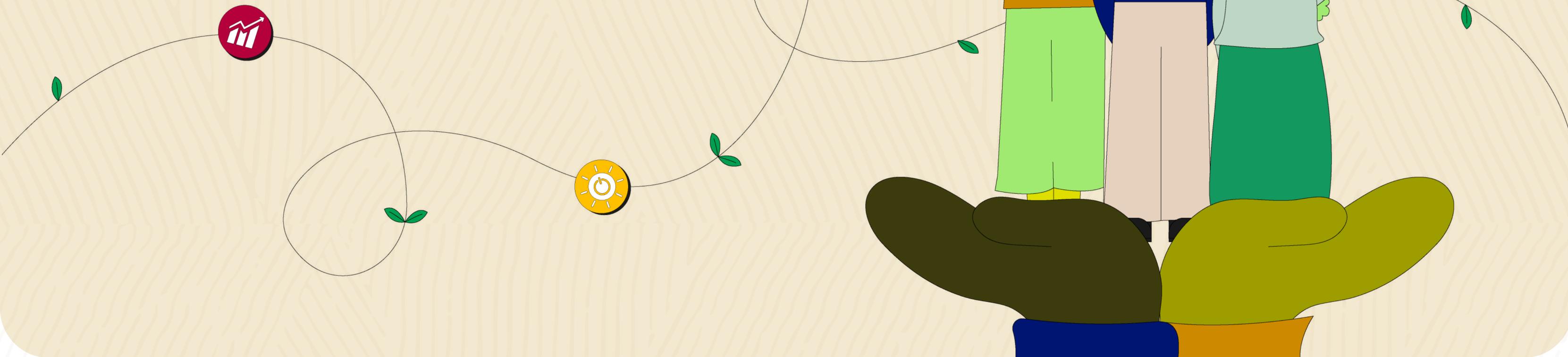


Relazione d'impatto 2024

Redatta ai sensi ex art. 1 c.382 L. 208/2015

Esercizio dal 01/01/2024 al 31/12/2024



Indice

- 1 Lettera del CEO**
- 2 Uniting Group Holding Srl
Società Benefit**
- 3 Finalità di beneficio comune**
- 4 Valutazione d'impatto: BIA**
- 5 SDGs Action Manager**
- 6 Conclusioni**



1

Lettera del CEO



Cari Stakeholder,

con entusiasmo e senso di responsabilità, presentiamo il nostro secondo Report di Impatto, un documento che testimonia il nostro impegno costante nel coniugare crescita economica, innovazione e sostenibilità.

Il 2024 ha rappresentato per Uniting Group un'importante fase di sviluppo e affermazione nel mercato di riferimento. Abbiamo registrato un incremento del fatturato del +9,4% rispetto al 2023, arricchito la nostra squadra con 35 nuove risorse e ampliato il portafoglio clienti con l'acquisizione di 19 nuovi partner. Questi risultati, raggiunti in un contesto globale in continua evoluzione, confermano la solidità del nostro modello di business e la nostra capacità di affrontare le sfide senza mai perdere di vista i nostri valori.

Siamo profondamente convinti che la sostenibilità non sia solo un obiettivo, ma il mezzo attraverso cui possiamo generare valore duraturo per tutti i nostri stakeholder. Per questo motivo, nell'ultimo anno abbiamo rafforzato la nostra governance con l'introduzione del Management Committee – un organo composto dai e dalle C-level del gruppo con il compito di attuare delle

strategie decise dal CdA – ampliato la nostra strategia ESG e aggiornato il nostro Codice Etico, consolidando il nostro impegno per una leadership responsabile e trasparente.

Ogni nostra scelta si fonda su principi di responsabilità, etica e condivisione, con l'obiettivo di costruire un futuro in cui crescita economica e impatto sociale procedano di pari passo.

Parallelamente, sulla dimensione social, il nostro impegno per la diversità e l'inclusione si è tradotto in azioni concrete: abbiamo rafforzato le nostre politiche di welfare aziendale, investito nella formazione continua e avviato iniziative di dialogo e confronto per rendere l'ambiente di lavoro sempre più inclusivo e stimolante.

La nostra missione non si esaurisce però all'interno dell'azienda: vogliamo essere un motore di cambiamento nella comunità, collaborando con aziende, enti del Terzo Settore e istituzioni per generare un impatto positivo e tangibile.

Da qui la nascita degli ESG Talk, una serie di incontri finalizzati a diffondere una cultura comunicativa della sostenibilità attraverso

il confronto diretto su sfide, soluzioni e best practice e l'organizzazione della terza edizione della Run For Inclusion, il nostro format proprietario che ha l'obiettivo di promuovere i valori di diversità, inclusione, sostenibilità e sport outdoor.

Sappiamo che il cammino verso una crescita davvero sostenibile richiede miglioramenti continui e scelte consapevoli e guardiamo al futuro con la determinazione di chi sa che innovazione e responsabilità devono andare di pari passo. Per questo, continueremo a lavorare con passione e impegno per costruire un ecosistema in cui il successo non si misuri solo in numeri, ma anche in valore condiviso.

Ringraziamo tutti e tutte coloro che, con fiducia e dedizione, fanno parte di questo percorso e contribuiscono ogni giorno alla crescita di Uniting Group. Insieme possiamo generare un cambiamento concreto e duraturo.

ALESSANDRO TALENTI



2

Uniting Group Holding Srl Società Benefit

- Stakeholder engagement
- Corporate Governance
- Valori, principi e norme di comportamento
- Società Benefit
- Lo Statuto
- Responsabile d'impatto

Uniting Group è un **Ecosistema Collaborativo**, operante nel settore marketing e comunicazione, di cui fanno parte oggi **cinque Unit iper-specializzate** – All, Kiwi, Flu, Abit, Freshhh – ognuna delle quali agisce in autonomia ma condividono lo stesso ambiente di lavoro, di contesto e valoriale.

Il **purpose** di Uniting Group è di stimolare e supportare le aziende e le persone nella creazione di **progetti innovativi e valoriali**, in coerenza con i forti mutamenti che la società sta vivendo, con un riguardo alla sostenibilità economica, sociale e ambientale.

Nel perseguire questo purpose, Uniting Group ha creato una **piattaforma di brand transformation** attraverso la quale vengono attivate, in base alle esigenze dei singoli interlocutori, le Unit insieme a partner e talenti con differenti attitudini, esperienze e competenze: stakeholder che co-creano in costante ascolto, ricerca, contaminazione e trasparenza, attraverso una filiera corta.

Tale modello permette quindi alle unit di operare nel proprio ambito di specializzazione ma anche di collaborare insieme mettendo in comune le proprie competenze specifiche.



Nel 2023 Uniting Group ha effettuato la trasformazione in **Società Benefit** e si è impegnata nella **diffusione** di una vera e propria **cultura della sostenibilità** presso dipendenti, clienti, imprese e altri stakeholder.

Per rendere concreta l'interconnessione della sostenibilità nel proprio business, Uniting Group ha predisposto piani specifici, inserendo all'interno dei suoi progetti di comunicazione attività che contribuiscano allo sviluppo sostenibile e alla creazione di valore condiviso. Uniting Group, inoltre, aderisce a policy che sostengono l'ambiente ed è responsabile in materia di Diversity & Inclusion.

Uniting Group è presente in Italia con la sede di Milano.

Stakeholder Engagement

Uniting Group considera di primaria importanza le attività di **coinvolgimento degli stakeholder** e, per questo motivo, ne identifica le categorie più rilevanti, oltre a definire un piano di engagement con i diversi interlocutori per raccogliere informazioni sulla società (per esempio: gruppi di discussione, sondaggi, riunioni comunitarie).

Di seguito si evidenziano i principali stakeholder e le attività di engagement attivate per ciascuna tipologia.

CATEGORIA STAKEHOLDER						
BANCHE E FINANZIATORI	DIPENDENTI	FORNITORI & PARTNER	CLIENTI E PROSPECT	PUBBLICA AMMINISTRAZIONE	COMUNITÀ E TERRITORIO – ISTITUZIONI ED ASSOCIAZIONI LOCALI E PROFESSIONALI	MEDIA
ATTIVITÀ DI ENGAGEMENT (PROGETTI – INIZIATIVE – RELAZIONI)						
<ul style="list-style-type: none"> Incontri ed eventi periodici 	<ul style="list-style-type: none"> Dialogo costante con Dipartimento Risorse Umane Incontri informali / istituzionali Incontri di formazione Welfare aziendale Intranet aziendale Newsletter interna / Piano di comunicazione dedicato Performance Management Convention e incontri di aggiornamento periodici Survey interne 	<ul style="list-style-type: none"> Incontri commerciali Definizione e condivisione di standard qualitativi Partnership su progetti (prodotti e innovazione) Portale qualifica fornitori e procedura dedicata Sito web 	<ul style="list-style-type: none"> Interazione tramite incontri commerciali / workshop e presentazioni Incontri progettuali Social network Sito web e Altri canali di comunicazione dedicati Newsletter informative Survey dedicate 	<ul style="list-style-type: none"> Enti pubblici nazionali e locali e Autorità nazionali / locali: incontri e iniziative a supporto dell'attività locale Enti di controllo e regolatori: incontri / invio e scambio comunicazioni per adempimenti o richieste specifiche 	<ul style="list-style-type: none"> Incontri con rappresentanti comunità locali Collaborazione a progetti di open innovation, formazione e di responsabilità sociale Eventi sportivi Tavoli di lavoro 	<ul style="list-style-type: none"> Interviste Conferenze stampa Sito web Comunicati stampa



Corporate Governance

L'amministrazione e lo sviluppo industriale di Uniting Group sono affidati a un Consiglio di Amministrazione composto da persone sensibili alle tematiche individuate come finalità di beneficio comune.

Il Consiglio di amministrazione di Uniting Group è stato nominato in data 30/12/2021 e resterà in carica fino all'approvazione del bilancio finanziario al 31/12/2024.

Il ruolo di sindaco è ricoperto dal dott. Gianluca Marini nominato dal 28/06/2022 che resterà in carica fino all'approvazione del bilancio di esercizio al 31/12/2024.

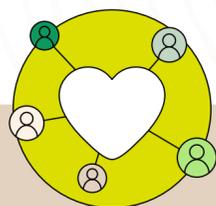
SOCIETÀ DI REVISIONE

La revisione legale dei conti è affidata al Sindaco Unico per la singola Legal Entity Uniting Group Holding Srl Società Benefit, mentre per le sue controllate la revisione legale dei conti è affidata alla società BDO Italia Spa con sede legale in viale Abruzzi, 94 – 20131 Milano.



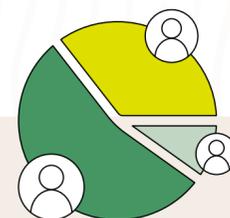
Nel 2024 è stato deciso un cambio dell'assetto della governance aziendale introducendo, in affiancamento al Consiglio di amministrazione e l'Assemblea dei Soci, il Management Committee che ha finalità attuative e in cui sono rappresentate tutte le funzioni aziendali.

Ognuno di questi organi ha funzioni specifiche nelle decisioni e guida aziendali e nella gestione operativa.



ASSEMBLEA SOCI

- Nomina CdA Gruppo
- Approva il bilancio
- Approva operazioni straordinarie



CDA UNITING

- **Indirizza ed ottimizza il processo decisionale** a livello di gruppo, garantendo rapidità e condivisione, perseguendo gli obiettivi di sviluppo indicati dai Soci.
- **Approva il piano industriale** pluriennale e ne monitora l'andamento
- **Nomina i CdA** delle singole UNIT



MANAGEMENT COMMITTEE

- Ha finalità attuative ed è responsabile di mettere in pratica quanto stabilito dal CdA.
- Favorisce l'allineamento tra le funzioni aziendali
- Garantisce che le decisioni del CdA siano condivise e maggiormente integrate nell'operatività quotidiana.

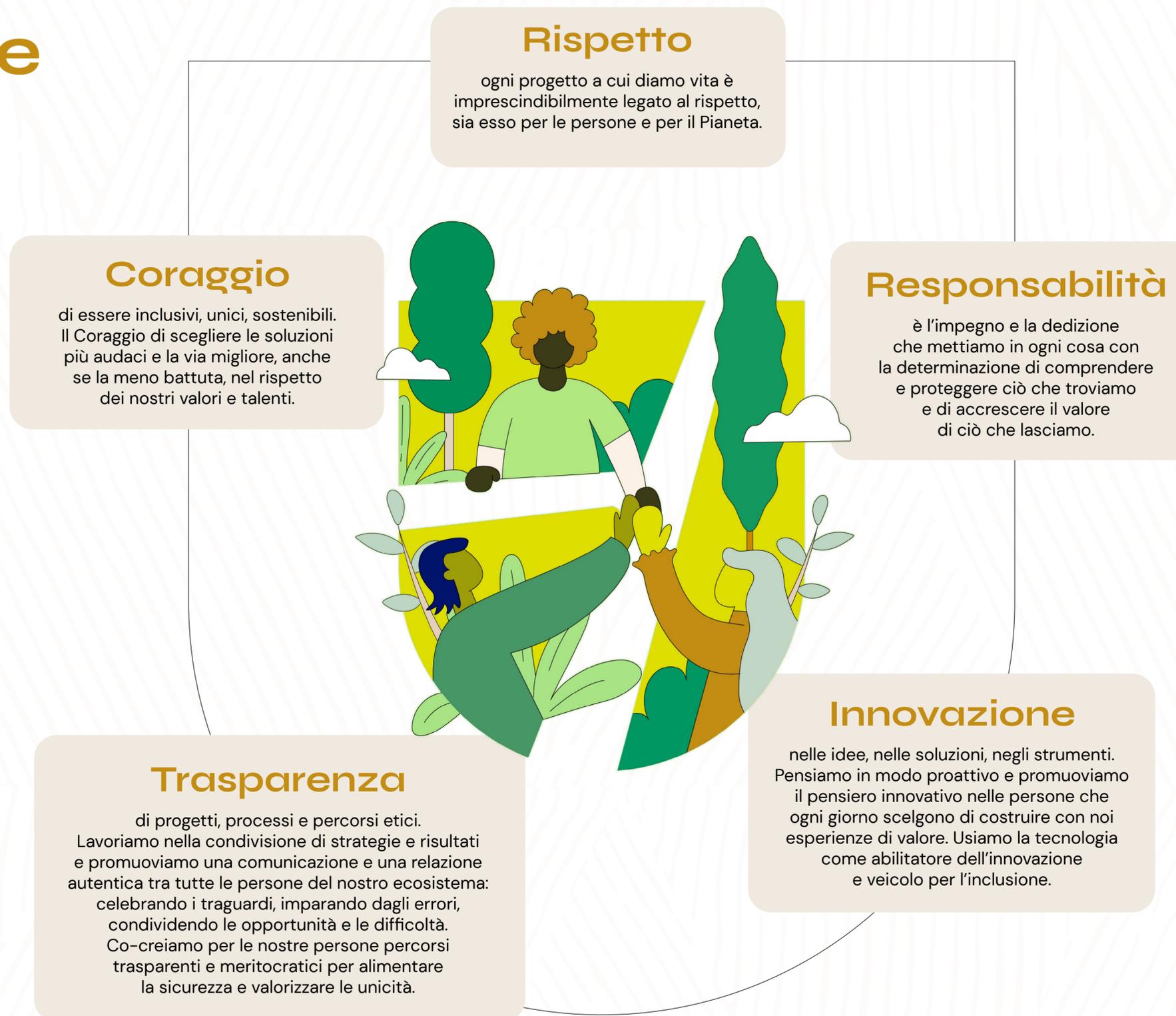
Valori, principi e norme di comportamento

Uniting Group si impegna nel quotidiano a **co-costruire** nuovi sistemi innovativi, sostenibili e inclusivi nel rispetto di tutti i soggetti con i quali interagisce e dei valori che costituiscono le fondamenta della sua cultura organizzativa.

Di seguito sono riassunti i **valori** che Uniting Group si impegna a promuovere e far rispettare.

Dando seguito al Manifesto di Sostenibilità creato nel 2023, tutta la popolazione aziendale è stata coinvolta nella co-creazione del **Manifesto delle azioni sostenibili**, che illustra i 10 principi, valori da seguire e obiettivi da raggiungere che gli e le Uniters si sono dati come persone e come professionisti.

Uniting Group ha aggiornato il proprio **Codice Etico** integrando gli impegni derivanti dalla trasformazione in Società Benefit e completando l'ambito applicativo del Modello 231, al fine di riflettere i nuovi valori, obiettivi e impegni dell'organizzazione.



Società Benefit

Le Società Benefit sono una nuova forma giuridica di impresa, introdotta in Italia con la legge 28 dicembre 2015, n. 208 (commi 376-383 e allegati 4 – 5) ed entrata in vigore dal 1° gennaio 2016 che, nel perseguire la massimizzazione del proprio profitto, si impegnano al contempo a “**creare e restituire valore**” all’ambiente circostante. Esse rappresentano l’espressione di un paradigma più evoluto: integrano nel proprio oggetto sociale, oltre agli obiettivi di profitto, lo scopo di avere un **impatto positivo sulla società e sull’ambiente**.

La scelta di diventare Società Benefit è, dunque, completamente volontaria, e formalizza di fronte a tutti gli stakeholder l’impegno dell’azienda a superare le logiche solo di business, per accogliere invece una gestione d’impresa orientata alla creazione

di valore condiviso in termini di sostenibilità sociale ed ambientale, oltre che in termini di prosperità economica.

Tale forma giuridica ha dato vita ad un nuovo ruolo all’interno dell’organizzazione, il **Responsabile dell’impatto**, a cui è affidato il compito di assicurare che la Società, nello svolgere le proprie attività, si impegni anche nel generare un impatto positivo per i dipendenti, nella società e sull’ambiente, perseguendo le finalità di beneficio comune dichiarate nel proprio Statuto. Le Società Benefit non godono di alcun tipo di incentivo a livello economico o fiscale e, seppur tale limitazione possa apparire negativa, in realtà consente di non causare aggravii per i contribuenti, oltre a rappresentare un valore aggiunto per la società.

PER DIVENTARE SOCIETÀ BENEFIT VIENE RICHIESTO ALLE IMPRESE DI:

Esplicitare all’interno dello **Statuto aziendale** non solo lo scopo per il quale esiste l’azienda, ma anche il modo in cui l’interesse degli azionisti (shareholder) viene bilanciato con quello di tutti gli altri portatori di interesse (stakeholder);

Realizzare ogni anno una **misurazione precisa e completa dei propri impatti** sull’ambiente e sulla società, comunicandoli con onestà e trasparenza attraverso una relazione che si integra con la tradizionale reportistica dell’azienda (Relazione di impatto);

Dotarsi di una **governance interna** che consenta all’azienda di porsi come vero e proprio vettore di sostenibilità e innovazione all’interno del contesto sociale e ambientale nel quale opera (ecosistema di riferimento).

