

Bilancio di Sostenibilità 2025

Bilancio di Sostenibilità 2025

Indice

I.	Lettera agli Stakeholder	4
II.	Introduzione	6
III.	Highlights 2025	7

1.

Il Gruppo Almaviva	12
1.1 La nostra identità: radici italiane, visione globale	15
1.2 Il nostro modello di business digitale e sostenibile	22
1.2.1 IT Services	27
1.2.2 Digital Relationship Management	35
1.2.3 New Technology	36

2.

Governance	40
2.1 Il nostro governo societario	41
2.2 L'etica del Gruppo	44
2.3 Integrità e gestione dei processi	46
2.3.1 Anticorruzione	50
2.3.2 Continuità del business	51
2.3.3 Protezione dei dati e Cybersecurity	51
2.3.4 Tutela della proprietà intellettuale	59
2.4 La creazione di valore sostenibile	61
2.4.1 La strategia e la Governance di Sostenibilità	62
2.4.2 Analisi di Materialità, catena del valore e stakeholder del Gruppo	64
2.4.3 Il Piano di Sostenibilità	68
2.4.4 Verso la CSRD	74

3.

Digital for Life: Transizione digitale responsabile	80
3.1 Il nostro "ecosistema" sostenibile	81
3.1.1 Il nostro valore condiviso: l'indotto generato e la fiscalità	83
3.1.2 La Qualità dei prodotti e dei servizi	84
3.1.3 Il cliente al centro	88
3.1.4 Catena di fornitura responsabile	88
3.2 Ricerca e sviluppo per l'innovazione digitale	91
3.2.1 Le Partnership per lo Sviluppo Sostenibile	98
3.2.2 La partecipazione di Almaviva alle iniziative di Sviluppo Sostenibile	100
3.3 Premi e riconoscimenti	102

4.	Persone	104
	4.1 Le persone di Almagora	105
	4.2 La centralità delle persone: il nostro People Management	109
	4.3 Crescita, formazione e talenti	116
	4.4 Benessere, salute e sicurezza	123
	4.4.1 Welfare e well-being	123
	4.4.2 La tutela della salute	127
	4.5 Diversità, inclusione e pari opportunità	130
	4.5.1 Contrasto alla discriminazione di genere	134
	4.5.2 Impegno nell'inclusione	136
5.	Ambiente	138
	5.1 Approccio alla sostenibilità ambientale	139
	5.2 Il contenimento delle emissioni	145
	5.3 Consumo responsabile delle risorse	150
	5.3.1 Tutela della risorsa idrica	150
	5.3.2 Gestione circolare dei rifiuti	154
6.	Annex	156
	6.1 Nota metodologica	157
	6.2 Indicatori di performance	165
	6.3 GRI Content Index	180
	6.4 Template Tassonomia Europea	188
	6.5 Tabella di riconciliazione GRI-ESRS	190
	6.6 Relazione della Società di Revisione	196

Lettera agli Stakeholder

GRI 2-22



Marco Tripi
Amministratore Delegato
del Gruppo Almagroup

Cari Stakeholder,

siamo lieti di condividere il Bilancio di Sostenibilità 2025 del Gruppo Almagroup che ripercorre, con rigore e sguardo prospettico, temi e significati principali di un anno caratterizzato da una traiettoria evolutiva non solo sotto il profilo dimensionale, in particolare con l'acquisizione di TIVIT, azienda IT brasiliana, ed il consolidamento della nostra presenza in America Latina, ma del modo stesso in cui interpretiamo il nostro ruolo: da protagonisti della trasformazione digitale italiana a piattaforma tecnologica globale, capace di generare valore condiviso lungo l'intera catena, dall'ambiente alle persone, dalla governance all'innovazione responsabile. La prosecuzione del nostro impegno diretto a sostenere una crescita duratura, capace di tradursi in risultati concreti sotto il profilo ambientale, sociale ed economico.

Tale evoluzione si è compiuta, nell'arco di tutto il 2025, in un contesto di profonda trasformazione, contraddistinto da instabilità e frammentazione geopolitica, volatilità e rapidi mutamenti di mercato, e da un'accelerazione dell'Intelligenza Artificiale generativa che sta ridefinendo, in tempi molto ristretti, termini e condizioni della competitività tecnologica. Grazie a una strategia orientata al lungo periodo, il Gruppo ha saputo trasformare la complessità dello scenario internazionale in un fattore di rafforzamento strategico, valorizzando la solidità del proprio modello industriale e perseguendo con determinazione l'obiettivo di guidare la transizione digitale attraverso investimenti in sovranità tecnologica, resilienza internazionale e capacità di innovazione; nella profonda convinzione che la trasformazione digitale non solo rappresenti una leva di competitività, ma sia un fattore abilitante per lo sviluppo sostenibile.

La solidità del percorso intrapreso trova conferma nei risultati conseguiti nel corso dell'anno: una crescita significativa del fatturato e un ulteriore rafforzamento della marginalità operativa, un'espansione internazionale che porta oggi il Gruppo a operare in 21 Paesi nel mondo, e un contributo sempre più strutturato ad accompagnare il raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'ONU, che continuano a orientare le scelte industriali del Gruppo.

Le nostre performance sono state trainate dal consolidamento e dallo sviluppo dei sistemi mission-critical nei principali settori in cui operiamo a livello globale e dall'espansione in ambiti strategici, quali Smart City e Sostenibilità Ambientale, valorizzando il

patrimonio culturale, scientifico e industriale italiano e dimostrando come la tecnologia possa abbattere barriere fisiche e culturali, portando nel mondo il valore e la qualità del Made in Italy.

Il rafforzamento della presenza internazionale ha trovato ulteriore compimento con l'ingresso di TIVIT, una delle principali società tecnologiche dell'America Latina, che consolida la posizione del Gruppo come secondo operatore IT in Brasile e ne amplia in modo significativo l'offerta tecnologica e la portata globale. A questo si affiancano la crescita organica al livello internazionale e le sinergie sviluppate tra le diverse realtà del Gruppo.

Sul fronte tecnologico, il Gruppo ha proseguito lo sviluppo degli asset proprietari, consolidando Velvet, famiglia di modelli di Intelligenza Artificiale open-source, multilingue, progettata e realizzata in Italia, nell'ambito della nuova direzione Global AI, a presidio degli investimenti per asset e attività di sviluppo sulle tecnologie di Intelligenza Artificiale. A questo percorso si affianca la partecipazione del Gruppo a iniziative di rilevanza europea, come lo sviluppo dell'infrastruttura per l'euro digitale, segnale concreto del contributo di Al maviva alla sovranità tecnologica europea. In parallelo, è stato completato il percorso di delisting di Al mawave S.p.A., tramite un'offerta pubblica di acquisto volontaria totalitaria promossa da Al maviva S.p.A. sulla totalità delle azioni ordinarie: una scelta strategica volta ad integrare e concentrare know how, risorse e competenze sull'accelerazione delle capacità di Intelligenza Artificiale del Gruppo, rafforzando il ruolo di Al maviva come riferimento nazionale e attore di rilievo nel panorama europeo dell'IA.

Il 2025 ha rappresentato un anno di ulteriore sviluppo in termini di prodotti e servizi a beneficio della sostenibilità ambientale dei nostri clienti e delle comunità presso quali operiamo; abbiamo inoltre condotto la prima analisi del rischio climatico del Gruppo in Italia, ponendo le basi per una gestione sempre più strutturata e consapevole degli effetti del climate change.

Analisi che rappresenta il primo passo verso l'estensione di tale valutazione all'intero perimetro internazionale, in linea con il nostro impegno verso una transizione sostenibile.

In ambito di governance, il Gruppo ha ricevuto l'ESG Recognition di DNV, diventando la seconda azienda al mondo a ottenere questo riconoscimento, destinato a realtà che si distinguono per l'uso di sistemi di gestione certificati, attestando come il Gruppo operi secondo molteplici standard ISO - dalla qualità alla sicurezza delle informazioni, dall'anticorruzione alla continuità operativa - a conferma della solidità del nostro framework di controllo e della coerenza del nostro impegno ESG nel tempo.

Inoltre, abbiamo ottenuto la certificazione Platinum da Ecovadis che testimonia l'eccellenza del Gruppo in materia di ambiente, pratiche lavorative, diritti umani, etica e acquisti sostenibili. Tale premio rappresenta il massimo livello di riconoscimento da parte di Ecovadis e conferma l'impegno trasversale di Al maviva verso la sostenibilità integrale.

Infine, per il secondo anno consecutivo, siamo stati riconosciuti tra le migliori aziende in Europa per Diversity & Inclusion da Financial Times e Statista.

I traguardi raggiunti rappresentano una tappa di un percorso più ampio, che guarda con fiducia alle opportunità e alle sfide future. In questa prospettiva, gli obiettivi ESG continuano a orientare le scelte strategiche del Gruppo attraverso le quattro direttrici del Piano di Sostenibilità – Governance, Persone, Ambiente e Transizione Digitale Responsabile – declinate in target misurabili di breve e di medio-lungo periodo, costantemente aggiornati in coerenza con l'evoluzione del contesto e del perimetro aziendale.

Il tragitto compiuto fino ad oggi è stato possibile, in ultima analisi, grazie al contributo di ciascuno dei nostri stakeholder: dalla dedizione delle nostre persone, alla rinnovata fiducia dei clienti, dalla collaborazione dei partner e al dialogo continuo con le comunità di riferimento. A tutti va il nostro sentito e autentico ringraziamento. Con questo spirito, il Gruppo Al maviva guarda al prossimo esercizio con la determinazione di proseguire il proprio percorso di crescita, continuando a coniugare innovazione, sostenibilità e creazione di valore nel lungo periodo.

Digital for Life

Introduzione

Il Bilancio di Sostenibilità 2025 del Gruppo Almagiva nasce dalla volontà di rappresentare con trasparenza e responsabilità il proprio impegno in ambito ESG (Environmental, Social, Governance), in linea con le crescenti aspettative degli stakeholder e con le principali evoluzioni normative e metodologiche.

Anche quest'anno la redazione del documento si fonda sulle linee guida dei **GRI Universal Sustainability Reporting Standards**¹ e mira a restituire una visione chiara e strutturata della cultura aziendale. La struttura del Bilancio si sviluppa attorno a **quattro direttrici strategiche** di impegno che rappresentano i pilastri dell'approccio sostenibile del Gruppo Almagiva e che riflettono la sua identità valoriale e operativa:

➔ Transizione digitale responsabile

Almagiva si propone come attore **protagonista nella trasformazione digitale** del Paese, coniugando innovazione e responsabilità. Il Gruppo sviluppa tecnologie abilitanti che rispondono a criteri di sostenibilità, sicurezza, accessibilità e inclusività, contribuendo alla costruzione di una società digitale etica e resiliente. La narrazione relativa a tale ambito di impegno è stata per la presente edizione rinnovata e approfondita, acquisendo maggiore rilevanza anche nella gerarchia del documento, nella consapevolezza che il Bilancio di Sostenibilità sia uno degli strumenti che permette ad Almagiva di presentare ai propri stakeholder i valori che guidano l'operato, la visione di lungo periodo e gli sviluppi innovativi dei prodotti e servizi offerti.

➔ Governance

Il Gruppo Almagiva adotta **modelli di governance improntati a trasparenza, legalità e integrità**, rafforzando il sistema dei controlli interni, il presidio dei rischi ESG e la cultura della responsabilità. Le attività aziendali sono orientate a garantire il rispetto delle normative vigenti, promuovendo pratiche etiche e sostenibili lungo tutta la catena del valore.

➔ Persone

Le **persone sono il motore della trasformazione e dell'innovazione** del Gruppo. Almagiva promuove un ambiente di lavoro inclusivo, sicuro e valorizzante, in cui il benessere, la formazione e la crescita professionale costituiscono asset centrali per lo sviluppo sostenibile dell'organizzazione.

➔ Ambiente

La **salvaguardia dell'ambiente** è un impegno concreto per Almagiva, che integra nei propri processi strategici di riduzione degli impatti ambientali e di utilizzo responsabile delle risorse. Le iniziative aziendali sono orientate alla transizione ecologica, al monitoraggio delle emissioni e all'adozione di pratiche sostenibili nella gestione dei servizi ICT.

Il **primo capitolo del Bilancio è dedicato alla presentazione del Gruppo Almagiva**: vengono qui illustrati il modello di business, la struttura organizzativa e la visione strategica in ambito sostenibilità. I **capitoli successivi approfondiscono ciascuna delle quattro direttrici**, rendicontando azioni, risultati e impatti legati ai temi materiali individuati attraverso un processo strutturato di stakeholder engagement. La parte finale del documento include formati tabellari quantitativi, indice dei contenuti GRI Standards, tabella di riconciliazione SA8000 e infine una nuova tabella di riconciliazione GRI-ESRS, oltre alla lettera di attestazione del revisore indipendente, a garanzia della trasparenza e della robustezza del percorso intrapreso.

¹ Per ulteriori dettagli si veda la sezione di Nota Metodologica

Highlights 2025

Governance



Certificazioni, attestati
e statement gestiti
a livello di Gruppo



Certificazione
Platinum
da Ecovadis



ESG Recognition
di DNV

Persone



Popolazione
aziendale che ha
meno di trent'anni

3,456^{mln}

Ore di formazione
(+25% rispetto al 2024)



Diversity Leader 2025
per il secondo anno
consecutivo

Ambiente



Energia elettrica
da fonti rinnovabili
perimetro Italia



Consumi di energia
elettrica totale di Gruppo
rispetto al 2024



Prima analisi
del rischio climatico
del Gruppo in Italia

Transizione digitale responsabile



Brevetti di Gruppo

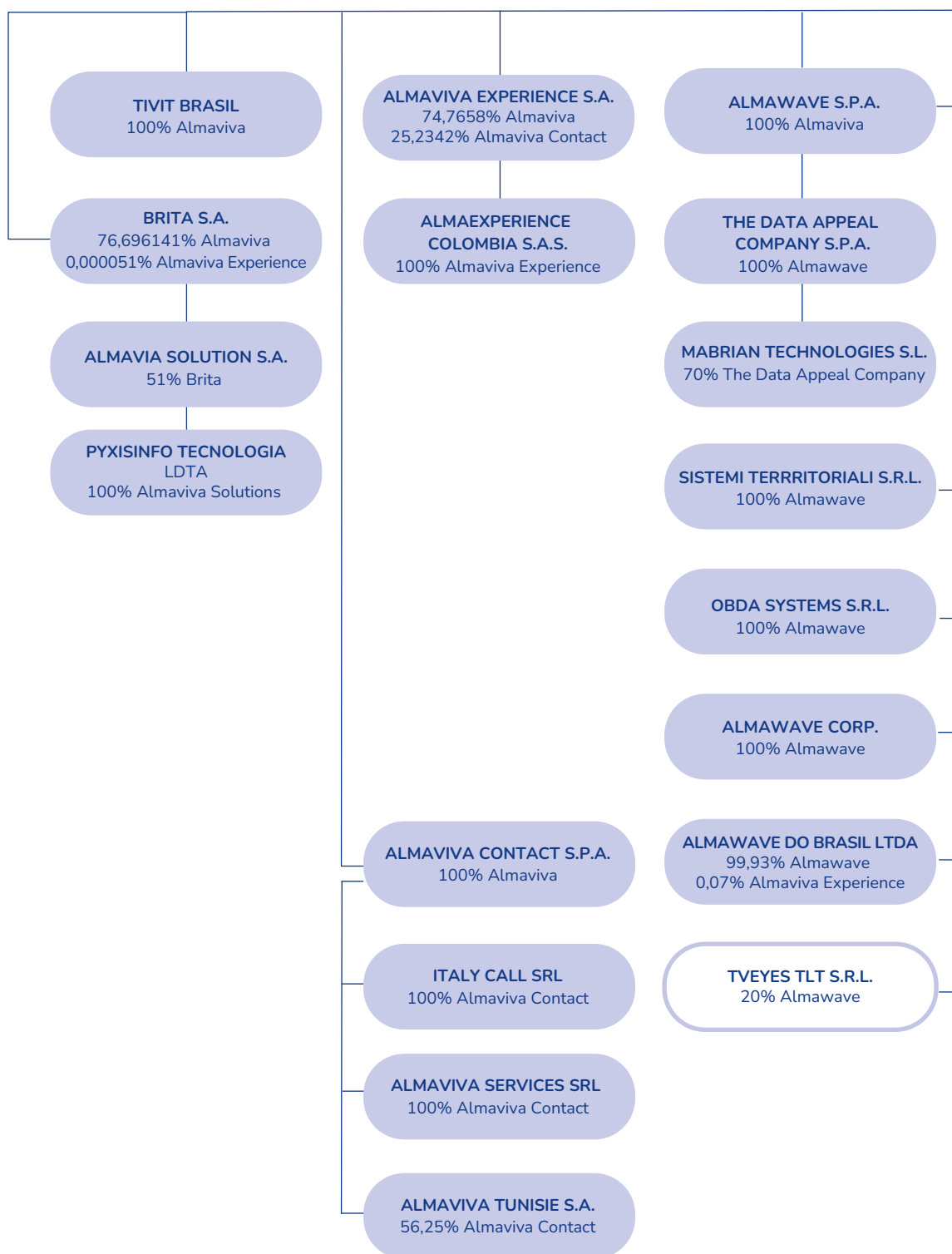
51^{mln €}

R&S per l'innovazione
digitale

8^{mln €}

Incremento delle soluzioni
clean tech

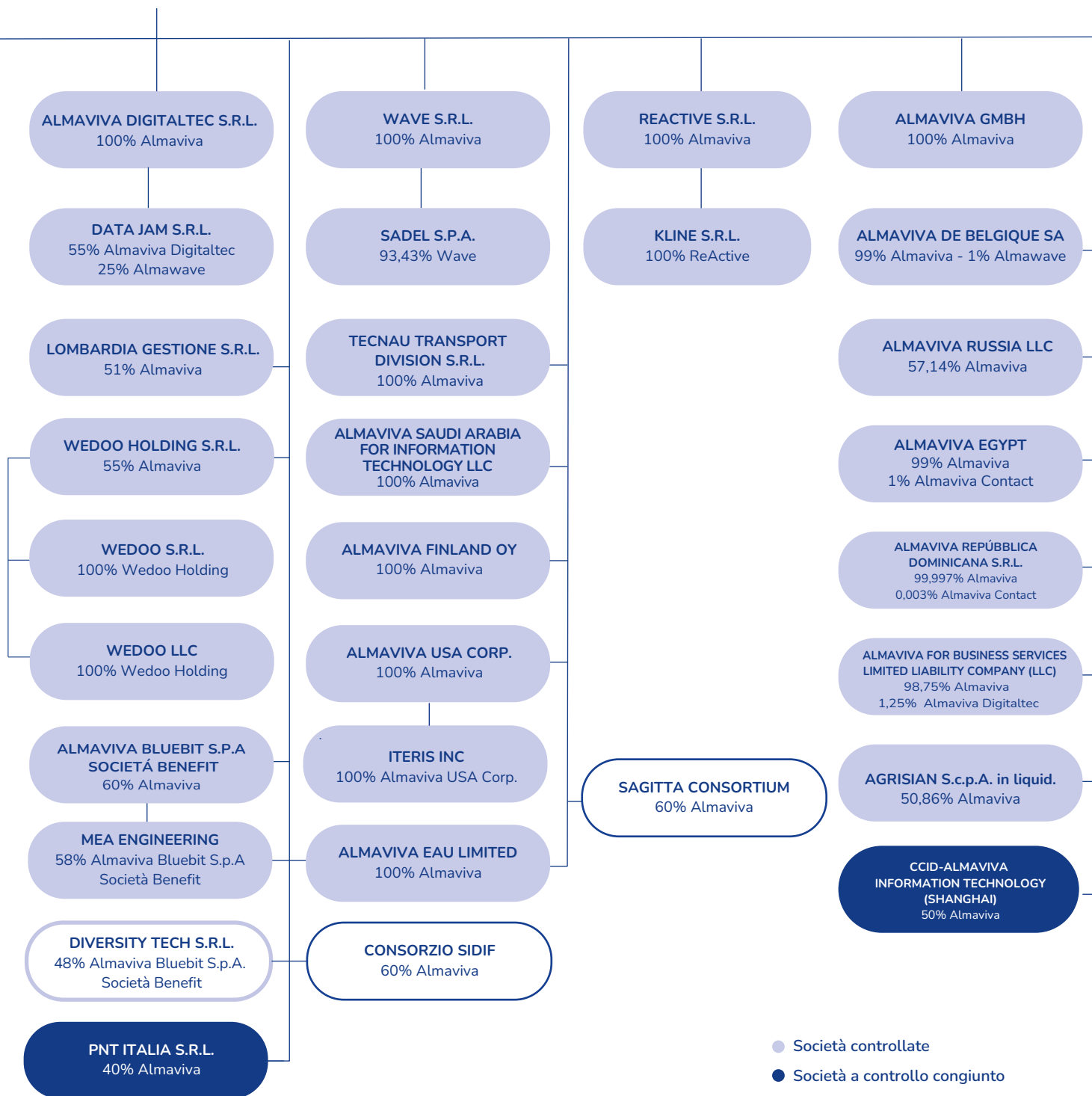
Sociogramma del gruppo



ALMAVIVA S.P.A.

95,11 %

Al maviva Technologies S.r.l.



- Società controllate
- Società a controllo congiunto
- Società collegate

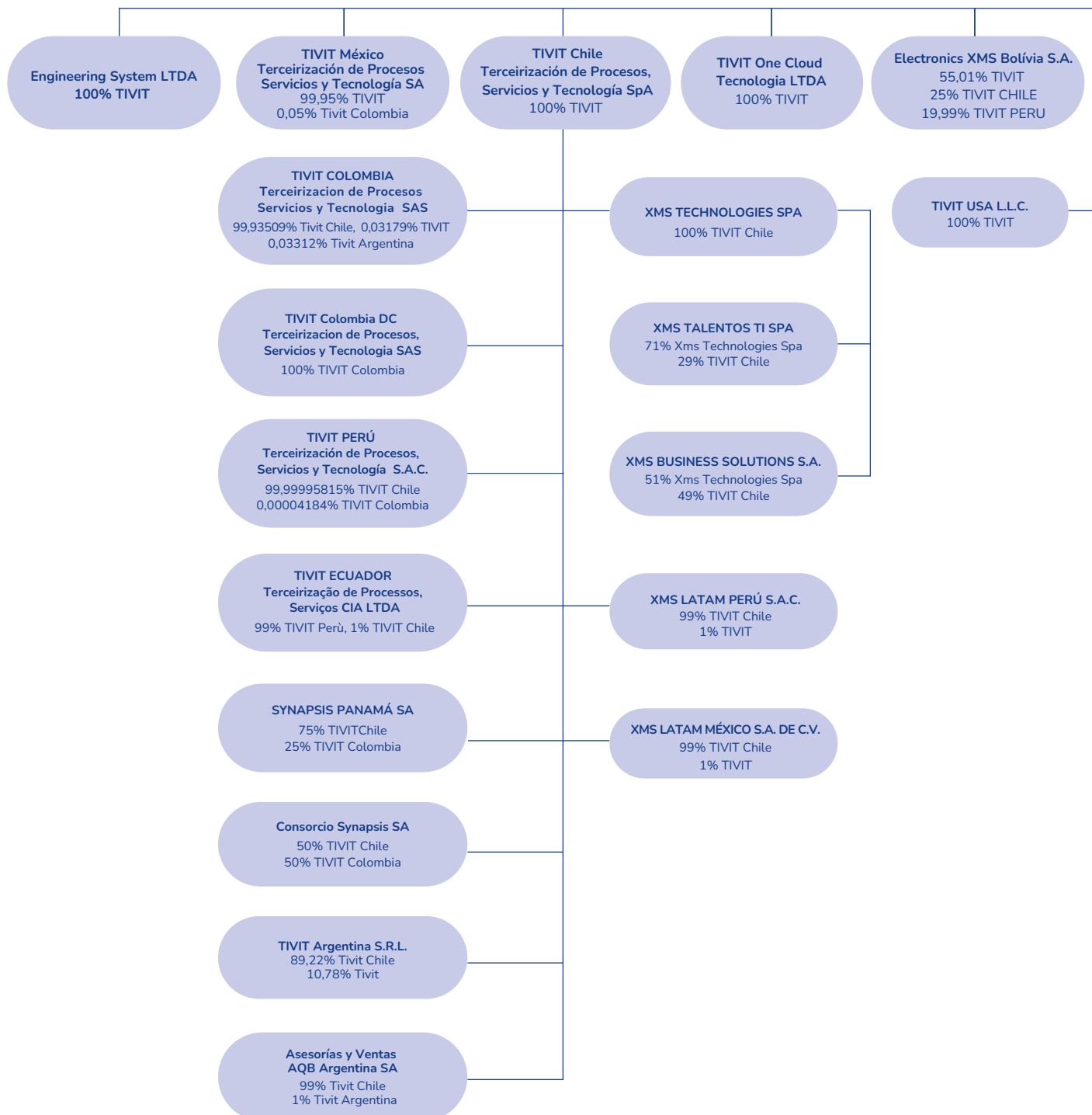
Digital for Life





Terceirização de Processos, Serviços e Tecnologia S.A.

100% ALMAVIVA





Digital for Life

1.

Il Gruppo Almaviva

One Company Project

Almaviva è sinonimo di innovazione digitale. Esperienze consolidate, competenze uniche, ricerca continua e una profonda conoscenza dei diversi settori di mercato, pubblico e privato, ne fanno il Gruppo leader italiano nell'Information & Communication Technology.

Da decenni Almaviva accompagna i processi di crescita del Paese raccogliendo la sfida che le realtà enterprise devono affrontare per rimanere competitive nell'epoca del digitale, innovando il proprio modello di business, la propria organizzazione, la cultura aziendale e l'infrastruttura ICT. La presenza in Italia è un riferimento di valore per Almaviva, che interpreta ogni giorno una cultura d'impresa fondata sull'attenzione per le persone, sull'osservanza dei principi etici condivisi, sul trasparente rispetto delle regole.



40.000⁺

PEOPLE WORLDWIDE

64

SOCIETÀ

90⁺

UFFICI IN 22 PAESI



6.000⁺

DIPENDENTI
IN ITALIA

1,6 Mld€⁺

FATTURATO

35.000⁺

DIPENDENTI
ESTERO

L'ACQUISIZIONE DI TIVIT

Nel **luglio 2025**, Al maviva ha completato l'acquisizione di **Tivit Terceirização de Processos, Serviços e Tecnologia S.A.**, una delle principali **società di servizi** digitali del Brasile, operante in dieci Paesi dell'America Latina. L'operazione, finanziata tramite un'emissione aggiuntiva di **350 milioni di euro** sul prestito obbligazionario esistente, consolida la strategia di crescita del Gruppo nel mercato latino-americano e rappresenta un ulteriore tassello nella costruzione di un'infrastruttura digitale globale.

