Effectiveness) a 1,08.

Emissioni carboniche di Growens tramite AWS (per trimestre)

Emissioni stimate	Risparmio stimato in termini di emissioni
48.44 MTCO₂e	346.437 MTCO₂e



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** derivanti dalle sedi delle diverse Business Unit.

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**, dal 2022 Growens compensa le emissioni di anidride carbonica prodotte dal traffico sul sito web growens.io e sui siti delle Business Unit del Gruppo, 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

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 2024, l'**impatto ambientale complessivo positivo di Growens**, grazie ai programmi descritti in precedenza, era il seguente:

- > 22.933 alberi piantati
- > 23,09 ettari riforestati
- > 3.422,59 tonnellate di CO₂ compensate
- > Principali aree di rimboscimento: Indonesia, Tanzania, Nepal

Relazione con i fornitori

Relazioni con i fornitori

Nel corso del 2024, il Gruppo ha intrattenuto rapporti con **731 fornitori**, per un fatturato complessivo di circa EUR 75 milioni.

Sul totale dei fornitori, il **52% della spesa** è attribuibile a fornitori locali per ogni controllata inclusa nel perimetro di rendicontazione e la restante parte a fornitori esteri.

	2024	2023
Numero totale fornitori	731	904
Spesa per fornitori (EUR)	75.319.481	82.196.691

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, certificazioni di merito, etc.).

Alla ricezione del contratto viene attivata una **fase di analisi**, soprattutto per i nuovi fornitori o per contratti con importi rilevanti. Se il dipartimento Legal suggerisce eventuali modifiche nelle clausole o evidenzia clausole irricevibili da escludere, viene avviata una negoziazione (che può coinvolgere direttamente il dipartimento 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 molto semplificati ed eventualmente da personalizzare.

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 bilanciamento tra vita privata e lavoro.

Programma REST

La nuova iniziativa di welfare interpreta il tempo come benefit primario.

Comitato DEI

Il comitato Diversity, Equity & Inclusion promuove 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
- TPercorsi di crescita
- Modello di Leadership
- Pulse Survey
- Programma Way of Working (WoW)
- Work in Public Project
- Cagliari Innovation Lab
- Un anno di Human Capital Management con Bloom

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 le persone 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 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.

Al 31 dicembre 2024 Growens conta **150 dipendenti** occupati in organico. In aggiunta, vi sono 7 incaricati nei Consigli Direttivi inquadrati come collaboratori esterni, 3 stagisti e professionisti impiegati tramite datori di lavoro localizzati in Stati diversi da Italia e Stati Uniti.

La **centralità delle persone** comporta una maggiore attenzione alla gestione del capitale umano, alla sicurezza sul lavoro in termini, ad esempio, di stress lavoro-correlato, al benessere organizzativo e alle politiche di inclusione e sviluppo professionale. La strategia aziendale si concentra quindi sulla creazione di un ambiente di lavoro sicuro, stimolante e sostenibile, contribuendo a ridurre i fattori di rischio attraverso investimenti in formazione, welfare e innovazione nei processi organizzativi.

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

	2024				2023			
	<30	30-50	>50	Totale	<30	30-50	>50	Totale
Dirigenti	-	3	1	4	-	3	1	4
Quadri	-	14	3	17	-	12	-	12
Impiegati	23	97	9	129	28	93	10	131
Totale	23	114	13	150	28	108	11	147

Numero di dipendenti suddivisi per genere e qualifica professionale

	2024				2023			
	Donne	Uomini	Altro	Totale	Donne	Uomini	Altro	Totale
Dirigenti	1	3	-	4	1	3	-	4
Quadri	5	12	-	17	6	6	-	12
Impiegati	48	81	-	129	42	89	-	131
Totale	54	96	-	150	49	98	-	147

Numero di dipendenti suddivisi per genere e tipologia di contratto

	2024				2023			
	Donne	Uomini	Altro	Totale	Donne	Uomini	Altro	Totale
Contratto a tempo indeterminato	54	96	-	150	47	98	-	145
Contratto a tempo determinato	-	-	-	-	2	-	-	2
Totale	54	96	-	150	49	98	-	147
Full time	49	94	-	143	45	95	-	140
Part time	5	2	-	7	4	3	-	7
Totale	54	96	-	150	49	98	-	147

In Growens, il **processo di selezione** del personale avviene attraverso diverse modalità, tra cui la pubblicazione di annunci sulle varie piattaforme online (tra cui LinkedIn), il supporto di consulenti, società esterne specializzate o ancora il programma di referral interno.

Per Beefree, alcune risorse vengono assunte tramite la piattaforma Deel, che opera con una logica simile a quella di un'agenzia interinale, assumendo direttamente i lavoratori nei Paesi dove Growens non ha una sede legale. Gli **stage**, invece, si concentrano prevalentemente in Italia e nel settore amministrativo e delle risorse umane. I lavoratori autonomi ricoprono principalmente incarichi apicali nei Consigli di Amministrazione delle Società.

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

	2024				2023			
	Donne	Uomini	Altro	Totale	Donne	Uomini	Altro	Totale
Stagisti e tirocinanti	3	-	-	3	-	2	-	2
Lavoratori interinali	-	-	-	-	-	-	-	-
Lavoratori autonomi ¹⁹	2	5	-	7	2	5	-	7
Altro ²⁰	4	1	-	5	4	3	-	7
Totale	9	6	-	15	6	10	-	16

Per i dipendenti all'estero (non coperti da accordi di contrattazione collettiva nazionale), il Gruppo Growens determina le condizioni di lavoro e i termini di impiego sia armonizzando gli inquadramenti in riferimento alle scale interne di ruoli, sia considerando i riferimenti retributivi locali, con l'obiettivo di garantire equità interna e allineamento con la realtà e il costo della vita degli Stati in cui le persone risiedono.

¹⁹ Risorse incaricate nei Consigli Direttivi inquadrate come collaboratori esterni e professionisti impiegati tramite datori di lavoro localizzati in Stati diversi da Italia e Stati Uniti.

²⁰ Risorse assunte tramite Deel.

Turnover

La tabella di seguito riporta i dati relativi al turnover nell'ultimo anno fiscale, suddivisi per genere e fascia d'età dei dipendenti. Al 31 dicembre 2023 si è registrato il 11,6% di rapporti cessati, valore dimezzato al 6% durante il 2024.

Le percentuali del turnover sono state calcolate sul totale dei dipendenti al 31 dicembre di ciascun anno, in conformità alla richiesta del GRI Standard.

	2024					2023				
	N. dipendenti	N. nuovi assunti	N. cessati	Tasso di turnover positivo	Tasso di turnover negativo	N. dipendenti	N. nuovi assunti	N. cessati	Tasso di turnover positivo	Tasso di turnover negativo
Donne	54	5	6	3,3%	16%	49	14	10	9,5%	6,8%
< 30 anni	-	-	1	0,0%	0,7%	-	2	3	1,4%	2,0%
30-50 anni	-	5	5	3,3%	3,3%	-	11	7	7,5%	4,8%
> 50 anni	-	-	-	0,0%	0,0%	-	1	-	0,7%	0,0%
Uomini	96	7	3	4,7%	2,0%	98	16	7	10,9%	4,8%
< 30 anni	-	2	-	1,3%	0,0%	-	6	3	4,1%	2,0%
30-50 anni	-	5	2	3,3%	1,3%	-	10	4	6,8%	2,7%
> 50 anni	-	-	1	0,0%	0,7%	-	-	-	0,0%	0,0%
Totale	150	12	9	8,0%	6,0%	147	30	17	20,4%	11,6%
< 30 anni	-	2	1	1,3%	0,7%	-	8	6	5,4%	4,1%
30-50 anni	-	10	7	6,7%	4,7%	-	21	11	14,3%	7,5%
> 50 anni	-	-	1	0,0%	0,7%	-	1	-	0,7%	0,0%

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.

Nel corso dell'esercizio 2024, a fronte di oltre 201.165 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 prosegue il programma di visite mediche del lavoro prenotabili in tutto il territorio italiano.

In Italia, la Società 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.

Nessun infortunio né malattia professionale

Seguiti da RSPP per l'aggiornamento del DVR

Welfare per i dipendenti

In ambito **welfare aziendale**, tra i benefit che Growens fornisce ai propri dipendenti “full-time” si annoverano nel 2024: assicurazione sulla vita, copertura per invalidità e disabilità (per Dirigenti), assistenza sanitaria, contributi pensionistici. Sono mantenuti inoltre i buoni pasto 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 Annua Lorda oltre al TFR maturando alla data di adesione.

Integrazione del 4% rispetto al TFR

Indennità di telelavoro

Con l'obiettivo di 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

Sono confermate nel 2024 le ulteriori due misure introdotte a supporto del benessere delle risorse con contratto di telelavoro:

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

100% tasso di rientro a lavoro per entrambi i generi

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 lavoro²¹ e il tasso di retention²² sono al **100% nel 2024** 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**.

Car Policy

La policy riguardante l'assegnazione delle auto aziendali prevede un **incentivo per la scelta di auto ibride o elettriche**. Nel dettaglio, un importo di EUR 100 viene aggiunto ai massimali previsti qualora la scelta ricada su quest'ultima tipologia di auto, al fine di agevolarne l'adozione.

Programma REST (Recharge, Empower, Support, Thrive)

In Growens, il benessere delle persone e l'equilibrio tra vita personale e professionale sono aspetti fondamentali della cultura aziendale. Un ambiente di lavoro che offre flessibilità e supporto concreto nei momenti importanti permette di affrontare con maggiore serenità le sfide quotidiane. Da questa consapevolezza è nato **REST (Recharge, Empower, Support, Thrive)**, un programma concepito per standardizzare e migliorare le opzioni di congedo in tutti i paesi in cui operiamo, valorizzando il tempo personale come leva fondamentale per attrarre e trattenere talenti.

²¹ 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.

²² 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.

Radicato nei valori di *Caring, Trust e Open-mindedness*, REST rappresenta un passo avanti nell'assicurare **benefit equi per tutti i dipendenti**, superando le aspettative e i requisiti delle leggi locali. Lanciato a settembre 2024, il programma ha già registrato un'accoglienza estremamente positiva, contribuendo a rafforzare l'attrattiva nel panorama tech internazionale e la resilienza organizzativa di Growens.

Il programma REST include diversi tipi di congedi.

Congedo Parentale

- › Per il genitore caregiver primario: fino a 11 mesi con retribuzione variabile (100% primi 5 mesi, 80% mesi 6-7, 60% mese 8, 30% mesi 9-11)
- › Per il genitore caregiver secondario: 20 giorni lavorativi retribuiti al 100% da utilizzare entro 12 mesi dalla nascita
- › Supporto pre-nascita per visite mediche e appuntamenti prenatali

Congedo per Caregiver

- › Fino a 5 giorni lavorativi retribuiti al mese per l'assistenza a familiari con gravi condizioni di salute
- › Possibilità di richiedere un regime part-time temporaneo

Congedo Medico

- › Fino a 1 mese di congedo retribuito all'anno per cure specialistiche o terapie in caso di malattie gravi
- › Utilizzabile in modo continuativo o non continuativo

Congedo Sabbatico

- › Da 4 a 8 settimane di congedo sabbatico retribuito, in base all'anzianità aziendale

Congedo per lutto

- › Fino a 5 giorni retribuiti per evento (max 3 eventi all'anno)

Congedo per volontariato

- › 2 giorni retribuiti all'anno per attività di volontariato

Le opzioni di congedo del programma REST

Sviluppo delle persone



950 ore di formazione erogate

Growens ritiene la formazione dei propri dipendenti 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 seguenti: la Società ha erogato in totale circa 950 ore di formazione (590 ore a dipendenti uomini e 360 ore a dipendenti donne).

Ore di formazione per figura professionale

	2024				2023			
	Donne	Uomini	Altro	Totale	Donne	Uomini	Altro	Totale
Dirigenti	6	31	-	37	265	716	-	981
Quadri	56	93	-	149	1.232	1.609	-	2.841
Impiegati	297	467	-	764	7.861	13.874	-	21.735
Totale	359	591	-	950	9.358	16.199	-	25.557

Rispetto all'anno precedente, è stata registrata una significativa diminuzione delle ore di formazione erogate. Questo calo è attribuibile esclusivamente all'adesione al Fondo Nuove Competenze nel corso del FY 2023, che aveva comportato un'erogazione intensiva di ore di formazione rispetto alle normali proiezioni.