Lo Statuto

A partire dal 8 novembre 2023, Uniting Group Holding S.r.l. si è **trasformata in Società Benefit**, inserendo all'Art. 2 del proprio Statuto alcune specifiche finalità di beneficio comune che l'Azienda intende perseguire nell'esercizio della propria attività economica di impresa.

1 **Promuovere un modo consapevole e sostenibile di condurre l'attività d'impresa**, attraverso il dialogo collaborativo, inclusivo e costruttivo con tutti gli stakeholder;

2

Creare una forte identità di gruppo e un ambiente di lavoro positivo ed inclusivo, tutelando e valorizzando il capitale umano attraverso percorsi formativi e la continua attenzione al benessere degli Uniters;

3

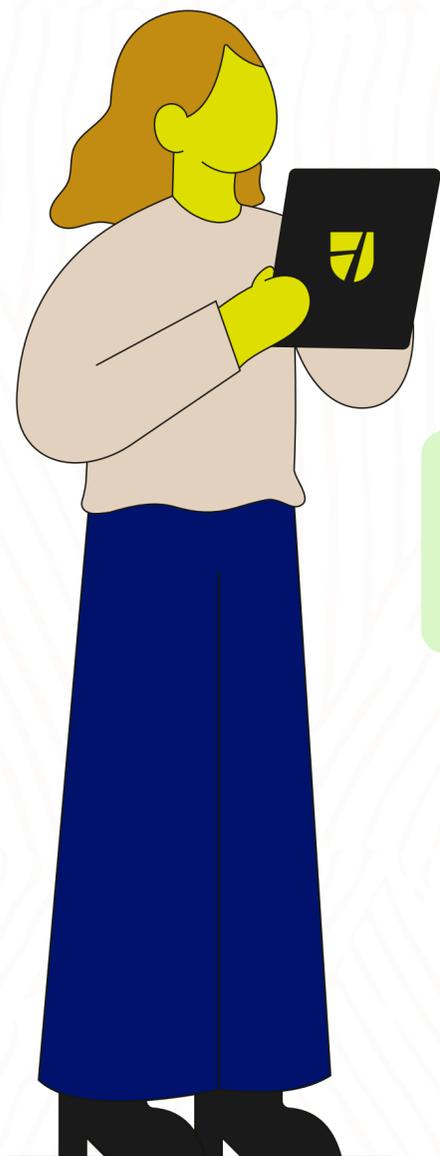
Sostenere e collaborare con enti del Terzo Settore, enti pubblici e privati, Università e Istituti di Ricerca per diffondere il proprio know-how e la visione d'impresa sostenibile;

4

Minimizzare gli impatti negativi e massimizzare gli impatti positivi sull'ambiente, attraverso la progettazione di soluzioni creative basate sui valori della sostenibilità, finalizzate ad adottare e creare consapevolezza sui modelli di economia circolare.

Nelle pagine seguenti verranno illustrate nel dettaglio le finalità di beneficio comune selezionate e, per ciascuna di esse, le attività realizzate nel 2024 e gli obiettivi prefissati per l'anno 2025, i target programmati e lo stato di avanzamento delle attività.

Responsabile di impatto



Con la costituzione in Società Benefit, Uniting Group ha quindi incorporato nel proprio Statuto, oltre allo scopo di dividere gli utili della propria attività economica, anche il perseguimento di finalità di beneficio comune e, tramite modifica statutaria, ciò assicura che l'operato della Società sia sempre condotto in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori ed ambiente, tenendo conto degli interessi di tutti gli stakeholder rilevanti per la società.

Nel perseguire le finalità identificate, la Società ha nominato un Responsabile dell'Impatto che si impegnerà nel riportare, in maniera trasparente e completa, le attività svolte dall'azienda, attraverso una relazione annuale di impatto, che descrive le principali azioni

svolte e gli impegni per il futuro, in un'ottica di bilanciamento tra l'interesse dei soci e l'interesse della collettività. Tale nomina rappresenta la prosecuzione del costante impegno verso la sostenibilità, costituendo una nuova governance attenta alle tematiche benefit e dedita al perseguimento di obiettivi di beneficio comune nell'esercizio della propria attività economica.

Uniting Group ha deliberato in data 5 dicembre 2023 di conferire tale incarico alla Dott.ssa Denise Lo Piparo, Chief Sustainability Officer del gruppo, professionista interna alla Società dotata di competenze specifiche in materia con esperienza nella gestione, progettazione e promozione di iniziative volte alla tutela e alla valorizzazione di tematiche collegate alla sostenibilità.

3

Finalità di beneficio comune

- FINALITÀ 1 – Cultura della trasparenza e della sostenibilità
- FINALITÀ 2 – Crescita e benessere degli Uniter
- FINALITÀ 3 – Creazione valore condiviso
- FINALITÀ 4 – Utilizzo consapevole delle risorse

La definizione **della 4 finalità di beneficio comune** è stata arricchita e supportata dall'individuazione di **obiettivi specifici** riconducibili a **6 ambiti fondamentali: Governance, Lavoratori, Clienti, Fornitori, Comunità, Ambiente.**

1

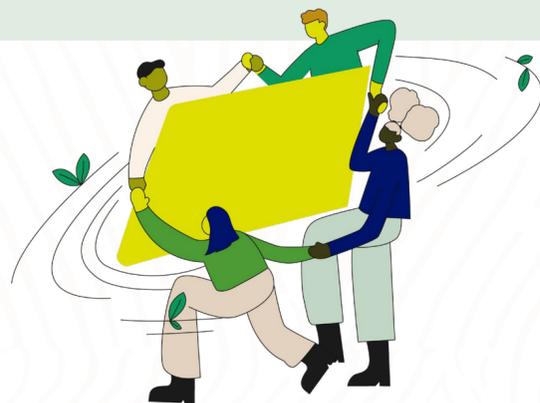
CULTURA DELLA TRASPARENZA E DELLA SOSTENIBILITÀ

Promuovere un modo consapevole e sostenibile di condurre l'attività d'impresa, attraverso il dialogo collaborativo, inclusivo e costruttivo con tutti gli stakeholder.

GOVERNANCE

FORNITORI

CLIENTI

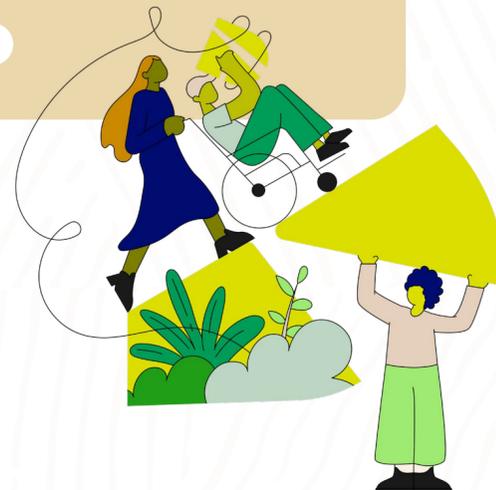


2

CRESCITA E BENESSERE DEGLI UNITERS

Creare una forte identità di gruppo e un ambiente di lavoro positivo ed inclusivo, tutelando e valorizzando il capitale umano attraverso percorsi formativi e la continua attenzione al benessere degli Uniter.

LAVORATORI



3

CREAZIONE VALORE CONDIVISO

Sostenere e collaborare con enti del Terzo Settore, enti pubblici e privati, Università e Istituti di Ricerca per diffondere il proprio know-how e la visione d'impresa sostenibile.

COMUNITÀ



4

UTILIZZO CONSAPEVOLE DELLE RISORSE

Minimizzare gli impatti negativi e massimizzare gli impatti positivi sull'ambiente, attraverso la progettazione di soluzioni creative basate sui valori della sostenibilità, finalizzate ad adottare e creare consapevolezza sui modelli di economia circolare.

AMBIENTE



Nelle successive sezioni della presente Relazione saranno presentati gli **obiettivi, le azioni e i target per il 2024 e le azioni di miglioramento per il 2025** di ciascuna delle suddette finalità specifiche di beneficio comune, al fine di esplicitare in modo trasparente l'impatto sociale che l'Azienda ha raggiunto ed intende perseguire anche rispetto agli SDG's indicati.

1

AMBITI DI SOSTENIBILITÀ:

GOVERNANCE

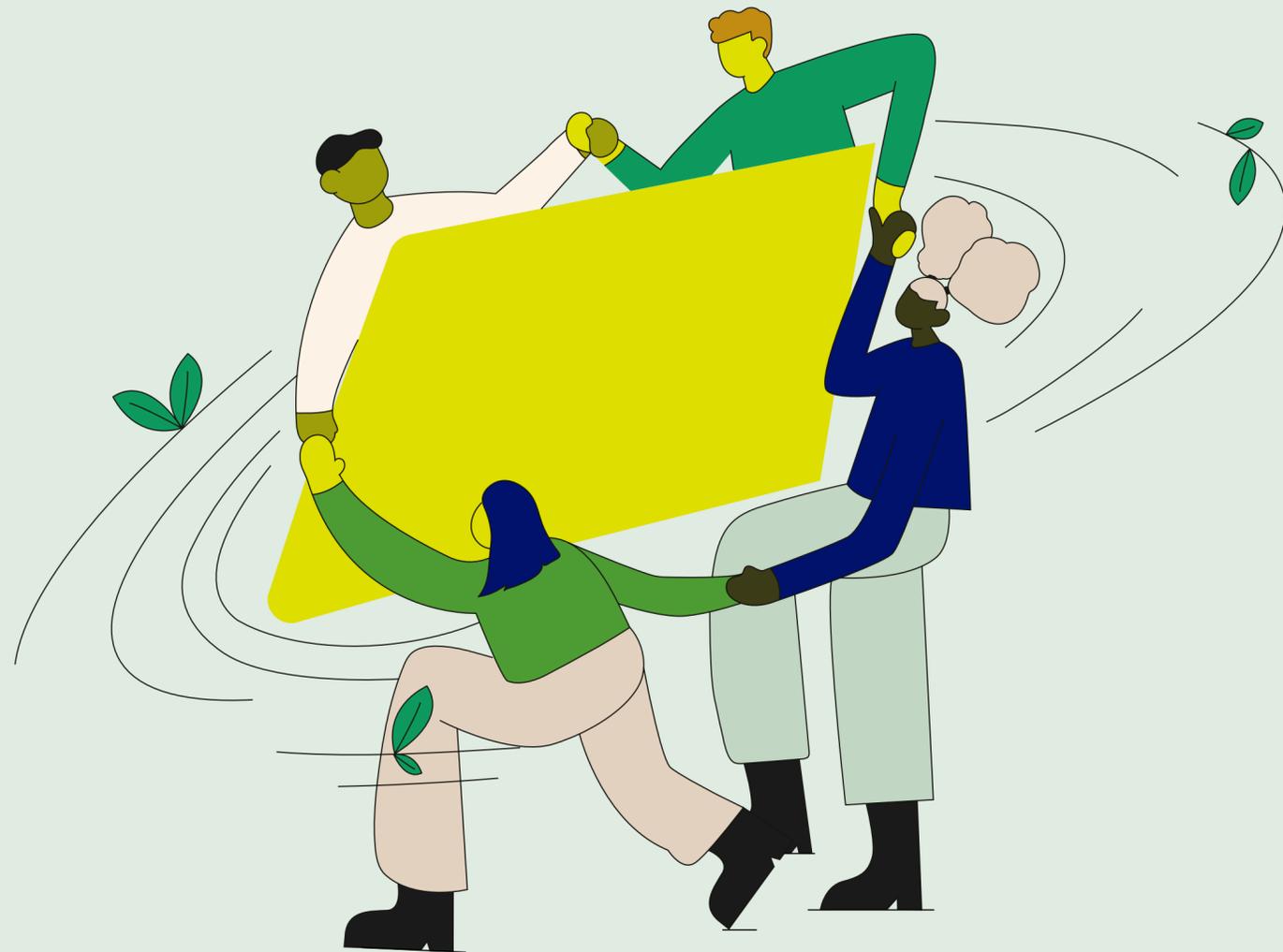
FORNITORI

CLIENTI

OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE (SDGS)



Cultura della trasparenza e della sostenibilità



Promuovere un modo consapevole e sostenibile di condurre l'attività d'impresa, attraverso il dialogo collaborativo, inclusivo e costruttivo con tutti gli stakeholder.

Uniting Group si impegna nella diffusione di una vera e propria cultura della sostenibilità sia verso le proprie persone sia nei confronti di clienti, imprese e altri stakeholder, anche attraverso la predisposizione

di piani specifici, inserendo all'interno dei suoi progetti di comunicazione attività che contribuiscano allo sviluppo sostenibile e alla creazione di valore condiviso.

OBIETTIVO 1

Diffusione di una cultura della sostenibilità

Nel 2024 la funzione ESG, che ha diretto il riporto al CEO del gruppo, ha mantenuto il suo ruolo centrale nel sostenere le **decisioni strategiche aziendali in ambito di sostenibilità** e ha avviato il percorso per affiancare i clienti nella creazione di progetti di comunicazione sostenibili, innovativi e valoriali.

Promuovere una cultura della sostenibilità rappresenta un elemento chiave della strategia di Uniting Group, finalizzato a generare **consapevolezza** e favorire un **cambiamento positivo** all'interno dell'ecosistema del gruppo.

Le attività implementate – piattaforme di dialogo, tavoli di lavoro congiunti e iniziative di co-creazione con gli stakeholder interni ed esterni – sono finalizzate a rafforzare la collaborazione tra tutti gli attori coinvolti e a incentivare comportamenti virtuosi, promuovendo l'adozione di modelli e pratiche più sostenibili nei diversi ambiti in cui opera il gruppo.

ESG TALK

A novembre 2024 si è tenuto il primo degli ESG Talk, una serie di incontri finalizzati a **diffondere una cultura comunicativa della sostenibilità** con il coinvolgimento di istituzioni, aziende e professionisti in un confronto diretto su sfide, soluzioni e best practice. La struttura degli incontri prevede due sessioni di discussione: la prima sullo scenario di riferimento con esperti e figure più tecniche mentre nella seconda viene dato spazio al confronto tra figure apicali delle aziende di vari settori.

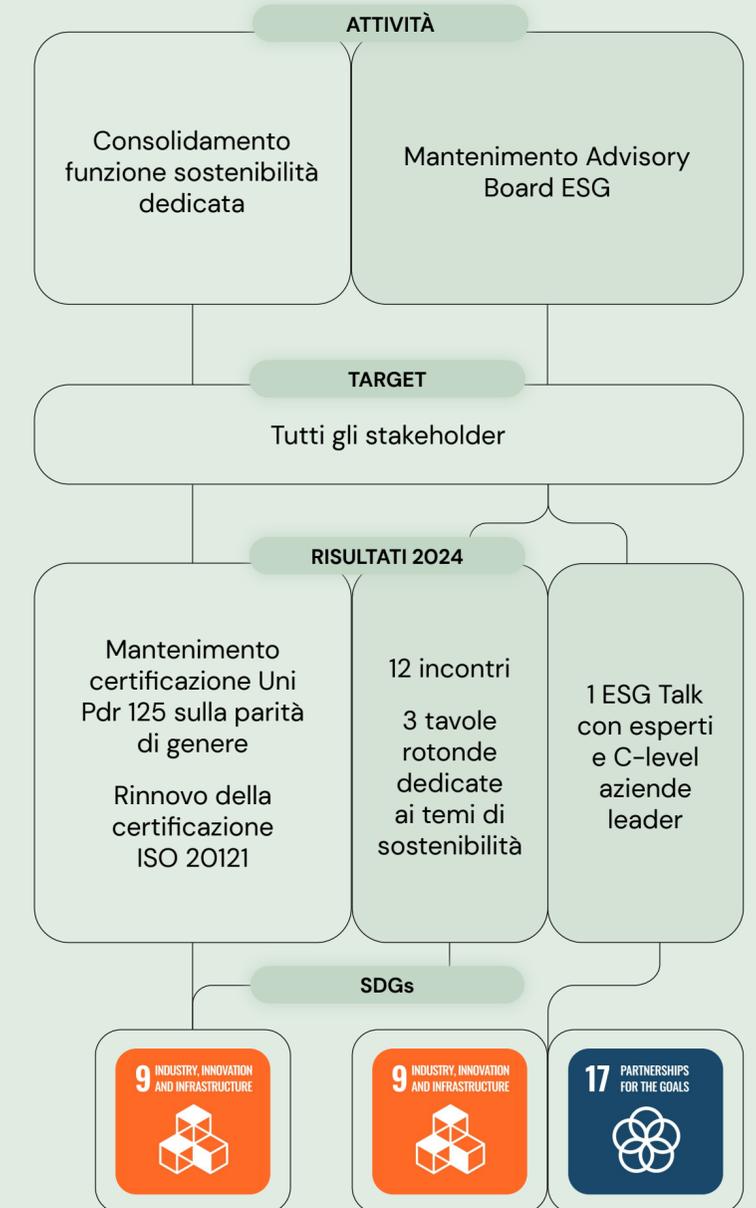
Il primo ESG Talk ha esplorato un tema chiave: come evitare l'ESG-washing e garantire una comunicazione trasparente e responsabile. Partendo dalla nuova normativa europea, è stato fatto il punto su cosa si può fare, su quali sono gli obblighi e quali i rischi di una comunicazione sostenibile non corretta, con approfondimenti su come sono organizzate oggi le aziende e come possono integrare la solidità delle norme, la coerenza delle azioni e la creatività dei messaggi di comunicazione.

PARTNERSHIP BIENNALE INTERNAZIONALE DI GRAFICA

Uniting Group ha inoltre sponsorizzato la "Biennale Internazionale di Grafica", il festival diffuso dedicato al design della comunicazione e alle culture visive – organizzato da Dondina Associati con il patrocinio del Comune di Milano, AIAP, ADCI – che ha permesso al gruppo di **condividere il proprio know-how** anche grazie alla tavola rotonda dal titolo "Segni d'Inclusione: come dare forma a un mondo migliore".

L'appuntamento è stato pensato per indagare quanto la pubblicità e le campagne di comunicazione contribuiscono alla costruzione di un immaginario condiviso e che potenzialità hanno di contrastare gli stereotipi, analizzando i vari modi in cui rappresentare la D&I, e incoraggiando i designer ad adottare un approccio inclusivo ispirato ai principi del design for all, per declinare, tradurre e abilitare all'inclusione i diversi messaggi di comunicazione.

RISULTATI 2024



OBIETTIVO 2

Comunicazione Sostenibile e diffusione dei valori di Uniting Group

Nel corso dell'anno, l'impegno del Gruppo nella comunicazione sostenibile e nella diffusione dei valori si è rafforzato attraverso iniziative mirate a potenziare il dialogo con la comunità e rafforzare il posizionamento e l'identità aziendale, promuovendo una cultura della sostenibilità condivisa e partecipata.

L'obiettivo è stato non solo informare, ma ispirare un cambiamento positivo, creando un impatto duraturo sulla percezione e l'adozione di pratiche responsabili.