Tivit, **fondata nel 1998** e con sede a San Paolo, offre soluzioni integrate in **Cloud Services, Digital Services, Managed Services e Cybersecurity**, collaborando con partner tecnologici di primo piano quali Microsoft Azure, AWS, Oracle e Google Cloud. La sua presenza consolidata nel settore privato si affianca alla tradizionale vocazione di Al maviva verso la pubblica amministrazione, creando un'offerta complementare e diversificata.

L'integrazione di Tivit nel Gruppo genera sinergie significative su più fronti. Sul piano commerciale, l'operazione consente di esportare le competenze sviluppate nei mercati italiano e statunitense verso la base clienti di Tivit, e viceversa di **portare ulteriore valore aggiunto al portafoglio globale di Al maviva** attraverso i servizi e le soluzioni di Tivit. Sul fronte dell'innovazione, l'acquisizione rafforza le capacità di R&D del Gruppo in Cybersecurity, Data & AI e soluzioni digitali, generando potenziali sinergie tra gli hub latinoamericani di Tivit e le sedi di Al maviva in Brasile e Colombia.

Con Tivit, Al maviva consolida il proprio posizionamento come infrastruttura digitale in Brasile e in tutta l'America Latina, diventando il secondo operatore IT più rilevante in LATAM e operando in 21 Paesi nel mondo. La combinazione crea un Gruppo con **un'offerta IT globale** altamente diversificata, capace di coprire l'intero spettro delle esigenze di trasformazione digitale nel mercato latino-americano, sia nel settore pubblico che in quello privato, rafforzando la capacità del Gruppo di esportare modelli innovativi di digitalizzazione a livello globale.



1.1 La nostra identità: radici italiane, visione globale

GRI 2-1, 2-2, 2-6

Almaviva nasce in Italia, ma con una visione globale: accompagnare imprese e pubbliche amministrazioni nel percorso verso la trasformazione digitale, ponendo al centro l'innovazione tecnologica come leva strategica per la crescita.

Con una presenza consolidata in numerosi Paesi e un radicamento profondo nel tessuto produttivo italiano, l'azienda si distingue per la capacità di coniugare competenze locali e know-how internazionale.

La missione di Almaviva è generare valore attraverso la tecnologia, rendendo più efficienti, trasparenti e accessibili i processi di aziende e istituzioni. L'obiettivo è costruire un futuro digitale sostenibile, in cui l'innovazione sia al servizio delle persone, della collettività e dell'ambiente, elaborando dati in modo intelligente e trasformandoli in informazioni strategiche a supporto dei processi decisionali e della competitività.

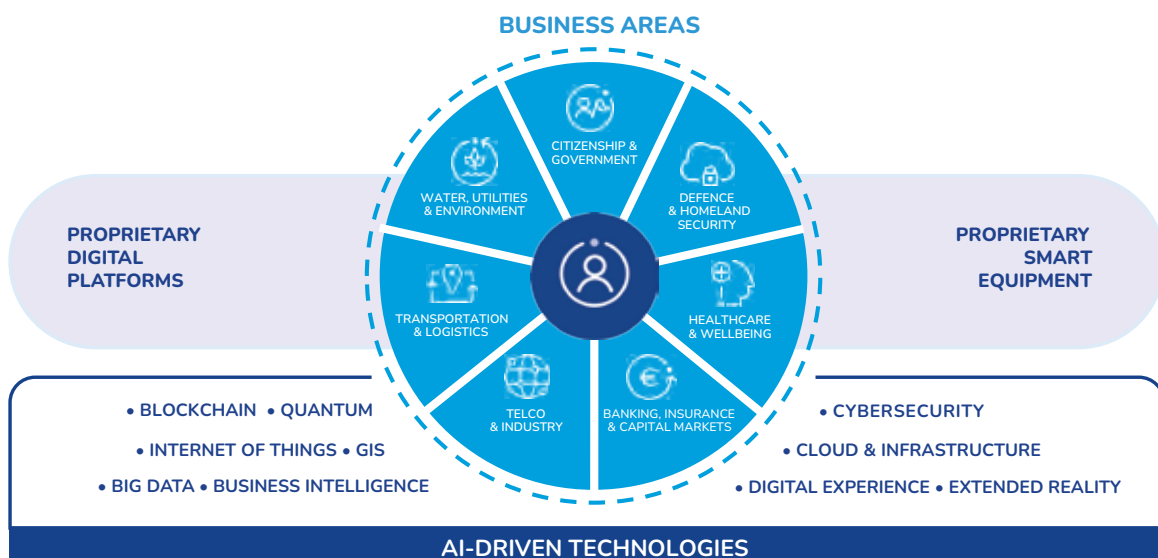
La visione che guida l'azione del Gruppo è quella di creare un **ecosistema digitale aperto, flessibile e**

interconnesso, in grado di rispondere rapidamente alle esigenze sia del mercato che della società. In questo contesto, Almaviva ambisce a consolidare il proprio ruolo come partner tecnologico di riferimento, valorizzando l'eccellenza italiana a livello globale. Coerentemente con questa visione, l'azienda sviluppa il proprio percorso seguendo principi chiari e condivisi, quali l'integrità, l'innovazione, l'inclusività, l'attenzione alle persone, la sostenibilità e la costruzione di relazioni basate sulla fiducia.

In un mondo in costante evoluzione, Almaviva si impegna a guidare il cambiamento per generare un impatto positivo sulle persone e sulla comunità. La sua offerta si articola in tre dimensioni complementari che definiscono cosa fa, con quali strumenti e tecnologie opera. L'obiettivo è creare valore tangibile nella vita quotidiana di cittadini, lavoratori, imprese e istituzioni.

Nei sette settori in cui opera, il Gruppo Almaviva mette a disposizione competenze verticali, una conoscenza profonda dei processi core del mercato e dei Clienti, e la capacità di governare ecosistemi complessi. Questo avviene anche grazie a un insieme di soluzioni proprietarie end-to-end, che spaziano dalle piattaforme digitali fino agli Smart Equipment, strumenti che permettono di interagire con il mondo fisico.

Il motore tecnologico dell'offerta è rappresentato da un insieme di tecnologie trasversali – tra cui **Intelligenza Artificiale, Cloud, Cybersecurity e Internet of Things** – che abilitano soluzioni innovative nei diversi settori di mercato.



Più di 40 anni di crescita e innovazione

ISI Italsistemi
per l'Informatica

COS Communication
Services

Almaviva

Almawave

Almaviva
Contact

Lombardia
Gestione
Pervoice

1983

2002

2005

2006

2007

2010

2013

2014

2016

Almaviva
Tunisie

Almaviva
do Brasil

Almawave
do Brasil

Almawave
USA
Almacontact
Almaviva
de Belgique

Almaviva
Services

Almaviva
Digitaltec

Sadel

Wedoo

Data Jam

Obda
Kline

Reactive
The Data
Appeal
Company
SiSter
Tecnav

Almaviva
Bluebit

2017

2018

2019

2020

2021

2022

2023

2024

2025

Wedoo

Chain

Almaviva
Saudi Arabia

Almaviva
Egypt

Almaviva
Russia

Almaviva
Republica
Dominicana

CRC
Almaviva
Finland

Almaviva
USA
Mabrian
Almaviva
EAU

Iteris
Almaviva
Solutions

Tivit

La nostra Storia

1983

Nascono **ISI Italsistemi per l'Informatica** e **COS Communication Services**: due realtà per un nuovo progetto industriale nel panorama nazionale, Consulting & Service Provider per le organizzazioni pubbliche e private del settore ICT.

2002

Costituita **COS Tunisie**: Società che nel 2010 cambia nome in Almaviva Tunisie, oggi leader nei servizi di Customer Care e Telemarketing per il mercato tunisino e francofono EMEA.

2005

Nasce **Almaviva**: il Gruppo COS acquisisce il Gruppo Finsiel da Telecom Italia e dà vita alla nuova realtà industriale che accompagna la trasformazione digitale nei settori chiave per l'economia del Paese, leader italiano nell'Information Technology all'origine di un network globale.

2006

Nasce **Almaviva do Brasil**: partner tecnologico per la gestione avanzata dei servizi di Customer Care in America Latina, oggi il terzo operatore del Brasile e una delle principali aziende del Paese dedicate al Business Process Outsourcing.

2007

Nasce **Almaviva Contact da COS**: società leader nella Customer Relationship Management dalle cui competenze Made in Italy nasce un network che valorizza culture, intelligenze e competenze diversificate per offrire a livello globale soluzioni innovative di Digital Relationship Management

2010

Costituita **Almawave do Brasil**: nata con l'obiettivo di diventare fornitore leader nel mercato brasiliano di tecnologie "people-centered", la società che offre alle grandi imprese brasiliane soluzioni di qualità ed efficienza nei processi di Customer Interaction e di Knowledge Management.

2013

Costituita **Lombardia Gestione**: società che gestisce le infrastrutture, i processi e le attività operative dei sistemi ICT regionali lombardi, un modello d'innovazione capace di trasformare le attività di una Regione valido in tutto il Paese.

2014

Costituita **Almawave USA**: società nata con l'obiettivo di portare sul mercato americano le soluzioni made in Italy in area Customer Experience, Voice of the Customer e Monitoring.

2014

Costituita **Almacontact**: società in Colombia per la Digital Relationship Management dedicata ai Paesi di lingua spagnola dell'America Latina, che esporta la sinergia fra Almaviva Contact e Almaviva do Brasil.

2014

Costituita **Almaviva de Belgique**: società di servizi di consulenza IT, attività produttive e commerciali verso le Istituzioni comunitarie e le realtà enterprise europee.

2016

Costituita **Almaviva Services**: società per la Digital Relationship Management, con sede in Romania, che propone una gamma estesa e innovativa di servizi ad alto valore aggiunto dedicata ai Paesi europei.

2017

Nasce **Almaviva Digitaltec**: la Digital Foundry del Gruppo, con sede principale a Napoli, per lo sviluppo di soluzioni digital e disruptive con un focus in area Mobile & Portals, IoT & GIS, API Economy, Microservices & Containers e Big Data Analytics.

2018

Almaviva acquisisce **Sadel**: società leader nel settore Transportation per i Passenger Information Systems che combina competenze in ambito software, meccanico ed elettronico per progettare, produrre e mantenere tutti gli equipaggiamenti di bordo treno.

2019

Almaviva acquisisce **WEDOO**: Digital Agency che opera worldwide nel campo della comunicazione digitale e dell'experience design.

2020

Costituita **Data Jam**: società che valorizza la Data Science per creare nuovo valore nel processo di trasformazione digitale del Paese, spin-off accademico tra l'Università Federico II di Napoli, Almaviva Digitaltec e Almawave.

2021

Quotazione di **Almawave**: la società debutta in Borsa mercato Euronext Growth Milan.

2021

Almawave acquisisce **Obda Systems**: startup innovativa nata in seno all'Università La Sapienza di Roma che consente ad Almawave di allargare lo spettro di soluzioni proprietarie legate alle tecnologie del linguaggio e dei Big Data.

2021

Costituita **Kline**: la nuova realtà del Gruppo nata dall'integrazione dell'area dedicata alle Fiduciarie di Almaviva e Kline S.r.l., partner ideale per sostenere la trasformazione che coinvolge il settore FinTech, Wealth Management e RegTech.

2021

Costituita **Almaviva Saudi Arabia**: società dedicata a business development e operations management per il settore Transportation in Medioriente.

2021

Costituite **Almaviva Egypt**, **Almaviva Russia** e **Almaviva República Dominicana**: società per la gestione evoluta del servizio visti d'ingresso in Italia, in qualità di concessionario delle rispettive Ambasciate d'Italia.

2022

Il Gruppo si espande, la vocazione internazionale si rafforza.

2022

Nasce **ReActive**: l'azienda, nata dallo spin-off della Divisione Finance di Almaviva, accompagna la trasformazione digitale del mondo Finance, con la missione di presidiare e sviluppare l'offerta del Gruppo Almaviva diretta al mercato banche, assicurazioni e ai nuovi operatori finanziari.

2022

Almawave acquisisce **The Data Appeal Company**: società attiva nello sviluppo di soluzioni di vertical AI analytics, leader nel settore Turismo, FinTech e Location Intelligence.

2022

Almawave acquisisce **Sis.Ter Sistemi Territoriali**: società attiva nello sviluppo di soluzioni e progetti in ambito Data Science, focalizzata su Open Data Analytics, Spatial Intelligence e piattaforme di Decision Support System, per i settori Multiutilities e Government.

2022

Costituita **Almaviva Finland**, società di diritto finlandese il cui capitale è interamente detenuto da Almaviva S.p.A., che opererà principalmente nel segmento IT, in particolare nel settore Trasporti.

2022

Almaviva S.p.A. ha completato l'acquisizione dell'intero capitale sociale di **Tecnav Transport Division S.r.l.**, Società con sede a Trezzano sul Naviglio (MI) attiva nella fornitura e nell'integrazione di sistemi tecnologici per il trasporto ferroviario e metropolitano, per gli aeroporti, per le industrie e per il settore idrico/depurativo.

2022

Almaviva do Brasil acquisisce la società brasiliana **CRC**, assieme alla controllata **CRC Digital**, attiva nell'area CRM Finance e nel credit management. L'acquisizione consente ad Almaviva do Brasil di consolidare il proprio posizionamento nel mercato di riferimento.

2023

Almaviva ha acquisito il 60% di **B.M. Tecnologie Industriali**, società di ingegneria attiva nel supporto alle aziende del servizio idrico, e il 60% di **2F Water Venture**, specializzata nello sviluppo di soluzioni innovative per il rilevamento delle perdite nelle reti idriche del Servizio Idrico Integrato.

Le due realtà, dopo un processo di integrazione durato un anno e mezzo, in cui competenze, esperienze e attività sono state pienamente inserite nel perimetro del Gruppo, costituiscono oggi il nucleo fondativo di Almaviva BlueBit.

2024

Almaviva acquisisce il 51% di **Magna Sistemas**, società IT leader in Brasile nello sviluppo di soluzioni digitali innovative. L'operazione rafforza la presenza del Gruppo nel mercato sudamericano e dà origine alla nuova realtà **Almaviva Solutions**, punto di riferimento per la trasformazione digitale in America Latina. Completata l'acquisizione del 100% di **Iteris, Inc.**, società statunitense quotata al Nasdaq e pioniere nella tecnologia dei sistemi di trasporto intelligenti. L'operazione consente ad Almaviva di rafforzare significativamente il proprio posizionamento nel settore della mobilità sostenibile a livello globale, integrando soluzioni avanzate e competenze distintive nel mercato nordamericano.

2025

Nel luglio 2025, Almaviva ha completato l'acquisizione del **Gruppo Tivit**, consolidando la **propria presenza nel mercato latino-americano e rafforzando l'offerta IT globale del Gruppo**.

A **dicembre 2025**, Almaviva ha inoltre completato il **delisting di Almawave** dalla Borsa Italiana tramite un'offerta pubblica di acquisto volontaria totalitaria promossa da Almaviva S.p.A. sulla totalità delle azioni ordinarie di Almawave S.p.A.. Questa operazione consente al Gruppo di integrare pienamente la divisione di Intelligenza Artificiale e **accelerare lo sviluppo di Velvet**, il primo LLM italiano open-source multilingue, diffondendo le soluzioni di AI proprietarie nei diversi settori di mercato.

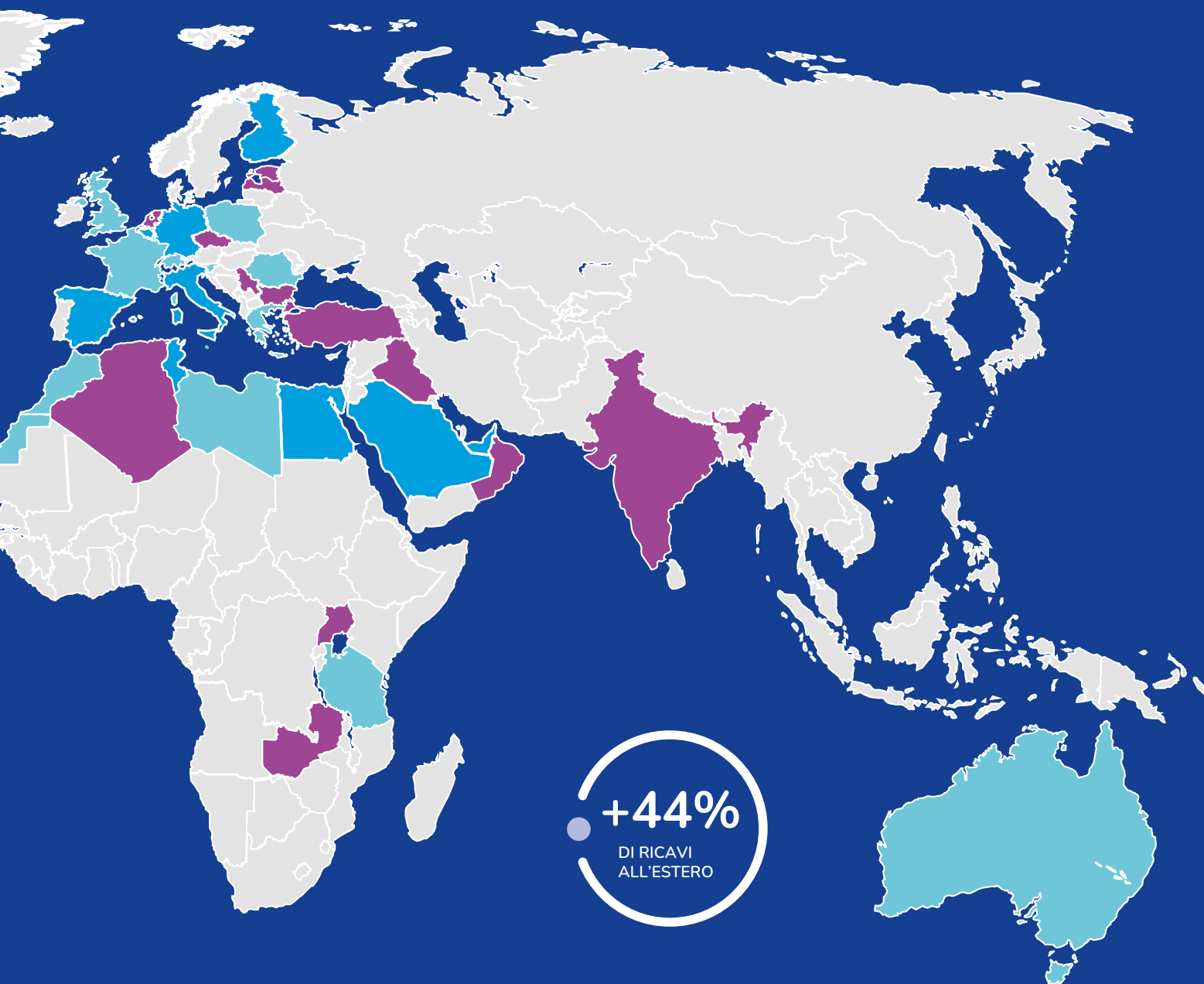
SEDI

Arabia Saudita, Argentina,
Belgio, Bolivia, Brasile, Cile,
Colombia, Ecuador, Egitto,
Emirati Arabi Uniti, Finlandia
Germania, Italia, Messico,
Panama, Paraguay, Perù,
Repubblica Dominicana,
Spagna, Stati Uniti, Tunisia

PRESENZA
OPERATIVA

Australia, Canada, Francia,
Grecia, Libia, Lussemburgo,
Malta, Marocco, Polonia,
Regno Unito, Romania,
Slovenia, Svizzera,
Tanzania

La nostra presenza internazionale



SVILUPPI
DI BUSINESS

Algeria, Bulgaria, Estonia,
India, Iraq, Lettonia, Oman,
Paesi Bassi, Repubblica
Ceca, Serbia, Turchia,
Uganda, Zambia

1.2 Il nostro modello di business digitale e sostenibile

Il modello di business di Al maviva si articola in **aree strategiche**, di seguito rappresentate, nelle quali il

Gruppo opera attraverso una costante sinergia tra le proprie società.

Digital trasformation

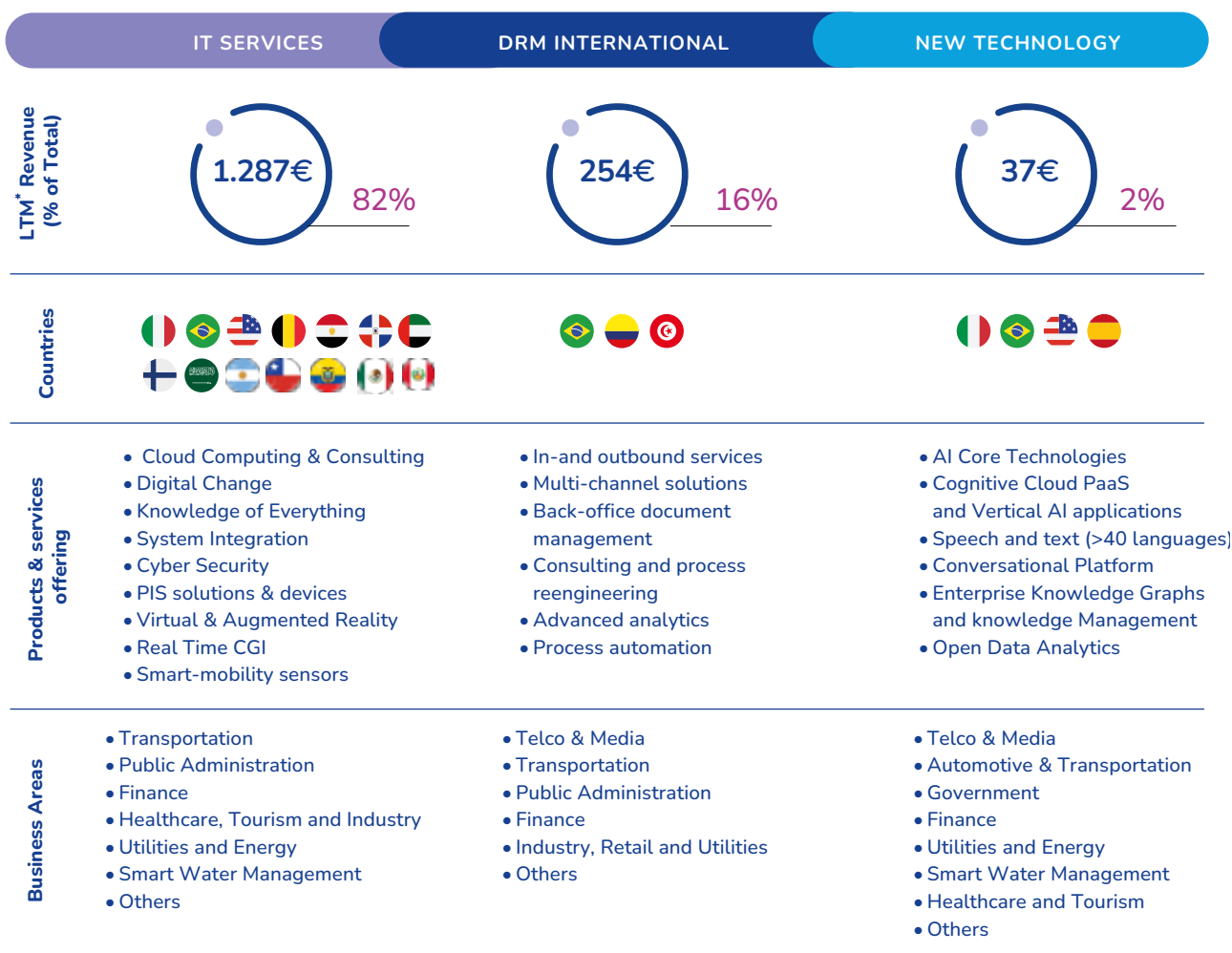
	COMPETENZE VERTICALI	Competenze distinte in diversi mercati, offrendo soluzioni innovative adeguate al settore di riferimento	– Citizenship & Government – Banking, Insurance & Capital Markets – Telco & Industry – Water, Utilities & Environment	– Healthcare & Wellbeing – Defense & Homeland Security – Transportation & Logistics
	DOMINI TECNOLOGICI	Le diverse funzionalità della tecnologia che costituiscono le leve della trasformazione digitale	– Artificial Intelligence – Blockchain – Quantum – Internet of Things – GIS – Dss & Digital Twin – Big Data & Bi	– Cybersecurity – Cloud & infrastructure – Digital experience & XR
	PARTNERSHIP & CERTIFICAZIONI	Accordi intrapresi per lo sviluppo tecnologico e riconoscimenti ottenuti per la gestione responsabile delle risorse	Partnerships – Partner tecnologici – Accordi – Alleanze di mercato specifiche	Certificazioni – Qualità – Sicurezza informazioni – Business Continuity – IT Service Management – Responsabilità sociale – Ambiente – Energia
	PRACTICE & DIGITAL SOLUTION SERVICE	Soluzioni IT alla base della trasformazione digitale	– Digital Solution Services – IoT & Emerging Technologies – Cloud	– Managed Services – Security
	PIATTAFORME & SOLUZIONI PROPRIETARIE	Tecnologie proprietarie per la realizzazione di soluzioni integrate sempre più evolute	– Cross: Velvet, Aiwave, Giotto Digitalsuite / Cybersuite / Data, Tivit Defense / Workflow / People / Private Cloud / Smart Tracking – Transportation: MOOVA, Clearmobility – Healthcare: HELIOS by Giotto – Smart City: CITIZY by Giotto	– Environment & Agritech: SVMG, SGMS, SIV, LANGEA by Giotto – Finance: Reaxelerate, Retestify, Respin, WOT
	SERVIZI	I servizi offerti per l'innovazione digitale e tecnologica	– Consulting – Technology & Applications – Managed Services – Business Process Services	

SOLUZIONI INNOVATIVE

I diversi elementi del modello di business consentono di offrire alla collettività soluzioni innovative

Questa collaborazione consente di integrare competenze tecnologiche e di business, con l'obiettivo di offrire soluzioni, piattaforme e servizi orientati alle esigenze dei clienti. Tale sinergia garantisce un'espansione continua delle competenze del Gruppo, che si rafforzano anche grazie ad un ecosistema di partnership con i principali player tecnologici del mercato e si sviluppano costantemente attraverso una costante attività di ricerca e innovazione. Inoltre, i comportamenti e le relazioni aziendali sono improntati su principi di **integrità, onestà, riservatezza, diligenza e rispetto reciproco**.

Nel 2025 il Gruppo ha investito 14 milioni di euro in R&D, portando a oltre 60 milioni l'investimento complessivo dal 2010, come previsto dal relativo target del Piano di Sostenibilità (per maggiori dettagli si veda il Paragrafo 2.4.1 La strategia e la Governance di Sostenibilità). La trasformazione digitale ha un impatto ampio e pervasivo sulle persone e sulla società. Il Gruppo Almaviva si impegna a guidare una transizione digitale responsabile e inclusiva, con l'obiettivo di migliorare il benessere collettivo attraverso un approccio multidisciplinare che si delinea su tre aree di business: **IT Services, Digital Relationship Management, New Technology**².