Nel 2024, la mancata disponibilità di una misura di sostegno analoga ha indotto un ridimensionamento delle ore di formazione, non intaccando in ogni caso i **percorsi di sviluppo delle competenze** già iniziati gli anni precedenti e integrati quest'anno con nuovi aspetti, come testimoniato nella sezione successiva.

Delle circa **950 ore totali** erogate nel 2024, vi sono 136 ore di formazione su Health&Safety – H&S²³: i corsi di sicurezza, sia generici che specifici, vengono erogati tramite una piattaforma di e-learning, con verifica della partecipazione e credenziali dedicate, in base agli attestati già posseduti.

136 ore di formazione
su Salute e Sicurezza

La formazione per i preposti avviene in presenza, così come i corsi antincendio e di primo soccorso, organizzati in caso di rinnovo o nuova nomina. Inoltre, il corso per Rappresentante dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS) viene svolto in presenza per le nuove nomine.

²³ Le ore di formazione su "H&S" sono erogate ai soli dipendenti delle entità italiane del Gruppo, escludendo anche gli amministratori, gli stagisti e i collaboratori.

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.

Dopo essere stata temporaneamente sospesa per le operazioni M&A che il Gruppo ha subito in larga scala nel 2022 e 2023, la suddetta attività formativa è ripresa nel 2024.



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 è necessario 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
- › Capire come gestire eventuali data breach.



Hybrid Work Handbook

L'Hybrid Work Handbook rappresenta un agile strumento di riferimento che raccoglie pillole informative per supportare le persone nell'adozione di una **metodologia di lavoro ibrida**.

Nel corso del 2023 sono state svolte analisi, tramite erogazione di survey alla popolazione, per ampliare il book e fornire una formazione più specifica in tema di assetto ibrido del lavoro, ivi compreso l'aspetto manageriale e di leadership. Nel 2024, l'approccio al lavoro ibrido si è evoluto oltre i contenuti dell'Hybrid Work Handbook, integrando la metodologia "Work in Public" per affinare ulteriormente le pratiche di lavoro agile.



Cyber security training

La consapevolezza della sicurezza informatica è fondamentale per comprendere i rischi IT emergenti e proteggere le risorse aziendali e i dati dei clienti. Per questo motivo, Growens ha sviluppato una **sessione di formazione** online rivolta a tutti i dipendenti del Gruppo, con l'obiettivo di prevenire i rischi legati alla cyber security.

Il corso, della durata di **2 ore**, combina contenuti interattivi e scenari pratici per favorire un apprendimento attivo; include un quiz finale per consolidare le conoscenze acquisite ed è accessibile in qualsiasi momento per consentire un apprendimento flessibile.



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 tutti 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.



Diversity, Equity & Inclusion

Dal 2024, il percorso di formazione obbligatoria da effettuarsi in fase di onboarding si arricchisce di nuovi contenuti dedicati ai temi DEI e al loro valore all'interno del Gruppo.

Come parte del training viene offerta una **panoramica approfondita** delle policy interne dedicate alla sicurezza psicologica sul luogo di lavoro e alla tutela delle diversità in tutte le proprie sfaccettature. Al completamento delle attività viene richiesto di completare un breve test per verificare la corretta comprensione dei contenuti. Il corso si considera superato solo con un punteggio pari o superiore a 85%.

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. Il Gruppo rispetta quanto previsto dalla normativa avvalendosi di piattaforma per corsi asincroni e corsi in presenza dove obbligatori.



Cultural Onboarding

A questi moduli più propriamente legati alla formazione obbligatoria, nel corso del 2023 si aggiunge una sessione di **Onboarding dedicata alla Cultura**, grazie alla quale ciascuna persona appena assunta 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

Altre iniziative di formazione

Oltre alle attività già menzionate, nel 2024 Growens ha abilitato una serie di programmi, percorsi formativi e workshop mirati allo sviluppo personale e professionale dei dipendenti, promuovendo innovazione, consapevolezza e crescita continua.



Programma di Mentorship (online, dedicato a risorse selezionate)

Realizzato in collaborazione con [Pack](#), questo programma di mentoring della durata di 6 mesi è dedicato a talenti junior ad alto potenziale. L'iniziativa offre un supporto strutturato per valorizzare competenze, aspirazioni e attitudini, aiutando chi partecipa a definire il proprio percorso di crescita professionale.

Nel suo primo anno, il programma ha registrato un forte coinvolgimento e risultati significativi, supportando **12 mentee ogni semestre** e offrendo opportunità di mentoring personalizzate. I dati raccolti evidenziano la sua efficacia: i mentee hanno espresso un livello di soddisfazione medio pari a 4,6/5 e un punteggio di applicabilità di 4,4/5, a dimostrazione della rilevanza del percorso per la propria crescita personale e professionale.



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 pensata 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**".

Lungo il 2024 queste sessioni hanno rappresentato uno strumento utile per trovare nuovi focus e definire principi guida attraverso l'uso delle metafore costruttive ispirate dai mattoncini Lego.



Liberi di Sbagliare - Workshop sulla Sicurezza Psicologica (online, aperto a tutti)

Questo workshop ha avuto l'obiettivo di introdurre e sensibilizzare l'intera forza lavoro sui concetti fondamentali di sicurezza psicologica, al fine di promuovere una cultura aziendale in cui tutti si sentano liberi di condividere idee, fare domande ed esprimere preoccupazioni senza timore.

Durante la sessione sono state presentate **best practice** ed esempi positivi per formare i partecipanti sui principi di comunicazione positiva, empatia e fiducia.



Feedback Catalyst Transformational Coaching (online, dedicato al Top Management)

Un workshop formativo destinato al top management, volto a **sviluppare competenze avanzate** nell'erogare e ricevere feedback in modo positivo e costruttivo.

Il workshop ha l'obiettivo di fornire ai partecipanti gli **strumenti necessari** per offrire feedback in maniera chiara, empatica e motivante, creando un ambiente in cui tutti i membri del team si sentano supportati nel loro sviluppo.

Si pone un forte accento sulla creazione di una cultura di **leadership inclusiva**, dove ogni voce è ascoltata e ogni contributo è apprezzato, nonché sulla funzione trasformativa del feedback, inteso come vero e proprio strumento per stimolare il cambiamento e il miglioramento.



Piattaforme di E-Learning (online, aperte a tutti)

Come parte dell'Upskilling Program, per promuovere la formazione continua della propria forza lavoro Growens ha implementato l'uso di diverse piattaforme di e-learning. Tra queste:

- › **LinkedIn Learning**, che ha registrato un totale di 167 ore di training completate.
- › **Udemy**, con 20 licenze attive disponibili per l'approfondimento di competenze tecniche e trasversali.
- › **Reforge**, una piattaforma avanzata dedicata allo sviluppo di competenze strategiche e di business.

Questi strumenti permettono ai dipendenti di accedere a percorsi formativi personalizzati, favorendo una crescita professionale continua e allineata alle esigenze aziendali.



Corsi di lingua inglese (online, dedicati ai dipendenti italiani)

Grazie al patrocinio di **Fondimpresa**, sono stati organizzati corsi di lingua inglese per supportare lo sviluppo delle competenze linguistiche. I corsi, erogati in modalità remota, si svolgono due volte all'anno e prevedono **20 ore di formazione** per ciascun ciclo.

Questa iniziativa, fondamentale in un team multilinguistico, mira a favorire la comunicazione internazionale e a rafforzare le competenze linguistiche per una collaborazione più efficace.



Cyber security: the WoC (Way of Cyber) of Growens (online, aperto a tutti)

Questo webinar ha avuto l'obiettivo di fornire una panoramica chiara e aggiornata delle pratiche di sicurezza in Growens, aumentando la consapevolezza sulle minacce emergenti e rafforzando la cultura della sicurezza all'interno dell'Organizzazione.

Si è esplorato in dettaglio come la **sicurezza informatica** venga gestita all'interno del Gruppo, presentando gli strumenti e le tecnologie attualmente utilizzati per proteggere i sistemi e i dati.

Si sono discusse le ultime soluzioni adottate e si è analizzato il modello organizzativo, le politiche e le procedure che costituiscono il **framework di sicurezza di Growens**, mostrando come questi elementi siano essenziali per una gestione efficace e una riduzione dei rischi in un contesto digitale in continua evoluzione.



Sicurezza e aspetti legali

Nel 2024 il dipartimento Legal ha sviluppato due moduli di apprendimento mirati a potenziare la consapevolezza dei dipendenti e a garantire una solida gestione dei rischi:

- › Incident and Data Breach Management Procedure
- › Legal Considerations in the Use of AI in the Workplace

Questi moduli hanno fornito una formazione approfondita sui processi aziendali relativi alla gestione degli incidenti e delle violazioni dei dati, nonché sugli aspetti legali legati all'utilizzo dell'intelligenza artificiale in azienda. L'obiettivo è stato quello di rafforzare la preparazione del personale e garantire la conformità alle normative, migliorando così la **gestione dei rischi** in un contesto digitale in continua evoluzione.

Percorsi di crescita



Internal Mobility

Per favorire le opportunità di crescita e retention, nel 2024 è stato confermato il processo di Mobilità Interna, che coinvolge tutti gli spostamenti lavorativi delle risorse all'interno del Gruppo.

I movimenti possono essere **orizzontali** (cambio di ruolo con 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.

La Mobilità Interna è un'opportunità che Growens offre alle persone per ampliare le proprie occasioni di crescita in termini di competenze, esperienze e carriera. Tutte le persone, infatti, possono accedere a un numero maggiore di percorsi di carriera rispetto a quelli che otterrebbero in un singolo team, dipartimento o Business Unit. Dunque, la Mobilità Interna è una leva per **attrarre, trattenerne e coltivare i talenti**.

Mobilità orizzontale e verticale

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.

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.

Compensazione, riconoscimento e sviluppo dei talenti

Come per l'anno precedente, la valutazione periodica delle performance ha coinvolto nel 2024 la totalità dei dipendenti (150).

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

Compensation & Benefit	Recognition	People Development	Worklife
Legato alla definizione di una struttura retributiva	Rappresentato principalmente dal processo di performance management	In cui sono inclusi tutti i processi relativi allo sviluppo della carriera delle persone	Con cui si intendono tutte le attività di wellness e wellbeing

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

Un modello di crescita e compensazione chiaro e trasparente non solo facilita l'attrazione di talenti e rafforza l'employer branding del Gruppo, ma contribuisce anche alla **riduzione del turnover**: questo è un aspetto fondamentale, poiché l'avvicendamento di persone in una posizione comporta un impatto diretto generando alti costi non solo finanziari, ma anche in termini di competenze, conoscenze e talenti.

Nel 2024 il Team di People & Culture si è concentrato sul consolidamento del sistema da parte di tutti i dipartimenti 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.

Il rapporto tra il compenso annuo totale del dipendente più pagato e il compenso annuo totale medio degli altri dipendenti per il 2024 è pari a 5,24, mentre il rapporto tra l'incremento percentuale medio del compenso del dipendente più pagato del Gruppo è del 7%, rispetto al 2023, mentre per lo stesso valore riferito a tutti gli altri dipendenti si registra un aumento del 4%²⁴.

Variable Pay System

Parte integrante del programma Total Rewards, il Variable Pay System prevede che la retribuzione fissa dei dipendenti venga affiancata anche una retribuzione variabile, calcolata sulla base del raggiungimento di obiettivi economico finanziari afferenti al Gruppo, alla Business Unit o al dipartimento di riferimento. Questo sistema di incentivi, pensato per riconoscere e premiare sia i risultati individuali che collettivi, comprende diverse modalità.

- › **Sales Bonus:** è destinato ai dipendenti delle aree commerciali e premia i risultati ottenuti nelle attività di vendita. Questo incentivo riconosce direttamente l'impegno profuso per il raggiungimento degli obiettivi commerciali, incentivando il contributo attivo alla crescita economica dell'azienda.
- › **Bonus NRR (Net Revenue Retention):** è dedicato ai dipendenti delle aree Customer Success e premia chi si impegna a mantenere e sviluppare relazioni durature con i clienti. Questo premio riconosce l'importanza della fidelizzazione e della crescita dei ricavi a lungo termine, premiando chi contribuisce al successo sostenibile dell'azienda.