IL MANIFESTO DI AZIONI SOSTENIBILI

Uniting Group ha presentato a tutta la popolazione aziendale il Manifesto di Sostenibilità dando concretezza ai valori aziendali e impegni presi e ingaggiando la popolazione aziendale nella co-costruzione, nel workshop dedicato durante le convention aziendale annuale, di un manifesto di azioni sostenibili che illustra i **10 principi, valori da seguire e obiettivi da raggiungere** che gli e le Uniter si sono dati come persone e come professionisti.

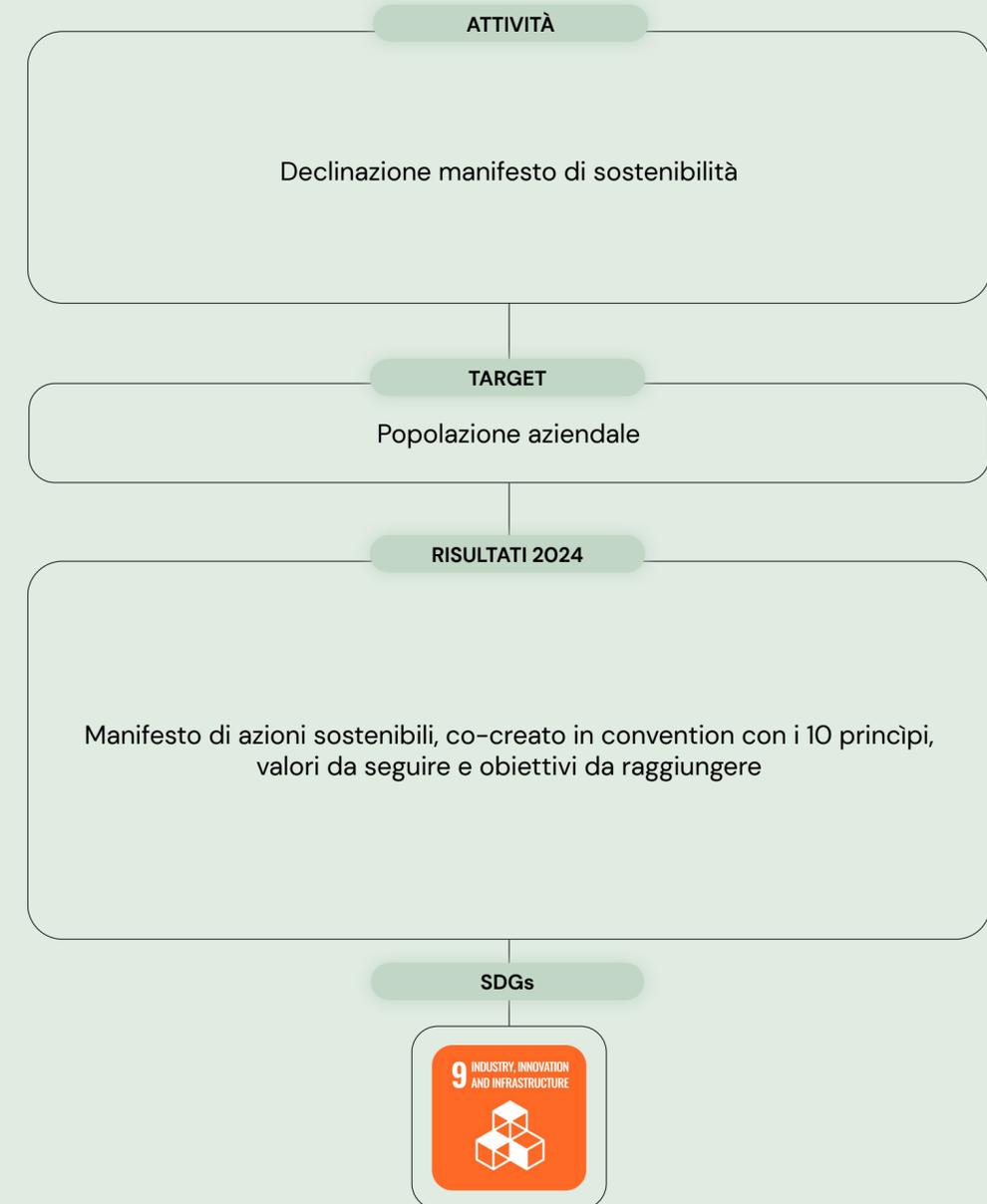
Tale Manifesto rappresenta una milestone fondamentale nella creazione di consapevolezza nell'assumere comportamenti sostenibili e nel coinvolgimento della community allargata del gruppo: non solo gli e le Uniter ma anche tutti coloro che entrano nel nostro ecosistema

REPORT D'IMPATTO

Sempre nel 2024 è stata pubblicata la prima Relazione di Impatto, pubblicata insieme al Bilancio consolidato, dando disclosure degli impegni di Uniting Group in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori ed ambiente al fine del raggiungimento del beneficio comune.

Il report ha analizzato i risultati ottenuti, le best practice adottate e le prospettive di sviluppo per continuare a valorizzare e diffondere il messaggio di sostenibilità e innovazione.

RISULTATI 2024



IL MANIFESTO DI AZIONI SOSTENIBILI

Nella nostra visione è fondamentale mettersi ogni giorno in gioco, includendo e imparando da tutte le persone che incontriamo nuovi modi di pensare, di vivere e di comunicare.

Orgogliosi delle nostre responsabilità, ci occupiamo di trasmettere a colleghi, fornitori e clienti i nostri feedback con il massimo rispetto, per migliorare insieme questo ecosistema che comprende tutti noi.

Interprendiamo con autenticità e promuoviamo il confronto, lo scambio e l'ascolto: fondamentali per migliorare le nostre competenze e generare un'innovazione sostenibile per le persone, le idee e i grandi progetti.

Un passo dopo l'altro, con impegno innoviamo la sfera delle nostre relazioni, trasformando gli errori in insegnamenti, confrontandoci e offrendo sempre supporto che, quando reciproco, è di valore inestimabile.

Non manchiamo mai di condividere le esperienze che ci hanno fatto crescere e che faranno crescere chi, come noi, ha scelto di volere dare un contributo alla comunicazione di valore.

Insistiamo con efficacia e stimoliamo i clienti a sostenere le azioni trasformative di sostenibilità, mettendo a disposizione noi e le nostre conoscenze per realizzare progetti sempre più innovativi.

Troviamo sempre il modo di essere gli attivatori di un sistema che ha come obiettivo quello di contribuire a creare valore nel mondo della comunicazione e di alimentare una nuova sostenibilità.

Esortiamo a migliorare la sostenibilità sociale e ambientale, adottando un approccio quotidiano che alla base abbia sempre il rispetto delle persone, dell'ambiente e delle idee altrui.

Rispettiamo e alimentiamo la bellezza del quartiere in cui lavoriamo. Una seconda casa in cui far valere i principi di innovazione sostenibile e in cui creare esperienze di valore.

Siamo in prima linea quando con impegno contribuiamo a creare un ambiente di lavoro sostenibile in ogni aspetto, perché il benessere di tutti parte dalla responsabilità personale.



OBIETTIVO 3

Governance trasparente e sostenibile

CREAZIONE MANAGEMENT COMMITTEE

Nel 2024 è stato istituito il Management Committee, un comitato composto da tutte le funzioni aziendali e operativo dall'inizio del 2025, con finalità attuative che è responsabile di mettere in pratica le strategie definite dal Consiglio di amministrazione, garantendo che siano comprese e attuate efficacemente.

Tale scelta è stata funzionale a garantire:

Maggiore allineamento strategico e coordinamento interfunzionale. La presenza di tutte le funzioni aziendali, oltre a favorire il dialogo e la collaborazione tra dipartimenti e a dare una visione integrata, promuove un processo decisionale più informato e condiviso, aumentando l'efficienza e la velocità di esecuzione, riducendone il rischio di incoerenze.

Maggiore adattabilità e monitoraggio del piano di azione. Il comitato facilita il monitoraggio continuo delle strategie e permette di correggere rapidamente eventuali deviazioni rispetto agli obiettivi strategici contenuti nel piano di azione

Migliore gestione del rischio e responsabilizzazione diffusa identificando le ownership nell'attuazione del piano

di azione e migliorando la trasparenza nella gestione e misurazione dei risultati.

Valorizzazione di competenze e prospettive diverse, portando a decisioni più solide e innovative.

La composizione del management committee, inoltre, permette di equilibrare maggiormente la presenza di manager donne nella governance aziendale in coerenza del percorso intrapreso a supporto della parità di genere.

I COMITATI ESG

A supporto alle decisioni strategiche del CdA operano dei comitati atti a presidiare gli aspetti legati all'etica e alla gestione "sostenibile" dell'Azienda:

- **ORGANISMO DI VIGILANZA** in forma collegiale, con compito di vigilare sul funzionamento e sull'osservanza del Modello di organizzazione, gestione e controllo 231 e di curarne il relativo aggiornamento. L'OdV, unitamente al management aziendale, ha inoltre l'obiettivo di trasformare le prescrizioni normative in opportunità di miglioramento dell'efficacia e dell'efficienza del Sistema di Controllo Interno e delle procedure aziendali.

- **ADVISORY BOARD ESG:** composto dalla responsabile funzione e da 2 consulenti esterne, affianca Uniting Group nel garantire una visione strategica a lungo termine nel mondo ESG, supportando il Gruppo a mantenere il suo posizionamento in tale ambito, a sviluppare occasioni di business e contribuendo a sviluppare una cultura aziendale coerente con i valori aziendali.
- **COMITATO GUIDA PER LA PARITÀ DI GENERE:** composto da membri interni (tra cui il CEO, la direzione HR e ESG) riporta direttamente al CEO del gruppo e ha il compito di supportare Uniting Group nell'adozione e nella continua ed efficace applicazione della Politica per la Parità di Genere e l'implementazione del relativo piano strategico.

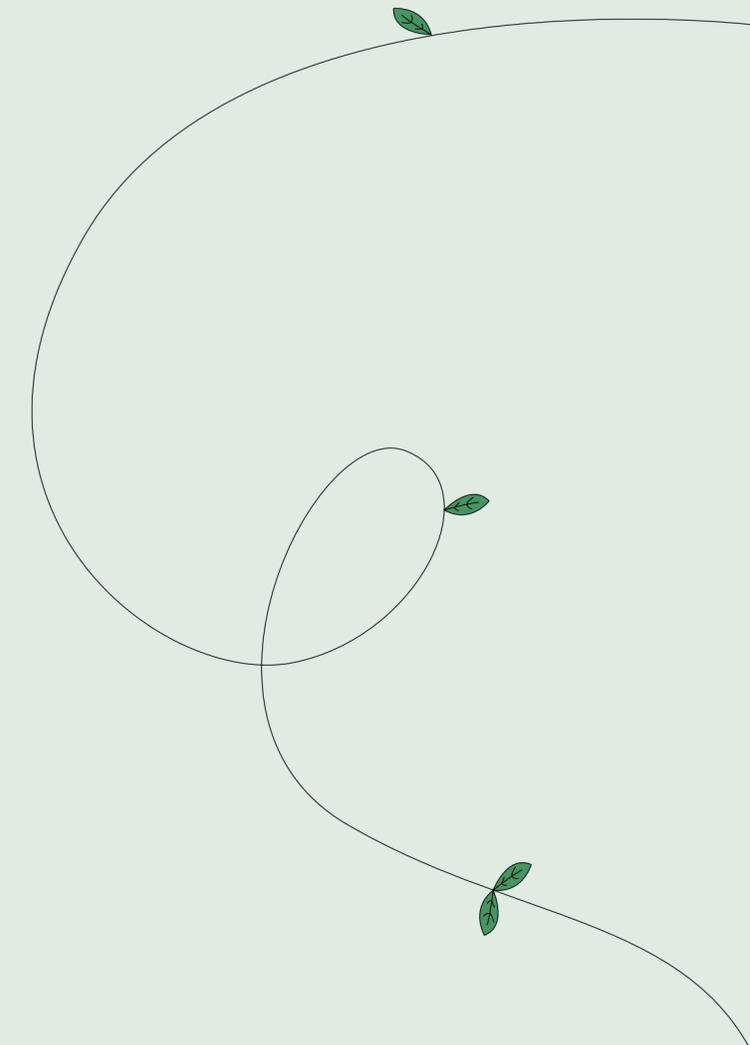
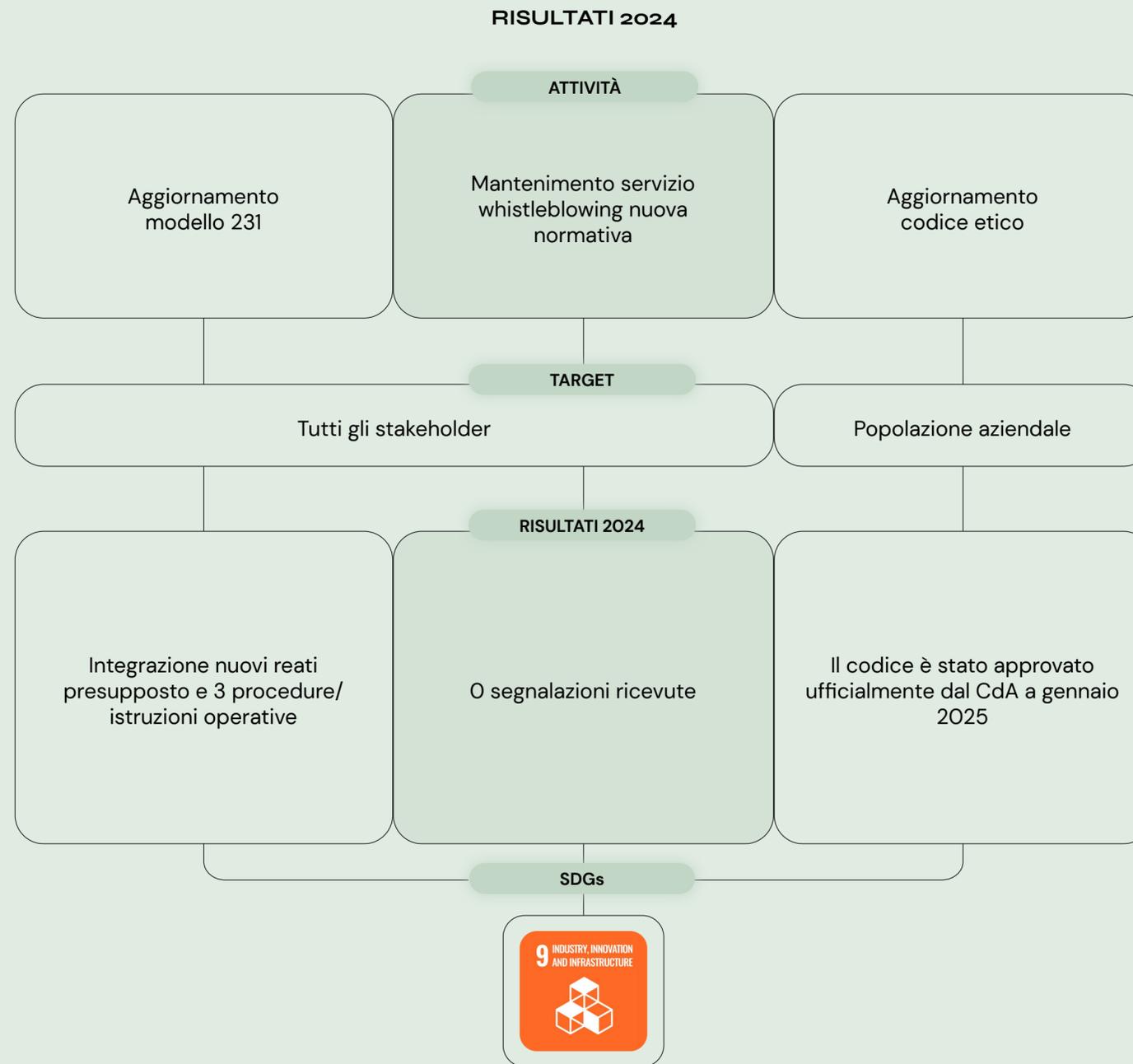
AGGIORNAMENTO MODELLO 231 E CODICE ETICO

Uniting Group ha aggiornato sia il proprio Modello di Organizzazione e Gestione ai sensi del D. lgs. 231/2001 integrando i nuovi reati presupposto che il proprio Codice Etico da cui, a cascata, dipenderanno i vari codici di condotta da seguire per i vari stakeholder.

In particolare, i principi e i valori espressi nel Codice Etico estendono e completano l'ambito applicativo del Modello 231 definendo comportamenti che dovrebbero essere tenuti da tutti i destinatari del codice per prevenire condotte illecite, comprese quelle che non trovano puntuale regolamentazione nell'ambito del Modello stesso.

Il codice etico è stato rivisto con una struttura più semplice e intuitiva, a ulteriore dimostrazione di un forte impegno verso l'etica aziendale e il rispetto delle normative, e sono stati inclusi:

- Specifici riferimenti alle finalità di beneficio comune inserite nello statuto;
- Riorganizzazione e classificazione dei principi di condotta;
- Gestione etica dei principali stakeholder di riferimento.



OBIETTIVO 4

Gestione efficiente dei processi interni

SISTEMA ERP

Al fine di favorire la crescita e sviluppare un modello di gestione data-driven, garantendo un controllo più accurato sui margini e consentendo una gestione strategica delle risorse, nel corso del 2024 è stato completato il processo di implementazione di un sistema ERP personalizzato.