Source: Company Information and financials.

* As of December 31st, 2025, excluding non-core business and €18.4m intragroup eliminations. Totals may not add up to 100% due to rounding.

² Si noti che due delle aree di business rispetto alla nomenclatura 2024, hanno subito un rebranding, passando da "Digital Change" e "People Centered Technologies" a, rispettivamente, "IT Services" e "New Technology".

Digital for Life



Nell'ambito del segmento confluiscono le attività relative alle seguenti società del Gruppo Al maviva³:

IT Services

Al maviva S.p.A. (Italia)
Lombardia Gestione S.r.l. (Italia)
Al maviva de Belgique S.A. (Belgio)
Agrisian S.C.p.A. in Liquidation (Italia)
Al mavivA Digitaltec S.r.l. (Italia)
Data Jam S.r.l. in Liquidation (Italia)
Wedoo Holding S.r.l. (Italia)
Wedoo S.r.l. (Italia)
Wedoo L.L.C. (USA)
Reactive S.r.l. (Italia)
Kline S.r.l. (Italia)
Al mavivA Egypt (Egitto)
Al mavivA Russia L.L.C. (Russia)
Al mavivA República Dominicana S.r.l. (Repubblica Dominicana)
Al maviva For Business Services L.L.C. (Emirati Arabi)
Al maviva Bluebit S.p.A. S.B. (Italia)
Mea Engineering S.r.l. (Italia)
Brita S.A. (Brasile)
Al maviva Solutions S.A. (Brasile)
Pyxisinfo Tecnologia Ltda (Brasile)
Consorzio Sidif (Italia)
Tivit Terceirização De Processos Serviços E Tecnologia S.A. (Brasile)
Tivit Engineering System Ltda (Brasile)
Tivit One Cloud Tecnologia Ltda (Brasile)
Tivit Chile Terceirizacion de Procesos Servicios y Tecnologia S.p.A. (Cile)
Tivit Colombia Terceirizacion de Procesos Servicios y Tecnologia S.A.S. (Colombia)

Tivit Colombia DC Terceirizacion de Procesos, Servicios y Tecnologia S.A.S. (Colombia)
Tivit Peru Terceirizacion de Procesos, Servicios y Tecnologia S.A.C. (Perù)
Tivit Ecuador Terceirização de Processos, Serviços CIA Ltda (Ecuador)
Synapsis Panama S.A. (Panama)
Consorcio Synapsis S.A. (Cile)
Tivit Argentina S.r.l. (Argentina)
Asesorias Y Ventas Aqb Argentina S.A. (Argentina)
Xms Technologies S.p.A. (Cile)
Xms Business Solutions S.A. (Cile)
Xms Talentos Ti S.p.A. (Cile)
Xms Latam Peru S.A.C. (Perù)
Xms Latam México S.A. De C.V. (Messico)
Electronics Xms Bolivia S.A. (Bolivia)
Tivit México Terceirizacion De Procesos Servicios Y Tecnologia S.A. (Messico)
Tivit Usa L.L.C. (USA)
Al maviva GMBH (Germania)
Wave S.r.l. (Italia)
Sadel S.p.A. (Italia)
Al maviva Saudi Arabia L.L.C. (Saudi Arabia)
Tecna S.r.l. (Italia)
Al maviva Finland OY (Finlandia)
Al maviva USA (USA)
Iteris Inc. (USA)
Al maviva EAU Limited (Emirati Arabi)
Sagitta Consortium For Digital Mobility (Italia)

DRM – Digital Relationship Management

Al maviva Experience (Brasile)
Almaexperience Colombia S.A.S. (Colombia)
Al maviva Tunisie S.A. (Tunisia)

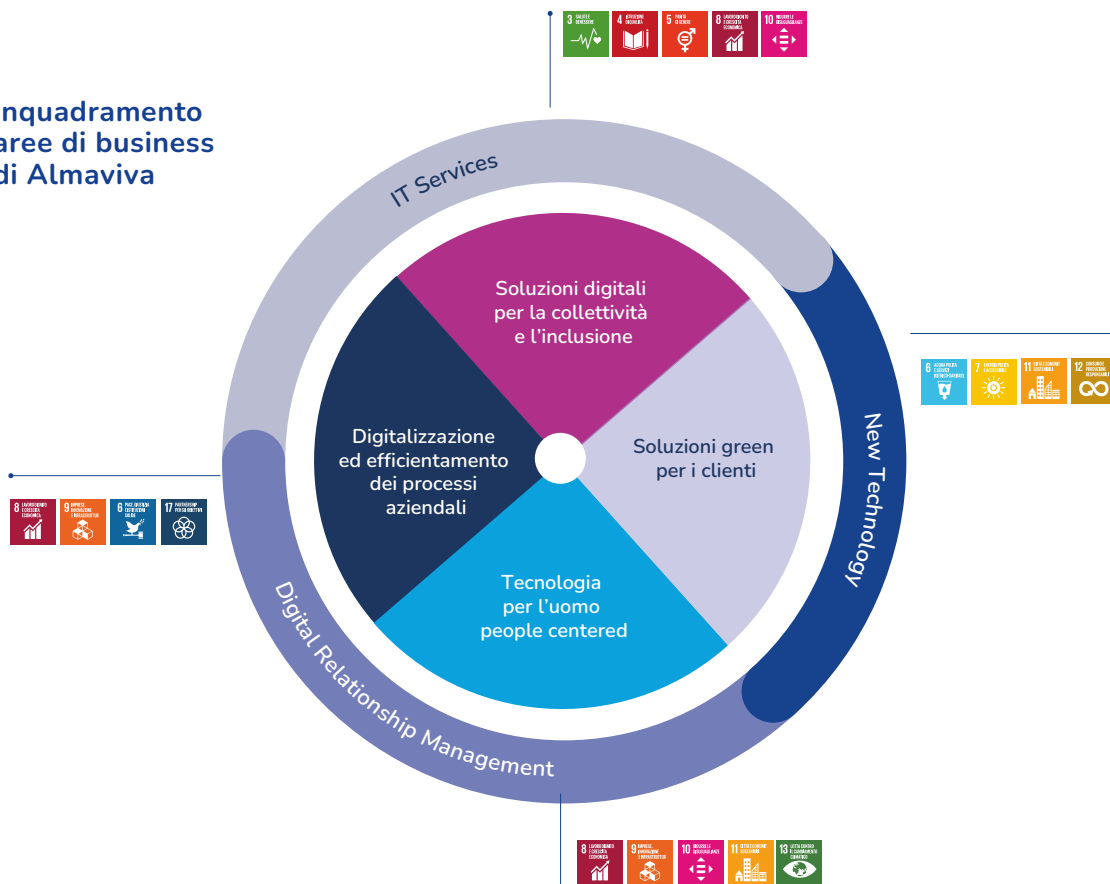
New Technology

Almawave S.p.A. (Italia)
Almawave do Brasil Ltda (Brasile)
Obda System S.r.l. (Italia)
The Data Appeal Company S.p.A. (Italia)
Sistemi Territoriali S.r.l. (Italia)
Mabrian Technologies S.L. (Spagna)
Almawave CORP. (USA)

³ È inoltre presente la categoria "Others", che accoglie le società non attribuibili alle tre aree di business indicate. All'interno di questa categoria rientrano le seguenti società: Al maviva Contact S.p.A., Italy Call S.r.l. e Al maviva Services S.r.l.

Una quota molto ampia delle attività, come illustrato di seguito, contribuisce direttamente e positivamente agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs).

Inquadramento aree di business di Al maviva



Dal modello e dalle aree di business appena rappresentate appare chiaro come il Gruppo Al maviva si distingua per la sua natura eterogenea e dinamica, capace di evolversi in risposta alle sfide e alle opportunità di un contesto globale in continua trasformazione. Negli ultimi anni, l'identità del Gruppo sta cambiando ulteriormente pelle, assumendo sempre più una connotazione di **player globale**, a cui è richiesto di innovare continuamente e di adattarsi alle esigenze di un mercato internazionale sempre più interconnesso.

Il **percorso di internazionalizzazione**, da tempo intrapreso con successo dal Gruppo, sta assumendo un ruolo sempre più centrale e strategico, non solo per gli elementi virtuosi che genera – come l'espansione delle competenze e l'accesso a nuovi mercati – ma anche per le sfide complesse che comporta. Il Gruppo Al maviva abbraccia queste sfide con responsabilità, in linea con i valori in cui Al maviva ha provato a racchiudere la sua essenza.

Il 2025 è stato un anno in continuità con l'evoluzione strategica dell'ultimo periodo, in cui è proseguito il passaggio **da System integrator ad attore**

protagonista digitale, ovvero proprietario di soluzioni sempre più verticali e innovative. Ciò rappresenta un cambio di prospettiva fondamentale nella storia del Gruppo. Non si tratta più di integrare tecnologie di terzi per creare soluzioni customizzate, ma di **sviluppare internamente piattaforme e prodotti proprietari**, verticali per settore, **capaci di risolvere problemi specifici e ricorrenti** dei mercati di riferimento. Ciò implica il riconoscimento che la reale competitività non risiede solo nella capacità di assemblaggio, bensì nella capacità di innovare e di generare valore mediante soluzioni proprietarie che riflettono il know-how e l'esperienza del Gruppo.

Parallelamente, il **modello B2B2C** amplia significativamente il perimetro, andando oltre il cliente diretto. Tradizionalmente Almaviva operava in una logica B2B pura, in cui il cliente – una Pubblica Amministrazione, un'azienda di trasporti, un operatore sanitario – rappresentava il destinatario finale della relazione **commerciale**. Nel nuovo assetto il cliente diretto resta centrale, ma entra a pieno titolo d'importanza anche il beneficiario ultimo, come il cittadino che prenota una visita medica attraverso una piattaforma digitale o il passeggero che utilizza un sistema di mobilità intelligente. La soddisfazione del cliente, molto importante per il Gruppo, viene monitorata attraverso un approccio integrato, che combina due metodologie di valutazione:

- una valutazione indiretta, basata sull'analisi della qualità del prodotto o servizio rispetto agli standard contrattuali; e
- una valutazione diretta, focalizzata sulla percezione e sulle opinioni espresse dai clienti.

Tale combinazione consente ad Almaviva di avere una visione completa e bilanciata, che tiene conto sia degli aspetti tecnici sia dell'esperienza dell'utente.

Inoltre, la visione di Almaviva trova la sua sintesi nel nuovo claim **"Digital for Life"** (approfondimento nel Capitolo 3 Digital for Life: Transizione digitale e responsabile), che rappresenta il modo in cui Almaviva interpreta il ruolo della tecnologia nella società contemporanea. Il digitale viene concepito come una presenza silenziosa e quasi impercettibile che abilita l'esperienza quotidiana: non tecnologia fine a sé stessa,

ma **tecnologia al servizio delle persone e della collettività**, in grado di risolvere problemi concreti, migliorare l'efficienza, generare nuove opportunità e rendere i servizi più accessibili e inclusivi. Tale claim può essere declinato verticalmente nei diversi settori in cui il Gruppo opera – dalla mobilità intelligente alla sanità digitale, dalla pubblica amministrazione alla cybersecurity – mantenendo una coerenza identitaria che esprime l'impegno trasversale verso una trasformazione digitale responsabile e human-centric. Tale coerenza è un elemento chiave per il Gruppo, perché consente di comunicare una visione unitaria pur operando in contesti e ambiti molto eterogenei, rafforzando il posizionamento del brand Almaviva come protagonista di una trasformazione digitale che mette le persone al centro.

1.2.1 IT Services

IT Services è l'area di servizi che ha l'obiettivo di proporre soluzioni tecnologiche per vari settori, contribuendo alla **digitalizzazione dei clienti** del Gruppo a tutti i livelli e con approcci *tailor-made*.

Queste soluzioni comportano una profonda revisione dei processi organizzativi a tutti i livelli, puntando alla valorizzazione dei dati prodotti durante l'intero processo. Infatti, il dato trasformato in nuova conoscenza diventa un nuovo asset aziendale, da valorizzare con competenze adeguate alle sfide attuali.

Per questo motivo, Almaviva supporta gli operatori che accolgono la sfida della trasformazione, in un percorso di sviluppo che investe in cambiamenti tecnologici, organizzativi, sociali, culturali e manageriali, in uno scenario in continuo cambiamento. Questo periodo presenta opportunità del tutto nuove, che si traducono in una continua evoluzione delle strategie di business, sempre più fondate su *Intelligenza Artificiale, Edging Computing, Cybersecurity, Cloud, Digital Experience e Mobile Business*. Grazie al proprio expertise tecnologico, a una rete di partnership a livello globale, ad un sistema di certificazioni internazionali e a competenze di processo in mercati diversificati, Almaviva è in grado di garantire elevati standard di qualità in ogni ambito del sistema *Practice & Digital Solution Services*.

PUBBLICA AMMINISTRAZIONE CENTRALE E LOCALE

Almaviva è un attore chiave nella trasformazione digitale della Pubblica Amministrazione italiana, affiancando le amministrazioni nel cogliere le opportunità offerte dal PNRR per rendere il Paese più moderno, inclusivo e sostenibile. In sostanza, Smart PA rappresenta un modello innovativo di Pubblica Amministrazione che integra una serie di servizi digitali essenziali per migliorare l'interazione con i cittadini. Il Gruppo favorisce lo sviluppo di infrastrutture digitali resilienti a supporto di amministrazioni centrali e locali, promuovendo efficienza e trasparenza attraverso l'impegno di tecnologie avanzate come l'intelligenza artificiale (IA) e la blockchain. Le soluzioni offerte includono l'identità digitale tramite SPID, CIE e EIDAS, i pagamenti elettronici con PagoPA, portali istituzionali dedicati all'amministrazione trasparente, servizi web, sportelli digitali e mobile app, oltre al fascicolo del cittadino e all'URP digitale/CRM per una comunicazione più diretta e personalizzata.

Grazie a progetti cofinanziati, tra cui il PNRR, Almaviva contribuisce attivamente alla modernizzazione e semplificazione dei processi e al miglioramento dell'accessibilità dei servizi pubblici per i cittadini, favorendo anche l'accessibilità, la trasparenza e la semplificazione per sviluppare una società equa, migliorando l'interazione con le istituzioni. I servizi di Almaviva assicurano infatti, la conformità alle linee guida dell'Agenzia per l'Italia Digitale (AgID) e supportano una gestione dei dati pubblici che rispetta i principi di sicurezza e privacy, a partire dalle indicazioni offerte dal GDPR. La trasformazione digitale che Almaviva propone è allineata ai principi dell'*Open Government*, favorendo una gestione responsabile e trasparente dei processi pubblici e consolidando quindi la fiducia tra cittadini e istituzioni.

L'Open Government rappresenta un modello di amministrazione pubblica fondato su tre principi chiave: trasparenza, partecipazione e collaborazione. Almaviva abbraccia questi valori, promuovendoli all'interno delle proprie attività e soluzioni. Difatti, fornisce alla Pubblica Amministrazione strumenti e servizi che possono aiutare concretamente a migliorare la vita dei cittadini, promuovere nuove opportunità di relazione tra istituzioni e cittadini in termini anche operativi, in linea con i principi dell'Open Government, per: favorire lo sviluppo di una società digitale, promuovere lo sviluppo sostenibile, etico ed inclusivo e contribuire alla diffusione di nuove tecnologie digitali.

SANITÀ

Almaviva propone un modello innovativo di *Connected Health* centrato sul paziente, che costituisce un ecosistema integrato connettendo strutture sanitarie, enti centrali e territoriali. L'obiettivo per il Gruppo è quello di spostare l'asse dalla "cura" al "prendersi cura", dalla gestione alla prevenzione di acuzie e cronicità, per superare il concetto reattivo di Salute e giungere ad un paradigma di benessere della Persona in ottica *OneHealth*, inteso cioè come benessere fisico e biologico, ma anche psichico, sociale e ambientale. Questo approccio assicura l'unicità del dato e la sua disponibilità in tempo reale, favorendo lo sviluppo di una Sanità sempre più digitale e vicina al territorio. Il digitale diventa così un abilitatore chiave di un nuovo paradigma sanitario, fondato su dati, interoperabilità e accesso rapido da parte dei cittadini. Almaviva pone il cittadino al centro di un ecosistema interconnesso che evolve da un modello ospedale-centrico a uno paziente-centrico, promuovendo la prevenzione e gestione proattiva delle cronicità, per ridurre l'ospedalizzazione e migliorare lo stato di salute complessivo della popolazione.

Le tecnologie come **IA, IoT, Cloud e Blockchain** rivoluzionano i processi clinici e organizzativi, liberando risorse e migliorando l'efficienza del sistema sanitario. Almaviva promuove l'adozione della telemedicina, la creazione di cartelle cliniche elettroniche, e modelli predittivi per diagnosi, logistica e gestione dei dati sanitari.

I nostri progetti

AGRICOLTURA

Almaviva facilita la transizione verso l'**Agricoltura 5.0** attraverso soluzioni che promuovono efficienza, sostenibilità e riduzione degli sprechi, realizzate grazie a competenze uniche in Italia maturate come partner tecnologico del MIPAAF - Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali - e di AGEA - Agenzia per le Erogazioni in Agricoltura. In questo ambito, il Gruppo supporta processi di tracciabilità della filiera produttiva, monitoraggio del territorio, integrazione della cartografia catastale con immagini aeree e satellitari ad altissima risoluzione, mappatura dell'uso del suolo con controlli sul campo e telerilevamento.

CULTURA, TURISMO E SPORT

Nella visione di Almaviva, la persona – che sia cittadino, utente o turista – è il centro di un ecosistema in cui strutture, servizi, strumenti e informazioni sono costantemente accessibili e interconnessi. In linea con gli obiettivi del PNRR, che promuove un rilancio del settore culturale e turistico attraverso un approccio digitale e sostenibile, anche per i siti minori e i territori meno valorizzati, Almaviva affianca le amministrazioni pubbliche nel cogliere tali opportunità.

Nel settore della **cultura**, il PNRR prevede una serie di investimenti per la valorizzazione del patrimonio artistico-culturale italiano, uno dei più importanti al mondo: dalle opere in senso stretto, come dipinti e sculture, a parchi, monumenti, giardini, ville storiche e altre strutture dall'alto valore architettonico. Almaviva collabora con la Pubblica Amministrazione per digitalizzare il patrimonio culturale, gestire archivi e sistemi di catalogazione in modo integrato, e offrire esperienze immersive attraverso tecnologie di realtà aumentata e virtuale, superando barriere fisiche e culturali.

PIATTAFORMA HELIOS

HELIOS, parte del GIOTTO Digital Ecosystem di Almaviva, è una piattaforma Digital Health innovativa, cloud-native, aperta e modulare, progettata per affrontare le sfide della trasformazione digitale della sanità. Essa **favorisce l'interoperabilità e la condivisione immediata dei dati tra medici, pazienti e istituzioni**, supportando un modello di assistenza socio-sanitaria più efficace, connesso e centrato sulla persona. Grazie a un'architettura flessibile e scalabile, HELIOS consente il monitoraggio in tempo reale di servizi e dati clinici, ottimizzando processi di prevenzione, diagnosi e cura. La piattaforma risponde alle esigenze di pubbliche amministrazioni, ASL, aziende ospedaliere e strutture private, garantendo sicurezza, conformità normativa e integrazione tramite standard internazionali come HL7 e FHIR. HELIOS promuove inoltre l'innovazione attraverso l'uso dell'intelligenza artificiale, contribuendo a una sanità integrata, efficiente e personalizzata.



Nel **turismo**, Almaviva sviluppa soluzioni digitali a supporto delle amministrazioni locali per promuovere un turismo sostenibile, monitorare i flussi turistici, analizzare il sentiment dei visitatori e contrastare il fenomeno dell'overtourism. Particolare attenzione è rivolta alla gestione delle destinazioni, anche grazie all'impegno di soluzioni Data-Driven. Attraverso le realizzazioni di portali turistici, per Regioni e grandi destinazioni, nonché di ecosistemi di smart tourism destination, Almaviva facilita l'interazione tra turista e territorio. Il Gruppo affianca, inoltre, il Ministero del Turismo nella realizzazione di diverse componenti digitali, integrate, modulari e scalabili, per la gestione e condivisione di informazioni e contenuti tramite: banca dati nazionale a disposizione di amministrazione centrale e singole regioni, knowledge base per mettere a disposizione dei Punti informativi turistici in Italia uno strumento di trouble ticketing per l'accesso a informazioni turistiche centralizzate e, infine, innovation network per condividere alle start-up innovative del settore i servizi di validazione del modello di business, assessment e mentoring.

Per lo **sport**, Almaviva propone soluzioni che migliorano l'esperienza di spettatori e fruitori di eventi sportivi, integrando l'organizzazione sportiva con servizi turistici e di mobilità. La piattaforma sviluppata dal Gruppo consente di far incontrare domanda e offerta, offrendo una visione completa dei flussi di visitatori sul territorio e potenziando l'attrattività degli eventi sportivi.

TRASPORTI E LOGISTICA

Con un'expertise distintiva che fonda le proprie radici nel campo ferroviario, il Gruppo Almaviva è **leader in Italia nell'ambito dell'ICT applicato al settore dei Trasporti e della Logistica** e un player sempre più significativo nel mercato internazionale. Queste soluzioni consentono l'adozione di modelli di business che rispondono alla crescente domanda di flessibilità e rapidità nel settore. La piattaforma di mobilità integrata, modulare e seamless, MOOVA di Almaviva, è in grado di connettere diverse modalità di trasporto in un unico e avanzato framework tecnologico per una mobilità veloce, interconnessa e flessibile. Essa rappresenta il cuore di questa offerta, integrando vari modi di trasporto in un sistema tecnologico unificato

che facilita la gestione e il monitoraggio della mobilità. Questo strumento fornisce informazioni accurate e tempestive sia agli operatori che agli utenti, coprendo l'intero processo di trasporto e logistica.

L'adozione di MOOVA da parte di clienti nazionali e internazionali produce numerosi vantaggi, tra cui la semplificazione e la digitalizzazione dei servizi di mobilità, l'incremento della sicurezza infrastrutturale e personale, la riduzione dei consumi energetici e il supporto alla transizione verso modalità di trasporto più ecologiche. Inoltre, la piattaforma contribuisce all'inclusione sociale, migliorando l'accessibilità ai servizi di trasporto per le persone con mobilità ridotta attraverso soluzioni digitali mirate.

L'offerta di Almaviva in ambito trasporti è integrata dalle competenze verticali di specifiche aziende del Gruppo, come Sadel, focalizzata su sistemi di *Passenger Information System*, e Tecnav, acquisita nel 2022, che offre sistemi di controllo del traffico ferroviario e sistemi SCADA, oltre al comando e controllo di impianti e processi produttivi in infrastrutture critiche per enti pubblici e privati, contribuendo così all'efficienza energetica e a una mobilità più sostenibile e sicura. Inoltre, lo scorso anno, *Tecnav Transport Division*⁴ ha intrapreso investimenti per aggiornare e migliorare le proprie soluzioni *hardware* e *software* dedicate alla sicurezza delle gallerie, mirando a ottenere l'omologazione RFI (Rete Ferrovia Italia) e ha completato l'integrazione del suo *Device Manager* nella piattaforma MOOVA, potenziando ulteriormente le infrastrutture di trasporto.

⁴ Azienda acquisita a settembre 2022 è una società di ingegneria con know-how e specifica esperienza tecnica in consulenza, sviluppo, implementazione e gestione di progetti ICT nell'ambito dell'automazione di infrastrutture critiche

ALMAVIVA E FONDAZIONE CORTINA

Una partnership che cresce nel tempo, tra innovazione, territorio e inclusività

La **collaborazione tra Almagiva e Fondazione Cortina** nasce con i Mondiali di Sci 2021, dove il Gruppo, come Technical Sponsor, contribuisce alla gestione della mobilità con la Smart Road SS51 per ANAS e la Control Room per CAV.

Nel 2022 il rapporto si consolida con un Contratto di Partnership triennale, che vede Almagiva accompagnare Fondazione Cortina attraverso **MOOVA Mobility Connect**, abilitando **servizi di mobilità più intelligenti** per cittadini, visitatori e stakeholder.

Nella stagione 2023-2024 Almagiva diventa Partner ufficiale e sostiene il **progetto #SNOW DIFFERENCE**, con iniziative concrete per accessibilità e inclusione, tra cui mappe tattili dedicate. Con la stagione 2024-2025 l'impegno viene rinnovato, con l'obiettivo di costruire modelli di mobilità e infrastrutture sempre più sostenibili, intelligenti e accessibili, generando un impatto positivo duraturo sui territori montani.

Nel 2025, Almagiva ha proseguito la propria partnership strategica con Fondazione Cortina, una collaborazione che affonda le radici nel supporto tecnologico ai Mondiali di Sci 2021 e che si è evoluta in un impegno strutturato **per lo sviluppo sostenibile, innovativo e inclusivo dei territori montani**. Attraverso la piattaforma **MOOVA Mobility Connect**, Almagiva supporta la gestione intelligente della mobilità, migliorando l'esperienza di residenti e visitatori. Nel corso del 2025, la partnership si è estesa anche a **iniziative di inclusività**, come la realizzazione di mappe tattili per l'accessibilità, e rappresenta un modello concreto di come l'innovazione tecnologica possa contribuire alla creazione di infrastrutture sostenibili e inclusive. Questo impegno riflette la visione di Almagiva di **"Digital for Life"**: tecnologie che rendono la vita quotidiana più accessibile, sicura e sostenibile.

LA MOOVA ACADEMY

Una partnership che cresce nel tempo, tra innovazione, territorio e inclusività

La **MOOVA Academy** è un'iniziativa di e-learning creata per supportare i professionisti del settore dei trasporti nello sviluppo di competenze legate alla mobilità integrata, sostenibile e digitale, in linea con i principi della piattaforma MOOVA. Il programma "MOOVA Academy A Talent Revolution", avviato nel 2022, si rivolge a giovani laureati e laureandi in discipline STEM, con l'obiettivo di formarli su temi chiave dell'innovazione nei trasporti e nella logistica.

Tra gli ammessi alla selezione c'è spazio anche per un numero massimo di 3 tesisti, che conseguono la laurea magistrale entro 6 mesi. Tali figure sono accolte come stagisti in Azienda per realizzare la propria tesi di laurea e in seguito possono partecipare al programma formativo nella successiva classe di apprendisti.