Total Rewards e retribuzione variabile



- › **Long Term Incentive:** è un programma pensato per allineare gli interessi dei dipendenti con la visione futura dell'azienda. Premia il contributo strategico e continuo al successo aziendale, favorendo l'impegno a lungo termine e creando un forte legame tra il benessere individuale e la prosperità collettiva.
- › **Shared Bonus:** è un incentivo a breve termine che premia i dipendenti per aver raggiunto obiettivi finanziari specifici durante l'anno. Questo bonus è legato ai risultati globali dell'azienda, quindi tutti i dipendenti idonei hanno un interesse diretto nel successo complessivo dell'Organizzazione. 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.

Shared bonus: revenue ed Ebitda - Capex

²⁴ I dati comprendono anche le retribuzioni dei lavoratori operanti in USA, ma riportate in euro; sono state considerate, altresì, le retribuzioni lorde annue; inoltre sono stati esclusi i dati relativi ai compensi degli amministratori, stagisti e collaboratori. I dati relativi al rapporto di retribuzione totale annua sono calcolati secondo la metodologia indicata dal GRI 2-21.

Modello di Leadership

I cambiamenti dell'ultimo triennio hanno messo il Gruppo di fronte a tante sfide ambiziose, una tra tutte il passaggio da una realtà imprenditoriale ad una **più propriamente manageriale**.

In questo contesto si inserisce il progetto di 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**, e si propone come strumento per diffondere la cultura aziendale a tutti i livelli organizzativi attraverso la figura di People Manager, in cui identifica il driver principale verso il **raggiungimento degli obiettivi comuni**.

Percorso di training

Il programma formativo dedicato ai People Manager è proseguito nel 2024 con un percorso costituito da **diversi moduli formativi**, erogati attraverso workshop e contenuti in e-learning. Il format dello workshop è stato pensato per proporre lavori di gruppo, atti a favorire la sperimentazione e il confronto tra People Manager di diverse Business Unit, dipartimenti e Paesi.

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

Ampliata nel corso del 2023 con l'obiettivo di migrare a un modello di valutazione delle competenze che sia il più possibile oggettivo, in grado di offrire una panoramica su eventuali azioni di sviluppo o di improvement, la scheda valutativa contiene adesso una sezione dedicata alle **competenze trasversali al ruolo**. 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.



Obiettivo: identificare prontamente le criticità

Responsabilizzazione dei People Manager

Pulse Survey

A Growens, dal 2020 le **Pulse Survey** costituiscono un metodo per intercettare feedback e conversazioni essenziali per rilevare la temperatura delle relazioni interne all'Azienda. 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**.

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

Nel corso del 2024 si è provveduto a integrare la pulse survey con un nuovo set di 6 domande che esplorano la percezione dei dipendenti relativamente ai temi di **Diversity, Equity & Inclusion (DEI)**, con l'obiettivo di monitorare gli aspetti di equità, tutela della diversità e senso di appartenenza.

In aggiunta, l'utilizzo del tool Peakon ha permesso di implementare

diversi miglioramenti nel monitoraggio e nella gestione delle survey, tra cui la possibilità di visualizzare informazioni e dati in modo personalizzato, con differenziazione tra i dati relativi ai manager e quelli dei membri del team.

Il sistema è **dinamico e aggiornato**: i dati vengono raccolti e analizzati su base mensile, consentendo una rilevazione continua delle aree di interesse e di attenzione. Meccanismi quali la presenza di domande aperte e la possibilità di **lasciare commenti anonimi** garantiscono inoltre alle persone l'opportunità di esprimere liberamente feedback, suggerimenti e osservazioni.

I risultati si concretizzano nel **Peakon Digest**: una comunicazione mensile in cui le metriche vengono condivise in forma aggregata, mantenendo tutta la popolazione informata e coinvolta nell'evoluzione della cultura aziendale.

Risultati della Pulse Survey (media 2024)

How likely is it you would recommend this Company as a place to work?	8.5 / 10	My manager provides me with the support I need to complete my work.	8.5 / 10
Overall, how satisfied are you working at this Company?	8.3 / 10	The work I do is meaningful to me.	8.3 / 10
I regularly have the opportunity to do challenging things at work.	8.3 / 10	The Company values are personally relevant to me.	8.4 / 10
I have enough freedom to decide how to do my work.	8.5 / 10	My colleagues are willing to help each other with work if needed.	8.7 / 10
I have the right materials and tools to complete my work.	8.4 / 10	If I do great work, I know that it will be recognised.	8.1 / 10
I feel that my opinions are taken into account at work.	8.1 / 10	I am rewarded fairly (e.g. pay, promotion, benefits) for my contributions to the Company.	7.6 / 10
At work I know what I am expected to contribute.	8.3 / 10	I can have constructive conversations with my manager about pay.	8.2 / 10
I feel that I'm growing professionally.	7.9 / 10	The demands of my workload are manageable.	8 / 10

Programma Way of Working (WoW)

W [Scopri il 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.

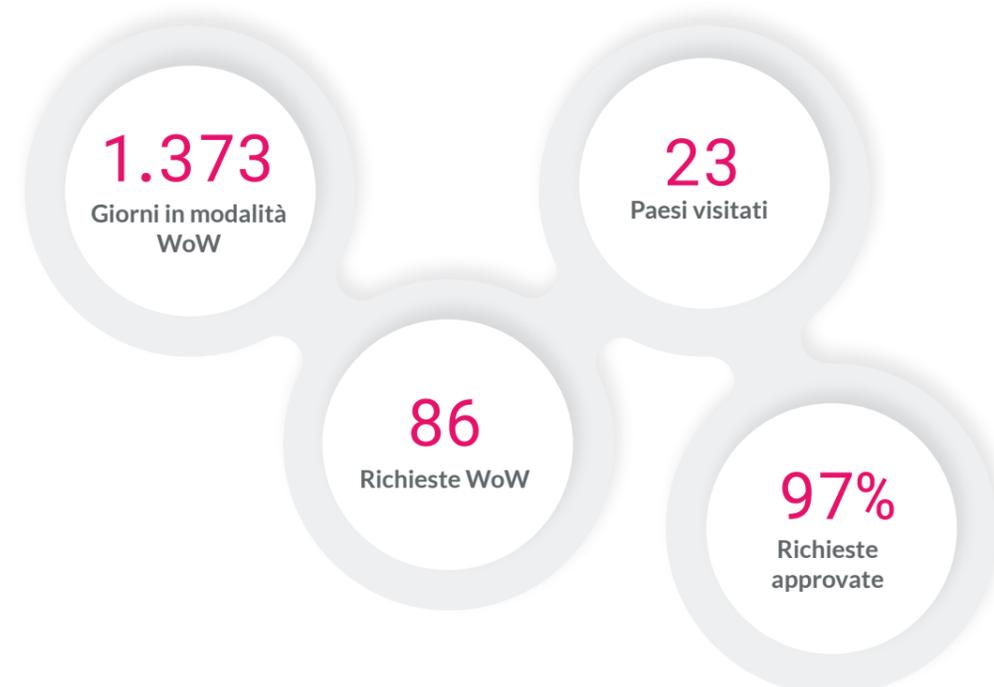
Il "modo di lavorare" non è solo legato al luogo, ma soprattutto al **tempo** e alle **modalità di collaborazione** sugli obiettivi condivisi.

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.



Work in Public Project

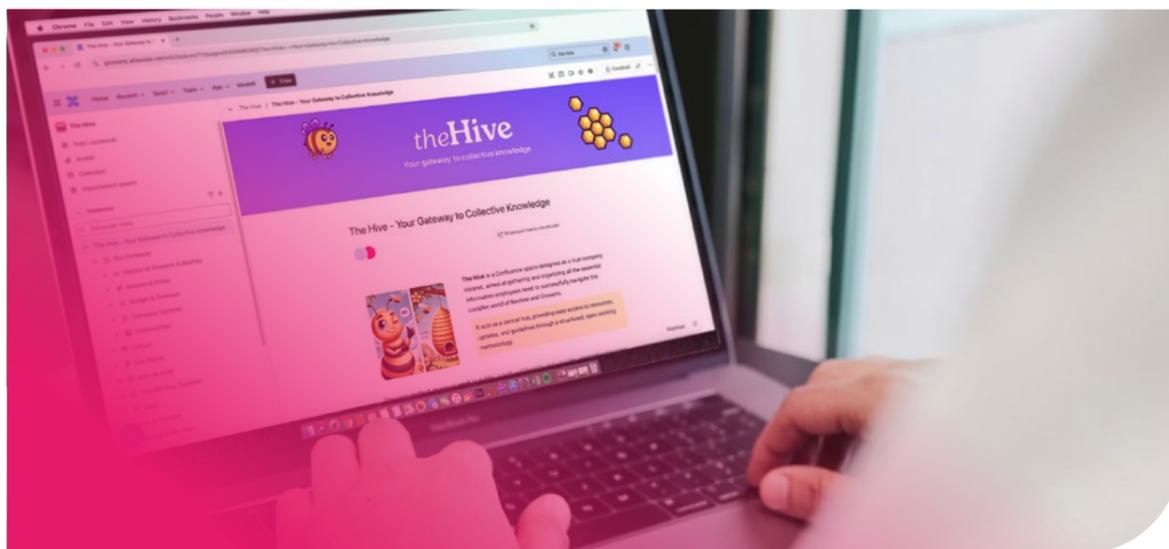
Per promuovere una cultura del lavoro più trasparente e collaborativa e orientata al lavoro da remoto, nel 2024 è nato il progetto **Work in Public**, volto a diffondere all'interno dell'Azienda il principio operativo che si basa sulla condivisione aperta delle informazioni, dei processi decisionali e del lavoro in corso.

L'obiettivo è favorire la trasparenza, migliorare la collaborazione tra team e facilitare un feedback tempestivo.

In occasione del retreat tenutosi a Villasimius, Sardegna, a giugno 2024, è stato istituito il Comitato Work in Public, composto da colleghi provenienti da svariati team, con il compito di promuovere attivamente queste pratiche. Il primo grande progetto del comitato è stato "**The Hive**", una directory nella intranet aziendale che raccoglie contenuti diversificati sul modo di lavorare, comunicare e collaborare, visti attraverso la lente del work in public.

The Hive rappresenta uno spazio condiviso dove ogni collega può trovare ispirazione e risorse per adottare un approccio più aperto e connesso al proprio lavoro quotidiano.

Centralizzare le informazioni con "The Hive"



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 2024 Growens ha proseguito la collaborazione con **2 ricercatori dell'Università di Cagliari** che, insieme ai dipendenti di Growens, hanno dato vita a un team di ricerca focalizzato sul progetto HTML2JSON Converter, ottenendo risultati incoraggianti nel riconoscimento della struttura HTML, nel posizionamento dei contenuti all'interno della struttura e nella loro traduzione nel formato JSON proprietario di Beefree.

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*.

Un anno di Human Capital Management con Bloom

Lo scorso anno Growens ha introdotto **Bloom**, la piattaforma digitale dedicata alla gestione delle risorse umane, con l'obiettivo di rendere più efficienti i processi HR, garantire maggiore autonomia ai dipendenti e rafforzare la trasparenza nelle dinamiche aziendali.

A distanza di un anno dalla sua implementazione, Bloom si è affermato come uno strumento strategico per supportare **modelli di lavoro agili, digitali e globali**, contribuendo a migliorare la gestione delle persone in un contesto in continua evoluzione.

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:

- › **Semplificare** le attività in ambito HR e **ridurre** la burocrazia amministrativa
- › Rendere **più accessibili** le informazioni personali e i dati aziendali
- › **Migliorare** la gestione della performance e degli obiettivi a livello individuale e organizzativo
- › **Monitorare e ottimizzare** i percorsi di formazione, con un focus su upskilling e reskilling

Impatto sulle operazioni

Nel suo primo anno di attività, Bloom ha avuto un impatto significativo nella gestione delle risorse umane all'interno del Gruppo, grazie alla disponibilità di diverse funzionalità strategiche, tra cui:

- › **Sistema strutturato per la valutazione della performance:** strutturare su Bloom il sistema per la valutazione ha portato all'ottimizzazione della gestione e del monitoraggio degli obiettivi, con un focus sulla crescita professionale e sulla performance.
- › **Organigramma aziendale digitale:** con Bloom, l'organigramma aziendale è in formato digitale, sempre accessibile e aggiornato. Questo ha aumentato la trasparenza nella struttura organizzativa del Gruppo, migliorando la visibilità dei rapporti e delle gerarchie aziendali.
- › **Portale self-service:** La piattaforma ha reso possibile un maggiore livello di autonomia per le persone, che ora possono gestire facilmente le proprie informazioni personali,

accedendo e aggiornando i propri dati in modo diretto e immediato.