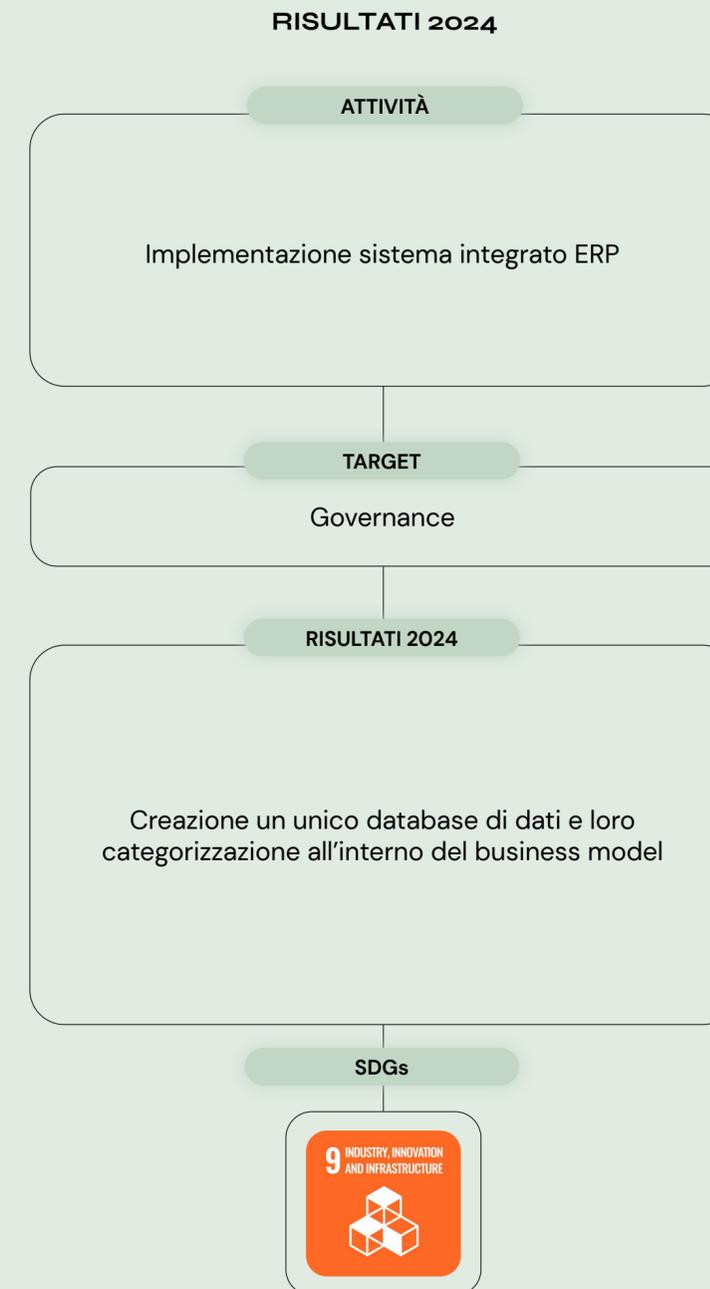
Grazie a tale sistema è stato possibile creare un unico database per tutte le legal entity del gruppo in linea con le esigenze di governance e i processi aziendali. Dopo la fase di roll out e formazione della popolazione aziendale, il nuovo ERP è diventato operativo per la gestione da gennaio 2025.

CERTIFICAZIONI SISTEMI GESTIONE

Al fine di rendere Uniting Group compliant alle più recenti disposizioni normative in materia di cybersecurity e resilienza operativa, è stata valutata come prioritaria la programmazione per il 2025 del percorso di certificazione ISO 27001, che garantirà un adeguato livello di sicurezza delle informazioni, una gestione

efficace dei rischi informatici oltre rinforzare la fiducia di clienti e partner, migliorando l'immagine aziendale e favorendo relazioni commerciali di valore.

Data la necessità di ottimizzare la gestione dei processi di certificazione si è contestualmente ritenuto opportuno ripianificare il processo di certificazione ISO 9001.



OBIETTIVO 5

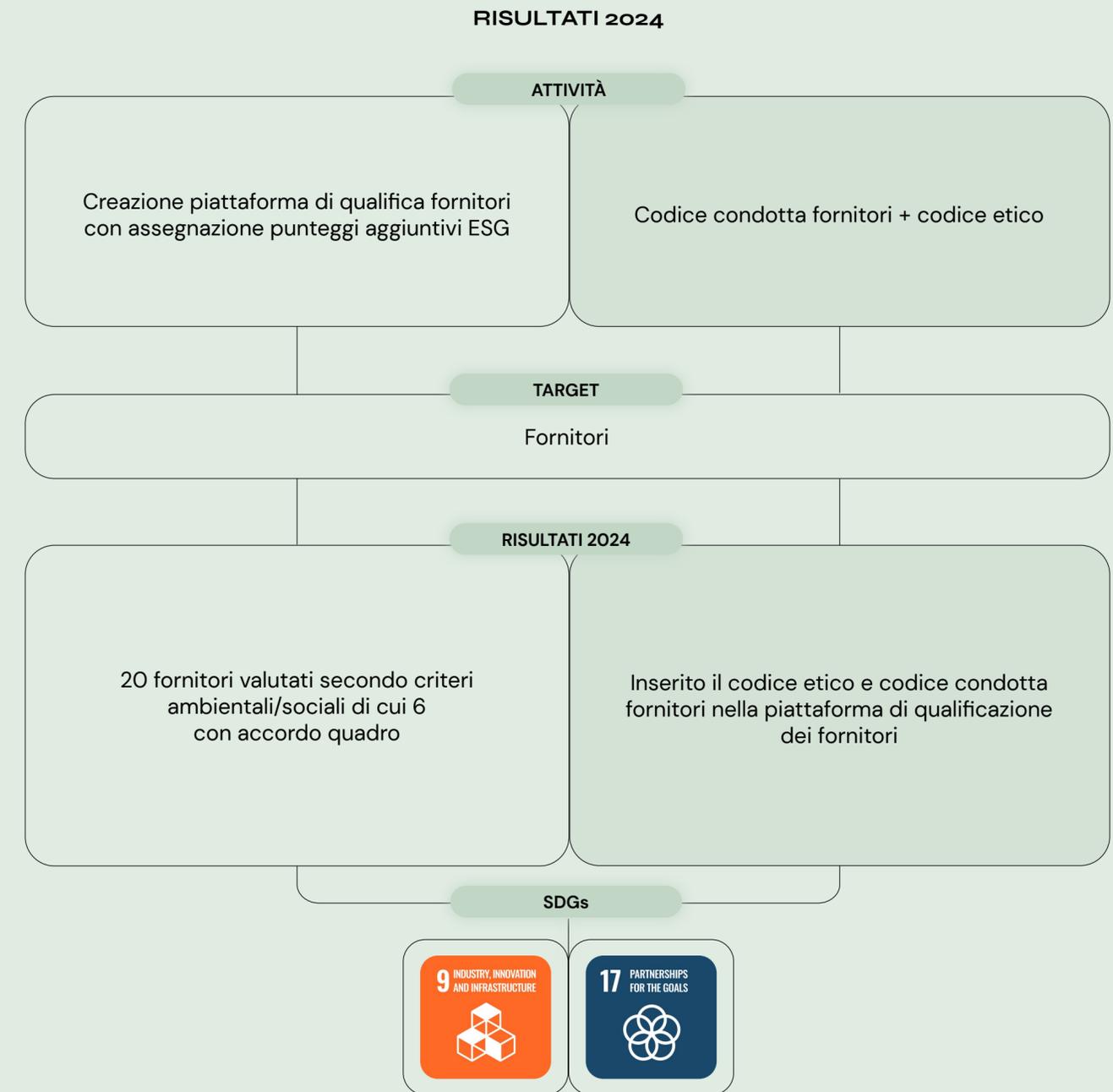
Gestione sostenibile della catena di fornitura

La procedura di qualifica fornitori è stata aggiornata con la digitalizzazione dell'intero processo, grazie all'introduzione di un portale dedicato alla pre-qualifica. Questo portale include un questionario di valutazione basato anche sugli indicatori ESG, permettendo di selezionare fornitori conformi e allineati alle nostre politiche di compliance, qualità e sostenibilità.

Per promuovere un ciclo di approvvigionamento sostenibile sotto il profilo sociale, ambientale ed economico, è stato inoltre redatto un Codice di Condotta per i Fornitori. Questo documento, approvato nel Consiglio di amministrazione di gennaio 2025, definisce i requisiti e le aspettative a cui i fornitori e i partner commerciali devono attenersi, nell'ottica di un miglioramento continuo delle loro prestazioni.

Il codice si applica in conformità alla normativa vigente, sia esterna che interna, inclusi i principi del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D.Lgs. 231/2001 di Uniting e del Codice Etico del Gruppo.

Il Codice di Condotta si ispira ai principi della Direttiva Europea sulla Due Diligence (Corporate Sustainability Due Diligence Directive - CSDDD), finalizzata a promuovere la sostenibilità lungo l'intera catena del valore. L'obiettivo è prevenire e mitigare gli impatti negativi delle attività aziendali sulle persone e sull'ambiente, garantendo al contempo la protezione dei diritti umani, la tutela ambientale e la trasparenza.



OBIETTIVO 6

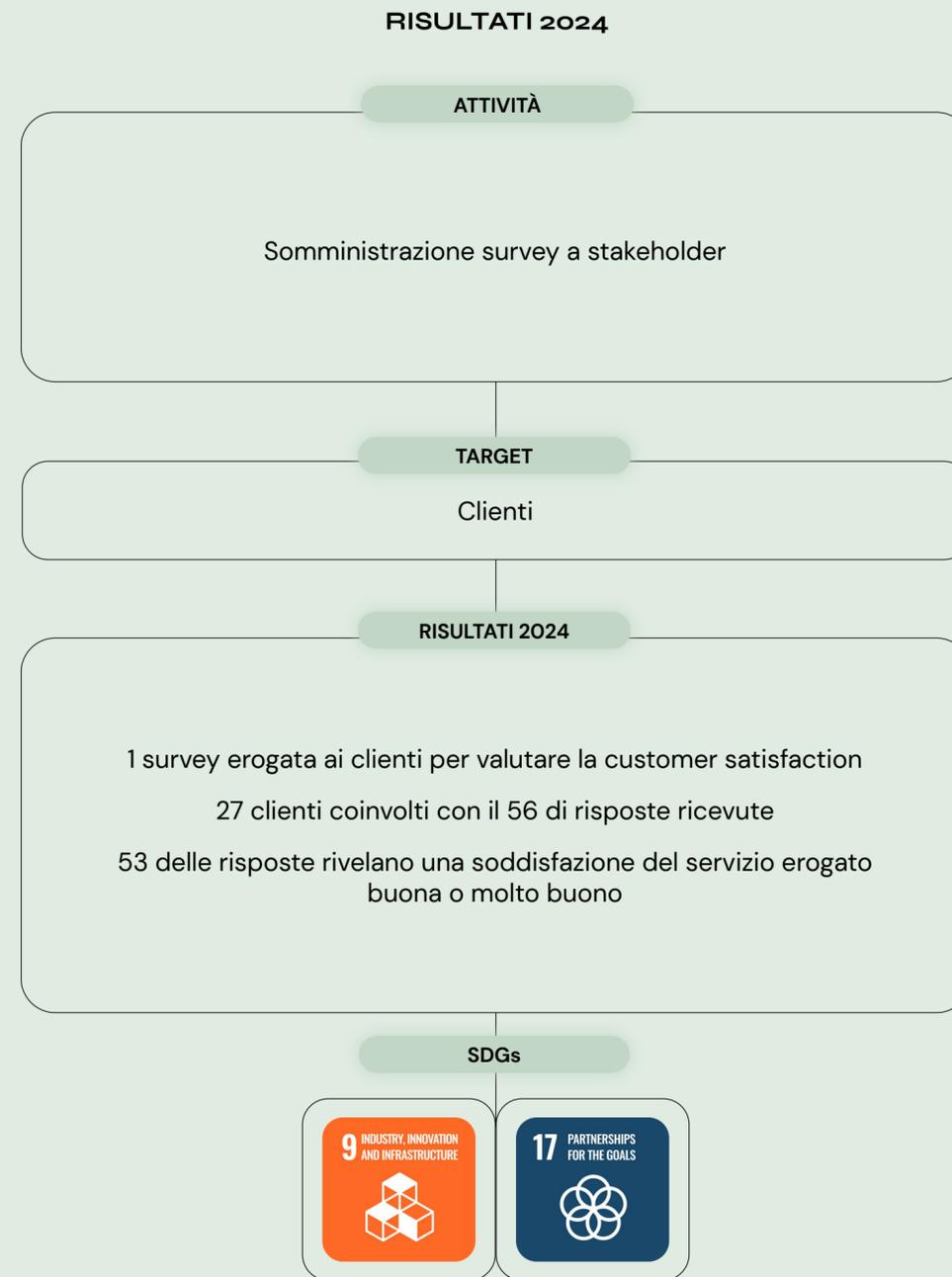
Migliorare la relazione con i clienti

Nel 2024 è stato condotto un nuovo rilevamento della customer satisfaction mediante l'invio di survey ai clienti, con l'obiettivo di garantire una gestione ottimale della loro esperienza con i team di lavoro del Gruppo.

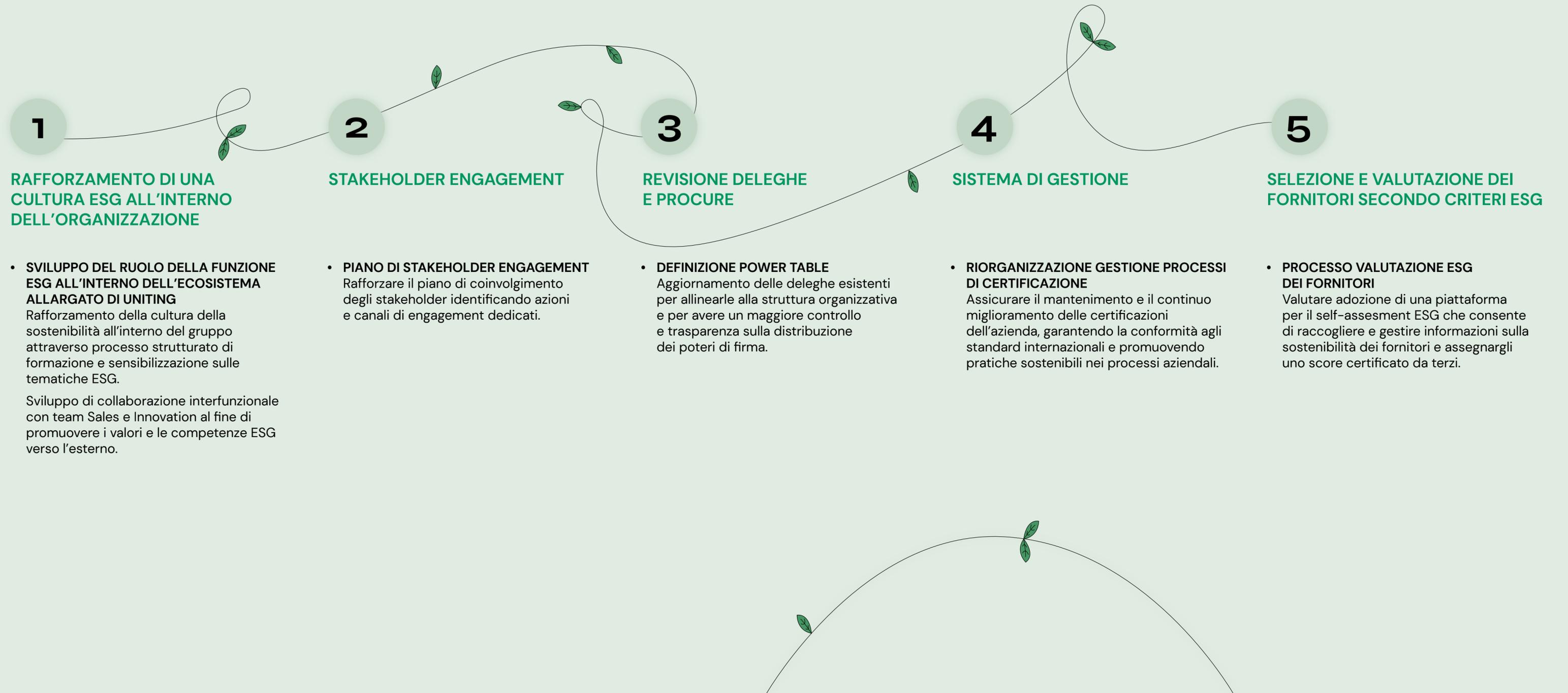
I feedback raccolti rappresentano un elemento chiave per promuovere un miglioramento continuo lungo l'intera catena del valore, consentendo di adattarsi in modo proattivo alle evoluzioni del mercato e alle richieste espresse e di rafforzare un modello di governance orientato alla sostenibilità e all'innovazione.

Dalla survey risulta un'ottima soddisfazione complessiva del team dedicato con una valutazione complessiva di 4,5 su 5 (in linea con i risultati del 2024).

Dai risultati è emersa la necessità di rafforzare la comunicazione sulle politiche e le iniziative di sostenibilità del gruppo per migliorare la consapevolezza e il coinvolgimento dei clienti. In particolare, il 40% degli intervistati ha infatti dichiarato di non essere a conoscenza degli impegni dell'azienda in questo ambito.



Obiettivi 2025



2

AMBITI DI SOSTENIBILITÀ: LAVORATORI

OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE (SDGS)



Crescita e Benessere degli Uniter



Creare una forte identità di gruppo e un ambiente di lavoro positivo ed inclusivo, tutelando e valorizzando il capitale umano attraverso percorsi formativi e la continua attenzione al benessere degli Uniter.

Uniting Group ritiene da sempre che il motore dell'azienda siano le persone e si impegna a tutelare i lavoratori garantendone i diritti fondamentali, promuovendone la valorizzazione tramite percorsi formativi e di sviluppo, riconoscendone i talenti, creando un ambiente di lavoro sempre più collaborativo, inclusivo, sano e sicuro e affiancando sia il lavoratore che le famiglie attraverso iniziative di welfare.

Nel contesto della nostra continua evoluzione e crescita, a inizio 2025 è stato deliberato dal CdA il trasferimento in una nuova sede

aziendale – previsto per la seconda metà dell'anno – scelta questa che rappresenta un passo strategico per rispondere alle esigenze di un ambiente moderno e dinamico, con l'obiettivo di favorire il benessere e la produttività del team.

Inoltre, la presenza di aree dedicate che stimolano l'interazione e la creatività arricchirà l'esperienza lavorativa, creando un ambiente stimolante che promuove il benessere dei dipendenti e rafforza il nostro impegno verso la comunità.

OBIETTIVO 1

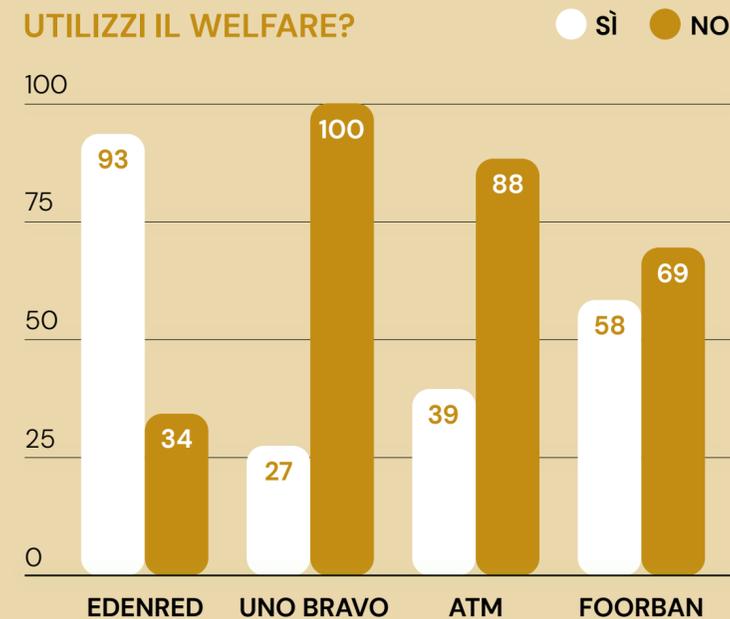
Welfare e clima aziendale

In un mondo del lavoro sempre più dinamico e competitivo, investire nel benessere delle persone è una scelta strategica che valorizza il capitale umano, rafforza la cultura aziendale e favorisce la talent retention. Per questo, nel 2024, è stato sviluppato un piano di welfare mirato, che si integra pienamente con i valori del gruppo, promuovendo un'organizzazione inclusiva, sostenibile e orientata al benessere delle persone.