Il programma prevede un percorso di continuous learning strutturato su 60 giornate di formazione nel primo anno. Dopo un mese iniziale dedicato all'inserimento in azienda e all'acquisizione delle competenze di base, la formazione prosegue con modalità diverse e complementari. Sono previste **96 ore di e-learning**, **192 ore di peer education**, un processo di condivisione della conoscenza tra pari focalizzato su tematiche tecnologiche, e **96 ore di formazione frontale**, con percorsi personalizzati sulle tecnologie e metodologie IT più innovative. Il percorso si sviluppa attraverso sessioni peer-to-peer e corsi on demand sulle principali piattaforme digitali, sempre supportato dal Team di Peer Education. L'apprendimento è costantemente monitorato tramite verifiche e premi in ottica gamification, fino al superamento degli esami di certificazione della MOOVA Academy.

SERVIZI FINANZIARI E ASSICURAZIONE

Da oltre tre decenni, Almaviva è un punto di riferimento nell'evoluzione della trasformazione digitale nel settore finanziario, supportando lo sviluppo dei principali attori del mercato con soluzioni innovative. **ReActive**, parte del Gruppo Almaviva, si dedica a rafforzare e ampliare l'offerta rivolta a banche, assicurazioni e nuovi operatori finanziari, promuovendo prodotti e servizi che rispondono alle esigenze di un settore in continua evoluzione tecnologica e di processo. Inoltre, si focalizza sul rendere più stretto il rapporto tra gli operatori finanziari e gli italiani che ogni giorno usano il proprio telefono per tutelare i propri investimenti. **Kline**, costituita nel 2021, si focalizza negli ambiti *FinTech*, *Wealth Management* e *RegTech*. Il Gruppo Almaviva supporta quindi banche, compagnie di assicurazione, SIM, SGR e nuovi operatori finanziari nell'accelerare l'adozione di nuovi modelli di business ed efficientare quelli esistenti. Il Gruppo collabora con le banche per innovare servizi e prodotti, progettando piattaforme sicure e aperte, gestendo progetti di trasformazione tecnologica di ogni complessità. In ambito assicurativo, Almaviva supporta i player del settore nell'adozione

di soluzioni multicanale per migliorare l'esperienza del cliente e l'efficienza delle imprese assicurative. Tutto questo assicurando la *compliance* rispetto alle normative del settore ed adottando tecnologie innovative, come ad esempio la *Blockchain* per la gestione delle attività di *back-office* e *trading & execution di digital assets* (NFT e Security Token).

DIFESA E SICUREZZA

In un contesto geopolitico in continua evoluzione, Almaviva si afferma come partner strategico nel settore della Difesa e Sicurezza, collaborando attivamente con l'Esercito e le Forze dell'Ordine. Il Gruppo offre un'ampia gamma di sistemi informativi avanzati, progettati e sviluppati con tecnologie all'avanguardia per rispondere alle esigenze operative più complesse. L'offerta di Almaviva comprende soluzioni di comando e controllo per la pianificazione di missioni, tecnologie di identificazione biometrica, sistemi di sorveglianza territoriale avanzata e dispositivi per l'analisi comportamentale. A supporto delle attività operative, Almaviva realizza anche sistemi certificati per la comunicazione tra centri di comando e piattaforme



aeronavali, soluzioni investigative e sistemi integrati per la sorveglianza dei confini. Nel campo della **sicurezza digitale**, Al maviva è attivamente impegnata nella definizione di strategie di *Cyber Security* e nella fornitura di *Managed Security Services* (MSS), garantendo un approccio completo e integrato alla protezione delle informazioni. Il Gruppo sviluppa inoltre sistemi di *Identity & Access Management* su *smartcard*, a tutela dell'identità digitale e della sicurezza degli accessi.

Attraverso questa offerta articolata, Al maviva contribuisce a rafforzare le capacità tecnologiche delle istituzioni preposte alla sicurezza nazionale, con soluzioni affidabili, scalabili e costantemente aggiornate.

Il Gruppo mette in campo un insieme di competenze integrate per realizzare soluzioni innovative, combinando le nuove tecnologie con l'esperienza di analisti, progettisti e professionisti del settore. Difatti, il Gruppo, ad oggi, ha realizzato **più di 400 progetti affianco più di 100 clienti; permettendo di sorvegliare circa 8.000 km di costa**⁵.

ENERGIA E UTILITY

Al maviva affianca gli operatori del settore Energia e Ambiente con un'offerta innovativa, che integra tecnologie d'avanguardia, piattaforme *best-of-breed* e soluzioni proprietarie per abilitare una gestione intelligente dell'energia e ottimizzare i processi di *customer engagement management*, ovvero strumenti evoluti di business intelligence per l'analisi in tempo reale delle performance operative e delle attività di *customer interaction*, cruscotti direzionali per il *quality compliance monitoring*, piattaforme per la pianificazione e gestione delle risorse aziendali e servizi di *IT infrastructure management* e *business process outsourcing*. Grazie ai servizi Al maviva, i clienti del Gruppo possono contare oltre **24.000 siti monitorati per consumi energetici, 1.5 mln di bollettini postali gestiti al giorno e 50.000 ore di conversazione analizzate**⁶.

^{5,6,7} Per ulteriori informazioni si rimanda alla sezione dedicata del sito



In linea con gli **obiettivi di sostenibilità ambientale e resilienza territoriale** promossi dal Ministero dell'Ambiente e della Sicurezza Energetica, Al maviva propone soluzioni digitali avanzate a supporto di enti pubblici e amministrazioni. Tali soluzioni contribuiscono a migliorare la capacità di previsione degli impatti del cambiamento climatico, a mitigare i rischi legati al dissesto idrogeologico e a rafforzare la resilienza del territorio. Particolare attenzione è rivolta anche alla **gestione sostenibile delle risorse idriche**: Al maviva sviluppa sistemi in grado di garantire la sicurezza e l'efficienza lungo tutto il ciclo dell'acqua, dall'approvvigionamento alla distribuzione, contribuendo a una governance ambientale più intelligente e sostenibile. Difatti, grazie al Gruppo sono stati realizzati **oltre 180 progetti, 20.000 km di rete idrica sono stati analizzati e 2.600 km di siti naturali vengono monitorati**⁷.

TELCO E MEDIA

Il Gruppo Al maviva sviluppa soluzioni avanzate per la **Customer Experience**, basate su piattaforme di ultima generazione che abilitano l'engagement multicanale, l'analisi in tempo reale delle interazioni e il monitoraggio continuo per garantire conformità e ottimizzazione dei processi aziendali. Grazie a queste soluzioni, i player del settore possono gestire in modo efficiente il customer management attraverso un'interfaccia unificata, automatizzare le attività di back-office e analizzare dati strutturati e non strutturati. L'obiettivo è migliorare la qualità dell'esperienza cliente e potenziare le prestazioni operative, in un'ottica di continua evoluzione e innovazione.

SMART WATER MANAGEMENT SYSTEM (SWMS)

Almaviva ha sviluppato una soluzione innovativa a supporto della gestione del Servizio Idrico Integrato e delle attività di riduzione delle perdite. Il sistema garantisce l'interoperabilità con le piattaforme esistenti del gestore e rende i dati disponibili a tutti i livelli aziendali. I principali benefici includono la localizzazione e il monitoraggio delle perdite, il controllo delle reti e dello stato delle condotte, e la gestione ottimizzata della pressione. Il sistema fornisce inoltre informazioni strategiche a supporto delle decisioni operative, in particolare per gli interventi finalizzati alla riduzione delle perdite idriche.

Le piattaforme Almaviva per la gestione intelligente della risorsa idrica creano un modello digitale avanzato della rete, abilitando **analisi predittive “what-if” e cruscotti per la prelocalizzazione e il monitoraggio delle perdite**. Queste soluzioni tecnologiche di frontiera supportano la riduzione degli sprechi idrici attraverso l'integrazione di dati satellitari e IoT dai sistemi di campo, sistemi GIS, piattaforme ERP e WFM, oltre a strumenti di Business Intelligence e indicatori di performance (KPI) dedicati. Un approccio innovativo che coniuga tecnologia e sostenibilità per una gestione efficiente e responsabile dell'acqua.

SMART ENERGY MANAGEMENT (SEM)

Almaviva offre e sta continuando ad aggiornare e implementare SEM (Smart Energy Management), una soluzione pensata per gestire in modo intelligente i dati relativi ai consumi energetici, con l'obiettivo di favorire la sostenibilità ambientale e ridurre i costi operativi. SEM rappresenta una piattaforma dedicata all'**ottimizzazione dei consumi energetici** negli edifici e negli impianti, attraverso processi di analisi, monitoraggio e controllo. La piattaforma consente di raccogliere facilmente e a basso costo i dati di funzionamento di molteplici strutture, elaborandoli e trasformandoli in informazioni utili per migliorare l'efficienza energetica.



1.2.2 Digital Relationship Management

Nella moderna economia di servizi, le soluzioni di *Digital Relationship Management* sono diventate sempre più il fulcro delle relazioni tra aziende e clienti. Grazie all'analisi di grandi quantità di dati, le tecnologie DRM consentono di acquisire una conoscenza approfondita dei consumatori, generando un vantaggio competitivo e permettendo di offrire servizi sempre più personalizzati. In un contesto segnato dalla liberalizzazione dei mercati, dalla globalizzazione e da una crescente pressione competitiva, le relazioni digitali si configurano come un asset strategico per la crescita del business.

Questo scenario spinge le aziende a ripensare le proprie strategie di engagement e interazione con i clienti: in questo ambito, Almaviva ha sviluppato un network globale che valorizza la ricchezza culturale, intellettuale e professionale del Gruppo per fornire soluzioni innovative, con l'obiettivo di migliorare e arricchire le interazioni tra clienti e fornitori di servizi, anche grazie attraverso l'utilizzo dell'Intelligenza Artificiale.

ALMAVIVA EXPERIENCE: RUOLO STRATEGICO NEL GRUPPO E ADATTAMENTO LOCALE

Almaviva Experience presenta ormai una consolidata esperienza nel business e nella geografia di riferimento, contribuendo alla visione strategica del Gruppo attraverso diverse leve:

- la condivisione di modelli operativi e best practice sviluppati nel contesto brasiliano, che possono essere esportati ad altri mercati emergenti;
- l'expertise nello sviluppo di framework di compliance che bilanciano requisiti locali e standard globali;
- programmi strutturati di sostenibilità che dimostrano come integrare la responsabilità nelle operazioni di customer experience e debt collection;
- contributi concreti alla strategia di internazionalizzazione del Gruppo, consolidando la posizione di Almaviva come abilitatore di infrastruttura digitale critica a livello globale.



Nel contesto del DRM il Gruppo sta vivendo ormai da diversi anni una trasformazione radicale, passando da un modello basato sul numero di operatori a un paradigma fondato su **tecnologia, automazione e intelligenza artificiale**. Questa transizione segna un punto di svolta strategico per il Gruppo Al maviva, che ha scelto di investire in soluzioni innovative capaci di migliorare l'efficienza dei servizi, garantire maggiore scalabilità e rispondere alle esigenze di un mercato in continua evoluzione.

Cuore di questa trasformazione è anche l'ecosistema di soluzioni di Al mawave, che sviluppa una piattaforma proprietaria *people-centered*, progettata per innovare la gestione delle reazioni con i clienti. Basata sulla comprensione del linguaggio naturale tramite tecnologie di IA, la piattaforma permette l'analisi in tempo reale delle interazioni su tutti i canali – tradizionali e digitali – sia in modalità human to human che self-service, assistita o supervisionata.

Il **modello evolutivo** adottato dal Gruppo Al maviva combina due approcci complementari: da un lato, **strumenti di automazione** avanzata che affiancano l'operatore umano, aumentandone l'efficacia e riducendo i tempi di risposta; dall'altro, **soluzioni interamente automatizzate** capaci di gestire autonomamente volumi crescenti di interazioni. Questo doppio binario consente un miglioramento tangibile dell'esperienza del cliente, l'ottimizzazione delle risorse e un significativo rafforzamento della competitività sul mercato.

A livello internazionale, il business del *Digital Relationship Management* ha subito importanti trasformazioni: se in Europa il settore ha già vissuto una fase di riorganizzazione, in Brasile, Tunisia e Colombia il mercato è in forte espansione. Il **Brasile**, in particolare, rappresenta un laboratorio di innovazione per il Gruppo, dove la progressiva digitalizzazione dei servizi ha consentito di mantenere ricavi e margini stabili, nonostante la contrazione del mercato. L'adozione di strategie selettive ha permesso di abbandonare progetti obsoleti e concentrarsi su soluzioni digitali ad alto valore aggiunto. Inoltre, il Gruppo si sta espandendo anche nel Sud-Est Asiatico grazie alle alleanze strategiche con attori locali, per offrire servizi e soluzioni di *Digital Relationship Management* all'avanguardia.

1.2.3 New Technology

Al maviva, attraverso **Al mawave**, offre soluzioni tecnologiche all'avanguardia in grado di trasformare i processi aziendali, facilitando l'innovazione tecnologica nei modelli di business di **oltre 400 clienti** in diversi settori di mercato. Con un team internazionale, attivo in Italia, Brasile, Spagna e USA, e grazie a consolidate collaborazioni scientifiche, Al mawave **sviluppa modelli e tecnologie proprietarie di IA per sfruttare tutte le potenzialità offerte dai dati e dalle interazioni in linguaggio naturale, in oltre 30 lingue**, con l'obiettivo di migliorare la valorizzazione del patrimonio informativo delle organizzazioni, ottimizzare l'automazione e, infine, abilitare la trasformazione digitale dei clienti.

A fondamento di questo ecosistema di soluzioni si colloca **AlWave**, la piattaforma AI proprietaria, costruita su un'architettura modulare basata su microservizi, e progettata per adattarsi a qualsiasi tipo di implementazione, sia essa in: ambienti cloud, ibridi, oppure on-premise.

La piattaforma AlWave costituisce la tecnologia abilitante su cui si basa l'intera offerta delle AI Application di Al mawave.

Conversation Studio è un'applicazione pronta all'uso pensata per sviluppare assistenti conversazionali avanzati. Sfruttando modelli linguistici proprietari, algoritmi innovativi e l'AI generativa, Conversation Studio consente di **realizzare rapidamente assistenti in grado di fornire risposte accurate e contestuali**, attingendo dalle basi di conoscenza del cliente. Questa soluzione presenta alcune funzionalità avanzate come la gestione intelligente dei fallback, per l'ottimizzazione delle interazioni in scenari complessi, e l'interoperabilità semantica che consente la conversione da linguaggio naturale a query strutturate.

Discovery Experience è, invece, l'applicazione AI pensata per rivoluzionare le modalità con cui le organizzazioni interagiscono con il proprio patrimonio informativo. Combinando le più consolidate tecnologie di information retrieval con le più moderne metodolo-

gie di AI generativa, questa applicazione permette di scoprire nuovi insight con semplicità, **semplificando l'accesso, l'esplorazione e la comprensione dei dati**, ottimizzando i flussi di lavoro e supportando decisioni più rapide e consapevoli.

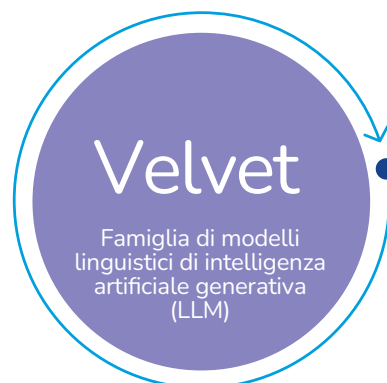
Dotata di un'interfaccia grafica intuitiva, consente di accedere alle informazioni in modo più semplice, sia attraverso filtri intelligenti generati automaticamente, sfruttando argomenti, entità e metadati presenti nei documenti, sia tramite la possibilità di esplorare documenti correlati. I contenuti multimediali, audio o video, sono inoltre consultabili e accessibili attraverso la stessa interfaccia unificata.

L'applicazione offre una migliore esperienza di recupero delle informazioni: per ogni result set ottenuto è possibile avere una sintesi dei risultati oppure fare domande in linguaggio naturale su uno o più documenti, sfruttando il sistema di RAG. Un'altra funzionalità nativamente integrata è in grado, inoltre, di produrre report basati sulle informazioni rilevanti, tramite un editor di testo integrato con funzionalità AI per l'assistenza alla redazione.

Una verticalizzazione specializzata di Discovery Experience è stata sviluppata per il settore educativo, adattando modelli e tecniche di AI generativa alle esigenze della formazione a distanza.

La struttura a micro-frontend di AlWave permette l'inserimento di componenti UI pronte all'uso direttamente nelle applicazioni dei clienti, riducendo significativamente i tempi di implementazione e semplificando l'adozione.

Espandendo ulteriormente la propria offerta tecnologica, il 29 gennaio 2025 AlWave ha **presentato Velvet, una famiglia di Large Language Model (LLM) multimodali, progettata e realizzata integralmente in Italia su architettura proprietaria**. Velvet rappresenta l'espressione di un bagaglio di competenze solide, maturate da AlWave e dai suoi professionisti in oltre 15 anni di attività in ambito R&D e attraverso centinaia di progetti legati all'uso dell'IA in settori quali Sanità, Previdenza, Giustizia, Sicurezza, Mobilità, Finanza e PA. Velvet nasce da una progettazione attenta dell'IA nello scenario di riferimento europeo,



pensata per essere sostenibile – dunque leggera nei consumi – ma al tempo stesso efficace nei casi d'uso reali. La famiglia Velvet comprende diversi modelli: **Velvet 25B**, ottimizzato per i task testuali in tutte le 24 lingue ufficiali dell'unione europea e con **avanzate capacità di ragionamento**; **Velvet 14B**, un modello open weights in grado di lavorare con **6 lingue diverse** (italiano, tedesco, spagnolo, francese, portoghese, inglese); Velvet 2B e la sua versione più recente **Velvet 2B – 1.5** modelli open weights **compatti e leggeri** per l'italiano e l'inglese; **Velvet Speech 2B**, un LLM **multimodale** in grado di elaborare input testuali o audio, sia in italiano, sia in inglese.

La governance dei dati e rispetto del quadro regolatorio europeo hanno costituito un pilastro fondamentale nello sviluppo di Velvet: ridurre i rischi di discriminazione e mitigare i bias è stato implementato un approccio attento e rigoroso nella cura e nella selezione dei dati di addestramento. Un elemento innovativo a livello internazionale è "PAE" (**Private Association Editing**), un **algoritmo proprietario** che permette di eliminare, dove necessario, direttamente dal modello, le informazioni sensibili, senza necessità di riaddestramento. AlWave ha identificato il punto di equilibrio nella costruzione di un modello che massimizza le performance anche utilizzando infrastrutture con risorse computazionali limitate, come nel caso di deploy on-edge, , contenendo la carbon-footprint e i consumi

di energia. Velvet è pronto all'uso e compatibile con le infrastrutture di tutti i principali provider di servizi in cloud, quali Oracle, AWS, Dell, IBM e Microsoft, ma anche in modalità self-hosted. **Velvet è nativamente integrato nella piattaforma AlWave e, conseguentemente, in tutte le sue diverse soluzioni e verticalizzazioni.**

Complementare alle soluzioni di AI generativa è **Audioma**, il motore di tecnologie vocali di Almawave, che rappresenta il risultato di un continuo impegno di ricerca ed evoluzione nell'ambito della **trascrizione automatica del parlato**. Audioma è caratterizzato da un nuovo decoder proprietario che consente di addestrare modelli con diversi framework, mantenendo un unico decoder proprietario. In **modalità batch** la velocità di trascrizione è in media quattro volte maggiore rispetto alle versioni precedenti. In modalità **real-time**, Audioma combina reti Transformer-based e Weighted Finite State Transducers per offrire un riconoscimento vocale **accurato e flessibile**, adatto sia a contesti generali sia a domini più specifici.

Una novità nel panorama delle tecnologie vocali è la **Segment-aware Speaker Identification**, che permette il riconoscimento dell'identità di parlatori di interesse con un'accuratezza superiore al 99% anche in audio multi-speaker con centinaia di target. Almawave ha inoltre rinnovato la sua funzionalità di **Spoken Language Identification (SLI)** per il riconoscimento vocale, al fine di rafforzare l'utilizzo di Audioma nel mercato scandinavo del broadcast monitoring. Per quanto riguarda lo sviluppo dei prodotti vocali che si interfacciano con Audioma, Almawave ha esteso le funzionalità di **FlyScribe** integrando le nuove funzionalità di diarization e speaker identification. Infine, per rispondere alle esigenze espresse da organi istituzionali italiani, è stato introdotto ed implementato un nuovo caso d'uso: la trascrizione con revisione near real-time, per il quale è stato implementato uno stream-recorder gestibile **sia via interfaccia grafica, sia via API**.

L'innovazione tecnologica di Almawave è alimentata da un impegno costante verso la ricerca scientifica e lo sviluppo di soluzioni all'avanguardia. Le **attività di ricerca, sia interne sia in partnership con l'accademia**, proseguono con continuità grazie alla collaborazione con partner scientifici di riferimento quali Università Tor Vergata, Fondazione Bruno Kessler, Università La Sapienza, Università di Catania e Università di Bari.

Gli LLM, l'AI generativa e le tecnologie vocali costituiscono gli ambiti principali delle attività di ricerca portate avanti in Almawave, con particolare focus su tematiche quali la data contamination, la modifica delle informazioni dopo il pre-training con il possibile opt-out dal modello, e la mitigazione del fenomeno delle allucinazioni.

Le ricerche e le analisi condotte hanno prodotto pubblicazioni già accettate o in fase di revisione in importanti conferenze italiane e internazionali di riferimento per il settore. In particolare, il lavoro sulla data contamination è stato accettato ad ACL 2024, una delle più importanti conferenze scientifiche in ambito Natural Language Processing, mentre la ricerca sulla modifica delle informazioni dopo il pre-training è attualmente sotto revisione alla conferenza EMNLP. La collaborazione in ambito delle tecnologie vocali sul tema della speaker separation con l'Università Politecnica delle Marche e con la Fondazione Bruno Kessler ha portato alla pubblicazione di articoli scientifici su riviste in-

Almaviva, attraverso **Almawave**, offre soluzioni tecnologiche all'avanguardia in grado di trasformare l'esperienza utente, i processi aziendali e i modelli di business di **oltre 400 clienti** in diversi settori di mercato.

ternazionali di riferimento. Per la compliance etica e regolatoria, Almawave collabora con SlpEIA – Società Italiana per l'Etica nell'Intelligenza Artificiale. Inoltre, la società in partnership con varie primarie realtà industriali italiane, si è aggiudicata di recente Innovate, il primo calcolatore Industry grade per erogare servizi di Intelligenza Artificiale promosso da Euro HPC, che sarà gestito da Cineca.

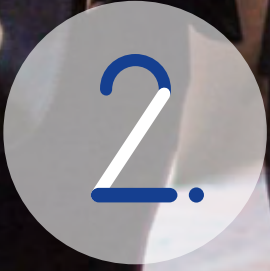
Nel complesso, Almawave **rappresenta l'impegno del Gruppo Almaviva verso l'innovazione tecnologica sostenibile**, fornendo ai clienti strumenti potenti e flessibili per trasformare i propri processi attraverso l'intelligenza artificiale, mantenendo il controllo infrastrutturale, la semplicità operativa e il rispetto dei principi etici e normativi europei.

Uno degli esempi di **applicazioni concrete** dei prodotti del Gruppo riguardano **il settore sanitario**, dove Almawave ha collaborato con uno dei principali ospedali e IRCCS in Italia per sviluppare uno strumento che migliora la comprensione dei diari clinici, arricchendo le informazioni disponibili per i medici e facilitando diagnosi e prognosi più precise. Almawave ha anche creato strumenti conversazionali automatizzati per fornire supporto informativo nel **settore della previdenza e dell'assistenza**, migliorando l'accesso alle informazioni per i cittadini.





Digital for Life



2.

Governance

I principi di buon governo dell'azienda rappresentano un pilastro fondamentale dei temi ESG, definendo l'insieme di criteri, regole e procedure che regolano la gestione dell'organizzazione, contribuendo a delinearne l'identità e ad assicurarne l'integrità operativa.

Almaviva presidia le principali questioni ambientali, sociali ed etiche all'interno delle strategie aziendali e nelle relazioni con gli stakeholder, la capacità di presidiare questi ambiti attraverso strutture e processi trasparenti, responsabili e partecipativi rafforza la coerenza tra gli obiettivi aziendali e gli impegni ESG.

2.1 Il nostro governo societario

GRI 2-9, 2-10, 2-11, 2-12, 2-13, 2-18, 2-19, 2-20, 207-2

La governance di Almaviva si concentra su una visione a lungo termine che mira a rispondere efficacemente alle sfide emergenti e a integrare lo sviluppo tecnologico con gli obiettivi di sostenibilità. La struttura di governance segue un modello in cui, fermi restando i compiti dell'Assemblea, il Consiglio di Amministrazione ha la responsabilità della strategia aziendale e il Collegio Sindacale svolge funzioni di vigilanza.

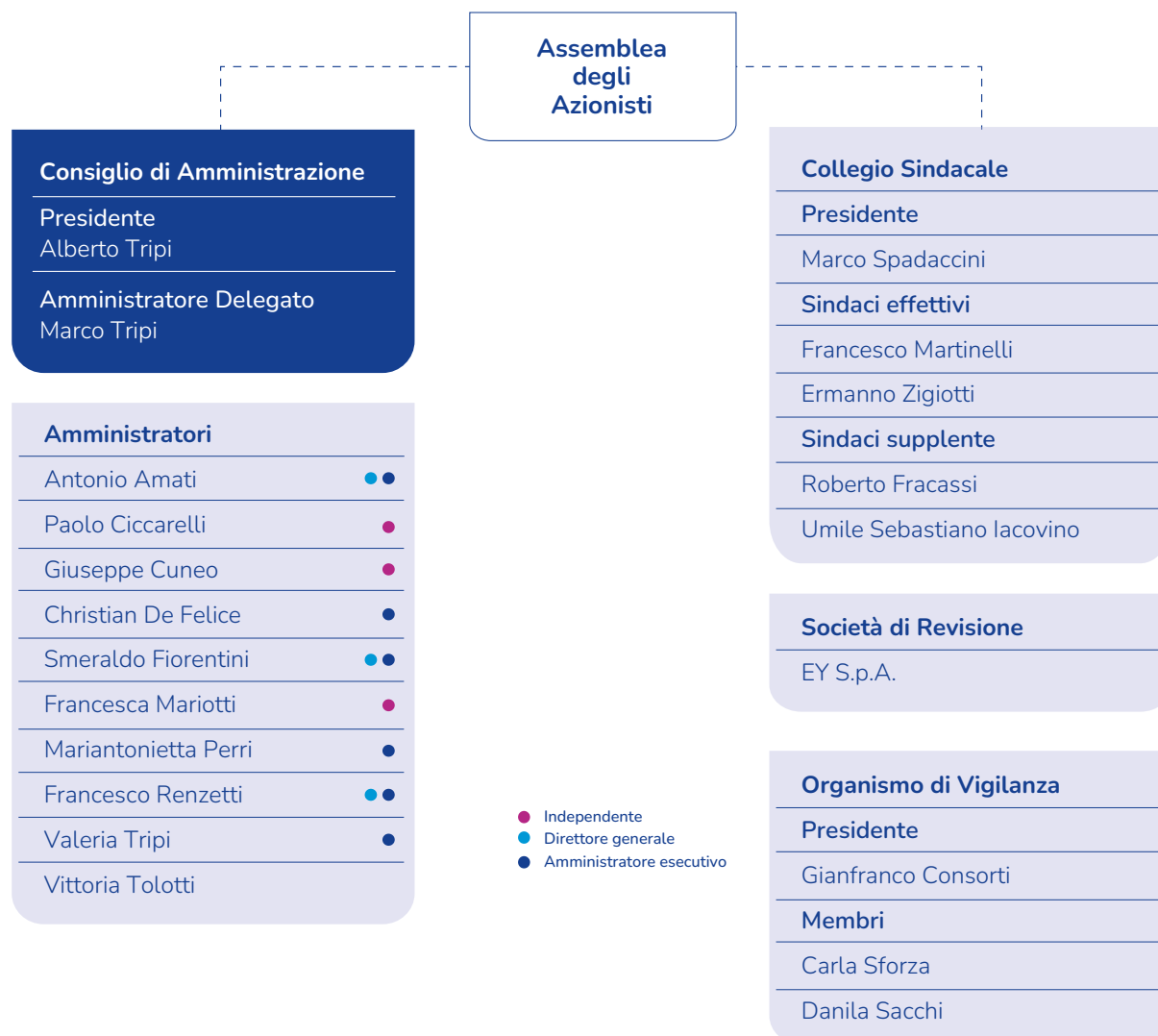
➔ **Il Consiglio di Amministrazione**, nominato dall'Assemblea degli Azionisti in data 7 maggio 2024 e in carica per tre anni, è composto da dodici membri, tra cui quattro donne e tre amministratori indipendenti. I componenti del Consiglio vantano competenze diversificate e specifiche, maturate nel settore ICT e lungo i rispettivi percorsi professionali.