- › **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.

Integrazioni implementate nel 2024

In aggiunta alle funzionalità sopra citate, nel 2024 il processo di gestione delle risorse umane attraverso Bloom si è dotato di tre nuovi moduli, a conferma dell'impegno di Growens nel centralizzare funzioni chiave, snellire le procedure e facilitare l'accesso a strumenti chiave per dipendenti e manager:

- › **Peakon:** Introdotto per raccogliere i feedback forniti attraverso le pulse survey, Peakon consente di monitorare il coinvolgimento, il benessere e la soddisfazione delle persone in modo tempestivo e strutturato.
- › **Learning Module:** Implementato per gestire e monitorare la formazione aziendale, permette di tracciare sia i percorsi obbligatori che quelli volontari, con un focus su upskilling e reskilling.
- › **Compensation & Benefits:** Ottimizzato per garantire maggiore trasparenza ed equità nella gestione delle retribuzioni e dei benefit, supportando decisioni basate su dati analitici e allineate alle strategie aziendali.

L'obiettivo è rendere la gestione HR sempre più **efficiente, trasparente e accessibile**, riducendo la complessità operativa e favorendo un'esperienza utente più intuitiva e immediata.

10

Diversità e pari opportunità

Affrontare le tematiche DEI in modo sistemico

L'approccio di Growens alla DEI

Nel 2024 Growens ha intrapreso una serie di iniziative volte a integrare i principi di **Diversità, Equità e Inclusione (DEI)** nel tessuto della propria organizzazione. Le attività si sono concentrate sulla costruzione di un **framework DEI completo**, sul coinvolgimento dei dipendenti tramite sessioni educative e discussioni interattive, e sullo sviluppo e la formalizzazione di politiche più inclusive.

Tra i punti salienti spiccano la serie **Equity Espresso**, che ha favorito il dialogo aperto su temi DEI cruciali, e lo sviluppo di politiche chiave mirate a garantire un ambiente più sicuro ed equo. A testimonianza del proprio impegno verso pratiche conformi ai migliori standard di settore, la Società ha ottenuto a Dicembre 2024 la certificazione UNI/PDR 125:2022 per la parità di genere.

A un anno dalla fondazione, il **Grow Committee** ha ampliato le proprie iniziative per includere partnership strategiche e riconoscimenti che sottolineano l'impegno del Gruppo verso la diversità e l'inclusione. Tra i successi di quest'anno vi sono la firma della **Carta delle Pari Opportunità** promossa da Sodalitas, e la candidatura ai premi Libellula Inspiring Company e Parità Vincente, che riconoscono gli sforzi in ambito di pratiche inclusive.

 [Le attività DEI >](#)

In termini di impegno verso la collettività, il Grow Committee ha collaborato con il **Cremona Pride** e ha rafforzato il legame con le realtà locali, sostenendo i diritti e la visibilità della comunità LGBTQIA+.

Il comitato ha inoltre introdotto un **Calendario DEI** per celebrare eventi culturali significativi e implementato pratiche di comunicazione inclusiva, come l'uso del simbolo della schwa nelle comunicazioni interne per promuovere un linguaggio gender-neutral. Tutte queste iniziative arricchiscono la **cultura inclusiva di Growens** e consolidano la posizione del Gruppo come organizzazione impegnata sui temi DEI.

SDG di riferimento



L'approccio di Growens alla DEI

Il comitato Grow @ Growens

Comitato DEI, aperto e volontario

Parte comitato e parte community, Grow @ Growens è un gruppo di lavoro con una **membership aperta, volontaria e non gerarchica**. Costituito nel 2022, è composto da persone di diverse origini, età, nazionalità, esperienze e ruoli aziendali, che si incontrano su base mensile per organizzare e coordinare attività di sensibilizzazione, coinvolgimento e formazione sui temi DEI (Diversity, Equity, Inclusion) rivolte all'intera popolazione aziendale. Nel 2024 il team è stato composto da un totale di **18 membri**, ognuno dei quali ha portato nel gruppo di lavoro la propria storia, il proprio background e le proprie prospettive uniche.

Mission

Il Grow Committee immagina un ambiente di lavoro in cui la diversità sia celebrata e tutti i dipendenti si sentano valorizzati e inclusi, indipendentemente dal proprio background o dalla propria identità. La nostra missione è promuovere un contesto aziendale inclusivo attraverso l'implementazione di strategie DEI efficaci, il supporto alle voci sottorappresentate e la garanzia di opportunità eque per tutti i dipendenti.

Progetti e iniziative per il 2024

L'obiettivo del Committee per il 2024 è stato quello di 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 è concretizzato nell'implementazione di diversi progetti e iniziative, tra cui:

- › Sviluppo di **linee guida e policy** sui temi di Diversità, Equità e Inclusione
- › Creazione di **partnership strategiche** su base locale e adesione a movimenti di advocacy, come la Carta delle Pari Opportunità di Sodalitas
- › Svolgimento del percorso di **certificazione UNI/pdr 125:2022** per la parità di genere
- › Creazione di un **calendario di eventi e percorsi formativi**

dedicato ai temi DEI, sia volontari che obbligatori

- › Sviluppo di una **survey ad hoc** dedicata ai temi DEI con l'obiettivo di monitorare la percezione della popolazione aziendale relativamente alle attività di Growens e del Committee.

Policy per un ambiente più inclusivo

Nel 2024 Growens ha rafforzato il proprio framework organizzativo con l'introduzione di policy chiave volte a promuovere una cultura basata su diversità, equità e inclusione. Queste politiche interne affrontano aspetti fondamentali della cultura aziendale, della sicurezza dei dipendenti e delle pari opportunità.

 [Scopri la policy DEI>](#)

- › **Policy Diversità, Equità e Inclusione (DEI)**: definisce i valori, gli obiettivi e gli impegni aziendali verso la promozione di un ambiente di lavoro equo e inclusivo, che valorizza le differenze e garantisce pari opportunità per tutti i dipendenti.
- › **Policy di Inclusione delle Persone Trans**: stabilisce linee guida e supporto concreto per creare un ambiente di lavoro accogliente e sicuro per le persone transgender, affrontando aspetti come l'uso dei nomi e pronomi corretti, l'accesso a spazi sicuri e politiche di non discriminazione.
- › **Policy per la Prevenzione delle Molestie, Discriminazioni e Bullismo sul Posto di Lavoro**: fornisce un quadro chiaro per identificare, prevenire e affrontare comportamenti inappropriati. La policy ha visto l'istituzione di un meccanismo di segnalazione anonima e confidenziale per i dipendenti, nonché la creazione di un comitato di reporting dedicato alla gestione delle segnalazioni in modo imparziale e tempestivo.



Il percorso di certificazione UNI/pdr 125:2022

 [Leggi la notizia >](#)

La certificazione UNI/PDR 125:2022 rappresenta uno standard di riferimento per misurare e valorizzare l'impegno delle aziende nella promozione della parità di genere. Nel 2024 Growens ha deciso di intraprendere l'iter di certificazione, considerandola un'importante opportunità per consolidare le proprie pratiche e identificare aree di miglioramento.

Il processo di certificazione ha previsto la valutazione in **6 aree chiave**, e il processo si è concluso con un audit dettagliato della durata di tre giorni che ha coinvolto tutta la forza lavoro italiana in interviste condotte sia in presenza che da remoto.

La seguente tabella riassume le due fasi dell'audit:

Fase	Descrizione	Data
Pre-Audit	Revisione da remoto di politiche e documentazione per verificare la conformità ai requisiti iniziali.	15/11/2024
Main Audit	Valutazioni in loco a Cremona e Milano, con interviste e analisi approfondite delle pratiche.	02/12/2024 - 03/12/2024

Il 3 dicembre 2024, Growens ha superato con successo l'iter di certificazione con un **punteggio del 62,5%**, eccellendo nella governance e raggiungendo il secondo punteggio più alto nell'equilibrio tra vita professionale e personale.

Sebbene questo traguardo rappresenti un importante risultato, è solo l'inizio del percorso: per mantenere e migliorare il punteggio di certificazione, Growens si impegna a potenziare ulteriormente la propria posizione nei prossimi due anni, rafforzando la dedizione a strategie di lungo periodo per promuovere la parità di genere e l'inclusione.

Iniziative di formazione e awareness

Growens riconosce che la formazione in ambito DEI è un passo fondamentale per favorire un ambiente di lavoro inclusivo ed equo. Nel 2024, il Grow Committee ha lanciato diverse iniziative mirate a migliorare la nostra comprensione delle tematiche DEI, volte non soltanto a offrire una formazione essenziale, ma anche a promuovere un dialogo continuo e il coinvolgimento volontario all'interno dell'Organizzazione.

- › **Equity Espresso - Grow Exchanges:** una serie di sessioni dinamiche e coinvolgenti pensate per promuovere la consapevolezza delle tematiche DEI all'interno della comunità Growens. Questi incontri mensili interattivi offrono uno spazio alle persone per unirsi, avviare conversazioni significative e approfondire la comprensione di temi sociali rilevanti e impattanti. Ogni incontro dura tra i 45 minuti e un'ora, ed è aperto a tutta la popolazione su base volontaria. Il format stimola la partecipazione attiva, con l'opportunità per i partecipanti di proporre temi di discussione, offrirsi come relatori o suggerire argomenti da esplorare. Nel 2024 il Grow Committee ha organizzato un totale di 14 sessioni Equity Espresso, trattando una vasta gamma di argomenti tra cui: cultura e comunità LGBTQ+, linguaggio inclusivo, neurodiversità, bilanciamento vita-lavoro, disabilità invisibili e salute mentale.
- › **Liberi di Sbagliare - Workshop sulla sicurezza psicologica:** questo workshop ha avuto l'obiettivo di introdurre e sensibilizzare l'intera forza lavoro sui concetti fondamentali di sicurezza psicologica, al fine di promuovere una cultura aziendale in cui tutte le persone si sentano libere di condividere idee, fare domande ed esprimere preoccupazioni senza timore. Il workshop è stato rivolto alla totalità della forza lavoro, garantendo inclusività e una partecipazione ampia in tutta l'Organizzazione.
- › **Modulo formativo obbligatorio DEI:** per garantire che la piena consapevolezza dei principi DEI sia condivisa e integrata nei valori fondamentali della nostra Organizzazione, il Grow Committee ha sviluppato e lanciato un modulo formativo obbligatorio DEI per tutti i dipendenti, ora parte del set formativo obbligatorio per il processo di onboarding. Questo primo modulo mira a fornire alla forza lavoro conoscenze e strumenti necessari per comprendere l'importanza dei principi DEI e per applicarli nelle pratiche lavorative quotidiane.

Visibilità, advocacy e coinvolgimento con il territorio

Nell'ultimo anno Growens ha continuato a collaborare con realtà locali di cui condivide i valori. Grazie a partnership, premi e partecipazioni a eventi di advocacy, il Gruppo ha promosso l'uguaglianza e contribuito a dare visibilità alle voci delle persone marginalizzate sia all'interno dell'Azienda che nella comunità più ampia.

In continuazione con il 2023, anche nel 2024 è stata portata avanti la sinergia con il **Comitato Cremona Pride** a sostegno dei diritti della comunità LGBTQIA+ nel territorio di origine del Gruppo. In occasione di questa partnership, alcuni membri del Comitato Cremona Pride sono stati invitati come relatori a due Equity Espressos organizzati dal Grow Committee, dove hanno offerto spunti fondamentali sulle sfide e le opportunità legate all'inclusività LGBTQIA+.

A novembre 2024, Growens è stata selezionata tra le aziende finaliste del premio **Libellula Inspiring Company**, che riconosce le aziende che contribuiscono a promuovere il cambiamento positivo nell'ambito DEI. Parallelamente ha partecipato al premio Parità Vincente organizzato dalla **Commissione per le Pari Opportunità della Regione Lombardia**; pur non figurando tra i vincitori, Growens ha ottenuto un punteggio molto alto ed è quindi stata invitata all'evento di premiazione tenutosi nel palazzo della Regione a Milano.