Al centro dell'approccio di Uniting Group c'è la consapevolezza che il **work-life balance** non è solo un beneficio per i dipendenti, ma un vero motore di crescita sostenibile e produttività per l'azienda.

Il progetto di welfare implementato non si limita all'offerta di benefit tradizionali, ma si configura come un modello di gestione degli Uniter basato sulla flessibilità e sul benessere, offrendo strumenti concreti per migliorare la loro esperienza lavorativa e personale quali smartworking, flessibilità oraria, supporto alla genitorialità, programmi assistenza psicologica, con l'obiettivo di creare un ambiente di lavoro in cui ogni collaboratore possa esprimere al meglio il proprio potenziale senza sacrificare la propria vita privata.

A fine del 2024 è stata condotta una survey interna sul livello di gradimento e utilizzo delle principali iniziative di welfare implementate, di seguito i risultati ottenuti



INIZIATIVE IMPLEMENTATE

Smart working e flessibilità oraria. È stata rinnovata la politica di smartworking di 3 giorni a settimana, una flessibilità oraria più ampia per le giornate in presenza e ora flessibile durante lo smartworking.

Supporto alla genitorialità. Oltre ai bonus nascita per i neogenitori e i neononni, è stato avviato un percorso di parent coaching con una serie di incontri di gruppo che offrono ai genitori degli strumenti validi e concreti per migliorare la comprensione e la gestione dei comportamenti più o meno problematici dei figli nel quotidiano. Dalla survey interna emerge come il 77% dei genitori si è dichiarato soddisfatto del servizio. Inoltre, per avvicinare i bambini al posto di lavoro dei genitori, è stato organizzato "Piccoli Uniter" un pomeriggio dedicato ai figli e figlie della popolazione aziendale.

Piattaforma di welfare aziendale Edenred uno strumento completo e flessibile, pensato per ottimizzare la gestione dei benefit aziendali grazie alla possibilità per il/la dipendente di godere della massima libertà di scelta degli erogatori di servizi a cui rivolgersi.

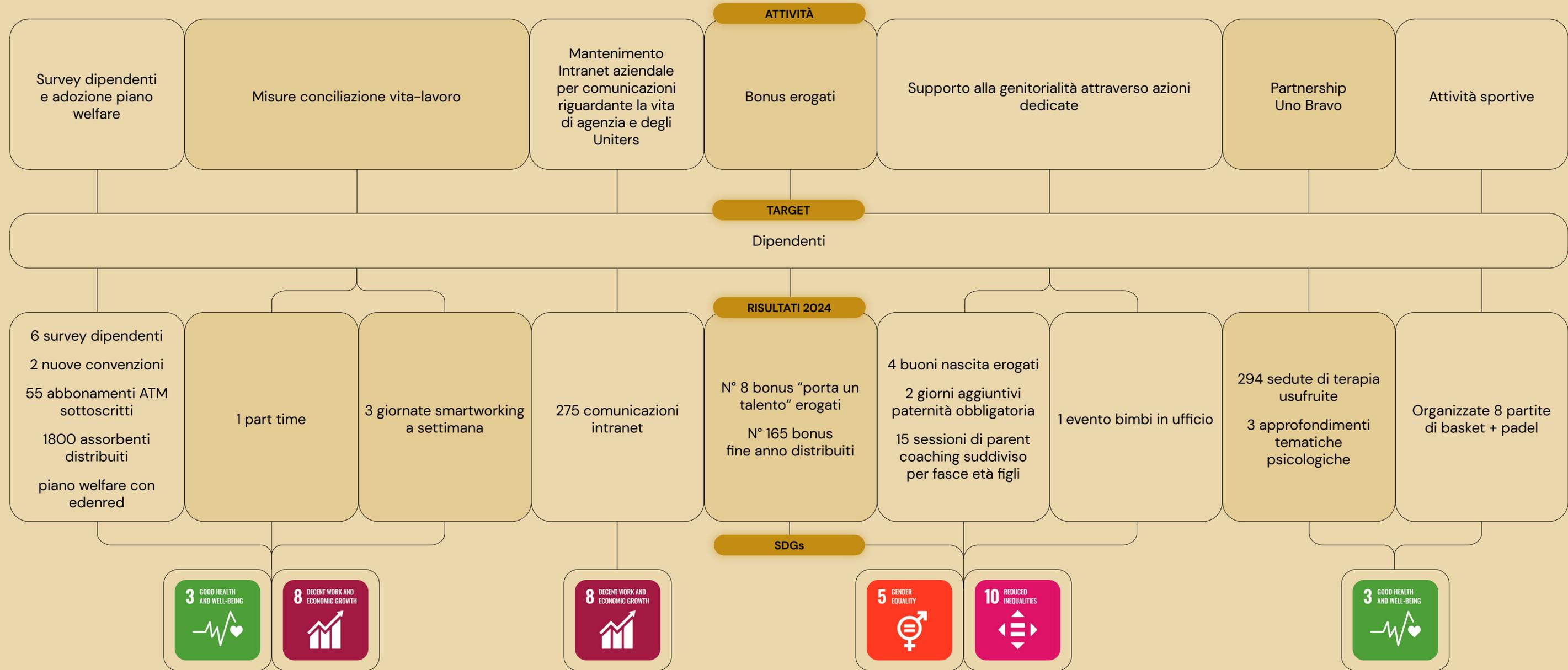
Partnership UnoBravo per offrire supporto psicologico agli Uniter. L'iniziativa include quattro sessioni di supporto psicologico gratuite all'anno per ogni collaboratore e una scontistica per chi decidesse di continuare il percorso con lo psicologo.

Convenzione ATM che offre la possibilità di sottoscrivere abbonamento annuale urbano ed extra urbano usufruendo della rateizzazione mensile della spesa totale in 12 rate direttamente in busta paga.

Convenzione Foorban con l'installazione di un frigorifero intelligente nell'area break dell'ufficio che consente ai dipendenti di acquistare 24/7 piatti sani e bilanciati, snack e bevande direttamente tramite smartphone. L'azienda offre un contributo del 20% tramutandolo in sconto sul prezzo unitario dei prodotti.

Convenzione Quesy per la fornitura gratuita di assorbenti biodegradabili nei luoghi di lavoro, promuovendo il benessere delle dipendenti, rompendo i tabù legati al ciclo mestruale e creando un ambiente lavorativo più accogliente. Dalla survey è emerso come l'84% delle fruitrici si è dichiarata soddisfatta del servizio.

RISULTATI 2024



OBIETTIVO 2

Sviluppo delle competenze

Nel 2024 Uniting Group ha continuato a investire nella valorizzazione delle competenze, attraverso piani formativi di upskilling e reskilling, aumentando considerevolmente le ore di formazione erogate.

Infatti, una formazione continua unita a una politica HR orientata al benessere dei dipendenti è strategica per migliorare la talent retention e rafforzare il posizionamento di Uniting Group come employer of choice.

Di seguito si sintetizzano i diversi corsi erogati:

- CREATIVE DAY**
 una serie di appuntamenti dedicati ai team creativi e strategici di Uniting Group e delle Unit in cui approfondire insight, trend e novità del mondo della comunicazione e non solo con il coinvolgimento di ospiti esterni e workshop di approfondimento.
700 ORE EROGATE NEL 2024
- SOSTENIBILITÀ ESG**
 Formazione specifica (in presenza e da remoto) dedicata ai temi ESG. In particolare: funzionamento Modello 231, Sustainability Event Manager per la ISO20121, Parità di Genere Uni PdR 125, Leadership femminile,

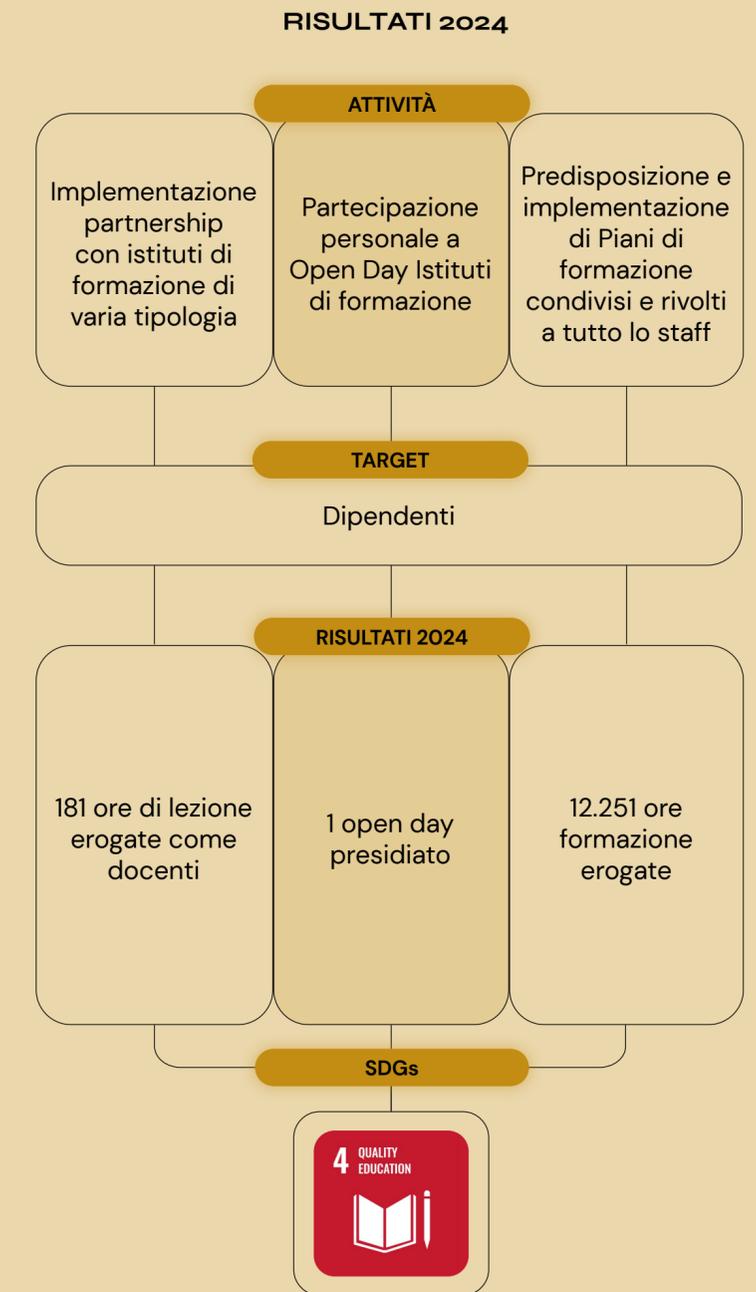
riconoscimento molestie e contrasto alla violenza di genere. Compliance Privacy.

1124 ORE EROGATE NEL 2024

- LEADERS FOR TOMORROW**
 Rivolto a un gruppo selezionato di Uniter a più alto potenziale, per accompagnarli nel loro percorso di crescita all'interno dell'azienda con sessioni formative di: leadership, project management
400 ORE EROGATE NEL 2024
- LEADERSHIP TEAM**
 Rivolto alle seconde linee manageriali che ha l'obiettivo di supportare e accompagnare la loro crescita professionale e acquisire soft skills di leadership.
723 ORE EROGATE NEL 2024
- SOFT E HARD SKILL**
 Rivolto alla popolazione aziendale per lo sviluppo di Soft Skill (Ascolto Attivo, e Hard Skills, Stress & Time Management) e Hard Skill (Storytelling, Public Speaking, Mappe Mentali, Personal Branding).
8386 ORE EROGATE NEL 2024

- INNOVATION**
 Rivolto alla popolazione aziendale e al team Innovation per sviluppare le proprie competenze in ambito tech e AI.
678 ORE EROGATE NEL 2024
- CHANGE MANAGEMENT**
 Rivolto ai soci di Uniting Group su tematiche Change Management e Design Thinking.
240 ORE EROGATE NEL 2024

In seguito alla scelta del partner per l'erogazione dei corsi di formazione, che ha una propria piattaforma che raccoglie e rende disponibili per più mesi le registrazioni di tutti i corsi somministrati, è stato scelto di rivalutare l'implementazione della Uniting Academy proprietaria.



OBIETTIVO 3

Valorizzazione della Diversity & Inclusion

Uniting Group supporta la comunicazione, attraverso i media, di numerose iniziative in tema Diversity & Inclusion per conto di clienti, contribuendo indirettamente ad aumentare di attenzione e consapevolezza su questo tema tra la popolazione italiana.

DIVERSITY & INCLUSION ALL'INTERNO DI UNITING GROUP

Uniting Group promuove un ambiente lavorativo che incentivi il benessere e riconosca il valore delle differenze, affinché ogni individuo possa contribuire attivamente alla creazione di valore. Inoltre, l'azienda si impegna nella diffusione di una cultura aziendale inclusiva, basata sul rispetto, sulla fiducia reciproca e sulle pari opportunità, favorendo la valorizzazione delle diversità in ogni ambito lavorativo, attraverso comportamenti trasparenti e relazioni professionali fondate sull'inclusione.

In collaborazione con Fondazione Libellula, sono stati organizzati percorsi formativi specifici per sensibilizzare sulle dinamiche degli stereotipi di genere, sul loro impatto nelle relazioni professionali e nel raggiungimento degli obiettivi di business. L'obiettivo è diffondere una cultura

del rispetto, contrastando ogni forma di discriminazione e molestia nei luoghi di lavoro.

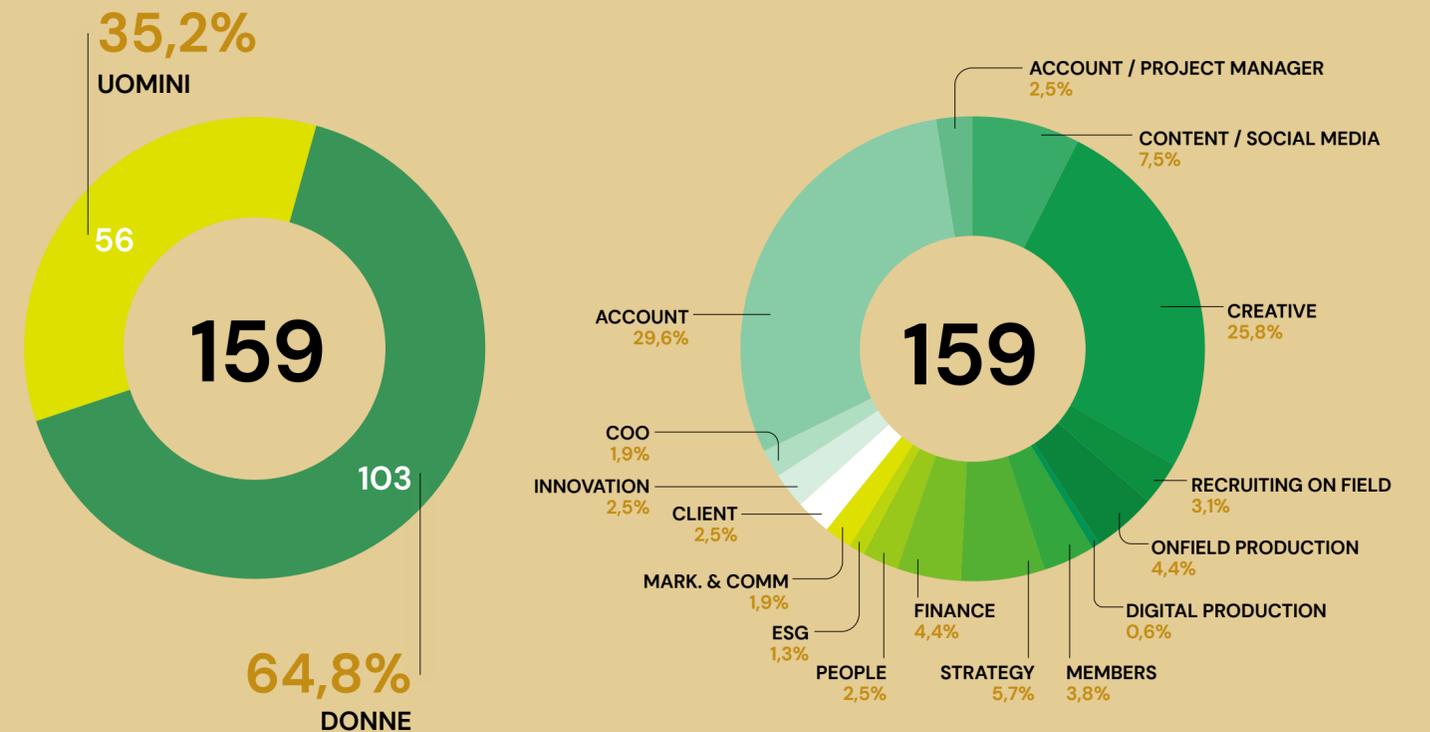
Non solo, gli e le Uniters che compongono il Comitato Guida Parità di Genere hanno partecipato al percorso formativo per diventare "ambassador contro la violenza di genere" ovvero persone che, all'interno del proprio contesto professionale e non, possono essere: «antenne» di ascolto e osservazione di situazioni di potenziale difficoltà; punto di confronto sul tema, sui modi in cui si può manifestare nelle relazioni, sulle risorse per uscirne e primo canale di aiuto per situazioni di violenza al di fuori del luogo di lavoro.