➔ **Il Collegio Sindacale**, nominato dall'Assemblea degli Azionisti il 21 aprile 2022, è composto da tre membri effettivi e due supplenti. Esso vigila sull'osservanza delle norme di legge e statutarie, sul rispetto dei principi di corretta amministrazione e sull'adeguatezza degli assetti organizzativi, amministrativo e contabile e sul suo concreto funzionamento.

➔ **L'Assemblea degli Azionisti** stabilisce la remunerazione dei membri del Consiglio, in aggiunta alla quale il Consiglio di Amministrazione stabilisce la remunerazione degli Amministratori investiti di particolari cariche, sentito il parere del Collegio Sindacale. La revisione dei conti è affidata a EY S.p.A.

Inoltre, la struttura di governance del Gruppo Almaviva prevede un **Organismo di Vigilanza (OdV)**, come definito dal D.Lgs. 231/2001, cui è assegnato il compito di vigilare sul funzionamento e l'osservanza del Modello Organizzativo adottato per la prevenzione dei reati previsti dal Decreto e di curarne il relativo aggiornamento.

Composizione degli Organi di Amministrazione e Controllo a maggio 2025



Composizione del Consiglio d'Amministrazione 2025



Nel 2025, la composizione del CdA non è variata, rimanendo in linea con l'anno scorso e con l'obiettivo fissato da Al maviva di conseguire nel 2024 e mantenere negli anni successivi **una presenza femminile nel Board pari al 33%**.

La selezione dei membri avviene sulla base delle esperienze professionali dei candidati, della indipendenza e della diversità di genere, mentre la nomina avviene in sede assembleare. Inoltre, tutti i componenti il Consiglio di Amministrazione, a pena di ineleggibilità, devono possedere i requisiti di legge e quelli previsti in materia di partecipazione alle gare pubbliche d'appalto

Competenze del CdA di Al maviva S.p.A.



OBIETTIVI DI SOSTENIBILITÀ IN AMBITO GOVERNANCE

Già dal 2023, il Gruppo Al maviva, per rafforzare il proprio impegno verso una governance sostenibile, **ha integrato i criteri ESG nelle politiche di remunerazione del Top Management, definendo un MBO (Management by Objectives) di sostenibilità**. L'obiettivo principale dell'iniziativa è incentivare comportamenti aziendali responsabili, promuovendo una cultura organizzativa che valorizza le tematiche di sostenibilità. Questo approccio non solo mira a migliorare le performance ambientali e sociali, ma anche a garantire una crescita sostenibile a lungo termine, allineando gli interessi del management con quelli di tutti gli stakeholder.

Gli obiettivi ESG definiti, raccolti all'interno del Piano di sostenibilità, e i relativi risultati raggiunti, sono raccontati con maggior dettaglio all'interno del Paragrafo 2.4.1 "La strategia e la Governance di Sostenibilità" ed evidenziano l'efficacia del modello adottato dal Gruppo, e l'ambizione verso traguardi sempre più sfidanti

2.2 L'etica del Gruppo

GRI 2-15, 2-23, 2-24

Almaviva fonda la propria identità su una visione etica chiara e condivisa, formalizzata nel Codice Etico e di Condotta del Gruppo.

Il documento non solo definisce i principi ispiratori e le regole comportamentali, ma costituisce anche il fondamento su cui si basa l'intero Modello Organizzativo 231 e il Sistema di Controllo Interno. Per Almaviva, l'etica rappresenta una condizione imprescindibile per il successo imprenditoriale, valida in ogni sede operativa, sia in Italia che all'estero, e per tutti i soggetti che, a vario titolo, interagiscono con il Gruppo. Il **Codice Etico e di Condotta** elenca infatti i valori e i principi che guidano il comportamento di tutti coloro che operano all'interno del Gruppo, definendo con chiarezza diritti, doveri e responsabilità nei confronti di tutti gli stakeholder.

Il documento sottolinea l'importanza della legalità, della trasparenza, della correttezza nei rapporti con i partner, consulenti, clienti, fornitori e collaboratori e dell'adozione di pratiche orientate alla tutela della salute, della sicurezza sul lavoro e dell'ambiente.

Il Codice supporta inoltre l'efficacia del Modello Organizzativo 231 e del sistema di controllo interno, fornendo strumenti e indicazioni operative per prevenire comportamenti non conformi e garantire un agire etico e trasparente.

Almaviva promuove la conoscenza e la diffusione del Codice attraverso programmi di formazione, strumenti di segnalazione e aggiornamenti periodici, contribuendo a rafforzare una cultura aziendale fondata su responsabilità, integrità e legalità.

L'operato quotidiano nel tessuto aziendale si ispira inoltre ad un ecosistema di **valori fondamentali** quali **onestà, correttezza, imparzialità, lealtà, trasparenza e rispetto delle normative**. Tali principi orientano sia le relazioni interne che quelle con clienti, fornitori, comunità, istituzioni e investitori. Almaviva rifiuta ogni forma di comportamento scorretto, perseguendo i propri obiettivi attraverso la qualità e la competitività dei servizi, l'innovazione tecnologica e l'attenzione alle esigenze del cliente. Tali riferimenti sono stati formalizzati nella **Carta dei Valori del Gruppo**, un patrimonio condiviso che rappresenta il legame tra le quattro generazioni attualmente presenti all'interno dell'organizzazione.

Il Gruppo si impegna a creare valore in modo responsabile, promuovendo un equilibrio tra risultati economici, impatto ambientale e inclusione sociale. In questa prospettiva, grande importanza viene attribuita alla **tutela dei diritti umani e dei lavoratori, alla valorizzazione della diversità e delle persone**: meritocrazia, pari opportunità, salute e sicurezza nei luoghi di lavoro rappresentano i pilastri della cultura organizzativa di Almaviva.

Tra i vari argomenti da menzionare in questo contesto, è fondamentale sottolineare l'importanza attribuita alla **protezione dei dati personali e del patrimonio informativo aziendale**, nonché e la conseguente necessità di garantire il rispetto delle normative vigenti in materia di privacy e sicurezza. Tutte le attività di trattamento dei dati si svolgono nel rispetto dei principi di liceità, pertinenza, proporzionalità e sicurezza.



I nostri valori

● INTEGRITÀ

Per Almaviva, **correttezza, lealtà e imparzialità** costituiscono i pilastri della gestione del business, in linea con le normative vigenti e i più elevati standard internazionali. La trasparenza rappresenta un elemento essenziale nella comunicazione verso il mercato, gli investitori e le diverse comunità.

● L'INNOVAZIONE

L'innovazione è l'elemento distintivo del Gruppo Almaviva. È il motore che guida la ricerca, l'offerta e la struttura organizzativa, traducendosi nella progettazione e realizzazione di prodotti e servizi unici, soluzioni ad alto valore basate su eccellenza tecnologica e modelli di business innovativi, capaci di contribuire al benessere di società più eque, inclusive e sostenibili, in contesti nazionali moderni, competitivi e aperti alle sfide globali.

● IT-ITALIAN TECHNOLOGY

Almaviva crede che la tecnologia e il digitale non siano semplici strumenti, ma veri **fattori abilitanti in grado di incidere profondamente sulla vita delle persone** e di sostenere lo sviluppo economico e sociale dei territori e dei Paesi, rappresentando la chiave per affrontare sfide complesse.

● PERSONE

Il ruolo delle persone è fondamentale per lo sviluppo di Almaviva: esse sono protagoniste nel contribuire alla crescita della cultura aziendale e alla visione imprenditoriale del Gruppo.

● COMPETENZE E RELAZIONI

In Almaviva, le **competenze non sono viste come un elemento statico della professionalità**, ma come un patrimonio da valorizzare e far evolvere all'interno di una comunità aziendale inclusiva e orientata al cambiamento.

● INCLUSIVITÀ

L'approccio del Gruppo si fonda sul **rispetto, l'inclusione e la valorizzazione dell'unicità di ogni individuo**, permettendo di attrarre, sviluppare, motivare e premiare i migliori talenti. Questo consente di creare un ambiente di lavoro equo ed eterogeneo, aperto ed equilibrato, favorevole all'innovazione e alla piena espressione del potenziale delle persone.

● SOSTENIBILITÀ

Essere un **punto di riferimento nel settore IT in Italia** significa per Almaviva agire con consapevolezza e promuovere una comprensione diffusa del significato della trasformazione digitale, sempre più legata ai molteplici ambiti della sostenibilità, vista come leva strategica per un modello di sviluppo innovativo e attento al futuro comune.

2.3 Integrità e gestione dei processi

GRI 2-16, 2-26

A conferma dell'impegno verso una gestione responsabile, trasparente e ispirata ai più **alti standard etici del proprio business** e delle proprie relazioni con tutte le categorie rilevanti di stakeholder di Gruppo, il sistema di governance di Almagiva ha l'obiettivo di preservare l'integrità dei processi aziendali, promuovere la cultura della legalità e consolidare la fiducia, a livello tanto interno quanto esterno all'organizzazione.

In tale ambito si inseriscono alcuni strumenti fondamentali:

- il Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo;
- il sistema di gestione delle segnalazioni whistleblowing, elemento chiave per la prevenzione dei rischi e la promozione di comportamenti etici e conformi alla normativa;
- l'insieme delle policy e del corpo procedurale di Gruppo.

Come anticipato, è adottato il **Modello 231** (Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ai sensi del D.Lgs 231/2001), con l'obiettivo di prevenire la commissione di reati che possano generare responsabilità amministrativa per la Società, tutelando così l'operatività, la reputazione e gli interessi degli stakeholder. Il Modello si compone di principi, protocolli e misure di controllo applicabili a tutte le aree sensibili dell'attività aziendale. La sua efficacia è garantita dal sopracitato **Organismo di Vigilanza (OdV)**, autonomo e indipendente, che svolge attività di monitoraggio, informazione e supporto, operando in coordinamento con le altre funzioni di controllo interno.

In ottemperanza al **D.Lgs. 24/2023**, Almagiva ha adottato inoltre una specifica **procedura per la gestione delle segnalazioni whistleblowing**, accessibile a tutti i dipendenti tramite un'apposita sezione della intranet aziendale. Il sistema consente di segnalare, in maniera riservata e protetta, comportamenti illeciti, violazioni di norme, regolamenti interni o principi etici. La procedura garantisce:

- la **tutela dell'identità del segnalante**;
- la **riservatezza del contenuto delle segnalazioni**;
- la **protezione contro possibili atti di ritorsione**, assicurando una gestione equa, imparziale e tempestiva delle segnalazioni ricevute.

Il canale è parte integrante del sistema di controllo interno e rappresenta un importante presidio di trasparenza e prevenzione. Nel corso del 2025 non sono state comunicate criticità al massimo organo di governo.

A livello di Gruppo, Almagiva ha inoltre formalizzato un insieme organico e coerente di **policy aziendali**, valide per tutte le società del perimetro e visionabili pubblicamente dal sito corporate, che riflettono l'impegno verso la sostenibilità, l'integrità e la responsabilità sociale. Queste linee guida costituiscono un riferimento univoco per le decisioni aziendali, assicurano uniformità gestionale e garantiscono la coerenza con i principi espressi dal Codice Etico, organizzandosi attorno ai quattro pilastri fondamentali del modello di sostenibilità del Gruppo.

Tali presidi si sommano inoltre ai Sistemi di gestione e al consistente patrimonio di certificazioni, assessment e rating di cui Almagiva si è dotata ed è promotrice, anche con risultati di prestigio testimoniati da organismi terzi – per maggior dettaglio si vedano il Capitolo 3 *"Digital for Life: Transizione digitale responsabile"* e il Paragrafo 3.3 *"Premi e riconoscimenti"*.

PILLAR

STRUMENTO NORMATIVO

Governance

Politiche e procedure connesse al Modello di Organizzazione e Gestione 231: rappresentano un insieme di norme comportamentali, processi, procedure e Policy, funzionali alla realizzazione di un sistema di controllo integrato, redatto conformemente al D. Lgs. 231/2001. Attraverso di esso, vengono stabilite procedure e attività di controllo volte a prevenire pratiche di concorrenza sleale, reati societari e corruzione, sia attiva che passiva.

Politica integrata del Gruppo Almaviva: si fonda sui principi universalmente riconosciuti dal diritto internazionale, espone i valori incarnati dal Gruppo, il cui impegno è quello di contribuire allo sviluppo sostenibile attraverso tecnologie inclusive e rispettose della dignità umana, della libertà individuale e del benessere delle persone, dell'ecosistema in cui opera.

Politica sull'anticorruzione: si fonda sui principi e valori del Codice Etico e di Condotta del Gruppo e sul Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D. Lgs. 231/2001 approvati dai Consigli di Amministrazione delle società del Gruppo Almaviva. La Politica si propone di fornire un quadro sistematico di riferimento in materia di divieto di pratiche corruttive ai membri degli Organi Sociali delle società del Gruppo, al management, a tutto il personale delle società del Gruppo e a tutti coloro che, stabilmente o temporaneamente, instaurano rapporti con il Gruppo Almaviva.

Codice di Condotta Fornitori: definisce i principi etici di riferimento e le linee guida comportamentali che il Gruppo Almaviva richiede siano applicati dai propri fornitori (di beni, servizi, lavori). Tali principi sono conformi a tutte le leggi e regolamentazioni, nazionali ed internazionali, in vigore e rispettano le regole di condotta enunciate nella Convenzioni fondamentali ILO.

Persone

Politica sulla Salute e Sicurezza: racchiude i principi e l'impegno, incarnati dal Gruppo Almaviva. Nell'attuazione di tale Politica, il Gruppo si impegna in un programma di miglioramento continuo al fine di valutare i risultati raggiunti e riesamina delle azioni attuate affinché rimangano coerenti ed appropriate con il contesto lavorativo aziendale.

Politica sui Diritti Umani, Diversità, Parità di Genere, Schiavitù e Traffico Umano: si fonda sui principi universalmente riconosciuti dal diritto internazionale, e si pone l'obiettivo di comunicare i valori incarnati dal Gruppo, ossia il rispetto e la valorizzazione dell'unicità di tutte le persone, le pari opportunità indipendentemente dalle origini sociali, culturali, etniche o nazionali, credenze religiose, orientamento politico o sessuale, identità di genere, nazionalità, appartenenza etnica, sociale o sindacale, stato civile, disabilità, età o qualsiasi altra sfera personale, culturale o professionale dell'individuo.

Politica Conflict Minerals: promuove una gestione responsabile del rischio, prevenendo e contrastando qualsiasi forma di sfruttamento, lavoro forzato o finanziamento indiretto di attività illecite connesse all'approvvigionamento di queste risorse: Almaviva infatti, pur non operando direttamente nell'estrazione o nella trasformazione di materie prime necessarie per tecnologie IoT e software, è consapevole che lungo la catena di fornitura potrebbero essere coinvolti attori che utilizzano componenti o materiali contenenti questi minerali.

Ambiente

Politica Ambientale: formalizza l'impegno del Gruppo al miglioramento delle prestazioni ambientali e allo sviluppo di soluzioni che permettano ai clienti di gestire in modo sostenibile i propri business. La politica ambientale si basa sui seguenti elementi: il Sistema di Gestione Ambientale attraverso il quale misurare le performance e gli impatti ambientali, attuando piani e azioni di miglioramento; la diffusione di una cultura della salvaguardia dell'ambiente verso i dipendenti; la collaborazione con i clienti per supportarli verso un percorso di riduzione degli impatti; la valutazione delle prestazioni ambientali ed energetiche dei fornitori; il rispetto degli obblighi di conformità ambientale.

Transizione digitale responsabile

Politica sulla sicurezza delle informazioni: racchiude le misure tecnologiche e organizzative atte a tutelare il patrimonio informativo degli stakeholder. Nell'ambito della politica il Gruppo ha implementato un Information Security Management System (ISMS) con l'obiettivo di assicurare la confidenzialità delle informazioni, impedire l'alterazione o la perdita del patrimonio informativo, garantire la disponibilità di informazioni e servizi, garantire la certezza della provenienza di un'informazione, predisporre procedure di rilevazione e gestione di incidenti, garantire il rispetto delle linee guida internazionali.

Politica AI: delinea i principi e le linee guida per un uso etico e responsabile degli strumenti di Intelligenza Artificiale nelle attività lavorative. La Politica integra le attività del Comitato di Utilizzo dell'IA, un organismo permanente composto da esperti tecnologici provenienti da diverse divisioni aziendali che redige, aggiorna e convalida le linee guida, l'adozione degli strumenti di IA e la promozione di pratiche informate e sicure.

POLITICA SUI DIRITTI UMANI

L'impegno per la tutela dei **diritti umani** rappresenta un elemento centrale nella strategia di sostenibilità aziendale, ispirato ai principi universalmente riconosciuti dal diritto internazionale e ai principali standard globali. La politica sui diritti umani fa riferimento a documenti fondamentali quali la Dichiarazione Universale dei Diritti Umani, le Convenzioni Internazionali sui Diritti Civili, Politici, Economici, Sociali e Culturali, nonché alle convenzioni ONU dedicate all'eliminazione di ogni forma di discriminazione, ai diritti dell'infanzia, delle donne e delle persone con disabilità. L'impegno si estende inoltre all'adesione agli **Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030 e ai principi sanciti dall'Organizzazione Internazionale del Lavoro (ILO), dal Global Compact delle Nazioni Unite e dalle Linee Guida OCSE per le Imprese Multinazionali.**

Il rispetto della dignità, della libertà individuale e del benessere delle persone coinvolte nelle attività aziendali rappresenta un dovere imprescindibile. La politica promuove un ambiente inclusivo e rispettoso, nel quale la diversità è valorizzata come risorsa strategica e fondamentale per l'innovazione e la crescita. In linea con la norma **ISO 30415** sulla diversità e inclusione, emessa nel 2024, si riconosce il valore dell'unicità di ogni individuo, assicurando pari opportunità senza alcuna discriminazione basata su origine, genere, età, orientamento, disabilità o qualsiasi altra caratteristica personale o professionale. Il principio di parità di genere viene perseguito attraverso la promozione di ambienti di lavoro equi, l'adozione di sistemi di gestione inclusivi e il sostegno a iniziative volte a favorire l'empowerment femminile, con particolare attenzione ai settori tecnologici e STEM. La libertà di espressione e di associazione è tutelata pienamente, garantendo il diritto alla contrattazione collettiva e al dialogo.

All'interno di tale impegno, Al maviva adotta un principio di **tolleranza zero** verso qualsiasi violazione dei diritti umani, intervenendo con la massima fermezza contro ogni forma di molestia, violenza, sfruttamento lavorativo e discriminazione. Questo principio si applica trasversalmente a tutte le attività aziendali, coinvolgendo dipendenti, collaboratori e fornitori accreditati, e rappresenta un fondamento essenziale delle relazioni etiche e responsabili che l'azienda intende costruire e mantenere nel tempo.

La politica stabilisce inoltre l'impegno a garantire condizioni di lavoro eque e dignitose, una retribuzione adeguata e il rispetto delle normative nazionali e internazionali sul lavoro, inclusi il divieto di lavoro minorile, lavoro forzato e traffico di esseri umani. Viene altresì assicurato un ambiente lavorativo privo di molestie, violenze e discriminazioni, con canali di segnalazione protetti e meccanismi di whistleblowing per la tutela di chi denuncia eventuali violazioni.

La tutela della salute e sicurezza sul lavoro, così come la promozione del work-life balance tramite modalità di lavoro flessibili e il diritto alla disconnessione, sono elementi integrati nella strategia aziendale.

Infine, particolare attenzione è dedicata alla protezione dei dati personali e alla responsabilità etica nello sviluppo di soluzioni tecnologiche avanzate, come l'intelligenza artificiale, al fine di salvaguardare i diritti, la privacy e la sicurezza di tutte le persone coinvolte. Tale impegno è supportato da un sistema di formazione, monitoraggio e miglioramento continuo, volto a garantire la diffusione di una cultura aziendale responsabile, consapevole e rispettosa dei diritti umani.



GESTIONE RESPONSABILE DEI CONFLICT MINERALS

Nel rispetto dei propri principi etici e degli impegni in materia di **diritti umani**, il Gruppo riconosce la rilevanza delle tematiche legate ai cosiddetti *conflict minerals* (stagno, tantalio, tungsteno e oro) e alla loro potenziale connessione con gravi violazioni dei diritti fondamentali nelle aree di conflitto o ad alto rischio.

Pur non operando direttamente nell'estrazione o nella trasformazione di tali materie prime, il Gruppo è consapevole che lungo la catena di fornitura potrebbero essere coinvolti attori che utilizzano componenti o materiali contenenti questi minerali. Per questo motivo, nel corso dell'esercizio di rendicontazione è stata adottata una specifica **politica** volta a promuovere una **gestione responsabile del rischio**, prevenendo e contrastando qualsiasi forma di **sfruttamento, lavoro forzato o finanziamento indiretto di attività illecite** connesse all'approvvigionamento di queste risorse.

La politica considera le principali normative e linee guida internazionali di riferimento, tra cui i requisiti federali della **US Securities and Exchange Commission ("SEC")**, il **Regolamento (UE) 2017/821**, nonché gli standard promossi dall'**Organizzazione Internazionale del Lavoro (ILO)** e dall'**Alto Commissariato delle Nazioni Unite per i Diritti Umani (UNHCR)**. In linea con questi riferimenti, il Gruppo incoraggia attivamente i propri fornitori a implementare politiche, processi e programmi di due diligence efficaci per garantire la tracciabilità dei materiali, valutare i rischi di impatti negativi e prevenire potenziali violazioni dei diritti umani lungo la catena di approvvigionamento.

I fornitori sono sollecitati a monitorare costantemente le proprie fonti di approvvigionamento e a favorire pratiche di acquisto responsabili, anche mediante l'adesione a iniziative internazionali di settore. L'obiettivo è rafforzare la trasparenza e la sostenibilità dell'intera supply chain, promuovendo standard elevati di condotta in linea con gli impegni del Gruppo in materia di sostenibilità, responsabilità sociale e tutela dei diritti umani.

Nei paragrafi di seguito si dettagliano alcuni elementi meritevoli di particolare attenzione, quali **pilastri etici dell'approccio alla sostenibilità di Almaviva** e altamente pervasivi nella quotidianità aziendale:

➔ l'**anticorruzione** è fondamentale per promuovere la trasparenza, la tracciabilità e la correttezza dei rapporti sia pubblici che privati del Gruppo. Per tale motivo, Almaviva punisce ogni comportamento illecito tramite sanzioni;

➔ la **continuità del business** assicura la resilienza dell'operatività aziendale in modo che possa resistere e riprendersi rapidamente a fronte di eventuali interruzioni, minimizzando l'impatto su clienti e stakeholder.

➔ la **cybersecurity** è cruciale per proteggere le risorse informative e i dati, preservandone l'integrità e favorendo la fiducia nell'ecosistema digitale di Almaviva delle parti interessate;

➔ la **tutela della proprietà intellettuale** promuove l'innovazione e garantisce che i progressi tecnologici contribuiscano a risolvere le sfide ambientali e sociali, promuovendo al contempo una condivisione equa dei benefici dell'innovazione.

2.3.1 Anticorruzione

GRI 205-1, 205-2, 205-3, 206-1

Il Gruppo Almaviva adotta una politica di **tolleranza zero verso ogni forma di corruzione**, sia nel settore pubblico che privato, su tutto il perimetro delle operation di Gruppo. Almaviva adotta infatti politiche chiare e rigorose in materia di trasparenza, tracciabilità dei flussi informativi e correttezza nei rapporti con pubblica amministrazione e soggetti privati.

L'articolo 7 del Codice Etico e di Condotta definisce le linee guida operative per prevenire reati corruttivi, in conformità al D.Lgs. 231/2001 e alle normative internazionali.

A nessun amministratore, dipendente o collaboratore è consentito accettare, offrire o promettere denaro, benefici o utilità, salvo omaggi di modico valore conformi alle policy aziendali. Sono vietati comportamenti quali erogazioni non istituzionali, favoritismi indebiti, spese di rappresentanza ingiustificate, concessione di vantaggi a partiti politici, divulgazione di informazioni riservate e pagamenti di facilitazione. Almaviva ha implementato policy specifiche per regolare aree sensibili come omaggi, sponsorizzazioni, consulenze e spese di rappresentanza, disponibili sulla intranet aziendale. Tali misure sono integrate nel Modello Organizzativo 231 e prevedono meccanismi di tracciabilità e clausole contrattuali vincolanti per i soggetti esterni. In caso di tentativi di concussione o induzione indebita da parte di pubblici ufficiali, i dipendenti devono astenersi dal dare seguito alla richiesta, informare tempestivamente il proprio Responsabile e attivare una segnalazione all'OdV. Almaviva garantisce la riservatezza dell'identità dei segnalanti e la tutela da eventuali ritorsioni.



Nel 2025, il numero totale di membri dell'organo di governance a cui sono state comunicate le normative e procedure anticorruzione dell'organizzazione sono il 100%, e di questi, il 33% hanno anche seguito corsi di formazione dedicati alla tematica.