Adesione alla Carta per le Pari Opportunità

Firmata da oltre 700 aziende italiane, la Carta per le Pari Opportunità di Sodalitas rappresenta un impegno volontario per garantire pari opportunità nel contesto lavorativo e contrastare la discriminazione basata su etnia, orientamento sessuale, genere, età, disabilità e religione.

Adottando la Carta, Growens dimostra il proprio impegno a creare un ambiente di lavoro inclusivo e si allinea agli sforzi europei per **affrontare la diversità nel mondo del lavoro**. Il coinvolgimento dell'Italia nella Piattaforma Europea delle Carte per la Diversità

Riconoscimenti,
premi e menzioni

 [Leggi la Carta >](#)

arricchisce questo impegno, incoraggiando la condivisione di best practices a livello europeo.

Come parte dell'iter di adesione, Growens ha completato lo strumento di autovalutazione Sodalitas, che ha evidenziato risultati molto positivi e in linea con il benchmark nella maggior parte degli ambiti di riferimento: è stato infatti totalizzato un **punteggio di 86,5%**, con picchi fino al 100% nelle aree relative a governance, comunicazione, e sviluppo di policy aziendali a tutela dell'equità.

Strumenti e metriche per valutare l'inclusività

Nel corso dell'ultimo anno Growens si è dotata di diversi strumenti che consentono di monitorare e valutare le metriche e i KPI relativi ai temi DEI. Tra questi, il self-assessment di Sodalitas e il framework previsto dalla UNI/PDR 125:2022 sono fondamentali per tenere traccia dei progressi nelle diverse aree DEI.

Tuttavia, per rendere il proprio approccio ancora più completo, Growens ritiene essenziale integrare strumenti che monitorino anche, e soprattutto, la percezione delle persone. A questo scopo è stata istituita la **Grow Empowerment Survey**, lanciata per la prima volta nel 2022 e svolta ogni due anni. Questo strumento permette di raccogliere feedback diretti dai dipendenti, garantendo una visione più precisa delle loro esperienze e percezioni in ambito DEI, e supporta l'individuazione di aree di miglioramento per un ambiente di lavoro sempre più inclusivo.

L'obiettivo della Grow Empowerment Survey è comprendere:

- › **Dove si posiziona Growens come Gruppo?** I dipendenti si sentono inclusi e trattati equamente? C'è abbastanza riconoscimento della diversità? Ci sono aree di criticità?
- › **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

Grow Empowerment
Survey

sente particolarmente sottorappresentato? C'è qualche causa o progetto a cui le persone tengono fortemente?

La survey è stata lanciata ufficialmente il 30 settembre 2024, con la finestra di partecipazione aperta fino al 31 ottobre. In tutto ha previsto 37 domande strutturate in **6 diversi cluster tematici**.

37 domande e 6 cluster tematici

Questa edizione ha introdotto nuove aree di approfondimento, come domande specifiche per i caregiver e relativamente alla sicurezza e alla segnalazione degli incidenti sul luogo di lavoro.

Risultati e impatti principali

La survey è stata promossa tramite email dedicate e condivisa sui canali Slack aziendali. In totale sono stati raccolti 88 partecipanti, corrispondenti a circa il 50% della forza lavoro del Gruppo.

I risultati principali hanno evidenziato una percezione positiva dell'inclusività all'interno del Gruppo, in coerenza con quanto emerso nel 2022, con alcuni ambiti che hanno registrato miglioramenti significativi. Quando alle persone è stato chiesto di valutare la rappresentanza di **background e identità diverse**, la valutazione media è stata di 8.0, con oltre il 70% delle risposte pari o superiori a 8.

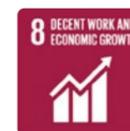
Inoltre, l'80% dei rispondenti ha dichiarato di non aver mai assistito o sperimentato casi di pregiudizi o discriminazioni, a testimonianza di una percezione generalmente positiva dell'impegno di Growens nella creazione di un ambiente di lavoro equo e inclusivo.

Percezione positiva dell'effort del Gruppo

La survey ha anche incluso un cluster di domande focalizzate sull'inclusività nei confronti di **gruppi sotto-rappresentati** (persone con disabilità, LGBTQIA+, genitori e caregiver, persone di diverse etnie e background culturali). Questo cluster ha ricevuto una valutazione media di 4.28 su 5, indicando una percezione positiva degli sforzi del Gruppo nel creare un ambiente inclusivo per gruppi diversificati.

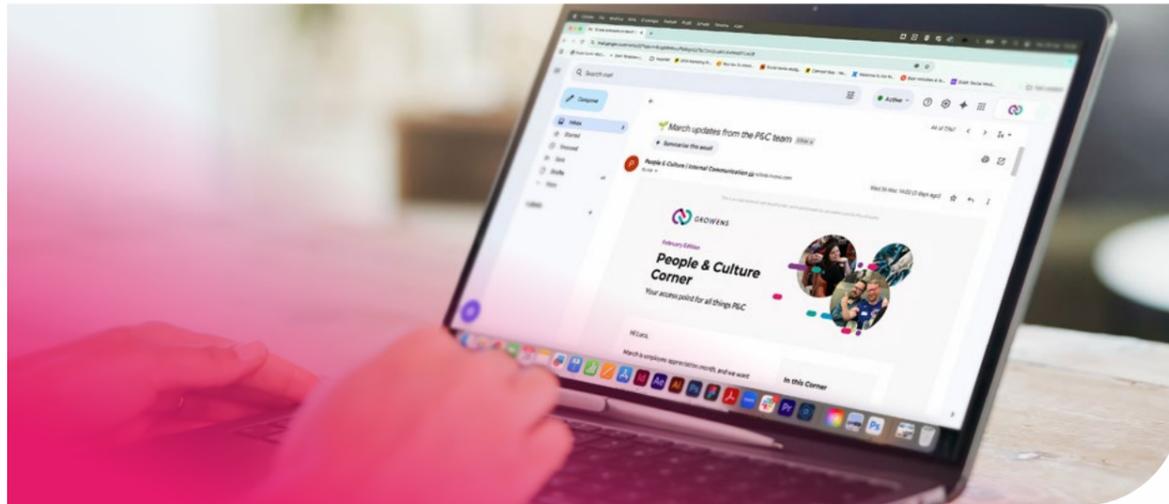
1 Comunicazione interna e ingaggio

SDG di riferimento



Comunicazione interna e ingaggio

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.
- › **Supportare l'ingaggio e la motivazione delle persone**, favorendone il coinvolgimento attivo e il senso di appartenenza all'Azienda - elementi fondamentali in un ambiente di lavoro ibrido (e in diversi dipartimenti full remote).



2 Group Update Webinar



10 Tech Corner



11 P&C Corner

Sessioni plenarie

Data la modalità di lavoro ibrida o, per molti team, interamente remota, i momenti di aggregazione virtuali risultano appuntamenti fondamentali per garantire allineamento e coinvolgimento. Growens organizza sessioni plenarie sia a livello di Gruppo che di Business Unit.

Group Update Webinar

In momenti chiave dell'anno, 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.

Nel 2024, il Grup Update Webinar si è tenuto due volte, in maniera sincrona e asincrona.

Holding Connect

Holding Connect è un appuntamento virtuale mensile rivolto ai dipartimenti di Holding, pensato per creare uno spazio di condivisione e allineamento su temi strategici e operativi. Nel 2024 si sono tenuti **8 incontri**.

TGIF Meeting

Il TGIF Meeting è un evento virtuale dedicato a tutti i dipendenti di Beefree e (opzionalmente) dei dipartimenti Holding. Si tiene ogni due settimane. Nasce con l'obiettivo di favorire l'engagement in un contesto di lavoro prevalentemente remoto, offrendo aggiornamenti sui progetti in corso e comunicando le principali novità aziendali. Nel 2024 si sono svolti **23 incontri**.

Plenarie Agile Telecom

Agile Telecom organizza una sessione **plenaria alla fine di ogni trimestre** (nel 2024 tenutesi a gennaio, aprile e settembre). I responsabili di dipartimento intervengono sull'operato di ciascun team e sull'andamento del mercato e del prodotto, dando uno sguardo al trimestre concluso e al trimestre che verrà in termini di obiettivi e goal raggiunti, progetti in corso e comunicando le principali novità aziendali.

P&C Corner e Tech Corner

Per loro natura, i dipartimenti People & Culture e IT interagiscono con una grande varietà di figure e comparti aziendali, impattando in modo concreto la 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:

2 newsletter interne per l'allineamento del Gruppo

- › Il P&C Corner ha l'obiettivo di allineare mensilmente 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 2024 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 2024, il Tech Corner ha visto 10 edizioni.

Team Building

In un contesto di lavoro sempre più ibrido e "remote first", per rafforzare i legami tra colleghi e favorire una collaborazione più fluida, i team di Holding e delle Business Unit si incontrano periodicamente in **momenti di retreat organizzati**. Queste occasioni sono fondamentali per creare spazi di interazione diretta, che vanno oltre la comunicazione a distanza, e combinare attività di team building insieme a sessioni di lavoro collettivo e momenti informali. I retreat offrono alle persone di Growens l'opportunità di conoscersi meglio, allinearsi su obiettivi comuni e migliorare la coesione tra i

team, permettendo non solo di trascorrere del tempo insieme anche al di fuori della routine quotidiana, ma di rafforzare collettivamente il senso di appartenenza all'azienda.

Team Retreat

Nel 2024 si sono tenuti i seguenti retreat di team:

- › Beefree, Sales & Marketing Teams
Febbraio 2024 | Siviglia, Spagna
- › Beefree, Management Offsite
April 2024 | San Francisco, USA
- › Holding & Beefree
Giugno 2024 | Villasimius, Italia
- › Beefree, Management Offsite
Settembre 2024 | San Francisco, USA
- › Beefree, Product Development Team
Ottobre 2024 | Montepulciano, Italia
- › Beefree, Management Offsite
Dicembre 2024 - New York City, USA

Company Retreat (Holding & Beefree)

Il retreat "**One Team, One Future**", tenutosi a Villasimius, Sardegna, nel giugno 2024, ha rappresentato un momento storico per l'azienda: è stato infatti il primo retreat a coinvolgere sia i team di Beefree che tutti i dipartimenti della Holding di Growens. Questo incontro ha segnato un passo importante verso una collaborazione più stretta e interdipendente, in linea con il nuovo assetto di Gruppo definito dopo le vendite di MailUp+Contactlab, Acumbamail e Datatrics nel 2023, e gli investimenti volti a supportare la crescita di Beefree.

Il tema "One Team, One Future" ha guidato le attività del retreat, creando un contesto ideale per **rafforzare le connessioni tra colleghi di diverse aree**. Le giornate in Sardegna sono state ricche di opportunità per conoscersi meglio, approfondire la comprensione del business della Business Unit Beefree e collaborare in **workshop mirati**. A queste sessioni di lavoro si sono affiancate attività di team building che hanno favorito un clima di condivisione e divertimento, contribuendo a consolidare lo spirito di squadra e una visione comune per il futuro.

Il primo retreat collettivo di Growens e Beefree

In un contesto in cui le distanze fisiche spesso separano le persone, il retreat non è stato soltanto un punto fondamentale per colmare i gap, favorire la crescita professionale e rafforzare l'impegno di Growens verso una cultura aziendale dinamica e inclusiva: incarnando a pieno il principio di Beefree "**remote together**", questa iniziativa ha confermato che, nonostante la distanza geografica, tutto il team sa dimostrare coesione e senso di appartenenza.

I nuovi assunti, in particolare, hanno tratto grande vantaggio dal **formato immersivo** del retreat, che ha permesso loro di acquisire competenze pratiche e interagire con colleghi più esperti. Un altro degli aspetti chiave è stata l'opportunità per i manager di entrare in contatto con i dipendenti in un contesto informale, rendendo la **leadership più accessibile** e rafforzando i valori aziendali attraverso esperienze concrete.

Tra i momenti più apprezzati spicca il **formato Unconference**, che ha offerto uno spazio aperto e flessibile per discussioni spontanee e collaborative; grande successo anche per il Team Time, un'opportunità per rafforzare i legami in modo informale, e per la sessione **Ask Management Anything**, che ha favorito un dialogo aperto e diretto tra dipendenti e leadership.