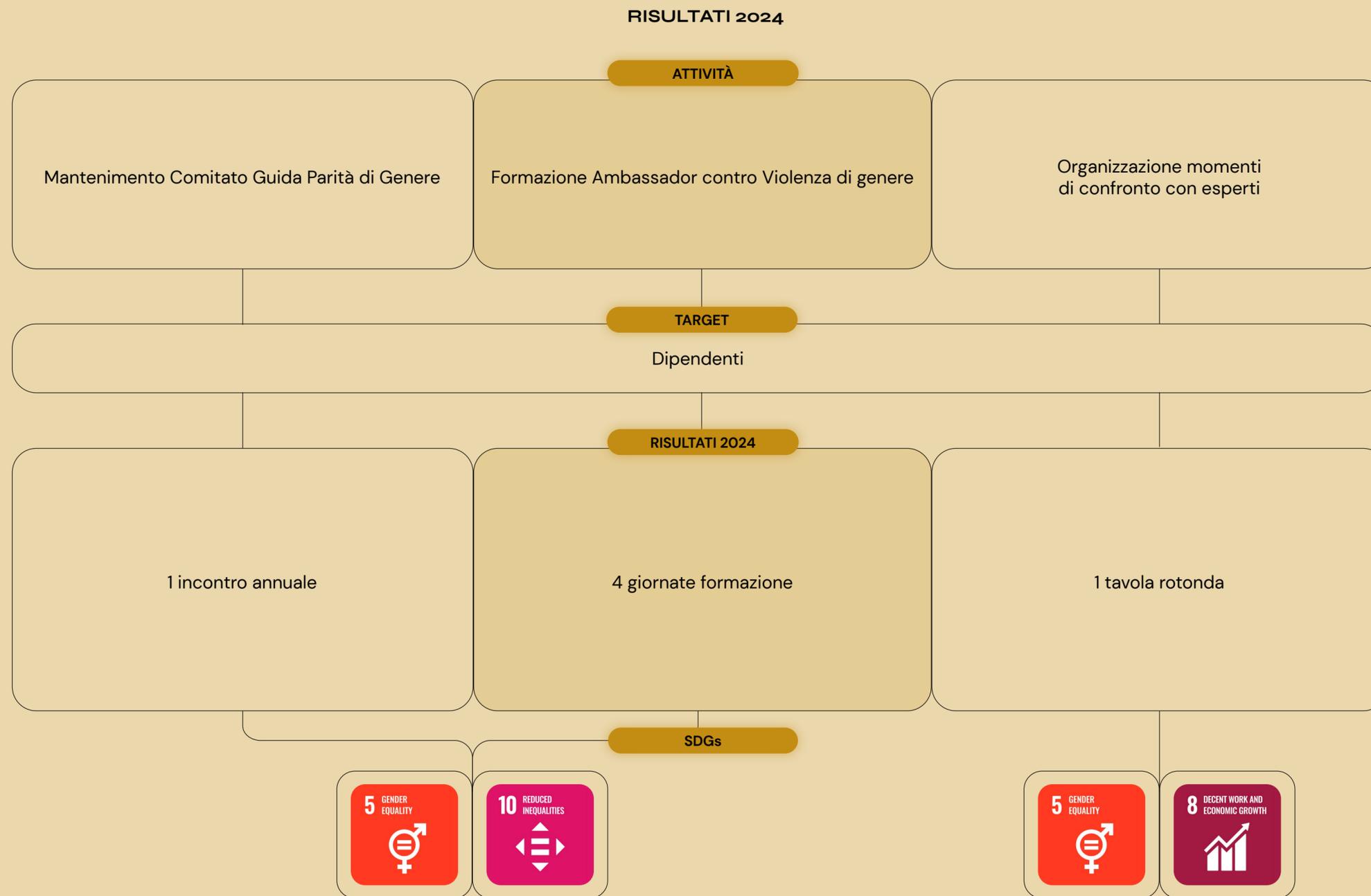
Parallelamente, sono stati realizzati incontri dedicati alla Diversity & Inclusion e all'uso del linguaggio inclusivo. Questi appuntamenti sono stati finalizzati a migliorare il clima organizzativo, favorendo un ambiente più equo e valorizzando le unicità di ogni persona. L'attenzione al linguaggio, infatti, rappresenta un elemento chiave per costruire relazioni professionali più consapevoli e rispettose.

Inoltre, in occasione del mese del Pride, è stata organizzata un'iniziativa di condivisione dedicata alla popolazione aziendale in collaborazione con un gruppo di attivisti della comunità LGBTQ+ in cui grazie alla

condivisione di esperienze e storie di vita, si è cercato di decostruire alcuni stereotipi sulla comunità LGBTQIA+ e di comprenderne la ricchezza, bellezza e complessità, approfondendo concetti importanti quali intersezionalità, educazione affettiva, identità, stereotipi e patriarcato.

FOTOGRAFIA POPOLAZIONE AZIENDALE UNITING GROUP





OBIETTIVO 4

Valorizzazione della meritocrazia e garanzia del rispetto della parità nei percorsi retributivi e di carriera

L’approccio di Uniting Group alla retribuzione complessiva prevede un pacchetto bilanciato di componenti fisse e variabili ideato per impattare sulla motivazione e sulla fidelizzazione dei collaboratori.

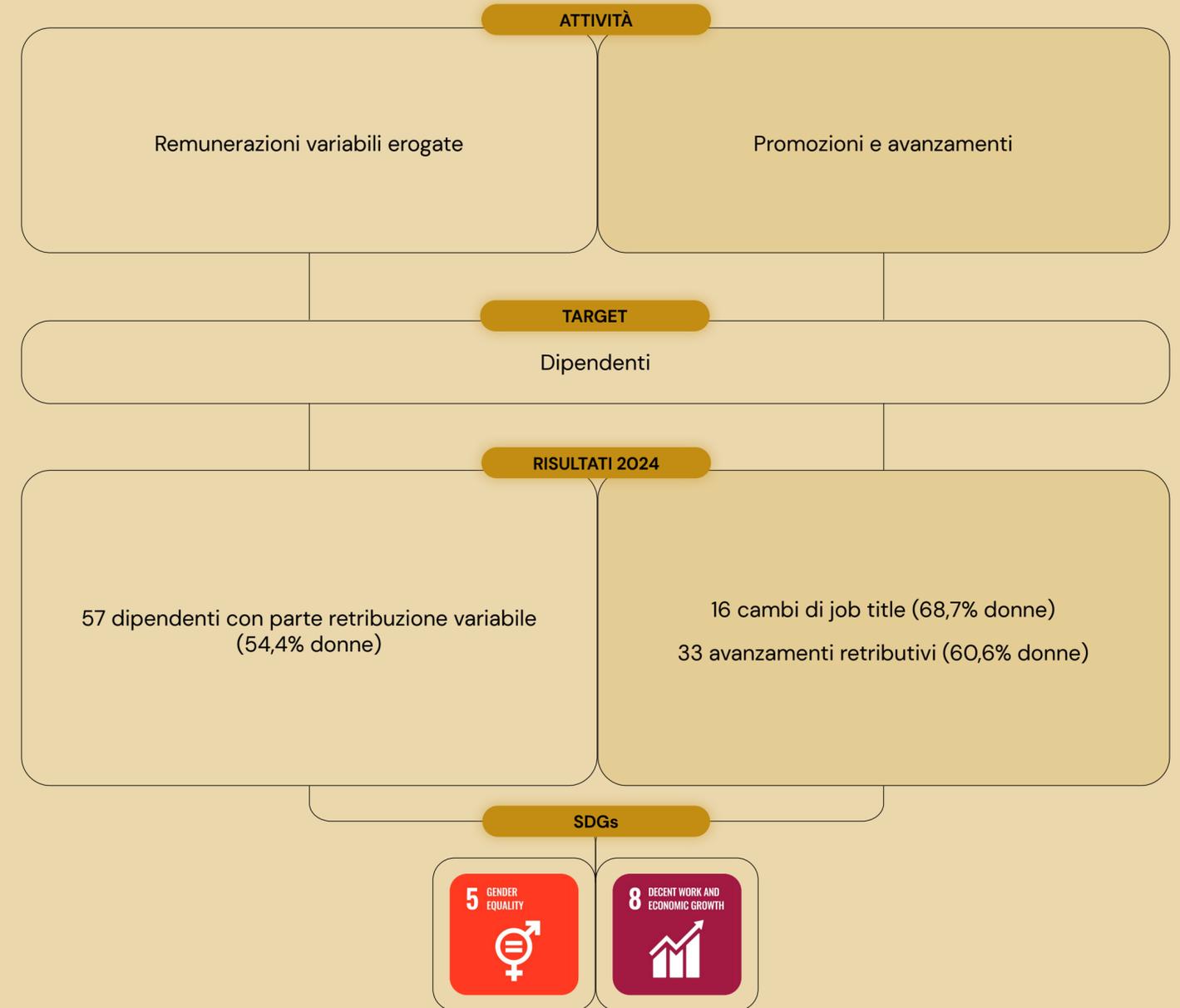
A supporto e completamento di una politica retributiva fondata sui principi di coerenza con i risultati economici di Uniting Group, meritocrazia, neutralità delle politiche retributive rispetto alle diversità individuali, nel corso del 2024 è stato impostato un nuovo sistema di performance review che sarà pienamente operativo nel 2025.

In particolare, è stato avviato il processo di digitalizzazione della gestione delle risorse umane, con l’obiettivo di migliorare la valutazione delle performance, la gestione delle competenze e la condivisione dei feedback. L’analisi strutturata di questi dati

consentirà al gruppo di progettare percorsi di crescita personalizzati per ogni Uniter, ottimizzando il loro sviluppo professionale e allineando gli obiettivi individuali con quelli aziendali. Questo approccio facilita un miglioramento continuo, promuovendo una cultura aziendale orientata al feedback e all’eccellenza.

In tale ottica, sono state aggiornate le schede di valutazione che ora considerano non solo indicatori qualitativi e quantitativi, ma anche il livello di responsabilità, la seniority e la funzione di appartenenza della risorsa. Questo assicura una valutazione più equa e oggettiva, facendo sì che le schede non siano semplicemente uno strumento di misurazione delle prestazioni, ma anche un’opportunità per fornire feedback continuo e stimolare l’autovalutazione.

RISULTATI 2024



Obiettivi 2025

Nel corso del 2025 è in previsione il mantenimento e lo sviluppo di ulteriori iniziative volte a migliorare la soddisfazione dei dipendenti e collaboratori, lo sviluppo personale e professionale e il loro benessere.

1

CERTIFICAZIONE PARITÀ DI GENERE

- **MANTENIMENTO CERTIFICAZIONE UNIPDR125**
Miglioramento continuo del sistema di gestione per la parità di genere.

2

MANTENIMENTO DI UN PIANO DI WELFARE 2025

- **MONITORAGGIO GRADIMENTO PIANO WELFARE**
Attraverso survey verrà monitorato il gradimento del piano welfare e le iniziative correlate, raccogliendo e analizzando i feedback ricevuti, al fine di integrare le esigenze emerse.

3

SVILUPPO DI PIANI FORMATIVI

- **MONITORAGGIO PIANO FORMATIVO**
Il monitoraggio della corrispondenza del piano formativo alle esigenze rilevate dai dipendenti e dai percorsi di crescita.

3

AMBITI DI SOSTENIBILITÀ:

COMUNITÀ

OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE (SDGS)



Creazione valore condiviso



Sostenere e collaborare con enti del Terzo Settore, enti pubblici e privati, Università e Istituti di Ricerca per diffondere il proprio know-how e la visione d'impresa sostenibile, al fine di poter creare valore condiviso nel tempo.

Uniting Group si impegna a supportare la comunità locale nel percorso di evoluzione verso iniziative di sostenibilità che garantiscano il rispetto dei diritti fondamentali per la cittadinanza, attivando

progetti e partecipando ad attività di carattere solidale e culturale, promuovendo attivamente partnership, tavoli di discussione con enti pubblici e privati, associazioni, Università e altre aziende del territorio.

OBIETTIVO 1

Iniziative ed eventi promossi da Uniting Group

RUN FOR INCLUSION

Uniting Group è l'ideatrice, organizzatrice e promotrice di Run For Inclusion, una piattaforma di contenuti ed esperienze nata per diffondere i valori dell'inclusione, della sostenibilità e dello sport outdoor. L'obiettivo è celebrare questi principi ogni giorno dell'anno, 24 ore su 24, attraverso iniziative concrete, tra cui un percorso simbolico di 7,24 km.

Al centro di questa piattaforma ci sono le persone e una rete capace di creare connessioni di valore tra Istituzioni, Associazioni no profit, Aziende, Creator e il grande pubblico. L'intento è trasformare l'inclusività da un concetto astratto a un valore vissuto in prima persona.

Per dare continuità a questo impegno, è nato "ROAD TO Run For Inclusion", un percorso annuale di avvicinamento alla RUN pensato per "allenare" l'inclusione tutto l'anno.

Nell'ambito di questa iniziativa, sono state coinvolte tre associazioni del terzo settore – Fondazione Libellula, Pane Quotidiano e Confcommercio – in altrettanti incontri dedicati a temi cruciali: violenza di genere, sostenibilità sociale e inclusione lavorativa.

Con la moderazione dell'Advisory Board ESG del gruppo, questi appuntamenti hanno riunito aziende, associazioni, stakeholder e istituzioni, stimolando nuove riflessioni, creando connessioni significative e condividendo best practice. Attraverso il confronto, i tavoli di lavoro hanno offerto una prospettiva ampia sulle sfide dell'inclusione, ispirando azioni concrete e sviluppando strategie innovative per rafforzare l'integrazione nel contesto sociale, lavorativo ed economico delle comunità coinvolte.

A questi incontri si aggiunge il "Progetto Parchi", sviluppato grazie alla collaborazione di Sport Senza Frontiere ovvero una serie di appuntamenti nei parchi milanesi più periferici all'insegna di sport e divertimento, per prepararsi al meglio al weekend della Run For Inclusion.

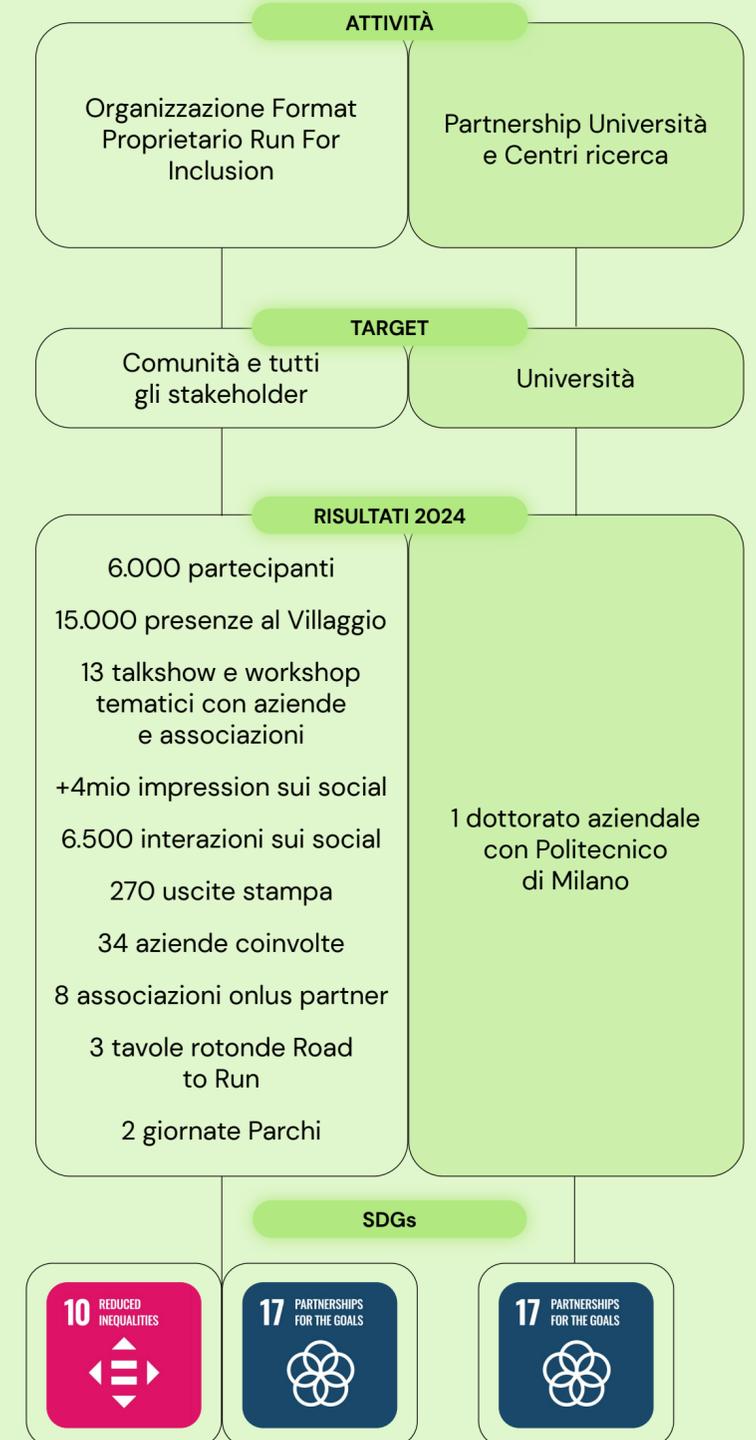
A partire da quest'anno RFI ha sostenuto concretamente i progetti delle Associazioni no profit Partner, devolvendo loro l'intero incasso proveniente dalle iscrizioni online e una quota fissa per ogni Running Crew aziendale.

COLLABORAZIONI CON UNIVERSITÀ E CENTRI DI RICERCA

Uniting Group, attraverso il suo team Innovation, ha attivato un dottorato industriale in partnership con il Politecnico di Milano, volto a sviluppare modelli econometrici e soluzioni avanzate di analisi dati. Questo progetto si inserisce nell'Innovation Lab, la task force di ricerca cross-funzionale del gruppo che esplora tecnologie emergenti e framework innovativi, con l'obiettivo di anticipare e guidare il futuro tecnologico dell'azienda.

Inoltre, forti dell'esperienza di FLU nell'Influencer Marketing, collaboriamo costantemente con il Department of Management, Economics and Industrial Engineering del Politecnico di Milano, mettendo a disposizione dataset reali per le esercitazioni di data analysis e la realizzazione di tesi di laurea. Un impegno concreto che consente di contribuire alla crescita delle competenze analitiche delle nuove generazioni di professionisti.

RISULTATI 2024



OBIETTIVO 2

Iniziativa in partnership con Terzo Settore

VOLONTARIATO AZIENDALE

Le iniziative di volontariato aziendale rappresentano un elemento chiave dell'impegno di Uniting Group verso la responsabilità sociale e il coinvolgimento attivo nella comunità. Ecco perché, in preparazione alla Giornata Internazionale delle persone con Disabilità, sono state promosse e supportate diverse attività di volontariato, incentivando gli Uniters a dedicare tempo e competenze a cause di valore sociale in collaborazione con 3 associazioni partner della Run for Inclusion.

- Con le persone con Sindrome di Down di AGPD è stato realizzato un laboratorio tecnologico in cui sperimentare realtà virtuale e intelligenza artificiale per realizzare insieme i biglietti di auguri natalizi per i clienti dell'azienda.
- Con i volontari di AISM sono state presidiate le postazioni per vendere pandori e panettoni in giro per Milano, con la finalità di raccogliere fondi per la ricerca sulla Sclerosi Multipla.
- Con UICI, gli Uniters hanno scoperto come aiutare le persone cieche o ipovedenti e diventare volontari accompagnatori per i loro associati.

Questi progetti, oltre a generare benefici

concreti per le comunità coinvolte, hanno contribuito anche a creare un ambiente di lavoro più inclusivo e solidale, rafforzando il senso di appartenenza e l'orgoglio aziendale.