Anche quest'anno il Gruppo Almaviva ha raccolto i dati di comunicazione e formazione relativi alla tematica anticorruzione tra i dipendenti del perimetro italiano, come indicatore di approssimazione della diffusione di tale pratica nel Gruppo; **anche nel 2025 si registra una partecipazione vicina al 70% dei dipendenti inclusi nel perimetro italiano, coprendo quindi una quota considerevole della popolazione aziendale nazionale.**¹

Inoltre, il numero totale di operazioni valutate come potenzialmente suscettibili di rischio legati alla corruzione, anche nel 2025, è risultato 0², così come il numero di azioni legali in corso per comportamenti anticoncorrenziali e violazioni di antitrust.

1, 2 Per maggiori informazioni vedere la tabella nel Paragrafo 6.2 Indicatori di performance

2.3.2 Continuità del business

Assicurare la continuità operativa implica possedere la competenza per mantenere l'erogazione dei servizi essenziali secondo standard prestabiliti e soddisfacenti, anche a fronte di incidenti che potrebbero compromettere la stabilità di infrastrutture e applicativi. Al fine di assicurare lo sviluppo e il mantenimento della Continuità del Business, il Gruppo intende **perseguire un continuo miglioramento** dei processi di gestione e aggiornamento delle proprie infrastrutture tecniche e organizzative, garantendo l'aggiornamento periodico della competenza professionale del personale.

L'efficace gestione della continuità operativa del Gruppo si basa su diversi elementi chiave:

- l'impegno di tecnologie avanzate in costante evoluzione,
- l'adozione di politiche aziendali mirate,
- l'attivazione di canali di comunicazione dedicati, e
- lo svolgimento continuativo di attività di formazione e sensibilizzazione del personale.

Lo strumento attraverso cui l'Organizzazione assicura l'efficacia delle proprie soluzioni di Business Continuity è il **Sistema di Gestione Integrato**, che include al suo interno il *Business Continuity Management System (BCMS)*. Quest'ultimo è conforme alla norma ISO 22301 (*Social Security – Business continuity management systems – Requirements*), che definisce i requisiti per un sistema di gestione della continuità operativa secondo gli standard internazionali in ambito di sicurezza sociale.

2.3.3 Protezione dei dati e Cybersecurity

GRI 418-1

Negli ultimi anni, i rischi di attacchi informatici e alla sicurezza delle informazioni sono aumentati. Aziende e Pubbliche Amministrazioni risultano oggi particolarmente esposte, rendendo la sicurezza informatica un elemento centrale nelle rispettive strategie.

Per Almaviva, **Sicurezza** significa garantire affidabilità e continuità nei processi aziendali e nei servizi digitali, assicurando la riservatezza, l'integrità e la disponibilità delle informazioni gestite per conto dei clienti o del Gruppo stesso.

La tutela della Sicurezza delle informazioni si articola in tre ambiti principali:

- ➔ **Sicurezza organizzativa:** definizione di modelli di governance, processi, ruoli, responsabilità e competenze tramite documentazione e procedure volte a proteggere dati e risorse informatiche;
- ➔ **Sicurezza logica:** impegno di tecnologie hardware, software e servizi dedicati, accompagnati da adeguate misure tecniche e relative procedure di configurazione e gestione;
- ➔ **Sicurezza fisica:** adozione di contromisure per la protezione fisica degli ambienti che ospitano i sistemi informativi, come il controllo degli accessi, sistemi antincendio e antiallagamento.

Per assicurare i più elevati standard di protezione, il Gruppo ha definito un modello strutturato per l'identificazione e la mitigazione dei rischi, implementando un **Sistema di Gestione della Sicurezza delle Informazioni** per il quale Almaviva è certificata secondo la norma internazionale ISO/IEC 27001:2022. All'interno di questo sistema sono stabiliti **responsabilità ed i ruoli** specifici a livello di aziendale.

In questo contesto si colloca la nomina, nei primi giorni del 2026 e a seguito di uno strutturato processo definito nel corso del 2025, di un **nuovo Chief Security Officer (CSO) di Gruppo, con responsabilità dell'Area Security**. La decisione si inserisce nel



percorso di crescita internazionale del Gruppo, nel suo posizionamento a livello europeo e nell'impegno su tematiche strategiche legate alle sfide tecnologiche e alla sovranità digitale. In questo contesto, Almaviva punta a qualificare ulteriormente i profili di tutela della sicurezza industriale, digitale, fisica e della continuità operativa (business continuity), in uno scenario globale sempre più complesso e dinamico in cui garantire un presidio unitario, rafforzato e coordinato a livello internazionale in materia di sicurezza diventa una priorità fondamentale.

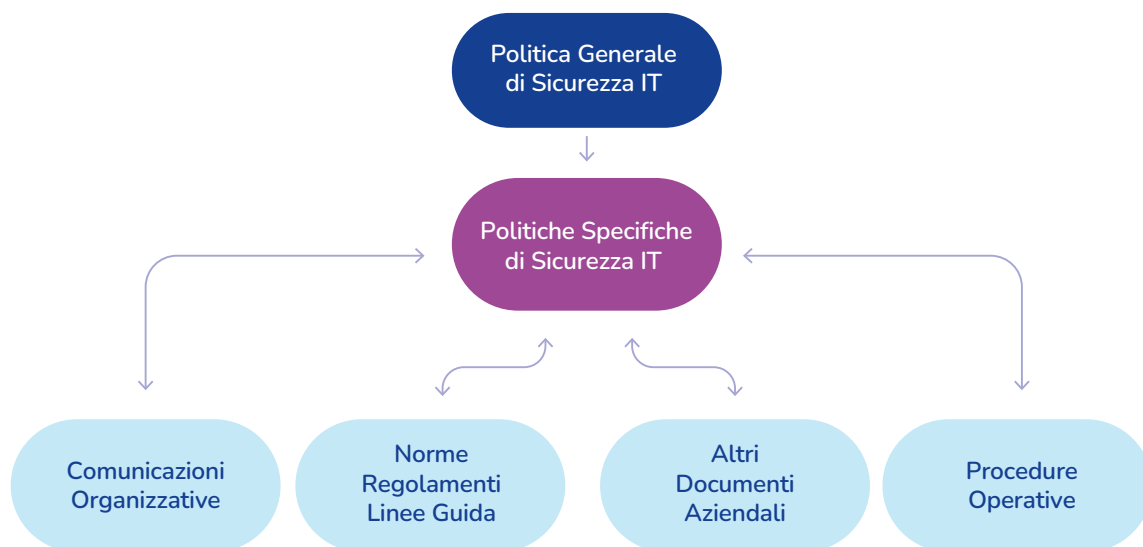
Inoltre, Almaviva promuove la formazione continua del personale operativo e dell'intera popolazione aziendale sulle tematiche di Sicurezza delle Informazioni, in particolare in un momento di profondo rinnovamento del quadro normativo applicabile (Direttiva EU NIS2 - Network and Information Security Directive). Parallelamente, il Gruppo ha iniziato a esplorare le sinergie tra Cybersecurity e Intelligenza Artificiale, riconoscendo che l'AI possa rappresentare tanto una minaccia quanto un'opportunità nel panorama della sicurezza informatica.

Le sfide affrontate includono la protezione contro attacchi condotti con AI e la tutela della proprietà intellettuale attraverso l'uso dell'Intelligenza Artificiale.

Questi temi rappresentano la **frontiera della sicurezza informatica e richiedono un approccio integrato che sappia combinare competenze tecniche, innovazione e governance**.

Proprio con riferimento alla governance, il sistema documentale di Gruppo su tale materia costituisce parte integrante del complesso di controlli adottati per la salvaguardia del patrimonio informativo e rappresenta la base su cui si fonda l'interno Sistema di Gestione della Sicurezza delle Informazioni aziendale, come evidenziato nella figura che ne riassume la struttura:

Struttura documentale del “Sistema di sicurezza IT” della società



Tuttavia, la **sicurezza informatica** in Al maviva non è da considerarsi una responsabilità esclusiva di un reparto dedicato, ma rappresenta un elemento fondamentale della **cultura aziendale**.

Per rafforzare questo approccio, il Gruppo ha adottato una strategia strutturata che integra **comitati di innovazione** e **Security Announcement**: comunicazioni periodiche e linee guida aggiornate che informano l'organizzazione su minacce, vulnerabilità emergenti e best practice per la protezione dei sistemi. Questo sistema consente inoltre di monitorare e regolamentare l'uso di tecnologie emergenti come AI, blockchain e quantum computing, permettendo di gestire i rischi in modo preventivo ed evitare soluzioni improvvisate o interventi tardivi.

La gestione della sicurezza si basa su una solida struttura documentale, che include le **Politiche Specifiche di Sicurezza IT**, derivanti dalla Politica Generale e collegate ad altri documenti aziendali. In questi, le Procedure Operative di IT Security definiscono le modalità attuative delle politiche. La produzione e la manutenzione dei documenti sono responsabilità condivise tra le unità organizzative, in base alla natura dei contenuti. Al maviva applica e monitora l'osservanza dello Standard ISO/IEC 27001, assicurando che le informazioni siano accessibili solo agli utenti autorizzati, che ne venga garantita l'integrità e che siano sempre disponibili quando necessario.

In tale contesto, la certificazione ISO/IEC 27001 copre ormai un perimetro maggioritario delle legal entity di Gruppo, anche grazie ai presidi presenti nelle società del neo acquisito gruppo Tivit. Inoltre, nel corso dell'anno è stato esteso il patrimonio procedurale in ambito 27001 a tutte le società del Gruppo³.

Nel corso del 2025 Al maviva ha gestito un attacco cyber ai propri sistemi. Questo evento rientra in una casistica ormai comune nel panorama globale, dove le minacce cyber si dirigono quotidianamente verso le grandi organizzazioni. La gestione dell'incidente è stata tempestiva ed efficace nelle fasi di rilevamento, contenimento e rimedio, permettendo di non far osservare interruzioni di servizio critiche e confermando l'efficacia dei



protocolli di business continuity. Al maviva ha informato e collaborato attivamente con le Autorità competenti: Procura della Repubblica, Polizia Postale, Agenzia per la Cybersicurezza Nazionale e Garante della Privacy, garantendo massima trasparenza e, in ultima sintesi, permettendo di contenere e limitare il danno subito.

Proprio nella rinnovata consapevolezza della pervasività degli attacchi cyber, nel corso del 2025, Al maviva ha investito ulteriormente non solo in un'ottica corporate verso i propri presidi, ma anche in chiave di business, attraverso nell'ampliamento della propria offerta di servizi, tecnologie e prodotti di nuova generazione in ambito cybersecurity, dedicando risorse nella formazione e nel **potenziamento dei propri team specialistici**, con un'attenzione sempre più focalizzata sulla **Cyber Threat Intelligence**.

I progressi nel settore sono testimoniati da risultati significativi:

- l'implementazione continuativa delle attività previste dall'accordo quadro Consip "Sicurezza da Remoto" per la fornitura di servizi di sicurezza alle Pubbliche Amministrazioni Centrali;
- il ruolo centrale in un'iniziativa strategica per il Paese come la Piattaforma Nazionale di Telemedicina (PNT), con Al maviva responsabile della sicurezza dei dati e degli accessi;
- l'ampliamento continuo del portfolio di asset e servizi in ambito Cybersecurity e la crescita

³ Per il dettaglio delle certificazioni delle singole società si faccia riferimento al par. "3.1.2 La Qualità dei prodotti e dei servizi"

costante dei progetti e dei servizi di Cybersecurity, che oggi coinvolgono più di 100 professionisti specializzati in diversi ambiti, dalla consulenza fino al presidio operativo del Computer Security Incident Response Team (CSIRT).

Il 4 e 5 giugno 2025, il Gruppo Almaviva ha partecipato al Forum Cyber 4.0 2025, ospitato dall'Università Roma Tre nella suggestiva Aula Magna del nuovo Rettorato in Via Ostiense. Questo evento, riconosciuto come interlocutore di riferimento nazionale e internazionale per lo sviluppo di competenze e capacità operative in materia di cybersecurity, ha riunito nella Capitale esperti e aziende leader del settore per due giornate di confronto. L'edizione 2025 ha rappresentato un momento di incontro tra le comunità dell'innovazione e delle competenze in cybersecurity, favorendo il dialogo con i principali player del settore, le istituzioni e i partner del mondo privato e della ricerca.

Con l'obiettivo di moltiplicare le opportunità di scambio e facilitare il confronto tra imprese, istituzioni e stakeholder, durante l'evento è stata allestita un'area stand dedicata, dove studenti e laureati in ambito

cybersecurity hanno potuto conoscere le iniziative formative e le opportunità di sviluppo professionale offerte dal settore. In particolare, il Gruppo Almaviva ha offerto l'opportunità di interagire direttamente con i propri recruiter, fornendo una visione chiara del settore e delle prospettive di carriera.

Privacy e protezione dei dati

La **protezione dei dati personali** e la **sicurezza delle informazioni** sono per Almaviva priorità strategiche e parte integrante della propria cultura aziendale. L'azienda considera la tutela del patrimonio informativo non solo come un dovere normativo, ma come un valore essenziale per la costruzione di rapporti di fiducia con clienti, dipendenti, partner e istituzioni. Per questo, Almaviva adotta tutte le misure tecniche e organizzative necessarie a garantire un trattamento corretto, sicuro e conforme dei dati personali, nel rispetto delle normative vigenti, tra cui il **Regolamento (UE) 2016/679 (GDPR)** e il **Codice in materia di protezione dei dati personali**.



ALMAVIVA EXPERIENCE: CONFORMITÀ NORMATIVA NEI MERCATI INTERNAZIONALI

Almaviva opera in **mercati internazionali** caratterizzati da **normative specifiche sulla protezione dei dati e sulla privacy**, a cui quindi deve rispondere con una **capacità di adattamento locale che declini i principi del gruppo nelle specificità geografiche**. Un esempio significativo è rappresentato da **Almaviva Experience, operativa in Brasile**, dove le operazioni in **customer experience** e **debt collection** sono orientate da un robusto insieme di obblighi normativi e standard di compliance che riflettono sia lo scenario brasiliano che le migliori pratiche internazionali. Tra le altre, nel **mercato brasiliano**, Almaviva Experience garantisce l'aderenza a:

- **Legge Generale sulla Protezione dei Dati (LGPD)** - normativa brasiliana che disciplina il trattamento dei dati personali con principi analoghi al GDPR europeo;
- **Codice di Difesa del Consumatore** - normativa che tutela i diritti dei consumatori e disciplina le pratiche commerciali, incluse quelle di riscossione;
- **Normative specifiche per il settore della riscossione e dell'assistenza clienti**, incluse linee guida di organismi di regolamentazione e di autoregolamentazione locali.

Questo approccio integrato, figlio anche dell'esperienza maturata sul GDPR EU, consente ad Almaviva Experience di operare con elevati standard di conformità, garantendo non solo il rispetto dei requisiti normativi locali e internazionali, ma anche la costruzione di relazioni sostenibili, trasparenti e incentrate sul cliente.

Il trattamento dei dati personali all'interno del Gruppo è finalizzato esclusivamente alla gestione aziendale – come la selezione del personale, l'amministrazione e la gestione dei sistemi informativi – e non riguarda direttamente i dati personali degli utenti finali dei servizi offerti ai clienti, poiché Almaviva opera in tali casi come Responsabile o Sub-Responsabile del

trattamento, su incarico dei Titolari. Per assicurare un coordinamento efficace e un presidio centralizzato, il Gruppo ha nominato un unico **Data Protection Officer (DPO)** a livello europeo, con responsabilità sulla definizione delle politiche di privacy, sulla formazione del personale e sul monitoraggio della conformità attraverso audit interni ed esterni.



ITERIS: TRANSIZIONE DIGITALE RESPONSABILE E GOVERNANCE DEI DATI

Iteris integra principi di transizione digitale responsabile nelle sue operazioni e soluzioni attraverso un approccio declinato e customizzato sui diversi verticali di interesse.

Governance della sicurezza informatica

Iteris mantiene politiche formali di Information Security and Data Management che definiscono controlli per accesso ai sistemi, lavoro remoto, confidenzialità, classificazione dei dati, retention, transizione e smaltimento sicuro. Queste misure sono progettate per proteggere dati di clienti, dipendenti e partner, supportare privacy e fiducia, e abilitare operazione responsabile di servizi cloud-based e digitalmente abilitati mentre Iteris continua a modernizzare i suoi modelli di business e delivery.

Architettura IT responsabile

L'ambiente IT di Iteris è progettato per minimizzare infrastruttura fisica e consumo energetico associato seguendo un approccio SaaS-first e cloud-first. Le applicazioni enterprise primarie - incluse collaboration, ERP, HCM, CRM e security platforms - sono erogate attraverso servizi SaaS e cloud pubblici operati da provider internazionali. L'infrastruttura on-site IT è deliberatamente mantenuta molto piccola e limitata, esistendo principalmente per supportare connettività Internet core e accesso remoto sicuro per dipendenti, piuttosto che operazioni tradizionali di datacenter. Questa architettura supporta efficienza operativa, scalabilità, resilienza di cybersecurity e ridotta domanda energetica on-premises, abilitando operazioni digitali responsabili.

Protezione dei dati e privacy

Iteris aderisce a standard di protezione dei dati inclusi CCPA/CPRA (California Consumer Privacy Act) e implementa controlli per proteggere dati di clienti, dipendenti e partner. L'approccio di Iteris alla Transizione Digitale Responsabile nel 2025 ha focalizzato su trasparenza, fiducia dell'utente e uso responsabile dei dati in engagement digitale esterno. Obiettivi chiave hanno incluso rispetto della privacy dell'utente, fornitura di disclosure chiare riguardanti pratiche di dati e supporto al consenso informato in interazioni di website e marketing.

Intelligenza artificiale responsabile

Tecnologie emergenti, inclusi strumenti AI-based, sono utilizzate in allineamento con politiche di sicurezza, privacy e organizzative già vigenti in azienda, piuttosto che attraverso programmi di responsabilità digitale dedicati. Iteris sta attivamente esplorando e implementando advanced analytics, machine learning e capacità AI-based all'interno delle sue piattaforme di mobilità digitale, con focus su trasparenza, difendibilità e human-in-the-loop decision-making, aiutando professionisti dei trasporti a prendere decisioni migliori, più veloci e più responsabili mentre supportano obiettivi più ampi di sostenibilità, sicurezza e mobilità.

La strategia adottata da Almoviva si basa su principi fondamentali come correttezza, trasparenza, limitazione delle finalità, minimizzazione, accuratezza, integrità e riservatezza. Il **Sistema di Gestione della Sicurezza delle Informazioni (ISMS)**, certificato secondo la norma **ISO/IEC 27001**, rappresenta un pilastro di questa strategia, assicurando la protezione e la disponibilità delle informazioni aziendali e dei servizi cloud. A tale impianto si affianca l'adozione della

norma **ISO/IEC 27701:2019**, che rafforza la gestione delle informazioni legate alla privacy nei processi svolti come responsabile del trattamento. L'impegno verso il miglioramento continuo si riflette nell'estensione progressiva della certificazione **ISO/IEC 27001** ad altre società del Gruppo, a conferma della volontà di consolidare una cultura aziendale improntata alla sicurezza e alla protezione dei dati.

TIVIT: GOVERNANCE DELLA CONFORMITÀ E GESTIONE DEI RISCHI

Tivit ha implementato un framework di governance della conformità dedicato, attraverso politiche, valutazione continua dei rischi, realizzazione di formazione periodica dei collaboratori, comunicazione interna chiara, audit interni ed esterni, indicatori di conformità, ruoli ben definiti (compliance office DPO e CISO) e misure disciplinari in caso di violazione.

Tivit agisce in modo trasparente con i suoi collaboratori, clienti e fornitori, seguendo i dettami della **LGPD - Legge Generale sulla Protezione dei Dati brasiliana**, garantendo approcci comuni all'interno del Gruppo tramite le certificazioni ISO/IEC 27001, che coprono la maggioranza delle legal entities di riferimento.

La governance cyber prevede anche un processo di gestione dei rischi dedicato, correlato a rischi di clienti, tecnologici, processi e compliance. Questi rischi sono registrati e monitorati dall'area di Sicurezza/GRC Security almeno una volta all'anno, ottenendo informazioni cambiamenti significativi dell'organizzazione, riflessi sui processi, andamento di progetti, evoluzione dei piani di azione o controlli sviluppati per la mitigazione del rischio, in modo formale e evidente. Tale sensibilità si declina anche nelle attività di audit: solo in Brasile, nel 2025, sono state rendicontate oltre 970 ore di audit di clienti.

Tutte queste azioni testimoniano l'impegno costante di Almagiva per una trasformazione digitale responsabile, fondata su valori etici, sulla tutela dei diritti delle persone e sulla sostenibilità delle proprie infrastrutture informative, nonché sull'offerta di servizi e soluzioni

proprietarie dedicate alla cybersecurity e quindi alla diffusione di buone pratiche nel tessuto economico di riferimento. In merito a quest'ultima declinazione, nel box di seguito alcuni dei servizi del Gruppo.

LE SOLUZIONI PROPRIETARIE ALMAGIVA PER LA CYBERSECURITY

LUCY (ex JOSHUA CybeRiskVision): soluzione innovativa e integrata di **Cyber Threat Intelligence** progettata per definire, monitorare, analizzare e mitigare i rischi informatici in modo proattivo e continuo. Grazie all'uso dell'**IA**, JOSHUA consente di sorvegliare la superficie digitale esposta dell'organizzazione e della supply chain, rilevare minacce, identificare le vulnerabilità e rafforzare la postura di sicurezza.

Caratteristiche e funzionalità principali:

- Identificazione, valutazione, monitoraggio e risposta alle minacce cyber, con l'obiettivo di mitigare i rischi e migliorare la resilienza;
- Approccio preventivo e contestuale alla gestione del rischio e all'ottimizzazione dei costi;
- Mappatura dettagliata degli asset digitali esposti, con valutazione delle vulnerabilità e delle possibili compromissioni;
- Supporto alle organizzazioni nel rispetto delle normative e dei requisiti di compliance più stringenti.

SOFIA CybeRiskVision: è una soluzione intelligente e innovativa pensata per supportare gli esperti antifrode in ogni fase della gestione delle frodi. Basata sull'intelligenza artificiale, utilizza algoritmi non supervisionati per individuare comportamenti sospetti anche in presenza di grandi volumi di dati e poche informazioni disponibili sulle anomalie. La piattaforma è in grado di scegliere automaticamente l'algoritmo più adatto in base al tipo di dati analizzati e di aggiornare questa scelta nel tempo, soprattutto quando l'efficacia nella rilevazione delle frodi inizia a diminuire. In questo modo si garantiscono sempre prestazioni elevate.

Caratteristiche e funzionalità principali:

- Piattaforma universale
- Algoritmi non supervisionati
- Capacità di apprendimento
- Applicabilità versatile

JIANO CybeRiskVision - soluzione modulare e completa di Identity and Access Management

pensata per gestire in maniera centralizzata account aziendali e autorizzazioni di accesso, articolata in due componenti principali per la gestione del ciclo di vita delle identità digitali e per il controllo degli accessi.

Caratteristiche e funzionalità principali:

- gestione centralizzata di identità, ruoli e profili di accesso;
- advanced Authentication, con possibile integrazione con JOSHUA CybeRiskVision;
- integrazione del contesto mobile;
- governo delle identità;
- segregation of duties;
- gestione dei ruoli di business;
- provisioning e riconciliazione automatici.

GDPR Compliance Privacy - soluzione pensata per garantire al Regolamento Europeo GDPR, grazie a un framework centralizzato che ottimizza la gestione dei processi legati al trattamento dei dati personali. Fornisce supporto nel percorso di adeguamento normativo, automatizzando i processi a sostegno della Compliance e migliorando il livello di accountability. Il framework semplifica il lavoro del DPO, centralizzando specifici aspetti operativi, come la gestione efficace del Registro dei Trattamenti, fondamentale per la supervisione e l'analisi dei rischi.

Valori distintivi:

- Efficacia ed efficienza della gestione del processo di adempimento al nuovo Regolamento Europeo.
- Soluzione altamente personalizzabile in base alle esigenze organizzative.
- Estrazione intelligente e utilizzo ottimale dei dati disponibili.
- Team di esperti altamente specializzati a supporto del progetto.



2.3.4 Tutela della proprietà intellettuale

Almaviva adotta un **presidio centralizzato per la tutela della proprietà intellettuale**, con particolare attenzione a brevetti, marchi e registrazioni. Nessun prodotto viene immesso sul mercato senza una previa registrazione del marchio, dedicando quindi la massima cura ai propri prodotti per garantirne la tutela e la massima funzionalità.

La tutela della proprietà intellettuale rappresenta un elemento chiave nella gestione responsabile del business, poiché consente di proteggere le innovazioni e le creazioni intellettuali che costituiscono il cuore dell'offerta di valore di un'azienda. Per realtà come Almaviva, che operano in settori ad alta intensità di conoscenza come la tecnologia e l'innovazione, salvaguardare brevetti, marchi, diritti d'autore e segreti commerciali è essenziale per incentivare l'investimento in ricerca e sviluppo e rendere efficaci i propri servizi.

La protezione della proprietà intellettuale non solo incentiva l'innovazione, ma preserva anche l'integrità e l'autenticità del brand, contribuendo a costruire una solida reputazione nel mercato. Le attività di tutela svolte dal Gruppo includono:

- rilascio di brevetti, registrazione dei marchi e copyright;
- stipula di accordi di riservatezza;
- inserimento di clausole ad hoc in accordi con clienti, fornitori e partners;
- protezione dei linguaggi software e codici sorgente;
- supporto negli adempimenti della regolamentazione riferita all'utilizzo di tecnologie open source all'interno dei prodotti proprietari;
- monitoraggio dei marchi depositati, anche attraverso servizi di alert.

Portafoglio intellettuale del gruppo 2025



Digital for Life

A photograph of three people (two men and one woman) sitting at a desk in a dimly lit office or lab. They are looking at computer monitors. The scene is bathed in a soft purple light, creating a modern, tech-oriented atmosphere. The person on the left is a man with a beard, wearing a brown sweater. The person in the middle is a woman with long dark hair, wearing a grey sweater. The person on the right is a man with glasses, wearing a blue shirt. They are all focused on their work. The background is blurred, showing more computer equipment and the same purple lighting.A decorative graphic in the bottom left corner consisting of several overlapping rounded rectangular and circular shapes in white and light purple, creating a modern, abstract design.

Almaviva è sinonimo di innovazione digitale. Esperienze consolidate, competenze uniche, ricerca continua e una profonda conoscenza dei diversi settori di mercato, pubblico e privato.

2.4 La creazione di valore sostenibile

Il settore digitale svolge un ruolo cruciale nel promuovere la resilienza e la sostenibilità delle economie e delle comunità.