Programma "Live the Office!"

Gli uffici come luogo dove costruire relazioni

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.

In questa ottica è proseguito nel 2024 il 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 e la disponibilità, nell'ufficio di Cremona e in collaborazione con il CRIT, di una "playroom" con ping pong e giochi da tavolo. Il **programma di eventi** nel 2024 ha previsto:

- › 8 colazioni in ufficio, 4 delle quali con gadget aziendale
- › 1 sessione di laboratorio artistico

SDG di riferimento



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)

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.

Beefree: NPS 66

Nel corso del 2024 Beefree si è sottoposta, tramite l'uso del Net Promoter Score, alla **valutazione da parte dei propri clienti**. Di seguito sono dettagliati i dati più recenti disponibili.

Business unit	Numero di risposte	Punteggio NPS
Agile Telecom	n.a.	n.a.
Beefree	1.045	66

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.



Agile Telecom

Agile Telecom mantiene un dialogo costante con i propri Stakeholder attraverso iniziative mirate a promuovere la trasparenza, il consolidamento delle relazioni commerciali e la crescita del business nel settore della messaggistica A2P. L'approccio adottato si basa su attività specifiche che garantiscono una **comunicazione regolare** e l'aggiornamento continuo sui servizi offerti.

Attività di mercato

Agile Telecom partecipa in maniera attiva ai principali **eventi di settore** dedicati alla messaggistica A2P, considerandoli occasioni strategiche per interagire direttamente con partner e clienti. Questi eventi permettono di:

- › Presentare soluzioni e servizi aggiornati.
- › Condividere tendenze di mercato e sviluppi tecnologici.
- › Rafforzare la rete commerciale attraverso incontri diretti e negoziazioni.

Push List settimanali

Ogni settimana, Agile Telecom invia "Push List" mirate, progettate per informare clienti e partner sulle migliori rotte SMS disponibili verso destinazioni specifiche. Questo strumento promozionale consente di:

- › **Comunicare tempestivamente** le migliori opportunità di terminazione SMS.
- › **Incrementare** l'utilizzo delle rotte proposte.
- › **Assicurare** che i clienti siano sempre aggiornati sulle offerte più vantaggiose.

- › Mantenere il mercato informato e garantire un flusso commerciale costante e competitivo.



Beefree

Creazione del dipartimento Community

Nel 2024, Beefree ha creato un dipartimento Community per promuovere connessioni significative tra professionisti, creatori e innovatori dell'ambito email marketing. Questa iniziativa si estende **oltre gli utilizzatori** dei prodotti Beefree, mirando a potenziare la comunità in senso più ampio attraverso la condivisione di conoscenze, la collaborazione e lo sviluppo delle competenze.

Amplificando voci diverse e condividendo **best practice e risorse**, Beefree e Really Good Emails forniscono una piattaforma per la crescita professionale, generando al contempo preziose informazioni per guidare le strategie di Beefree. Questo sforzo riflette la convinzione dell'Azienda del potere trasformativo di un coinvolgimento autentico e incentrato sulle persone come catalizzatore per l'innovazione, l'inclusività e l'impatto a lungo termine sul settore.

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, nell'ottica di 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 riunioni trimestrali regolari per raccogliere informazioni preziose sulle esigenze attuali e sui piani futuri dei propri utilizzatori. 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.

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 del 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.

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
- › **Programma di coinvolgimento della community** per migliorare l'esperienza complessiva dei clienti attraverso forum ed eventi tematici.

Newsletter

Beefree invia **newsletter dedicate** ai clienti allo scopo di veicolare più efficacemente contenuti 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 vengono gestite attraverso sistemi come G2, 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 2024, gli utenti di Beefree e Beefree SDK hanno lasciato 120 recensioni con una **valutazione media di 4,7 su 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.

	Piattaforma	Recensioni	Valutazione
Beefree			
	Capterra	39	4,8/5 ★★★★★
	G2	71	4,7/5 ★★★★★
	ProductHunt	3	4,7/5 ★★★★★
Beefree SDK			
	Capterra	7	5/5 ★★★★★

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. Ogni reclamo è valutato dal team di assistenza e monitorato attraverso i canali dedicati 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.

Nella pagina seguente si presentano i dati relativi all'assistenza ai clienti per l'anno 2024.

Agile Telecom

Il servizio di assistenza clienti rappresenta il cuore operativo di Agile Telecom, garantendo un supporto continuo e personalizzato per tutte le esigenze legate alla messaggistica A2P e SMS.

Help Desk SMS 24/7

Il principale punto di contatto per i clienti è l'Help Desk SMS, raggiungibile 24/7 via email all'indirizzo help@agiletelecom.com. Questo canale è progettato per gestire in modo tempestivo e preciso tutte le **richieste tecniche e operative** relative alla messaggistica SMS, compresi oltre 2 miliardi di SMS gestiti annualmente. Le richieste ricevute vengono prese in carico dal team di supporto tecnico specializzato, che assicura:

- › **Gestione e risoluzione** tempestiva delle problematiche tecniche.
- › **Monitoraggio** continuo delle performance di invio e delle rotte SMS.
- › **Assistenza proattiva** per migliorare la qualità e l'affidabilità del traffico SMS.

Gestione e risoluzione dei reclami

Ogni segnalazione viene presa in carico e monitorata fino alla risoluzione completa. Reclami tecnici vengono gestiti dal team di supporto, mentre eventuali problemi amministrativi o di fatturazione vengono inoltrati al team dedicato per le opportune verifiche e soluzioni.

Supporto commerciale

Per esigenze commerciali legate alla messaggistica A2P, il punto di riferimento è l'email sales@agiletelecom.com, attraverso cui i clienti possono:

- › Richiedere informazioni sulle tariffe e servizi SMS.
- › Ricevere offerte personalizzate e consulenze commerciali.
- › Attivare nuove rotte e terminazioni SMS per destinazioni specifiche.

Monitoraggio della qualità del servizio

Agile Telecom misura costantemente:

- › Tempi di risposta alle segnalazioni ricevute: 8 ore lavorative
- › Tempi di risoluzione delle problematiche tecniche:
 - » Routing: 1 giorno lavorativo di media
 - » Non Routing: 2 giorni lavorativi di media
 - » Bassa priorità: 4 giorni lavorativi di media

Questo approccio garantisce un servizio affidabile, trasparente e focalizzato sulla soddisfazione del cliente, contribuendo a mantenere elevati standard operativi e a rafforzare relazioni commerciali durature.

Beefree

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.

Beefree App

- › Tasso di soddisfazione (CSAT): 91.4%
- › Ticket elaborati su Zendesk: 7.073
- › Numero di visualizzazioni degli articoli dell'Help Desk: 209.000
- › Rapporto tra ticket e ricerche diminuito dell'80,89%, grazie a un'aumentata efficacia dell'Help Center.

Beefree SDK

- › Tasso di soddisfazione (CSAT): 96,7%
- › Ticket elaborati su Zendesk: 3.003
- › Numero di visualizzazioni degli articoli dell'Help Desk: 20.000

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

Nel corso del 2022 si è concluso il processo di **localizzazione del modello Privacy** adottato da Growens su 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 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

Nel 2024 Growens ha rafforzato il proprio impegno nella cyber security, consolidando la posizione di azienda leader nel settore in cui opera.

Grazie a una serie di iniziative e investimenti strategici, il Gruppo è riuscito a garantire un livello di **sicurezza informatica** sempre più elevato, proteggendo i dati di clienti e dipendenti e assicurando la continuità operativa.



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

Nel 2024 Beefree ha ottenuto la certificazione SOC2 Type II, 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. L'ottenimento della certificazione, rappresenta un importante traguardo, a testimonianza del rigoroso sistema di controllo interno implementato per garantire la sicurezza, la privacy e la disponibilità dei dati dei nostri clienti.



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 in rapida evoluzione, continua a riconoscere l'importanza fondamentale dell'**Information & Cyber Security** per il pieno raggiungimento dei propri obiettivi di business. Nel corso del 2024 sono proseguite le attività di valutazione e gestione dei rischi, con l'obiettivo di migliorare continuamente le sue pratiche.

Il Gruppo ha quindi mantenuto e proseguito l'attività di **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, l'Azienda ha proseguito nell'implementazione 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 secondo Audit di **Mantenimento** della certificazione con riferimento alla norma **ISO/IEC 27001:2013** per Beefree è avvenuto con successo nel secondo trimestre 2024. Questo ha permesso di continuare a dimostrare l'impegno nella sicurezza adottando un solido sistema di gestione delle informazioni.

Business Continuity and Crisis Management Plan

Le attività di **Business Impact Analysis (BIA)** e **Business Continuity Planning (BCP)** condotte per la Business Unit Agile Telecom hanno permesso di identificare i processi critici e di definire le azioni necessarie per garantire la continuità operativa in caso di disastro. Grazie a queste analisi, l'Azienda è stata in grado di mitigare gli impatti di eventuali incidenti di sicurezza, garantendo la resilienza delle operazioni e minimizzando i tempi di ripristino.

Modello Organizzativo Cyber Security

È stato consolidato il **Modello Organizzativo Cyber Security** già implementato in Growens, individuando una struttura che meglio si adatta alle esigenze di Gruppo. Sono altresì stati 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:

- › **Introduzione di un Software MDR:** è stata introdotta una innovativa soluzione MDR (Managed Detection and Response) basata su intelligenza artificiale, che permette di monitorare proattivamente le infrastrutture e rilevare in modo più rapido ed accurato le minacce emergenti. Questa tecnologia all'avanguardia consente di rispondere agli incidenti in modo ancora più efficace, monitorare costantemente le infrastrutture, rilevare tempestivamente le minacce e rispondere in modo attivo agli incidenti, minimizzando i rischi per la sicurezza informatica.
- › **Awareness:** per rafforzare una cultura aziendale orientata alla sicurezza, sono stati organizzati webinar dedicati alla cyber security che hanno coinvolto attivamente tutta la forza lavoro, in ottica di sensibilizzazione sui rischi e sulle misure preventive da adottare.
- › **Processi e procedure:** la Società 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.
- › **Introduzione di un Trust Center:** è stato creato un Trust Center dedicato per la Business Unit Beefree, una risorsa online che fornisce informazioni trasparenti sulle politiche di sicurezza e privacy, nell'ottica di rafforzare la fiducia dei clienti.
- › **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, è avvenuta una collaborazione 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 alla collaborazione con ricercatori di sicurezza esterni. Le metriche e le segnalazioni di sicurezza sono state raccolte, gestite e analizzate attraverso flussi di gestione dedicati; il processo ha poi previsto la condivisione delle

informazioni sulle minacce e, in base ad esse, il successivo adeguamento delle policy. 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 è rimasto **Basso**.

I risultati della valutazione del rischio sono rappresentati in Figura 1, la quale raggruppa le minacce secondo gli intervalli di livelli di rischio.

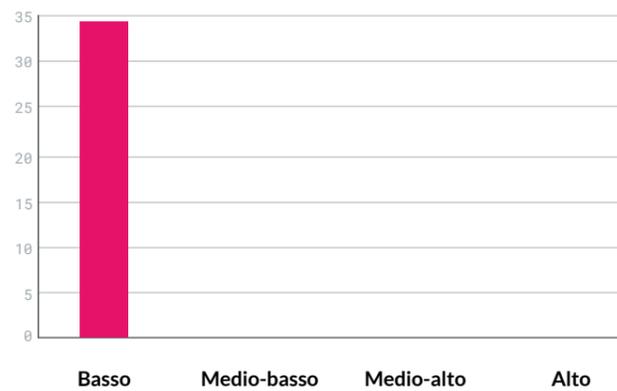


Figura 1: Numero di minacce per livello di rischio

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

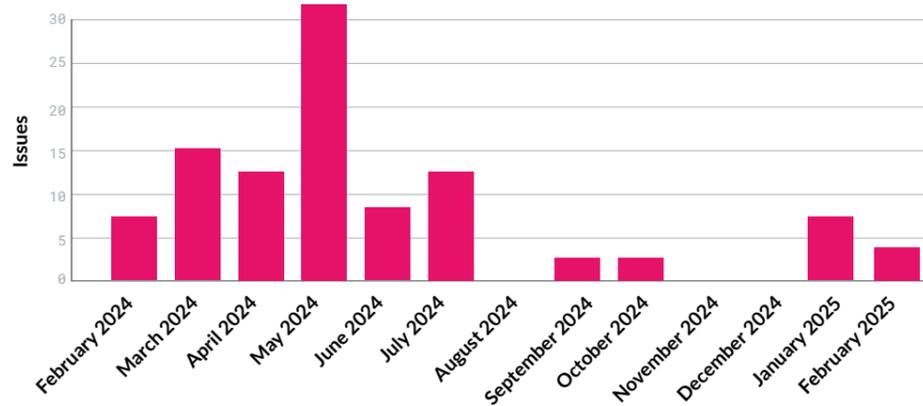


Figura 2: Eventi di sicurezza totali gestiti e risolti

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

15 Relazione con la collettività

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 2024, Growens è stata Main Sponsor della 23° edizione della **Half Marathon Cremona**, tenutasi il 20 ottobre 2024, che ha riunito 1.750 iscritti per una mezza maratona nella città natale del Gruppo.