DONAZIONI

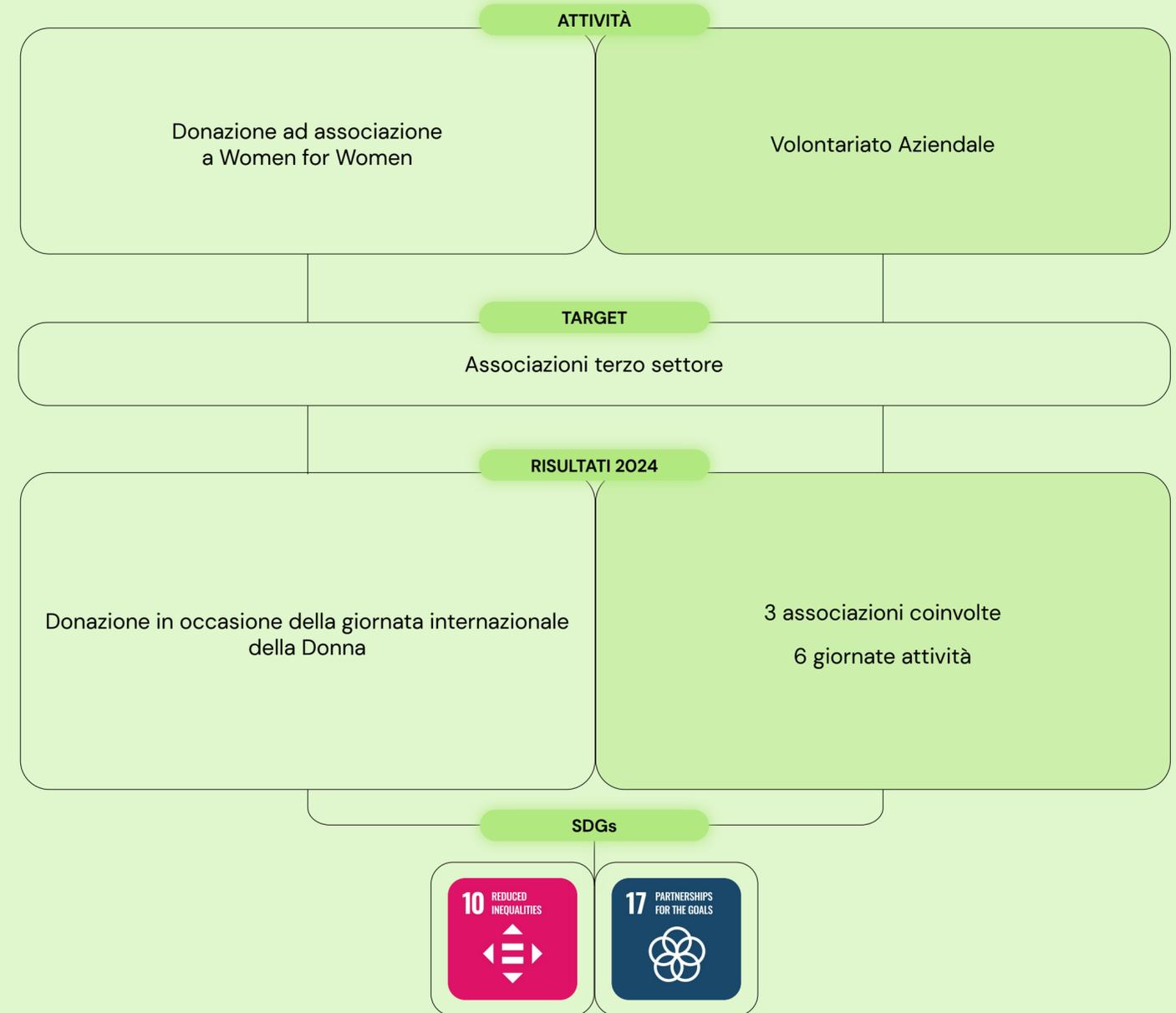
Oltre alle associazioni coinvolte nel progetto Run For Inclusion, in occasione della giornata Internazionale della Donna Uniting Group ha sostenuto con una donazione a #SheDares di Women for Women, il movimento a sostegno delle donne sopravvissute alla guerra che difendono i loro diritti e portano il cambiamento.

PROGETTI COMUNICAZIONE PRO-BONO ENTI TERZO SETTORE

L'azienda aveva previsto di realizzare campagne di comunicazione pro-bono nel 2024 a supporto di Medici Senza Frontiere. Tuttavia, a seguito delle esigenze operative dell'organizzazione, fortemente impegnata nelle sue attività di emergenza a Gaza, è stato concordato di posticipare l'iniziativa, al fine di garantire che le campagne possano essere sviluppate e implementate in un contesto più adeguato, massimizzandone l'impatto e la rilevanza.

Uniting Group conferma per il 2025 il proprio impegno a sostenere almeno un ente del terzo settore con progetti di comunicazione mirati e di valore nel prossimo anno.

RISULTATI 2024



Obiettivi 2025

1

COLLABORAZIONI CON ENTI LOCALI E NAZIONALI

- **ORGANIZZARE INCONTRI E DIBATTITI PROMOSSI INSIEME AD ENTI LOCALI SU TEMATICHE DI SOSTENIBILITÀ**
Vogliamo posizionarci come leader nella comunicazione sostenibile, favorendo momenti di confronto e sensibilizzazione sui temi della sostenibilità, promuovendo il dialogo e la collaborazione tra imprese, istituzioni e organizzazioni, per generare sinergie e opportunità di valore.
- **CREARE PROGETTI DI COMUNICAZIONE PRO-BONO PER ENTI DEL TERZO SETTORE**
Con i reparti creativi delle unit verrà ideata e realizzata almeno una campagna ProBono per una delle associazioni onlus con cui collabora il gruppo.

2

COLLABORAZIONI CON UNIVERSITÀ E CENTRI DI RICERCA

- **PARTNERSHIP STRATEGICA CON PRIMARI ISTITUTI DI FORMAZIONE SUPERIORE**
Attivare e mantenere collaborazioni mirate per promuovere iniziative di ricerca applicata, workshop e percorsi di innovazione, contribuendo alla crescita delle competenze e all'integrazione tra il mondo accademico e quello professionale.

4

AMBITI DI SOSTENIBILITÀ:

AMBIENTE

OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE (SDGS)



Utilizzo consapevole delle risorse

Minimizzare gli impatti negativi e massimizzare gli impatti positivi sull'ambiente, attraverso la progettazione di soluzioni creative basate sui valori della sostenibilità, finalizzate ad adottare e creare consapevolezza sui modelli di economia circolare

Uniting Group si impegna ad applicare a tutti i processi, policy e procedure che minimizzino l'impatto ambientale, che promuovano buone pratiche di riciclo e di risparmio energetico, selezionando prevalentemente materiali provenienti da filiere sostenibili, promuovendo la mobilità sostenibile sia per l'azienda che per i clienti che gestisce.

Sulla Politica ambientale vigila un Auditor qualificato, in qualità di Referente per la sostenibilità ambientale.

La scelta della nuova sede è stata guidata da criteri rigorosi in termini di sostenibilità e responsabilità sociale, visto che gli uffici rispettino i più alti standard ESG e l'edificio, certificato secondo le migliori pratiche di efficienza energetica e gestione sostenibile delle risorse, consentirà una significativa riduzione dell'impatto ambientale attraverso soluzioni innovative come l'uso di energie rinnovabili, la riduzione degli sprechi e l'ottimizzazione degli spazi di lavoro.



OBIETTIVO 1

Riduzione dell'impatto ambientale sedi aziendali

GESTIONE UFFICIO

Uniting Group, ha mantenuto il proprio impegno nei confronti dell'ambiente, assicurandosi che l'intero approvvigionamento energetico provenga esclusivamente da fonti rinnovabili certificate.

Inoltre, nel rispetto dei principi dell'economia circolare, il gruppo ha implementato la soluzione DaaS (Device as a Service) per la gestione dei dispositivi tecnologici, adottando un modello basato sul noleggio di smartphone, tablet, laptop e PC, comprensivo di servizi di gestione. Questa scelta consente di ottimizzare l'uso delle risorse, ridurre gli sprechi e incentivare il riutilizzo e il riciclo dei dispositivi a fine vita.

Attraverso il proprio partner, sono state misurate le emissioni legate al ciclo di vita del servizio nel 2024 – dalla produzione, alla logistica fino alla dismissione dei dispositivi – e interamente compensate sostenendo un progetto di energia eolica a Jodha, in India. Questa iniziativa non solo contribuisce alla riduzione dell'impatto ambientale, ma favorisce anche lo sviluppo sostenibile della comunità locale, migliorandone il tessuto sociale, economico e tecnologico.

Anche nell'ambito della gestione dei materiali

di consumo per l'ufficio (come, ad esempio, carta, toner stampati, detersivi per le pulizie), Uniting Group ha privilegiato materiali certificati con marchi di qualità ecologica riconosciuti, come l'Ecolabel, per garantire un ridotto impatto ambientale lungo tutto il ciclo di vita del prodotto.

INIZIATIVE ECONOMIA CIRCOLARE

Nel 2024 è stata inoltre rinnovata la partnership con Cooperativa Ferracina Onlus un'impresa sociale che si occupa di recupero, rigenerazione e upcycling, anche utilizzando personale collegato a progetti di reinserimento lavorativo. Nell'ottica di operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti dei nostri stakeholder, abbiamo quindi attivato la possibilità di dare una seconda vita a indumenti, divise, oggetti e allestimenti relativi non più utilizzabili e in giacenza presso i nostri magazzini. Il laboratorio certificato della Cooperativa Ferracina si occuperà di rigenerare prodotti di falegnameria e sartoria selezionati e, grazie al negozio adiacente al laboratorio, verranno valorizzati e rimessi sul mercato prodotti di abbigliamento, arredamento, libri e accessori post-consumer. Di conseguenza, è stata predisposta la gestione del magazzinaggio dei vari elementi sopra citati in ottica di recupero e utilizzo e non di smaltimento.

È stata stipulata una partnership con Re-Cig, azienda di raccolta di mozziconi di sigaretta che li trasforma in un materiale plastico (acetato di cellulosa) utilizzabile per produrre nuovi oggetti, grazie alla quale Uniting Group è riuscita a ridurre la dispersione di rifiuti altamente inquinanti, trasformandoli in nuove risorse e promuovendo un modello di economia circolare.

L'iniziativa ha contribuito alla sensibilizzazione degli Uniter e dei visitatori degli uffici sull'importanza della gestione responsabile dei rifiuti, rafforzando il nostro impegno verso la riduzione degli impatti ambientali anche dei gesti quotidiani.

MOBILITÀ SOSTENIBILE

L'adozione di BizAway, la prima business travel platform certificata BCorp, ha permesso di quantificare in modo preciso le emissioni di CO₂ generate dai viaggi prenotati tramite la piattaforma, fornendo dati utili per monitorare e ottimizzare l'impatto ambientale della mobilità aziendale. Questa integrazione rappresenta un passo significativo verso una gestione più sostenibile delle trasferte, consentendo di prendere decisioni più consapevoli in termini di riduzione delle emissioni.

La CO₂ prodotta da viaggi e trasferte aziendali è stata compensata piantando 1 albero per

ogni 308 kg CO₂ prodotto tramite il partner Eden Reforestation Projects, un'organizzazione no profit globale impegnata nella lotta al cambiamento climatico, al sostegno delle comunità nelle regioni in via di sviluppo di tutto il mondo e al ripristino degli ecosistemi vitali.

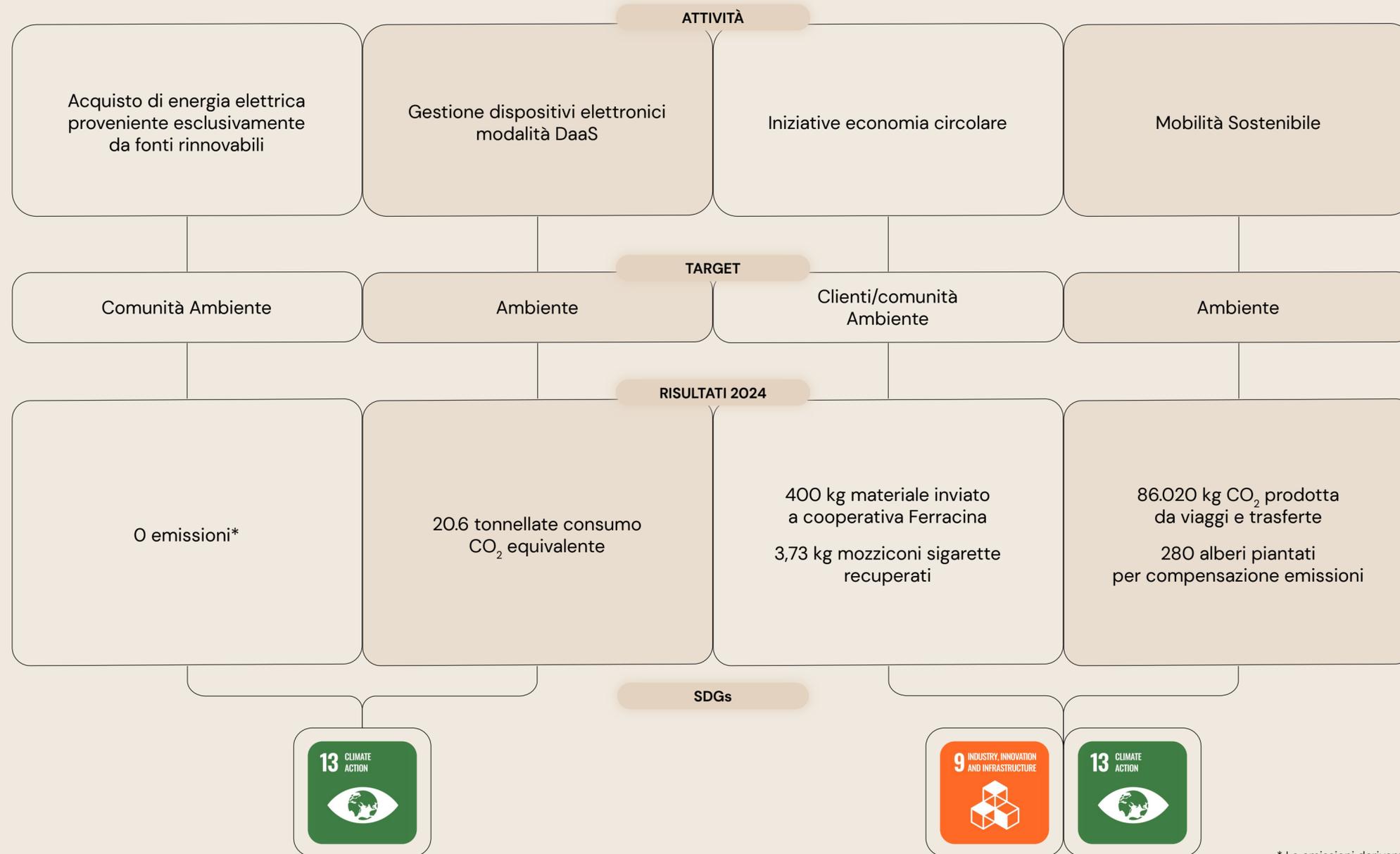
Per quanto riguarda il calcolo delle emissioni derivanti dagli spostamenti casa-lavoro, l'analisi è stata rinviata al 2025, al fine di garantire una raccolta dati più accurata e un'integrazione efficace con le altre iniziative di sostenibilità in corso.

PARTNERSHIP A SUPPORTO DELLA BIODIVERSITÀ

Uniting Group ha valutato attentamente le risorse disponibili e le priorità strategiche, determinando di non attivare, per il momento, iniziative specifiche a supporto della biodiversità, pur riconoscendone l'importanza nel lungo termine.

Questa decisione è stata influenzata dalla necessità di concentrare gli investimenti su altri ambiti ritenuti prioritari, con l'obiettivo di garantire un utilizzo efficace ed efficiente delle risorse. Tuttavia, l'impegno per la sostenibilità e la tutela ambientale rimane centrale nella strategia del gruppo, e le iniziative a favore della biodiversità saranno riesaminate e integrate nei piani futuri.

RISULTATI 2024



* Le emissioni derivanti dai consumi di energia elettrica (Scope 2) sono state calcolate secondo il metodo "market based", il quale considera i fattori emissivi specifici comunicati dai fornitori dell'azienda. In presenza di acquisti di energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili certificate (certificati di garanzia di origine), come nel caso di Uniting, si attribuisce un fattore emissivo nullo.



OBIETTIVO 2

Gestione sostenibile campagne di comunicazione

GESTIONE EVENTI SOSTENIBILI

Nel corso del 2024 sono stati realizzati diversi eventi con un ridotto impatto in termini di consumo di energia, rifiuti, consumo di acqua, plastica, carta e cibo.

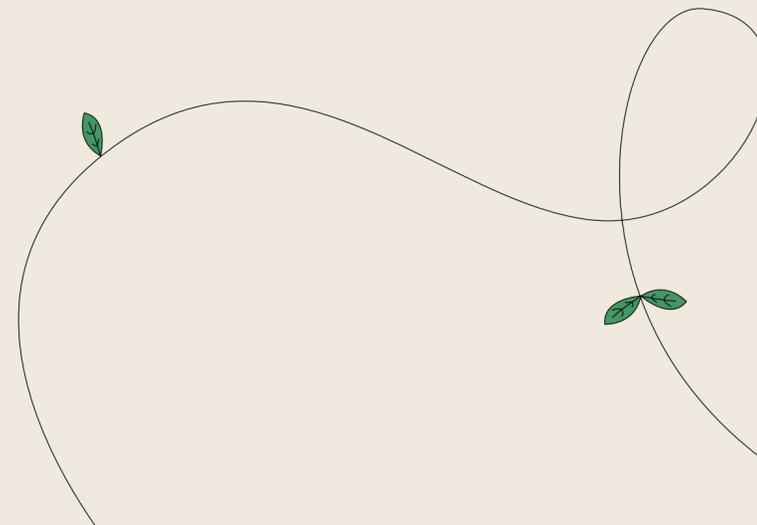
Di seguito l'evento principale realizzato in conformità agli standard internazionali (ISO 20121) sulla gestione sostenibile.

Run For Inclusion – la produzione e gestione del villaggio hospitality e della corsa non competitiva, parti integrante del format proprietario di Uniting Group pensato per promuovere i valori di D&I descritto sopra, sono stati gestiti sempre secondo le prescrizioni previste dalla norma ISO 20121. Uniting Group, infatti, è l'unica società con specifica procedura per validare anche internamente la progettazione e gestione sostenibile di un utilizzando un 'comitato tecnico' indipendente per la massima tutela degli stakeholder.