Attraverso l'adozione di tecnologie innovative, si possono ridefinire i modelli di consumo e produzione, rendendoli più efficienti e meno impattanti sull'ambiente. Inoltre, il digitale apre nuove possibilità occupazionali, stimolando la creazione di posti di lavoro in settori emergenti e favorendo lo sviluppo di competenze future. Allo stesso tempo la trasformazione digitale presenta sfide critiche, inclusa la protezione contro le minacce informatiche e la tutela della privacy. Diventa inoltre necessario in un contesto di rapida evoluzione quale quello attuale, essere in grado di bilanciare l'impatto dell'automazione sul mercato del lavoro e gestire adeguatamente situazioni in cui la dipendenza dalle tecnologie può sollevare questioni di affidabilità. Da ultimo, il divario digitale rischia di marginalizzare chi è meno tecnologicamente abile, sottolineando la necessità di strategie inclusive e sicure.

È in questo contesto che il Gruppo Almaviva muove i suoi passi, interpretando il suo ruolo di operatore economico in linea con la visione “**Digital for Life**”. Un approccio che coniuga trasformazione digitale, sostenibilità e sviluppo delle competenze per guidare l'innovazione nei settori chiave.

Il ruolo di Almaviva come protagonista digitale si articola su tre direttrici strategiche principali:

- ➔ **Trasformazione e Relazioni:** La prima direttrice riguarda la trasformazione dei processi aziendali e l'offerta di soluzioni e tecnologie pensate per coniugare efficienza operativa con un'esperienza utente centrata sulle persone.
- ➔ **Innovazione Tecnologica:** La seconda direttrice investe significativamente in Intelligenza Artificiale, Data Analytics, Cloud e Cybersecurity, consolidando così la posizione di Almaviva come leader nell'innovazione tecnologica.
- ➔ **Settori Strategici:** La terza si concretizza in una presenza capillare nei settori strategici dalla Pubblica Amministrazione centrale e locale ai Trasporti e Logistica con la piattaforma Moova, dalla Sanità con soluzioni di Telemedicina all'Ambiente attraverso lo Smart Water Management, fino a Cultura e Turismo, dimostrando la versatilità e la profondità delle competenze del Gruppo.

Centrale alla strategia è la capacità di adattarsi a contesti internazionali, creando un ecosistema globale di innovazione anche grazie a collaborazioni con università e iniziative di formazione dedicate.

In questa prospettiva, Almaviva ha lanciato “**Protagonisti Digitali**”, un'iniziativa strategica che racconta l'innovazione attraverso chi la vive quotidianamente, valorizzando il contributo del Gruppo non solo attraverso il talento delle proprie persone e le tecnologie proprietarie, ma anche promuovendo la condivisione di esperienze e conoscenze. Protagonisti Digitali rappresenta il modo in cui il Gruppo racconta come le competenze digitali siano il motore di trasformazione in ogni settore in cui opera, mettendo al centro tutti gli stakeholder e consolidando il proprio ruolo di punto di riferimento nel mondo digitale.

Un racconto che ispira, valorizza e rafforza l'identità del Gruppo, sottolineando come Almaviva contribuisca all'innovazione in un contesto in cui il digitale non è più un'opzione, ma il motore che alimenta l'innovazione, trasforma le imprese e ridefinisce la società.

2.4.1 La strategia e la Governance di Sostenibilità

GRI 2-9, 2-12, 2-13, 2-14, 2-17, 2-23, 2-24

Il Gruppo Almagiva ha sviluppato un robusto sistema di “**Governance della Sostenibilità**”, progettato per fornire un supporto decisionale informato e strategico al Consiglio di Amministrazione.

Questo modello è strutturato per assicurare che le decisioni aziendali siano allineate con gli obiettivi di sostenibilità e riflettano i valori etici dell'organizzazione. Attraverso questo sistema, Almagiva mira a integrare pienamente la sostenibilità nelle sue pratiche di business, garantendo trasparenza, responsabilità e un impegno continuo verso il miglioramento continuo in tutte le sue operazioni. Il sistema di governance della sostenibilità di Almagiva si distingue per l'introduzione di un **Comitato di Sostenibilità** endoconsiliare, costituito già nel 2023 e nominato dal Consiglio di Amministrazione, che ha il compito di:

- coadiuvare il Consiglio di Amministrazione con funzioni istruttorie, di natura propositiva e consultiva;
- promuovere il successo aziendale sostenibile, supportando il Consiglio nelle valutazioni e decisioni che riguardano le tematiche ambientali, sociali e di governance;
- promuovere la continua integrazione di best practice nazionali e internazionali relative alla sostenibilità nelle strategie aziendali. Il Comitato di Sostenibilità endoconsiliare opera di concerto con il Comitato Manageriale ESG.

Tale comitato opera insieme al **Comitato ESG**, manageriale, precedentemente costituito con l'obiettivo di supportare l'AD:

- nel **comprendere l'evoluzione dei temi ambientali, sociali e gestionali** e il loro impatto sulle dinamiche dei mercati dove si opera, oltre che sui rischi e sulle prospettive di redditività del business;
- nel **guidare l'evoluzione del sistema aziendale**

verso la piena sostenibilità, generando valore economico, sociale e ambientale e definendo il Bilancio di Sostenibilità;

- nel **diffondere i principi della gestione sostenibile e dell'economia circolare** in tutta l'impresa.

Il Comitato è costituito dai Responsabili delle seguenti funzioni aziendali:

- ➔ Direzione Acquisti e Servizi Generali;
- ➔ Direzione Amministrazione, Bilancio e Fisco;
- ➔ Direzione Controllo di Gestione;
- ➔ Direzione Comunicazione, Marketing e Relazioni Istituzionali;
- ➔ Direzione HR;
- ➔ Chief Information Security Officer (CISO) & Group Security IT Policy;
- ➔ Funzione Internal Audit e Compliance 231;
- ➔ Funzione Affari Societari;
- ➔ Coordinatore Comitato Innovazione;
- ➔ Funzione di Sostenibilità.

Per quanto resti in capo al Consiglio di Amministrazione il compito di analizzare e approvare il reporting di Sostenibilità redatto annualmente, il Comitato riunisce anche le principali funzioni owner di dati e informazioni della reportistica, garantendo un allineamento trasversale sui temi ESG. **Proprio in merito al reporting rileva inoltre citare tra le novità dell'anno la definizione di un cantiere dedicato alla definizione della Procedura di rendicontazione del Bilancio di Sostenibilità**, che regola ruoli, responsabilità, tempistiche e sottoprocessi necessari ai fini della stesura del report di Gruppo.

L'articolazione sopra rappresentata integra l'impegno core della Funzione di Sostenibilità, a diretto riporto dell'Amministratore Delegato della Capogruppo.

Rilevante sottolineare come la Funzione di Sostenibilità lavori a stretto contatto con quella di Qualità – sotto la Direzione ESG e Quality & Customer Satisfaction, alimentando una visione pervasiva delle tematiche ESG all'interno del tessuto aziendale. I frutti di questa impostazione di governance possono essere notati nella capacità di sfruttare sinergie e nel rapido sviluppo di cantieri dedicati alla revisione di policy e alla definizione degli schemi certificativi sul perimetro di Gruppo.

STRUTTURA DIREZIONE ESG E QUALITY & CUSTOMER SATISFACTION

La Direzione **ESG e Quality & Customer Satisfaction**, è strutturata come segue:

L'**area ESG**, guidata dal Chief Sustainability Officer (CSO), ha il compito di presidiare tutte le tematiche legate all'ambito ESG, gestendo le attività di Assessment e Rating, nonché definendo, sviluppando e attuando le strategie di sostenibilità del Gruppo. Inoltre, è incaricata dal coordinamento, monitoraggio e reporting delle attività ESG, nonché della redazione del Bilancio di Sostenibilità delle società del Gruppo.

L'**area Qualità & Customer Satisfaction** ha invece la responsabilità di:

- gestire la governance e le linee di indirizzo per le Certificazioni di Qualità delle società del Gruppo;
- definire la governance e gli indirizzi strategici relativi alle Certificazioni di Qualità per le aziende del Gruppo;
- garantire il mantenimento delle certificazioni aziendali, secondo i principali standard internazionali (UNI, EN, ISO), per le aziende del Gruppo perimetro Italia;
- assicurare il mantenimento delle certificazioni aziendali in conformità con i principali standard internazionali (UNI, EN, ISO) per le aziende del Gruppo perimetro Italia;
- supportare le società del Gruppo nell'estensione delle certificazioni;
- gestire la documentazione del Sistema di Gestione Integrato;
- sviluppare e curare il sistema di Customer Satisfaction.

Tale area è suddivisa nei seguenti settori:

- **Ambiente ed energia**, si occupa della gestione e conservazione delle certificazioni quali ISO14001 (Sistema di gestione ambientale), ISO50001 (Sistemi di gestione dell'energia) e ISO14064 (Valutazione, gestione e certificazione dei gas serra);
- **Salute, Sicurezza e Sociale**, si occupa della gestione e mantenimento delle certificazioni ISO45001 (Sistemi di gestione per la salute e sicurezza sul lavoro), SA8000 (Social Accountability), PDR125 (Parità di genere), ISO30415 (Diversità e Inclusione) e ISO13485/MDR (Gestione della Qualità dei Dispositivi Medici).
- **IT e Customer Satisfaction**, gestisce e mantiene le certificazioni ISO9001 (Sistemi di Gestione della Qualità), ISO/IEC 27001 (Tecnologia dell'informazione - Tecniche per la sicurezza - Sistemi di gestione della sicurezza delle informazioni - Requisiti), ISO/IEC 20000 (Tecnologia dell'informazione - gestione dei servizi IT) e ISO22301 (Business Continuity). Inoltre, cura il sistema di Customer Satisfaction e supervisiona il Risk Management.
- Il **Chief Quality Officer** ricopre anche il ruolo di Rappresentante della Direzione per la SA8000 (Social Accountability 8000) e per il Sistema Integrato di Qualità.

All'interno dell'area è individuato il referente per le Policy di Gruppo, sia interne che esterne, e per le Procedure, nonché per la Gestione dei Rifiuti.

Negli anni il Gruppo ha adottato un approccio strutturato per integrare i principi ESG nelle strategie aziendali e nei processi decisionali, consolidando la governance della sostenibilità su basi più solide.

A questo proposito, fondamentale citare come Al maviva abbia continuato gli sforzi nella revisione e nell'aggiornamento capillare del proprio patrimonio procedurale, con l'obiettivo di consolidare un framework di policy aziendali condiviso e omogeneo. Tale sforzo si declina anche nella diffusione di buone pratiche e l'aggiornamento periodico della governance della sostenibilità: anche nel 2025, per il massimo organo di governo, il Gruppo ha continuato a svolgere specifiche sessioni di induction riguardo alle tematiche di sostenibilità. Questo impegno si è integrato con gli aggiornamenti dedicati al Comitato Manageriale, che nel corso dell'anno è stato interessato da aggiornamenti relativi ai nuovi sviluppi normativi in ambito ESG, tra cui l'evoluzione delle Direttive CSRD, CSDDD, il Regolamento Tassonomia EU e la preparazione verso la CSRD con focus sulla doppia materialità.

2.4.2 Analisi di Materialità, catena del valore e stakeholder del Gruppo

GRI 2-6, 2-25, 2-29, 3-1, 3-2, 3-3

Il Gruppo pone particolare attenzione all'aggiornamento periodico del proprio reporting di sostenibilità e, più in generale, degli ambiti di impegno che legittimamente gli stakeholder possano ritenere prioritari per il Gruppo. Questa attività è coperta dall'analisi di materialità, il processo che consente di identificare le tematiche di sostenibilità più rilevanti per una società, su cui concentrare i contenuti del Bilancio.

In conformità con le richieste degli standard di rendicontazione "GRI Standards 2021", già dal 2022 Al maviva ha aggiornato la propria analisi di materialità per la rendicontazione delle informazioni non finanziarie, identificando i temi materiali che rappresentano gli impatti più rilevanti, positivi e negativi, che il Gruppo ha (effettivi) o potrebbe avere (potenziali) sull'economia, l'ambiente e le persone. Il processo, che Al maviva rivede con cadenza periodica, prevede l'identificazione dei temi collegati agli impatti più significativi dell'organizzazione sull'economia, l'ambiente e le persone, compresi gli impatti sui loro diritti umani, in una prospettiva definita come **"impact materiality"** – in contrapposizione al concetto di **"financial materiality"** introdotto dalla CSRD, cui si accennerà di seguito.

Temi Materiali 2025		Significatività		
		Molto Alta	Alta	Medio Alta
Governance	Creazione di valore condiviso			
	Catena di fornitura responsabile			
Persone	Valorizzazione del capitale umano, attrazione dei talenti			
	Benessere, salute e sicurezza sul lavoro			
	Diversità e inclusione			
	Diritti umani			
Ambiente	Consumi energetici e lotta al cambiamento climatico			
	Gestione della risorsa idrica			
	Economia circolare dei dispositivi elettronici			
Transizione digitale responsabile	Privacy e protezione dei dati			
	Innovazione			

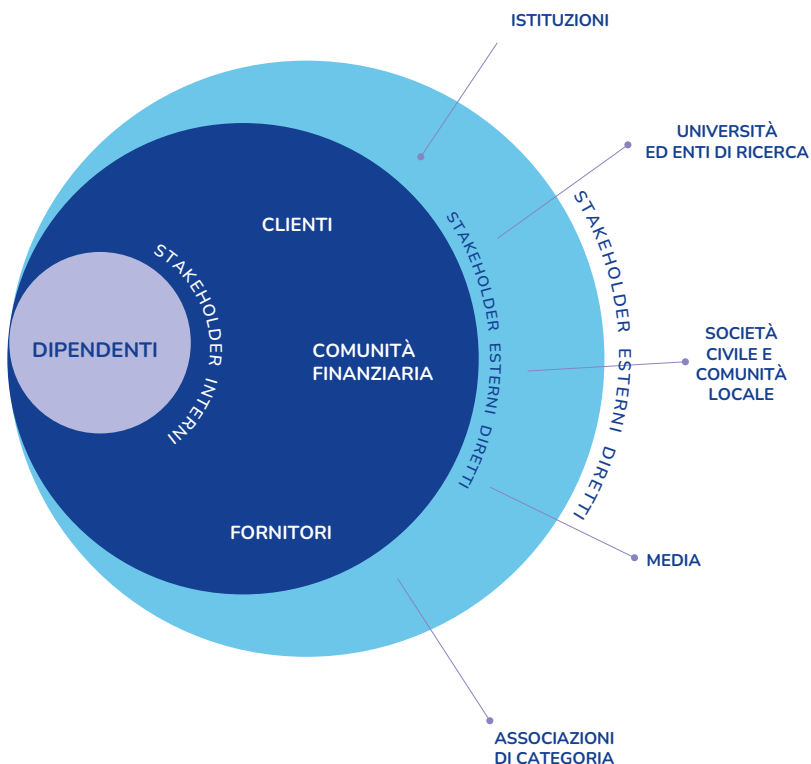
In occasione del presente report, a seguito di un'approfondita analisi di contesto e del completamento di un esercizio pilota di definizione di Doppia Materialità CSRD, il Gruppo Almaviva ha riconfermato l'analisi di materialità dell'anno precedente.

Tali temi sono incardinati nelle quattro direttrici di Sostenibilità del Gruppo – le stesse che guidano il Piano di sostenibilità e che quindi si confermano come elemento di coerenza e continuità tra reporting e strategia, tra il monitoraggio ex-post delle performance del Gruppo e gli obiettivi ex-ante a cui Almaviva

guarda nel prossimo futuro. Si faccia riferimento alla sezione Allegati per la definizione estesa dei temi materiali del Gruppo, compresa dei singoli impatti di riferimento per ciascun tema.

Il percorso parte da lontano: già da tempo il Gruppo ha individuato i propri stakeholders chiave, ingaggiati in una attività di engagement dedicata in occasione dell'analisi di materialità 2022, che ha previsto il coinvolgimento di Top Management, Dipendenti, Fornitori, Comunità Finanziaria, Clienti, Università ed Enti di Ricerca, Associazioni di Categoria e Media.

Mappatura degli stakeholder del Gruppo Almaviva (Diagramma di Venn)



GLI STAKEHOLDER DEL GRUPPO

Dipendenti

L'azienda ha adottato un insieme articolato di iniziative e strumenti rivolti ai propri collaboratori, con l'obiettivo di rafforzarne il coinvolgimento e favorire la diffusione della cultura aziendale.

- Spazi di lavoro ibridi: realizzazione di ambienti che integrano componenti fisiche e digitali, a supporto di un modello di Smart Working fondato su fiducia, collaborazione, autonomia e senso di responsabilità.
- Dialogo aziendale continuo: promozione di una comunicazione costante tra azienda e persone, per favorire l'allineamento tra valori individuali e organizzativi, anche attraverso percorsi formativi e momenti di confronto su policy aziendali e cambiamenti rilevanti.
- Piattaforma Intranet partecipativa: sviluppo e gestione condivisa di una piattaforma interna, progettata insieme ai dipendenti, che garantisce un aggiornamento quotidiano e la possibilità di fornire feedback, contribuendo al miglioramento dei processi interni e della comunicazione.
- Azioni contro la violenza online: promozione di campagne di sensibilizzazione per contrastare i fenomeni di aggressività digitale, riaffermando il principio che il virtuale è reale e sottolineando l'importanza delle relazioni personali nei contesti lavorativi in evoluzione.
- Storytelling aziendale: valorizzazione delle esperienze e dei volti dei dipendenti per raccontare le storie che guidano l'innovazione all'interno del Gruppo Almagiva.
- Supporto alla gestione della fragilità: collaborazione con enti specializzati per offrire strumenti informativi e assistenza dedicata a chi si prende cura di persone in situazioni di fragilità.
- Giornate dedicate alla salute e prevenzione: organizzazione di appuntamenti informativi e screening diagnostici, finalizzati alla promozione della prevenzione sanitaria.
- Programmi sociali per i dipendenti: offerta di attività ricreative, sociali, sportive, culturali e di solidarietà per rafforzare il senso di appartenenza e valorizzare l'energia positiva delle persone.
- Piano Strategico di Sostenibilità 2025–2027: formalizzazione di ulteriori impegni orientati allo sviluppo del capitale umano, in ambito assunzioni, training e D&I.

Clienti

I clienti sono coinvolti attivamente in attività di rilevazione della soddisfazione, con l'obiettivo di monitorare e migliorare costantemente la qualità di prodotti e servizi offerti. Strumenti come conferenze, comunicazioni via mail, incontri in presenza e occasioni pubbliche contribuiscono a consolidare un approccio orientato al cliente, ponendo particolare attenzione ai temi della privacy, della salute e della sicurezza.

Fornitori

La condivisione di principi e valori rappresenta un pilastro della strategia di apertura al mercato del Gruppo. Attraverso un Portale dedicato, i fornitori interessati a collaborare con Almagiva devono attestare il possesso e il mantenimento di requisiti tecnico-economici coerenti con i principi di Responsabilità Sociale.

Comunità finanziaria

Il dialogo con la comunità finanziaria si concretizza in incontri periodici con gli investitori, orientati alla condivisione dei risultati e degli obiettivi futuri. In particolare, la comunicazione dei dati economico-finanziari avviene su base trimestrale, in un'ottica di trasparenza e confronto continuo.

Società civile e comunità locale

Almagiva **partecipa attivamente alla vita delle comunità**, sia a livello locale che globale, attraverso progetti in collaborazione con associazioni e realtà del Terzo Settore, volti a condividere mission e visione aziendale. In particolare:

- **Tutela dell'ambiente:** sostegno a progetti di conservazione ecosistemica, come clean-up days e interventi di riforestazione terrestre e marina, per ridurre l'impronta ambientale e contrastare i cambiamenti climatici.

- **Educazione digitale per le famiglie:** creazione di percorsi formativi mirati a promuovere un uso sicuro e consapevole della tecnologia tra bambini e adolescenti.
- **Parità di genere:** adesione a reti d'impresa che promuovono l'inclusione e l'equilibrio di genere, con azioni continue di formazione e sensibilizzazione.
- **Inclusione delle persone con disabilità:** partnership con associazioni impegnate nella promozione dei diritti e nella costruzione di nuove narrazioni intorno alla disabilità.
- **Collaborazioni solidali:** contributo a realtà come l'Associazione Italiana contro leucemie, linfomi e mieloma, attraverso il supporto digitale e la partecipazione a eventi di raccolta fondi o l'Associazione I Bambini delle Fate per supportare iniziative di sostegno alle persone con disturbi dello spettro autistico
- **"Sport for Good":** organizzazione di tornei sportivi nazionali in collaborazione con Sport Senza Frontiere per promuovere salute, integrazione, lotta alla dispersione scolastica e valorizzazione delle diversità. Un esempio concreto di questo impegno è il ruolo di Official Supplier di Almaviva alla **Run Rome The Marathon**, evento annuale che accoglie oltre 30.000 atleti da tutto il mondo. Attraverso questa partnership, Almaviva sostiene il Charity Program di Sport Senza Frontiere, finanziando i JOY Point, centri estivi a vocazione sociale che offrono gratuitamente a minori svantaggiati l'opportunità di sviluppare capacità, relazioni e talenti, indipendentemente dalla loro condizione di provenienza.
- **Eventi di sensibilizzazione sanitaria:** partecipazione a manifestazioni come Race for the Cure di Komen Italia o la Fitwalking AIL per sostenere la ricerca e aumentare la consapevolezza sui tumori.
- **Solidarietà nelle festività:** promozione di mercatini solidali per sostenere il Terzo Settore e rafforzare la solidarietà in Azienda.
- **Progetto "We can blu it!":** A partire da settembre 2024, Almaviva è diventata Main Partner di "We can blu it!", promuovendo iniziative di educazione ambientale e partecipando attivamente a eventi per sensibilizzare sulla sostenibilità.

Università ed enti di ricerca

Il gruppo coltiva relazioni strategiche con Università, centri di alta formazione e istituti di ricerca, attraverso programmi strutturati e partecipazione a convegni, seminari ed eventi, con l'obiettivo di diffondere la cultura dell'innovazione digitale, con particolare attenzione alla smart mobility. In occasione del rinnovo del Piano di Sostenibilità, è stato ritenuto necessario introdurre un obiettivo relativo proprio alle partnership, considerate un'occasione di contaminazione e creazione di valore aggiunto e condiviso.

Associazioni di categoria

Il dialogo delle associazioni di categoria è costante e attivo, grazie al contributo diretto del Vertice e del Top Management. Le relazioni favoriscono la collaborazione progettuale e rafforzano il posizionamento del Gruppo nei settori di riferimento.

Media

Attraverso la funzione Media Relations, Almaviva promuove la propria identità del Gruppo, del suo ruolo distintivo del Gruppo, l'evoluzione delle sue attività e l'impegno per l'innovazione digitale, la sostenibilità e l'inclusione, contribuendo al rafforzamento della reputazione aziendale.

Istituzioni

Una funzione dedicata assicura la continuità del dialogo con Istituzioni ed Enti pubblici. Attraverso un costante monitoraggio normativo e l'analisi delle dinamiche decisionali, il Gruppo rappresenta il proprio ruolo in modo tempestivo, coerente e trasparente rispetto alle principali tematiche di settore.

A questa rappresentazione estesa il Gruppo Al maviva ha affiancato una formalizzazione sintetica della propria value chain, che ha portato il Gruppo ad individuare, attraverso un esercizio interno:

- **le macrocategorie di forniture chiave:** fornitura di software, di hardware, di prestazioni tecniche e manutenzione IT, di prestazioni professionali, di servizi generali;
- **le proprie operations:** sia in termini di modello di business che di settori di operatività, come già rappresentato nel Paragrafo 1.2 e seguenti;
- **i propri clienti:** la sezione “downstream” della propria catena del valore, necessaria per comprendere la magnitudo dei servizi offerti nei contesti socioeconomici in cui Al maviva opera e quindi le esternalità positive per società civile e tessuto imprenditoriale.

Tale analisi sarà oggetto di disclosure approfondita con l'avvento degli obblighi CSRD, andando ad arricchire lo studio di elementi di contesto che anno dopo anno vengono ripresi in esame per valutare la completezza del reporting e della strategia di sostenibilità.

2.4.3 Il Piano di Sostenibilità

GRI 2-23, 2-24, 2-25

Il Gruppo Al maviva conferma il proprio impegno verso la sostenibilità attraverso l'aggiornamento del proprio Piano di Sostenibilità, definendo anno dopo anno nuovi obiettivi e target misurabili, fondati su un'analisi rigorosa delle tematiche materiali, dalle best practice di settore e dagli spunti offerti dall'evoluzione del perimetro di Gruppo.

Di seguito è presentata la struttura del Piano di Sostenibilità del Gruppo, comprensiva degli obiettivi e dei target annuali che declinano in modo operativo le quattro direttrici di impegno Governance, Persone, Ambiente e Transizione Digitale Responsabile, per il triennio 2025-2027. Mentre gli obiettivi al 31/12/25 sono i medesimi già presentati nel precedente reporting, gli obiettivi 2026 e il nuovo orizzonte temporale al 2027 sono stati formulati coerentemente con l'estensione del perimetro di Gruppo, e quindi in virtù dell'integrazione di Tivit e relative controllate.

Nella parte destra della tabella sono inoltre riportati i target di lungo periodo, definiti per rappresentare in sintesi i principali ambiti ESG su cui il Gruppo intende continuare a investire con un approccio strutturato e duraturo. Gli obiettivi sono stati condivisi con le funzioni aziendali competenti, che saranno responsabili del loro perseguimento e conseguimento.