Copyright © cremonasport.it



Associazioni culturali e non-profit

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

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

Nel 2024 Growens ha confermato il sostegno al prestigioso e storico [Teatro Amilcare Ponchielli](#) di Cremona (città natale del Gruppo) in qualità di Socio Sostenitore.

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 a partecipare attivamente alla vita del Teatro, garantendo alle proprie persone un accesso agevolato agli spettacoli in cartellone e coinvolgendole in prima persona nelle iniziative culturali e sociali promosse dall'istituzione.



Gold Sponsor del TEDx Cremona

Nel 2024, per il quarto 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 sono stati i podcast, un tipo di narrazione digitale che ha rivoluzionato il mondo dell'informazione e che sta influenzando il modo di imparare e comunicare di milioni di persone. Tra gli speaker, Michele Marangi, docente, Francesca Milano, Head of News di Chora Media, e Guido Bertolotti, Sound designer di Chora Media.

Luogo di aggregazione e centro di eccellenza

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.

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.

Adesione ad associazioni

Growens e le sue Business Unit aderiscono a **numerose associazioni nazionali e internazionali**, sia di categoria (come le Associazioni Industriali) che tecniche o legate alle industry verticali all'interno dei quali operano.

Elenco delle associazioni a cui Growens o le sue business unit risultano iscritte nel FY 2024

Associazione Industriali Provincia di Cremona	Running Remote Community
Associazione Industriali Provincia di Brescia	AGCOM
GSMA	

Donazioni

Il Gruppo e le sue business unit supportano **organizzazioni non-profit certificate** effettuando donazioni in denaro. Nel 2024:

- › Aprile 2024: donazione di EUR 1.000,00 in occasione dell'"Evento Adolescenti" organizzato dal Rotary Club.
- › Novembre 2024: donazione di EUR 500,00 a Fondazione Libellula.

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.

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 2024 il gruppo ha organizzato un evento per la community, denominato AWS Meetup:

- › **AWS AI Services:** panorama di servizi AI AWS disponibili in piattaforma con tutte le novità annunciate da poco all'annuale evento Re:Invent AWS di Las Vegas con anche demo di esempi applicabili.

Nel 2025 gli eventi proseguiranno in modalità sia remota che in presenza.

Unspam

Really Good Emails ha organizzato l'edizione 2024 di Unspam, l'evento internazionale per

la community email che si autodefinisce "la conferenza ribelle per gli amanti delle email che odiano le conferenze noiose. Riassunta in tre parole: inaspettata, anticonvenzionale, indimenticabile".

Organizzata a Greenville (South Carolina, USA) il 15-16 aprile 2024, Unspam ha raccolto oltre 200 partecipanti. Sul palco, 11 speaker da aziende come Click Up, Capital One, Givelify, e dalla New York University. Unspam viene organizzata dal 2018 ed è consigliata da 9,2 partecipanti su 10.

Unspam Single Slice

Nati dalla collaborazione tra Really Good Emails e Beefree, gli eventi Single Slice portano la magia di Unspam in incontri informali sul territorio. Istituiti nel 2024, questi meetup gratuiti supportano il networking e la conoscenza reciproca attraverso snack, drink e attività per la community del mondo email.

Nel 2024 si sono tenute **4 edizioni** di Unspam Single Slice, nelle diverse città degli Stati Uniti in cui la community è più attiva: San Mateo (Bay Area), Boston, Atlanta e Austin. In totale, i quattro eventi hanno riunito 83 partecipanti, in rappresentanza di brand come Indeed, Mailchimp, Dartmouth College, Mailgun, GlossGenius, ConvertKit, e The Little Potato Company.

Seminari del Cagliari Innovation Lab

Dalla sua fondazione nel 2022, il Cagliari Innovation Lab (**Centro di Ricerca & Sviluppo di Growens**) si è distinto come punto di riferimento per l'innovazione, rafforzando il legame tra mondo accademico, tecnologia e territorio sardo.

Nel 2024, il Lab ha consolidato il suo ruolo organizzando una serie di seminari in collaborazione con The Net Value. Il **ciclo di incontri** ha esplorato temi di attualità come l'intelligenza artificiale, il cloud computing e molto altro. Questi i titoli dei seminari:

- › (TNV)- AI - HTML - JSON: AI applicata ad un'apparente banale trasformazione di un qualsiasi HTML in un determinato JSON
- › Università e Impresa insieme per Ricerca & Sviluppo: il caso di un progetto AI per trasformare HTML in un specifico JSON
- › LAWS Cloud Center of Excellence di Growens
- › Aspetti legali dell'uso di AI nel software

Risorse formative 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.

Learning Hub

 [Scopri il Learning Hub >](#)

Creato nel 2024, il Learning Hub di Beefree è una **risorsa completa per professionisti** che vogliono creare campagne email visivamente sbalorditive e altamente efficaci. Grazie a guide dettagliate, best practice e modelli email gratuiti, l’Hub si propone come punto di riferimento unico per elevare le competenze email.

Webinar

 [Riguarda i webinar >](#)

I webinar offrono agli utenti di Beefree e alla community email diversi contenuti formativi relativi alle best practice in campo email e agli utilizzi dei builder Beefree/SDK. Successivamente alla diretta, i webinar sono redistribuiti tramite blog post, registrazioni YouTube e campagne email.

Nel 2024, Beefree ha prodotto **8 webinar**, molti dei quali in partnership con esperti del settore, come Dan Oshinsky di Inbox Collective e Kath Pay di Holistic Email Marketing. In totale, i webinar hanno registrato un totale di 7.910 iscritti e 2.055 partecipanti (tasso di partecipazione del 29%).

Beefree Video Academy

L’obiettivo della Beefree Academy è creare **esperienze di apprendimento** di impatto che stimolino il coinvolgimento, accelerino il time-to-value, coltivino utenti esperti, migliorino la fidelizzazione e contribuiscano alle conversioni e alla crescita dei ricavi.

La piattaforma ufficiale [Beefree Academy](#) è stata lanciata al pubblico il 12 novembre 2024. Prima di tale data, i video venivano condivisi tramite il canale YouTube dell’azienda.

I contenuti creati per la Beefree Academy vengono incorporati e riutilizzati su più canali, tra cui academy.beefree.io, YouTube, canali social, documentazione tecnica, esperienza in-app e sito web [beefree.io](#).

I contenuti includono tutorial, guide dettagliate e video d’opinione.

Nel 2024, la Beefree Academy ha visto:

- › 45 nuovi video.
- › 2 nuovi corsi, tra cui il primo corso di onboarding al prodotto, denominato “Beefree 101”.

Nel 2024 il canale YouTube ha guadagnato 436 nuovi iscritti. Il tempo di visualizzazione è aumentato del +10%, raggiungendo 1.800 ore. Il canale ha ottenuto 72.200 visualizzazioni (-13%) e 555.000 impression (+8%).

Di seguito si riportano alcuni dati relativi alla produzione di contenuti da parte di Beefree nel 2024.

Blog	Learning Hub	Webinar	Beefree Academy
› 57 articoli	› 24 articoli	› 8 webinar	› 45 video pubblicati
› 128.7837 visualizzazioni di pagina	› 9.537 visualizzazioni di pagina	› 7.910 iscritti totali	› 2 nuovi corsi
		› 2.055 partecipanti totali	› 436 nuovi iscritti
			› 72.200 visualizzazioni
			› 555.000 impression
			› 1.800 ore guardate

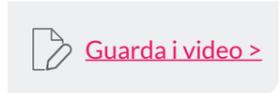
Risorse formative Really Good Emails

Newsletter

Really Good Emails invia due volte alla settimana la sua newsletter, che ha raggiunto nel 2024 un bacino di **240.000 iscritti**. Le newsletter contengono approfondimenti legati al mondo dell'email marketing, una selezione di risorse utili dal web e inviti a **eventi online e fisici** per gli appassionati del settore.

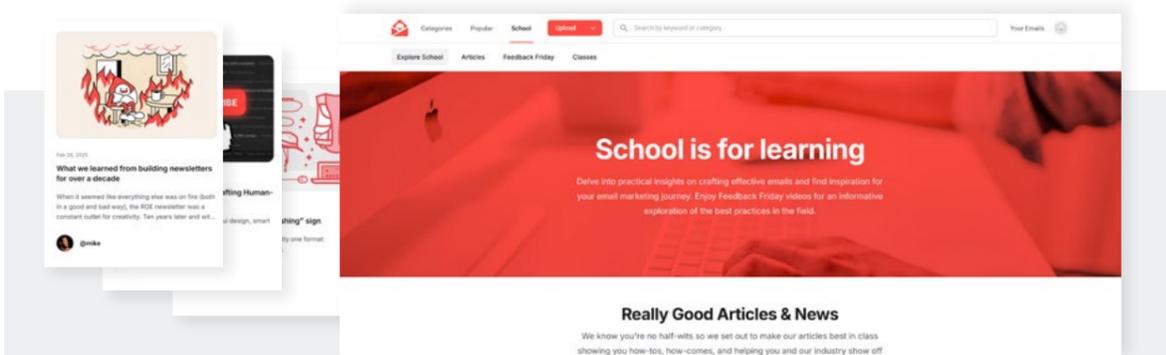
Feedback Friday

Feedback Friday è il nome di una video serie prodotta da **Really Good Emails**, in cui un host e un ospite si immergono negli ostacoli che una buona email deve superare per essere davvero buona. In ogni video vengono analizzate una serie di email di diversi brand, se ne discutono i possibili miglioramenti e si identificano gli elementi di efficacia. Nel 2024 sono stati pubblicati **3 episodi** di Feedback Friday.



School

La sezione School del sito Really Good Emails fornisce **approfondimenti pratici** sulla creazione di email efficaci e consente di trovare ispirazioni utili. Gli articoli contengono **tutorial, analisi e best practice** legate al mondo dell'email design. Nel 2024 sono stati pubblicati 4 articoli.



Beefree SDK Startup Program

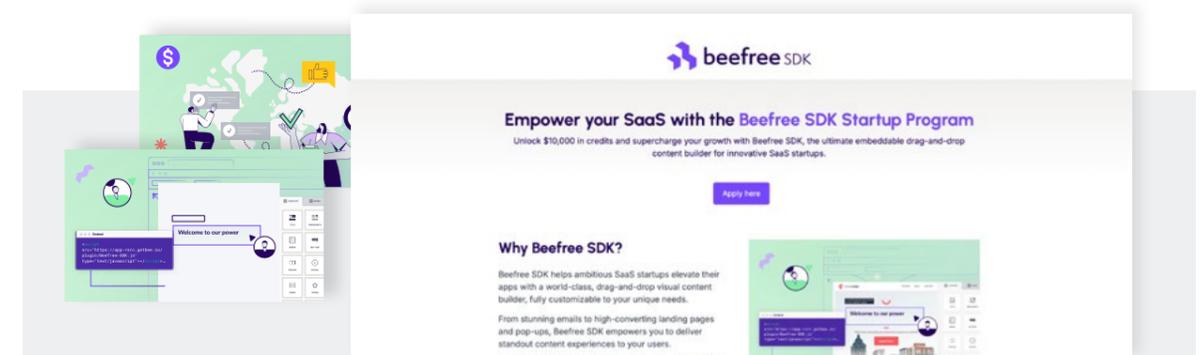
Nel 2024, Beefree ha lanciato il **Beefree SDK Startup Program** per riaffermare il suo impegno nel promuovere l'innovazione e la sostenibilità all'interno della comunità di sviluppo software.