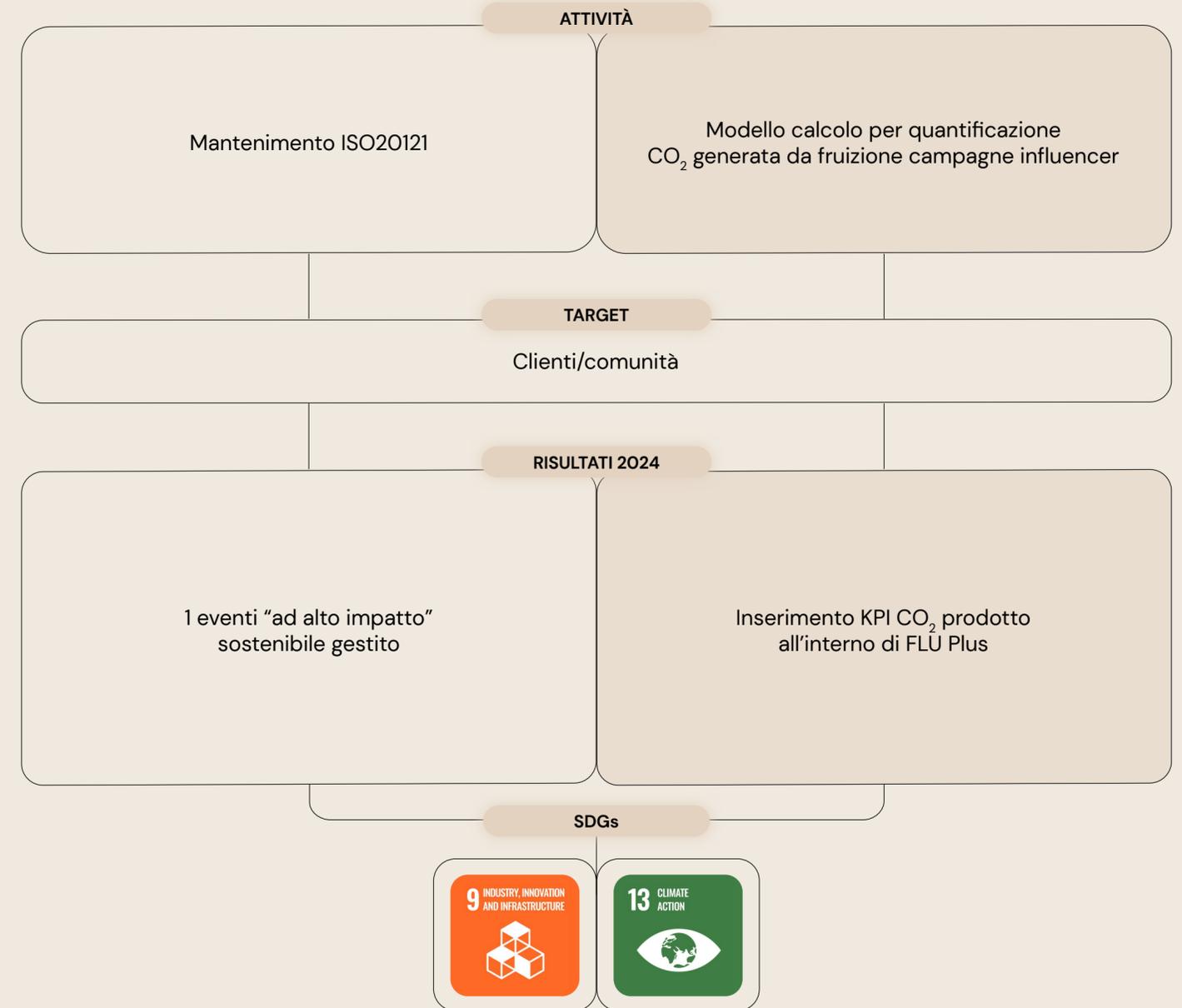
QUANTIFICAZIONE CO2 GENERATA DA FRUIZIONE CAMPAGNE INFLUENCER

Uniting Group ha integrato il calcolo della CO₂ generata dalle campagne influencer, realizzate dalla sua controllata FLU, come KPI all'interno della dashboard Plus. Questa piattaforma proprietaria offre una gestione trasparente e in tempo reale dei progetti di influence marketing in ogni fase, grazie all'integrazione di Intelligenza Artificiale e analisi dati.

I brand e partner che usufruiscono della dashboard potranno così avere contezza del gas climalterante prodotta e decidere di rendicontarla o compensarla con acquisti di crediti di CO₂ equivalente.



RISULTATI 2024



Obiettivi 2025

1

MIGLIORARE L'IMPATTO AMBIENTALE DEGLI EVENTI

- **MANTENIMENTO ISO 20121**
Organizzare almeno 1 evento attestato come ideato, gestito e rendicontato in modo sostenibile e identificare le linee guida per la gestione di tutti gli altri eventi in conformità con la politica di sostenibilità del Gruppo.

2

MIGLIORARE L'IMPATTO AMBIENTALE DELLE SEDI AZIENDALI

- **PROGETTAZIONE NUOVI UFFICI IN LINEA CON LE MIGLIORI PRATICHE DI SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE**
Adozione di soluzioni di arredamento e di space design che minimizzano l'impatto ambientale e promuovono un ambiente di lavoro sano per i dipendenti.
- **SURVEY INTERNA PER LO STUDIO DELLE ATTIVITÀ DI VIAGGI E SPOSTAMENTI**
In ottica dell'inserimento di un mobility manager e coerentemente con le convenzioni per la mobilità sostenibile, verranno analizzati gli spostamenti casa lavoro per quantificare ed eventualmente compensare la CO2 equivalente emessa dagli Uniters.

4

Valutazione d'impatto: BIA



La legge 208/2015 sulle Società Benefit, ad integrazione e completamento della rendicontazione relativa allo stato di avanzamento annuale degli obiettivi definiti in statuto, richiede una **misurazione dell'impatto complessivo generato dall'impresa**.

La valutazione di impatto può essere realizzata utilizzando diversi standard di valutazione purché rispettino i seguenti criteri:

- 1 Esauriente e articolato nel valutare l'impatto della Società Benefit e delle sue azioni nel perseguire la finalità di beneficio comune nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni e altri portatori di interesse;
- 2 Sviluppato da un ente che non è controllato dalla Società Benefit o collegato con la stessa;
- 3 Credibile perché sviluppato da un ente che:
 - ha accesso alle competenze necessarie per valutare l'impatto sociale e ambientale delle attività di una società nel suo complesso;
 - utilizza un approccio scientifico e multidisciplinare per sviluppare lo standard, prevedendo eventualmente anche un periodo di consultazione pubblica;

- 4 Trasparente perché le informazioni che riguardano tale standard sono rese pubbliche, in particolare:
 - i criteri utilizzati per la misurazione dell'impatto sociale e ambientale delle attività di una Società Benefit nel suo complesso;
 - le ponderazioni utilizzate per i diversi criteri previsti per la misurazione;
 - l'identità degli amministratori e l'organo di governo dell'ente che ha sviluppato e gestisce lo standard di valutazione;
 - il processo attraverso il quale vengono effettuate modifiche e aggiornamenti allo standard;
 - un resoconto delle entrate e delle fonti di sostegno finanziario dell'ente per escludere eventuali conflitti di interesse.

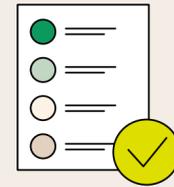
LA VALUTAZIONE DI IMPATTO DEVE COMPRENDERE LE **SEGUENTI AREE DI ANALISI**:



Per ottemperare agli obblighi di legge e rendicontare l'impatto generato dall'azienda, Uniting Group si è avvalsa dello standard di terza parte **B Impact Assessment**. Il processo di valutazione indaga il modello di business della Società rispetto alla capacità di intervenire positivamente in riferimento alle principali sfide ambientali e sociali, oltre a misurare l'impatto del prodotto e del servizio offerto dall'azienda

permettendo, allo stesso tempo, di capire come migliorare il proprio modello di business, affinché esso risulti coerente con la volontà di creare impatto positivo per la collettività.

Di seguito viene presentata una sintesi dell'impatto generato considerando 5 ambiti: Governance, Lavoratori, Comunità, Ambiente e Clienti. Attualmente il punteggio ottenuto da Uniting Group risulta essere di 94.6 punti.



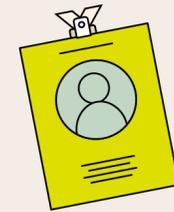
GOVERNANCE

Scopra in che modo l'azienda può migliorare le politiche e pratiche pertinenti alla propria missione, all'etica, la responsabilità e trasparenza.

DOMANDE RISPOSTE: 30/30



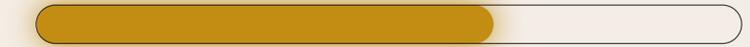
PUNTEGGIO GENERALE: **20.8**



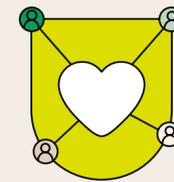
LAVORATORI

Scopra in che modo l'azienda può contribuire al benessere finanziario, fisico, professionale e sociale dei propri lavoratori.

DOMANDE RISPOSTE: 52/52



PUNTEGGIO GENERALE: **36.0**



COMUNITÀ

Scopra in che modo l'azienda può contribuire al benessere economico e sociale delle comunità in cui opera.

DOMANDE RISPOSTE: 43/43



PUNTEGGIO GENERALE: **25.1**



AMBIENTE

Scopra in che modo l'azienda può migliorare la propria gestione ambientale in generale.

DOMANDE RISPOSTE: 33/33



PUNTEGGIO GENERALE: **9.8**



CLIENTI

Scopra in che modo l'azienda può migliorare il valore che crea per i clienti e consumatori diretti dei propri prodotti e servizi.

DOMANDE RISPOSTE: 9/9



PUNTEGGIO GENERALE: **2.7**

AZIENDA



PUNTEGGIO MINIMO B CORP



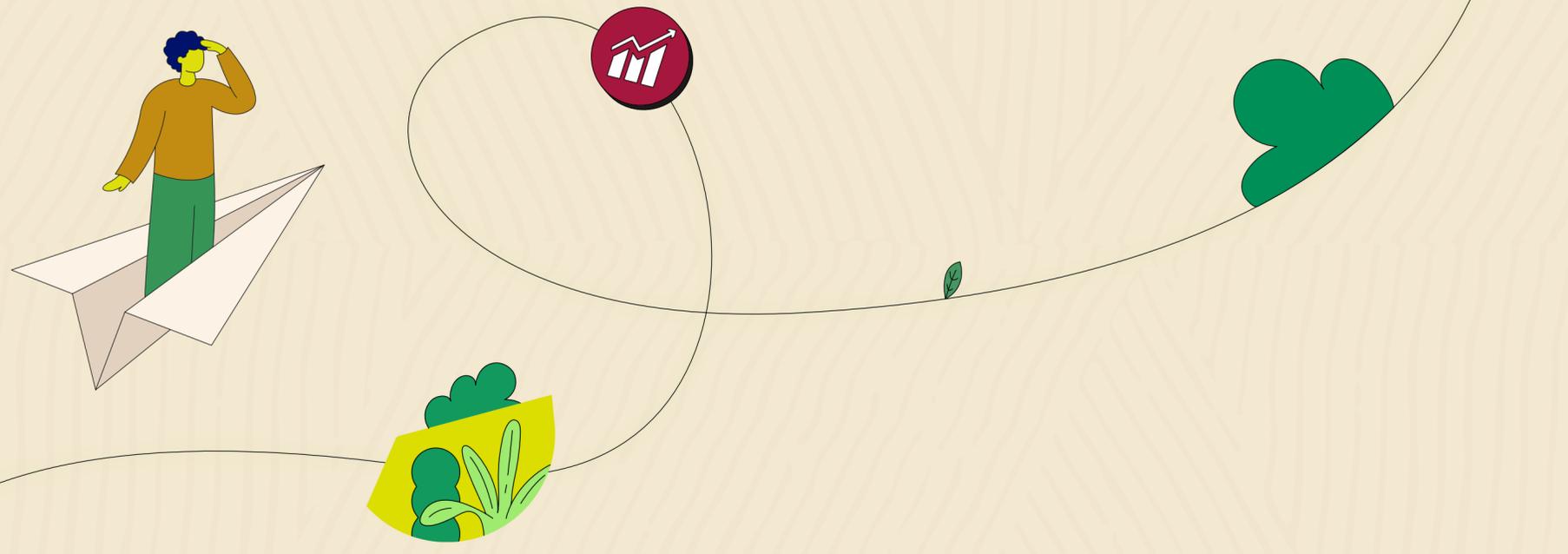
0

200



5

SDGs Action Manager



Uniting Group al fine di valutare lo sviluppo sostenibile dell'azienda rispetto ai 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile – SDGs indicati dall'Agenda 2030 delle Nazioni Unite si è misurata con l'**SDGs Action Manager**, una piattaforma online nata nel 2020 dall'integrazione del B Impact Assessment della non-profit statunitense B Lab con i Principi del Global Compact Network delle Nazioni Unite.

SDGs Action Manager è uno strumento in grado di indicare quanto un'azienda stia contribuendo al raggiungimento del singolo obiettivo rispetto al suo potenziale.

Lo strumento consente di ottenere infatti un'autovalutazione del **livello di contributo dell'azienda per ogni SDG** (a parte il diciassettesimo perché frutto dell'interazione con gli altri 16 e al momento non viene valutato dalla piattaforma).

Nella pagina seguente vengono rappresentati i risultati ottenuti dalla piattaforma per ciascun SDGs in base alle risposte fornite da Uniting Group al questionario somministrato dal sistema.

SDG ACTION MANAGER

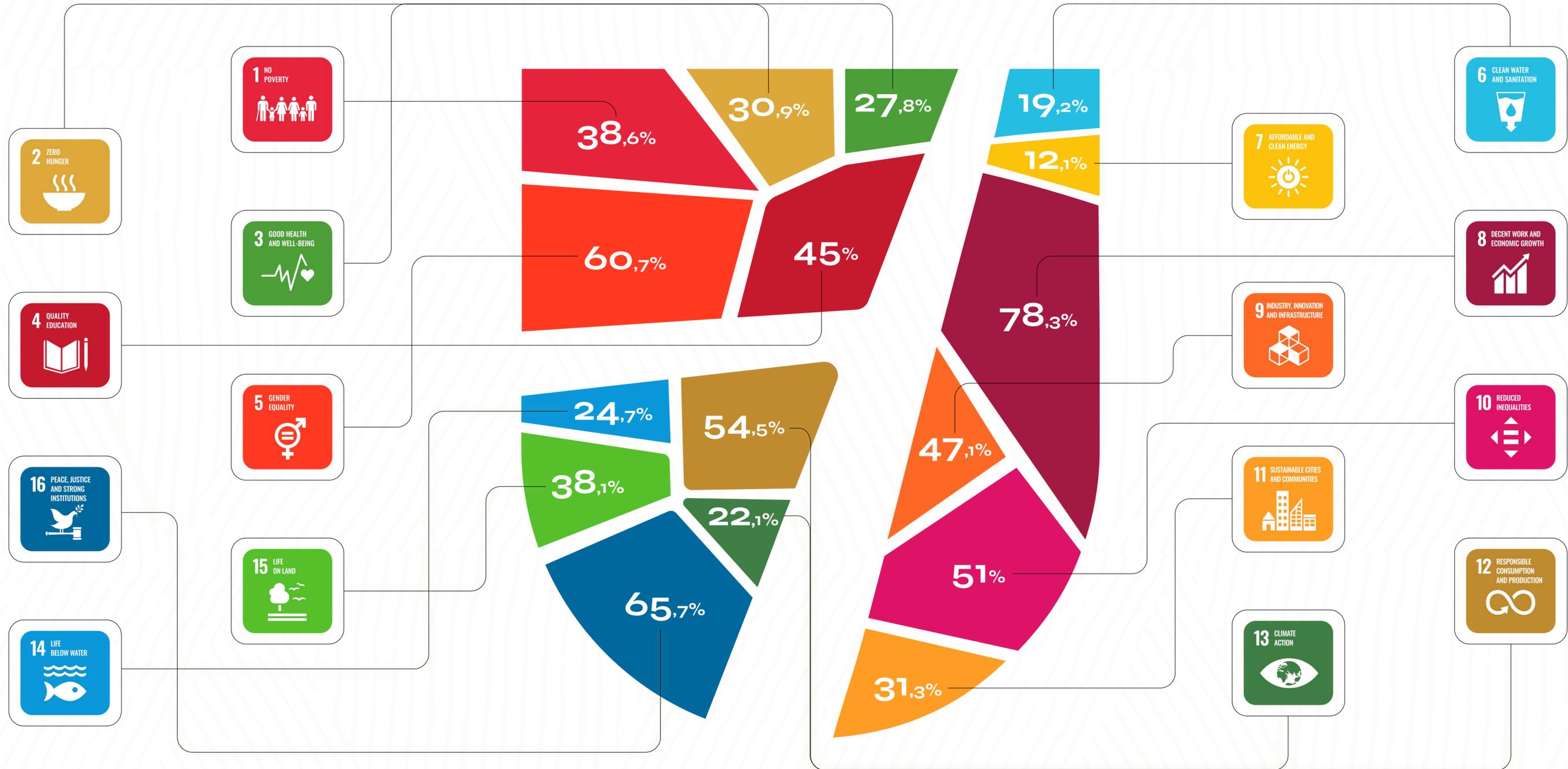
Developed by



Take action.
Track progress.
Transform the world.



I risultati di Uniting



6

Conclusioni





Ogni percorso di evoluzione aziendale è fatto di scelte, visione e persone. Questo secondo Report di Impatto racconta il nostro viaggio come Società Benefit, testimoniando un impegno continuo nel tradurre i nostri valori in azioni concrete, risultati tangibili e prospettive per il futuro, con la convinzione che ogni azione, anche la più piccola, possa generare un cambiamento significativo.

Il 2024 ha rappresentato un anno di evoluzione e crescita. Ogni iniziativa realizzata, ogni progetto sviluppato e ogni traguardo raggiunto ha prodotto un impatto tangibile su persone, ambiente e comunità. Abbiamo rafforzato la governance, perfezionato le politiche ESG e promosso una cultura aziendale sempre più inclusiva e innovativa.

Abbiamo scelto di fare impresa in modo sempre più consapevole e responsabile, definendo nuove policy e strutturando una governance in linea con la nostra visione di responsabilità d'impresa.

Misurare il nostro impatto è un'opportunità per migliorarci, contribuendo attivamente al raggiungimento degli SDGs selezionati e mettendo la nostra capacità di innovare al servizio del bene comune. In tal senso, questa relazione e il punteggio ottenuto dal B Impact Assessment confermano la nostra direzione e la determinazione nel generare un impatto positivo.

Il percorso verso la sostenibilità è lungo e richiede un impegno costante.

Ecco perché con passione e responsabilità, continueremo a investire nelle relazioni di valore con i nostri stakeholder, implementando iniziative che hanno l'ambizione di mettere a sistema e diffondere una cultura della comunicazione sostenibile capace di generare un cambiamento concreto.

Grazie a tutti coloro che, con professionalità e passione, contribuiscono a questo viaggio straordinario. Insieme possiamo continuare a costruire un futuro più sostenibile, equo e ricco di significato.

Chief Sustainability Officer
DENISE LO PIPARO

Grazie