Questo programma fornisce alle startup in fase iniziale l'accesso a USD 10.000 in crediti e uno sconto del 50% su qualsiasi piano di Beefree SDK per 12 mesi dall'esaurimento dei crediti. Riducendo le barriere finanziarie all'adozione di strumenti all'avanguardia, Beefree aiuta ad **accelerare la crescita delle startup**, consentendo loro di concentrarsi sulla creazione di soluzioni di impatto.

Il programma è progettato tenendo a mente la sostenibilità: le startup possono ottimizzare le proprie risorse, incorporando i builder drag-and-drop leggeri e ad alte prestazioni di Beefree SDK nelle proprie applicazioni. Questo non solo riduce il time-to-market, ma migliora anche **efficienza e scalabilità**.

Supportando le aziende emergenti, Beefree contribuisce a un ecosistema globale di crescita sostenibile, guidando l'innovazione in settori che vanno dall'automazione del marketing alla gestione dei ristoranti.

Attraverso iniziative come questa, aiuta a costruire un futuro in cui la tecnologia funga da catalizzatore per un cambiamento positivo.



Relazioni con i media

Growens diffonde periodicamente tramite mailing list comunicati stampa relativi ad aggiornamenti finanziari (risultati e bilanci), premi, nomine significative e diverse altre tematiche afferenti alla Holding o alle singole Business Unit.

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 2024.

Numero di follower 2024

	Pinterest	Facebook	YouTube	X	LinkedIn	Instagram
Holding	-	405	51	128	7.228	714
Beefree	3.678	943	4.306	1.709	4.507	1.583
Agile Telecom	-	-	-	-	2.154	-
Really Good Emails	6.929	2.171	4.802	11.500	10.432	7.608
Totale	10.607	3.519	9.159	13.337	21.321	9.905

Utilizzo dei social media

La **Holding (Growens)** condivide sui canali social aggiornamenti societari, risultati finanziari e interviste al CEO e al top management. Utilizza i canali anche in ottica di employer branding, diffondendo pillole sulla cultura aziendale, sugli eventi interni e sulle persone che lavorano in Growens.

Beefree utilizza il canale LinkedIn come strumento di brand reputation e awareness. Instagram si propone come un canale importante di ispirazione visiva e di aggiornamento sulle novità di prodotto. YouTube fornisce utili guide su come utilizzare il prodotto Beefree: il canale è stato semplificato nel 2024 rimuovendo dall'elenco i video obsoleti e arricchito con contenuti educativi incentrati sul prodotto, con piani di espansione per contenuti SEO e thought-leadership nel 2025. Pinterest è una vetrina per l'intera gamma di template disponibili nel catalogo Beefree.

Really Good Emails usa i suoi canali social per condividere conoscenza sul mondo email con la sua community. Fornisce ispirazione e approfondimenti su campagne e design di email.

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 in qualità di docenti a contratto, visiting lecturers o consulenti, secondo le modalità descritte di seguito.



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, creando un gruppo di ricerca che ha lavorato ad un **progetto di converter** con risultati incoraggianti nel riconoscimento della struttura HTML, nel posizionamento dei contenuti all'interno della struttura e nella traduzione degli stessi nel formato JSON proprietario di Beefree.

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 Laboratori 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.



Politecnico di Milano

Nel 2024 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 IULM

Ogni anno il CEO di Growens, Nazzareno Gorni, tiene alcune **lezioni e laboratori** presso l'Executive Master in Social Media Marketing & Digital Communication, il primo percorso formativo sul marketing digitale nato in Italia **per formare professionisti** in grado di comprendere le opportunità che il digitale e i social media offrono alle aziende, e di saperle coniugare con competenza per lo sviluppo di **attività di comunicazione e marketing cross-platform** per prodotti e servizi di grandi aziende, PMI e start-up.



The Net Value

Proseguendo l'iniziativa già avviata nel corso del 2023, Growens ha tenuto un ciclo di seminari su tematiche legate all'**Information Technology (IT)** attraverso il Cagliari Innovation Lab, il centro di ricerca e sviluppo dedicato all'innovazione digitale e tecnologica.



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 **6 speech** improntati su differenti tematiche IT.

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 i titoli dei seminari:

- › **AI - HTML - JSON:** AI applicata ad un'apparente banale trasformazione di un qualsiasi HTML in un determinato JSON
- › **Università e Impresa insieme per Ricerca & Sviluppo:** il caso di un progetto AI per trasformare HTML in un specifico JSON
- › **L'AWS Cloud Center of Excellence** di Growens
- › **Aspetti legali dell'uso di AI** nel software



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**.

Academy di Borsa Italiana

Il Consigliere esecutivo Micaela Cristina Capelli collabora stabilmente in qualità di lecturer sulle **tematiche di Investor Relations, Capital Markets, ESG, comunicazione finanziaria e funzionamento dei board** alla faculty di Academy, la struttura di **Borsa Italiana** che si occupa dello sviluppo di iniziative formative focalizzate sull'evoluzione, gli elementi innovativi e il contesto regolamentare dei mercati dei capitali, dedicato a clienti internazionali.



The Techshop

La P&C Director, 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.

LUISS

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
- › I corsi di "Megatrend" e "Artificial Intelligence" per il modulo di General Management cross-Master
- › 1 challenge lanciata agli studenti su "Growens Running Remote"

Tra i valori che Growens condivide con LUISS c'è la volontà 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.



Progetto Osserva-lavoro Comune di Milano

Nel 2024 Growens ha aderito al progetto OSSERVA-LAVORO promosso dal Comune di Milano, per offrire ai ragazzi dai 18 ai 25 anni la possibilità di sperimentare una metodologia di sviluppo sia professionale che personale già praticata in alcune società occidentali e conosciuta con il nome di "Job Shadowing".

Tra le aree di interesse/macro aree che i ragazzi hanno scelto vi sono state Risorse Umane - gestione del personale, Comunicazione e Finance/commerciale.



Cinque manager (di cui rispettivamente 3 per Risorse Umane, 1 per Comunicazione e 1 per Controlling) hanno fatto da tutor in questo progetto, accogliendo e coinvolgendo in un'osservazione attiva i ragazzi nel corso delle loro giornate, favorendo così l'acquisizione da parte loro di un più alto grado di consapevolezza delle proprie aspirazioni. L'obiettivo è far maturare una maggiore fiducia e autonomia nell'intraprendere scelte lavorative future, consentendo ai giovani di comprendere se un'attività professionale possa essere davvero di loro interesse.



Skillando Digital Volunteering

La P&C Director, Enrica Lipari, dal 2024 è divenuta volontaria digitale tesserandosi in Digital for Humanity, un'organizzazione no-profit dedicata a **colmare il divario digitale e a promuovere l'inclusione digitale**.

Nel corso del primo anno, Enrica ha contribuito principalmente a due progetti interni legati a onboarding dei volontari e design organizzativo, in aggiunta a una missione con Refugees Welcome, supportando la ridefinizione del modello organizzativo in una fase di crescita e maggiore distribuzione territoriale.

Donne Manager - Manageritalia



La P&C Director, Enrica Lipari, è partecipante attiva del Gruppo Donne Manager di Manageritalia, che ha l'obiettivo di valorizzare una **cultura della diversity**, favorire managerialità, meritocrazia e produttività per la crescita del nostro Paese.

Il principale progetto che l'ha coinvolta in prima persona è un tavolo di lavoro sugli stereotipi di genere, che ha dato vita ad azioni concrete di formazione e coaching presso il Liceo "Alessandro Manzoni" di Milano.



Piattaforme gratuite e programmi di stage per le università

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

Beefree offre inoltre un voucher di USD 1.000 a **enti no-profit, scuole e università** per l'utilizzo della propria piattaforma. Circa l'88% delle organizzazioni no-profit, delle scuole e delle università 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 01/01/2024 - 31/12/2024 (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 <ul style="list-style-type: none"> › Nota metodologica › Chi siamo › Storia 	Cremona, Via dell'Innovazione Digitale 3, 26100, +39 037224525
2-2	Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione <ul style="list-style-type: none"> › Nota metodologica › Business unit 	
2-3	Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto <ul style="list-style-type: none"> › Nota metodologica 	Data di pubblicazione del Bilancio di Sostenibilità 2022: 21 marzo 2023 Data di pubblicazione del Bilancio di Sostenibilità 2023: 19 aprile 2024 Data di pubblicazione del Bilancio di Sostenibilità 2024: 4 aprile 2025
2-4	Revisione delle informazioni <ul style="list-style-type: none"> › Nota metodologica › Consumi ed emissioni › Crescita economica e performance finanziarie 	
2-5	Assurance esterna	Il Bilancio di Sostenibilità non è garantito esternamente.
2-6	Attività, catena del valore e altre relazioni commerciali <ul style="list-style-type: none"> › Business unit › Mercato delle Marketing Technologies (MarTech) › Relazioni con i fornitori › Relazioni con i clienti 	
2-7	Dipendenti <ul style="list-style-type: none"> › Relazione con i dipendenti › Allegati 	
2-8	Lavoratori non dipendenti <ul style="list-style-type: none"> › Relazione con i dipendenti › Allegati 	
2-9	Struttura e composizione della governance <ul style="list-style-type: none"> › 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	<ul style="list-style-type: none"> › 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 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, specificatamente 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	<ul style="list-style-type: none"> › 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	<ul style="list-style-type: none"> › 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	<ul style="list-style-type: none"> › 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 violazioni 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 riguardati 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		
401-1	Assunzioni di nuovi dipendenti e avvicendamento dei dipendenti	› Turnover
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
404-1	Ore medie di formazione annua per dipendente	› 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

Temî 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		
305-2	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	› Consumi ed emissioni

Temî 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	L'organizzazione non ha registrato alcuna non conformità nel periodo di rendicontazione

Temi 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	
403-10	Malattie professionali		L'organizzazione non ha registrato nell'ultimo triennio casi di malattie professionali.

Allegati

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).

Dipendenti per tipologia di contratto suddivisi per genere e regione

	2024				2023											
	ITALIA		RESTO DEL MONDO		ITALIA		RESTO DEL MONDO									
	Donna	Uomo	Altro*	Totale	Donna	Uomo	Altro*	Totale	Donna	Uomo	Altro*	Totale	Donna	Uomo	Altro*	Totale
Contratto a tempo indeterminato	42	76	-	118	12	20	-	32	36	77	-	113	11	21	-	32
Contratto a tempo determinato	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	2	-	-	-	-
Totale	42	76	-	118	12	20	-	32	38	77	-	115	11	21	-	32
Contratto full time	37	74	-	111	12	20	-	32	34	74	-	108	11	21	-	32
Contratto part time	5	2	-	7	0	0	-	-	4	3	-	7	-	-	-	0
Totale	42	76	-	118	12	20	-	32	38	77	-	115	11	21	-	32

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

	2024				2023											
	ITALIA		RESTO DEL MONDO		ITALIA		RESTO DEL MONDO									
	Donna	Uomo	Altro*	Totale	Donna	Uomo	Altro*	Totale	Donna	Uomo	Altro*	Totale	Donna	Uomo	Altro*	Totale
Stagisti e tirocinanti	3	-	-	3	-	-	-	-	-	2	-	2	-	-	-	-
Lavoratori interinali	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Lavoratori autonomi	2	4	-	6	-	1	-	1	2	5	-	7	-	-	-	-
Altro	-	-	-	-	4	1	-	5	-	2	-	2	4	1	-	5
Totale	5	4	-	9	4	2	-	6	2	9	-	11	4	1	-	5

Congedo parentale

	2024				2023			
	Donna	Uomo	Altro*	Totale	Donna	Uomo	Altro*	Totale
Dipendenti che hanno avuto diritto al congedo parentale	2	4	-	6	4	-	-	4
Dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale	2	1	-	3	4	-	-	4
Dipendenti che sono tornati al lavoro durante il periodo di rendicontazione dopo aver usufruito del congedo parentale	2	1	-	3	2	-	-	2
Dipendenti che sarebbero dovuti tornare al lavoro durante il periodo di rendicontazione dopo aver usufruito del congedo parentale	2	1	-	3	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	1	-	3	2	-	-	2

*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