Tema materiale	Obiettivo	Target 31/12/2025	Target 31/12/2026	Target 31/12/2027	Target long term
Governance					
Sistema di governance	Assicurare una rappresentazione equa in CdA, in riferimento a genere, età, indipendenza, minoranze e altre categorie	Mantenimento di una stabile rappresentanza equa ed inclusiva nel CdA	Mantenimento di una stabile rappresentanza equa ed inclusiva nel CdA	Mantenimento di una stabile rappresentanza equa ed inclusiva nel CdA	Mantenimento di una stabile rappresentanza equa ed inclusiva nel CdA
Sistema di governance	Remunerazione del Top Management correlata ad obiettivi ESG	Estensione della componente ESG nella remunerazione variabile del Top Management a tutti i destinatari degli MBO	Mantenimento della componente ESG nella remunerazione variabile del Top Management a tutti i destinatari degli MBO	Mantenimento della componente ESG nella remunerazione variabile del Top Management a tutti i destinatari degli MBO	
Sistema di governance	Mantenere alti livelli di etica e compliance nella conduzione del business	Mantenimento del 95% di dipendenti che hanno effettuato almeno un corso formativo su Ethics & Compliance nel 2025 (perimetro Italia della divisione IT Services)	Almeno il 75% di dipendenti che hanno effettuato almeno un corso formativo su Ethics & Compliance nel 2026 sul perimetro global	Almeno l'80% di dipendenti che hanno effettuato almeno un corso formativo su Ethics & Compliance nel 2027 sul perimetro global	Estensione al 95% di dipendenti che hanno effettuato almeno un corso formativo su Ethics & Compliance sul perimetro global
Sistema di governance	Sviluppare una governance di sostenibilità trasparente e responsabile	Svolgimento di 1 corso formativo su tematiche ESG per il Board	Svolgimento di 1 corso formativo su tematiche ESG per il Board	Svolgimento di 1 corso formativo su tematiche ESG per il Board	Somministrazione di corsi ESG a tutta la popolazione di Gruppo su base annuale
Sistema di governance	Sviluppare una governance di sostenibilità trasparente e responsabile	Nel 2025 acquisire ISO 37001 per Almaviva S.p.A.	Acquisire ISO 37001 per LEs pari almeno all'80% del fatturato perimetro Italia	Ampliamento alle principali LEs di Gruppo ⁴ della ISO 37001	Copertura totale di tutte le principali LEs di Gruppo
Sistema di governance	Sviluppare una rendicontazione di sostenibilità completa ed efficace	Svolgimento dell'analisi di ammissibilità della Tassonomia EU in maniera volontaria	Definizione di una procedura di rendicontazione dell'Informativa Non Finanziaria	Definizione di un Sistema di Controllo Interno sull'Informativa Non Finanziaria	
Sistema di governance	Digital Relationship Management	50% dei clienti coperti da processi di customer satisfaction	55% dei clienti coperti da processi di customer satisfaction	60% dei clienti coperti da processi di customer satisfaction	

4 Per principali LEs di Gruppo si intendono le seguenti società: Almaviva S.p.A., Almwave S.p.A., Reactive S.r.l., Almaviva Digitaltec S.r.l., Almaviva Bluebit S.p.A. S.B., Mea Engineering S.r.l., Tivit Terceirização De Processos Serviços E Tecnologia S.A.

Tema materiale	Obiettivo	Target 31/12/2025	Target 31/12/2026	Target 31/12/2027	Target long term
Persone					
Valorizzazione del capitale umano, attrazione dei talenti	Sostenere lo sviluppo professionale e il coinvolgimento delle persone, monitorando e migliorando la formazione		Mantenimento delle ore di formazione pro capite medie ad almeno 19 ore per il perimetro Italia (divisione IT Services e New Technology)	Mantenimento delle ore di formazione pro capite medie pari almeno a 16 ore nel 2027 per la divisione Digital Change a livello Global e raggiungimento di almeno 50 ore per la divisione Digital Relationship Management a livello global	
Valorizzazione del capitale umano, attrazione dei talenti	Sostenere lo sviluppo professionale delle nuove generazioni e dei giovani talenti	Mantenimento assunzioni di Under30 nell'anno pari almeno al 38% della categoria per il perimetro Italia nel IT Services ⁵	Assunzioni di Under30 nell'anno pari almeno al 35% della categoria nel IT Services a livello global	Mantenimento assunzioni di Under30 nell'anno pari al 35% della categoria nel IT Services a livello global	
Diversità e inclusione	Assicurare una rappresentazione aziendale equa in riferimento a genere, età, minoranze e altre categorie	Almeno 17 iniziative nell'anno volte a coinvolgere le donne in percorsi di formazione STEM al fine di incrementarne la presenza in azienda per il perimetro Italia ⁶	Iniziative sui temi della D&I a copertura di almeno l'80% della popolazione aziendale	Iniziative sui temi della D&I a copertura di almeno l'85% della popolazione aziendale	Iniziative sui temi della D&I a copertura di almeno il 90% della popolazione aziendale
Diversità e inclusione	Aumentare la presenza di donne in posizioni manageriali (Dirigenti e Quadri)	Entro il 2025, mantenimento della presenza femminile in posizioni manageriali al 23% per il perimetro Italia	Entro il 2026, mantenimento della presenza femminile in posizioni manageriali (dirigenti+quadri) al 45% per il perimetro Italia		Incremento della presenza femminile in posizioni manageriali (dirigenti+quadri) al 45% per il perimetro global entro il 2030

⁵ Il presente target al 31/12/2025 non è stato raggiunto (33,72% a fronte di un target dichiarato del 38%) a seguito di una contrazione nella contrattualizzazione del personale apprendista

⁶ Il presente target al 31/12/2025 non è stato raggiunto (7 iniziative STEM a fronte di un target dichiarato di 17) a seguito dello stop assunzionale

Tema materiale	Obiettivo	Target 31/12/2025	Target 31/12/2026	Target 31/12/2027	Target long term
Catena di fornitura responsabile	Mantenere un presidio solido in ambito Human rights	Definizione di un processo di Due Diligence periodica	Realizzazione delle attività di DD su un panel di società pari ad almeno l'80% dell'acquistato di Gruppo perimetro Italia	Ampliamento delle attività di Due Diligence su un panel di società pari ad almeno l'80% dell'acquistato di Gruppo	Estensione a tutta l'attività di procurement global delle attività di DD e inclusione nel Piano di Audit annuale del Gruppo entro il 2028
Catena di fornitura responsabile	Aumentare il numero di fornitori coinvolti nel processo di valutazione attraverso criteri ESG / Reputation	Estensione della valutazione dei fornitori valutati secondo criteri ESG alle altre società principali del Gruppo ⁷	Definizione di criteri minimi soglia e mantenimento per i fornitori che rappresentano l'80% dello spending a livello global	Estensione ai fornitori che rappresentano il 90% dello spending a livello global	Miglioramento delle performance ESG della supply chain (baseline 2025) nel 2028
Ambiente ¹⁰					
Consumi energetici e lotta al cambiamento climatico	Aumentare l'acquisto di energia elettrica rinnovabile	95% di energia elettrica rinnovabile sul totale di energia acquistata a livello di Gruppo ⁸	75% di energia elettrica rinnovabile sul totale di energia acquistata a livello di Gruppo	80% di energia elettrica rinnovabile sul totale di energia acquistata a livello di Gruppo	100% di energia elettrica rinnovabile acquistata
Consumi energetici e lotta al cambiamento climatico	Ridurre le emissioni dirette e indirette	Definizione di un modello di dettaglio del calcolo delle emissioni di Scopo 1, 2 e 3	Estensione del calcolo delle emissioni di Scopo 3 a un panel di società pari all'85% del fatturato di Gruppo	Mantenimento dell'intensità emissiva (Scope 1 + Scope 2 LB) sotto 0,005 kg CO2e/fatturato di Gruppo	Dimezzare l'intensità emissiva sul fatturato (Scope 1 + Scope 2 LB) rispetto al 2021 nel 2029
Gestione circolare dei rifiuti	Aumentare la percentuale di rifiuti destinati al recupero	Mantenere il 100% raccolta differenziata per tutto il Gruppo nel 2025 ⁹	Definizione di un sistema di donazione RAEE volto integrare la riduzione di e-waste con iniziative di charity	Raccolta differenziata implementata almeno nel 80% delle Società del Gruppo	Raccolta differenziata implementata almeno nel 90% delle Società del Gruppo 2030

⁷ Per "società principali del gruppo" si intendono le società che superano il 3% del fatturato globale

⁸ Si precisa che il target fa riferimento all'energia elettrica acquistata per le sedi in cui il Gruppo detiene il controllo degli asset ed il rapporto diretto con il fornitore. Per il 2025 era già stato pianificato un incremento del target dall'80% del 2024 al 95%. Nonostante gli sforzi profusi a livello globale, l'obiettivo non è stato conseguito, attestandosi al 91%, mentre sul solo perimetro Italia la quota di energia elettrica da fonti rinnovabili raggiunge il 97%.

⁹ Si precisa che il target fa riferimento alle geografie dove si applica la normativa locale che disciplina la raccolta differenziata

¹⁰ Si segnala che è stato rimosso l'obiettivo relativo alle iniziative volte a sviluppare azioni di contrasto al cambiamento climatico, in quanto ritenuto poco significativo

Tema materiale	Obiettivo	Target 31/12/2025	Target 31/12/2026	Target 31/12/2027	Target long term
Transizione digitale responsabile					
Soluzioni digitali per la sostenibilità dei clienti e la digitalizzazione	Offrire al mercato soluzioni innovative che contribuiscano a diffondere prodotti/ servizi clean tech	Valore totale del fatturato in clean tech di 8M nel 2025 ¹¹	Valore totale del fatturato in clean tech di 9M nel 2026	Valore totale del fatturato in clean tech di 10M nel 2027	Valore totale del fatturato in clean tech di 12M nel 2030 ¹²
Soluzioni digitali per la sostenibilità dei clienti e la digitalizzazione	Garantire ai clienti uno standard sempre più ambizioso di qualità di prodotti e servizi		Ottenimento di 120 certificazioni (ISO/UNI) entro il 2026 su perimetro global	Ottenimento di 130 certificazioni (ISO/UNI) entro il 2026 su perimetro global	Mantenimento dei più alti standard di eccellenza in ambito qualità certificata da enti terzi
Privacy e protezione dei dati	Ridurre al minimo il rischio di violazioni della privacy delle informazioni e il numero di reclami in merito	Zero reclami fondati ricevuti in merito a violazioni della privacy dei clienti e mantenere la certificazione ISO 27001 a tutte Società rilevanti del Gruppo ¹³	Zero reclami fondati ricevuti in merito a violazioni della privacy dei clienti ed estendere Policy, Procedure e Internal Audit in materia 27001 a tutte Società del Gruppo	Zero reclami fondati ricevuti in merito a violazioni della privacy dei clienti	Copertura totale di tutte le principali legal entities di Gruppo
Innovazione, ricerca e sviluppo	Aumentare gli investimenti in R&D	Valore totale degli investimenti in R&D di 50M nel 2025	Valore totale degli investimenti in R&D di 55M nel 2026	Valore totale degli investimenti in R&D di 60M nel 2027	Valore totale degli investimenti in R&D di 70M nel 2030 ¹⁴

¹¹ Il presente Target è stato modificato rispetto a quello riportato nel Piano dello scorso anno. Si è passati dalla misurazione del numero di soluzioni clean tech presentate al mercato alla misurazione del valore totale del fatturato in ambito clean tech, in quanto si tratta di un indicatore più solido e significativo

¹² Al netto delle acquisizioni

¹³ Il presente target al 31/12/2025 è stato raggiunto parzialmente (mantenimento della certificazione ISO 27001 a tutte Società rilevanti del Gruppo) a seguito di un attacco cyber ai sistemi interni avvenuto a novembre 2025

¹⁴ Al netto delle acquisizioni

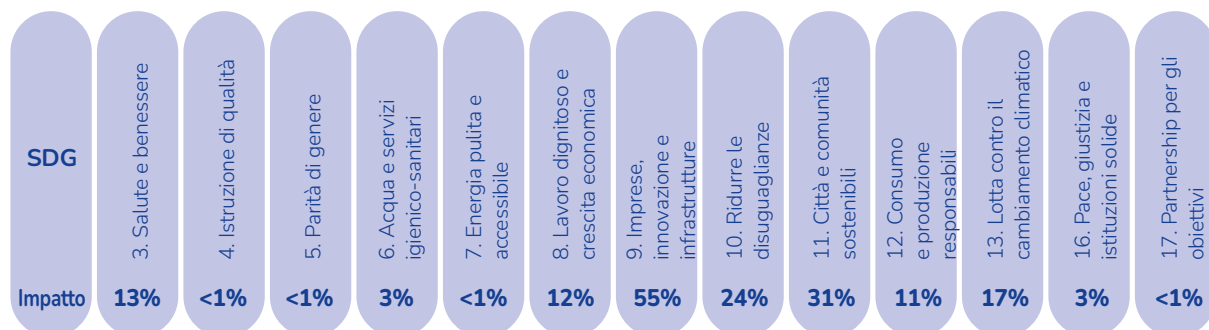
Anche attraverso le attività connesse all'attuazione del Piano di Sostenibilità, Al maviva concretizza il proprio impegno verso il conseguimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) dell'Agenda 2030, focalizzandosi in particolare su quelli più strettamente legati alle quattro aree strategiche del proprio modello

di sostenibilità. Modello che è strettamente correlato anche alle dinamiche di business: proprio per questo, per il terzo anno il Gruppo ripropone la propria analisi di rispondenza delle commesse Al maviva rispetto agli obiettivi di sviluppo sostenibile, "termometro" della stretta correlazione tra digitalizzazione e sostenibilità.

L'ANALISI DELLE COMMESSE AL MAVIVA IN RELAZIONE AGLI SDGS

Già in occasione dell'esercizio 2023 Al maviva ha intrapreso un'importante iniziativa di **valutazione dei propri progetti aziendali rispetto agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile**, aggiornata coerentemente in occasione dell'esercizio 2025. L'analisi è stata effettuata sulla totalità delle commesse di Al maviva S.p.A., Al maviva Digitaltec, Al mawave, Reactive e Kline, coinvolgendo numerose risorse interne all'azienda, promuovendo la diffusione delle tematiche di sostenibilità e degli obiettivi dell'Agenda 2030. I risultati di questo lavoro hanno fatto emergere come, in continuità con l'anno precedente, il 97,6% dei progetti Al maviva, con le soluzioni proposte, **abilitino cambiamenti poi risultati positivi nel contributo agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile**.

L'analisi ha evidenziato la capacità del Gruppo di operare come un attore responsabile e proattivo nella costruzione di un futuro sostenibile. In particolare, tra diversi obiettivi, le soluzioni di Al maviva sono state in grado di essere maggiormente abilitanti negli obiettivi SDG 9 "Industria, innovazione e infrastrutture", SDG 11 "Città e comunità sostenibili" e SDG 10 "Ridurre le disuguaglianze", dimostrando la capacità propulsiva delle soluzioni di Al maviva nell'innovazione sostenibile.



2.4.4 Verso la CSRD

Nel corso dell'esercizio 2027, il Gruppo Al maviva entrerà nel perimetro di applicazione della CSRD, la Direttiva europea che richiede alle aziende una rendicontazione più strutturata, dettagliata e completa delle proprie performance ESG, con prima pubblicazione prevista nel 2028 (nel c.d. ciclo delle "wave 2").

Questa transizione segna un passo significativo per il Gruppo, che guarda con attenzione agli standard più avanzati in materia di sostenibilità, puntando ad aumentare la trasparenza e la responsabilità nella comunicazione dei propri impatti in un'ottica di miglioramento continuo. Al maviva è consapevole dell'importanza e della portata della Direttiva non solo come adempimento normativo, ma anche come opportunità strategica per consolidare la propria posizione di leader nella trasformazione digitale responsabile.

L'adeguamento alla CSRD non è solo un obbligo normativo, ma un'opportunità per rafforzare il valore dell'azienda sul mercato, migliorare la gestione dei rischi e delle performance ESG e rispondere in modo proattivo alle aspettative degli investitori, dei clienti e della società civile. Al maviva prosegue così il suo percorso verso una transizione digitale sostenibile, adottando strumenti e metodologie avanzate per la misurazione e la comunicazione dell'impatto delle proprie attività con una consapevolezza sempre maggiore del ruolo che può svolgere nel contesto di riferimento.

In questo contesto, il Gruppo ha avviato cantieri di attività dedicati agli elementi metodologici fondamentali della CSRD e dei nuovi Standard di rendicontazione ESRS:

- uno studio preliminare in ambito eligibility ex Reg. 852/2020 (Tassonomia EU);
- un primo esercizio di definizione di analisi di Doppia Materialità;
- la relativa gap analysis ESRS rispetto all'attuale reporting package GRI Standards rendicontato da Al maviva.

Di seguito alcuni elementi rilevanti emersi nei sopracitati cantieri.

TASSONOMIA EU

La Commissione Europea, nell'ambito dell'Action Plan UE sulla finanza sostenibile, ha pubblicato con Regolamento 852/2020 la **Tassonomia Europea**, un sistema di classificazione delle attività economiche sostenibili dal punto di vista ambientale, fondamentale per il raggiungimento degli obiettivi stabiliti dal Green Deal comunitario.

La Tassonomia si propone, non solo a livello europeo ma con un'ambizione globale, di rappresentare un sistema di classificazione volto a stabilire quali attività economiche possano essere considerate ecosostenibili, allo scopo di proteggere gli investitori privati dal greenwashing e supportare le aziende nella comprensione delle tipologie di investimento necessarie per concorrere positivamente alla transizione dell'economia.

La Tassonomia UE stabilisce che le attività economiche possano essere considerate sostenibili dal punto di vista ambientale (“allineate”) solo se sono ricompresi negli atti delegati del Regolamento (“ammissibili”, o “eligible”) e se possiedono caratteristiche specifiche che permettano di contribuire sostanzialmente ad almeno uno degli obiettivi ambientali europei:

- Mitigazione dei cambiamenti climatici;
- Adattamento ai cambiamenti climatici;
- Uso sostenibile delle risorse idriche e marine;
- Prevenzione e controllo dell'inquinamento;
- Transizione verso un'economia circolare;
- Protezione e ripristino della biodiversità e degli ecosistemi.

Per essere classificate come allineate, le attività economiche ammissibili devono:

- contribuire in modo sostanziale al raggiungimento di almeno uno dei sei obiettivi ambientali;
- non arrecare un danno significativo (Do No Significant Harm – DNSH) a nessuno degli altri obiettivi ambientali;
- rispettare le garanzie minime di salvaguardia in materia di diritti umani e del lavoro, prevenzione della corruzione, fiscalità e concorrenza leale.

Per ogni attività economica menzionata negli atti delegati il legislatore comunitario ha definito una serie di criteri di vaglio tecnico specifici, al fine di valutare l'allineamento delle attività ammissibili con riferimento agli obiettivi ambientali.

Il Regolamento definisce, inoltre, alcune attività come “di transizione” e “abilitanti”. Le attività di transizione sono quelle per le quali, allo stato della tecnologia, non esistono ancora alternative a basse emissioni di carbonio e che presentano livelli di emissione di gas serra corrispondenti alla migliore prestazione del settore; le attività abilitanti sono invece quelle che consentono direttamente ad altre attività di apportare un contributo sostanziale a un obiettivo ambientale. Tali eventuali classificazioni hanno impatti sul trattamento delle attività stesse nel corso delle analisi.



Le società che rientrano nel perimetro di applicazione della Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) sono chiamate a svolgere analisi in relazione ai sei obiettivi ambientali della Tassonomia UE, fornendo disclosure sull'ammissibilità e sull'allineamento delle proprie attività economiche rispetto ai criteri previsti dal Regolamento. In qualità di Società che sarà soggetta agli obblighi di rendicontazione CSRD a partire dal 2027 (seconda wave di applicazione), il Gruppo Almagiva ha avviato un primo percorso di adeguamento ai requisiti normativi della Tassonomia UE. Il presente documento riporta i risultati di un esercizio preliminare, condotto su base volontaria e in anticipo rispetto agli obblighi di legge, con l'obiettivo di avviare progressivamente lo sviluppo di metodologie, processi e strumenti interni funzionali a una futura rendicontazione conforme al Regolamento. Si precisa che tale esercizio non costituisce, allo stato attuale, una rendicontazione in compliance con la Tassonomia UE, ma rappresenta un passo avanti all'interno di un percorso di adeguamento pluriennale che il Gruppo intende consolidare progressivamente nei prossimi esercizi.

In data 4 luglio 2025, la Commissione Europea ha adottato il Regolamento Delegato (UE) 2026/73, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale dell'Unione europea l'8 gennaio 2026, che modifica il Regolamento Delegato (UE) 2021/2178, con riguardo alla semplificazione del contenuto e delle modalità di presentazione delle informazioni relative alle attività ecosostenibili, nonché i Regolamenti Delegati (UE) 2021/2139 e (UE) 2023/2486, con riferimento alla semplificazione di taluni criteri di vaglio tecnico.

Tali modifiche sono applicabili alle Rendicontazioni di sostenibilità pubblicate successivamente al 1° gennaio 2026, ferma restando la facoltà, per le imprese soggette all'obbligo di rendicontazione, di predisporre la disclosure relativa all'esercizio 2025 in conformità alla precedente versione della normativa. A tal proposito, si precisa che il Gruppo ha predisposto l'informativa Tassonomia per il 2025 facendo ricorso alle semplificazioni previste dal Regolamento 2026/73, optando tuttavia per la non applicazione dell'opzione di materialità e procedendo pertanto all'analisi completa delle attività economiche svolte dal Gruppo ed alla rendicontazione delle attività ammissibili a prescindere dalla significatività dei KPI ad esse associati.

Per l'anno di rendicontazione 2025, al fine di effettuare un'applicazione graduale della norma, sono state effettuate **unicamente le valutazioni di ammissibilità** alla Tassonomia con riferimento agli obiettivi disciplinati dall'Atto delegato sul Clima, che include gli obiettivi di mitigazione e adattamento ai cambiamenti climatici, e con riferimento agli obiettivi inclusi negli allegati (Allegato I, II, III, IV) dall'Atto delegato sull'Ambiente, pubblicato in giugno 2023 dalla Commissione, **costituendo una base metodologica per lo svolgimento delle valutazioni di allineamento negli esercizi di rendicontazione successivi.**

Per tutte le attività economiche identificate come ammissibili sono stati inoltre calcolati i Key Performance Indicators (KPI) previsti dal Regolamento sulla Tassonomia, relativi a ricavi e alle spese in conto capitale (CapEx)¹⁵. Si precisa che tale attività, sebbene rappresenti un significativo impegno organizzativo e metodologico da parte del Gruppo, si configura come un primo esercizio ricognitivo e non esaustivo, non ancora rispondente ai requisiti di compliance previsti dal Regolamento sulla Tassonomia UE e dalla CSRD. In continuità con questo percorso, il Gruppo prevede di estendere nel corso del prossimo esercizio le proprie analisi alla valutazione dell'allineamento ("alignment") delle attività economiche ammissibili rispetto ai criteri di vaglio tecnico (Contributo Sostanziale e DNSH) e alle Garanzie Minime di Salvaguardia, quale ulteriore

¹⁵ Nell'ambito del percorso di progressivo adeguamento ai requisiti del Regolamento sulla Tassonomia UE, il KPI relativo alle spese operative (OpEx) è stato escluso dal perimetro di rendicontazione dell'esercizio 2025 e sarà incluso nelle rendicontazioni degli esercizi successivi.

tappa del percorso di progressivo adeguamento tuttora in corso, consolidando ulteriormente il proprio livello di preparedness in vista dell'entrata in vigore degli obblighi di rendicontazione.

Analisi di ammissibilità

Il Gruppo Al maviva ha condotto la valutazione di ammissibilità delle proprie attività economiche attraverso un processo strutturato di mappatura, associando le attività svolte dal Gruppo alle descrizioni delle attività economiche ammissibili previste dagli Atti Delegati del Regolamento sulla Tassonomia UE, con particolare riferimento:

- all'Atto Delegato sul Clima (Allegati I e II); e
- all'Atto Delegato Ambientale, adottato il 27 giugno 2023.

L'analisi è stata svolta con un approccio bottom-up, prendendo in considerazione tutte le società del Gruppo. Per ciascuna line of business delle singole legal entity sono state identificate le attività economiche maggiormente riconducibili a quelle descritte negli Atti Delegati, tenendo conto delle caratteristiche dei servizi erogati e delle relative fonti di ricavo.

Una volta identificate le attività ammissibili, sono state associate le relative voci economico-finanziarie presenti nei sistemi di Gruppo e sono stati calcolati i KPI previsti dal Regolamento, relativi a ricavi e alle spese in conto capitale (CapEx)¹⁶ con riferimento ai criteri metodologici stabiliti dalla normativa.

Relativamente all'obiettivo "mitigazione dei cambiamenti climatici (CCM)", il Gruppo Al maviva ha identificato come ammissibili le seguenti attività:

- ➔ **Attività 6.14** - Infrastrutture per il trasporto ferroviario
- ➔ **Attività 8.1** - Elaborazione dei dati, hosting e attività connesse

¹⁶ Nell'ambito del percorso di progressivo adeguamento ai requisiti del Regolamento sulla Tassonomia UE, il KPI relativo alle spese operative (OpEx) è stato escluso dal perimetro di rendicontazione dell'esercizio 2025 e sarà incluso nelle rendicontazioni degli esercizi successivi.

Relativamente all'obiettivo "Uso sostenibile delle risorse idriche e marine", il Gruppo Almaviva ha identificato come ammissibili le seguenti attività:

➔ **Attività 1.1** - Fabbricazione e installazione (e relativi servizi) delle tecnologie di controllo delle perdite che consentono di ridurre e prevenire le perdite nei sistemi per la fornitura di acqua

Con riferimento a quanto previsto dal Regolamento sulla Tassonomia UE, la valutazione di ammissibilità ha avuto l'obiettivo di verificare se le attività economiche svolte dal Gruppo rientrassero tra quelle disciplinate dagli Atti Delegati e risultassero pertanto potenzialmente idonee a contribuire al conseguimento di uno o più obiettivi ambientali europei. Tale valutazione è stata effettuata indipendentemente dalla verifica del rispetto dei criteri tecnici di screening e del principio del Do No Significant Harm (DNSH), che costituiscono requisiti della successiva fase di valutazione dell'allineamento.

L'analisi condotta ha evidenziato che le attività economiche ammissibili rappresentano il **22,1% dei ricavi**, il **6,9% delle spese in conto capitale (CapEx)**¹⁷ del Gruppo, confermando un buon livello di inclusione delle attività aziendali al perimetro della Tassonomia UE e costituendo una solida base per il progressivo sviluppo delle future analisi di allineamento.

La percentuale del fatturato totale e delle spese in conto capitale (CapEx) relative alle attività economiche ammissibili e non ammissibili è riportata in forma aggregata per il Gruppo.

Al fine di prevenire il rischio di doppio conteggio nel calcolo dei KPI, i valori sono stati determinati direttamente a partire dalle voci del bilancio consolidato del Gruppo, escludendo tutte le transazioni infragruppo.

Le tabelle in allegato contengono informazioni sulle quote di fatturato e spese in conto capitale identificate come ammissibili secondo la Tassonomia Europea,

secondo i nuovi modelli inclusi nell'Allegato II del Regolamento Delegato 2026/73.

Si precisa che, nel condurre le attività di analisi e predisposizione delle disclosure relative alla Tassonomia, il Gruppo ha adottato nel complesso un approccio prudentiale e basato sulla propria comprensione ed interpretazione, allo stato delle attuali conoscenze, dei requisiti normativi applicabili. L'intervento di ulteriori evoluzioni nell'interpretazione della normativa, potrebbero pertanto portare a modifiche sostanziali nelle valutazioni e nel processo di calcolo dei KPI. Pertanto, il Gruppo Almaviva si riserva di aggiornare e modificare, anche in maniera sostanziale, il processo e le modalità di calcolo degli indicatori al fine di garantirne il corretto allineamento con la normativa europea.

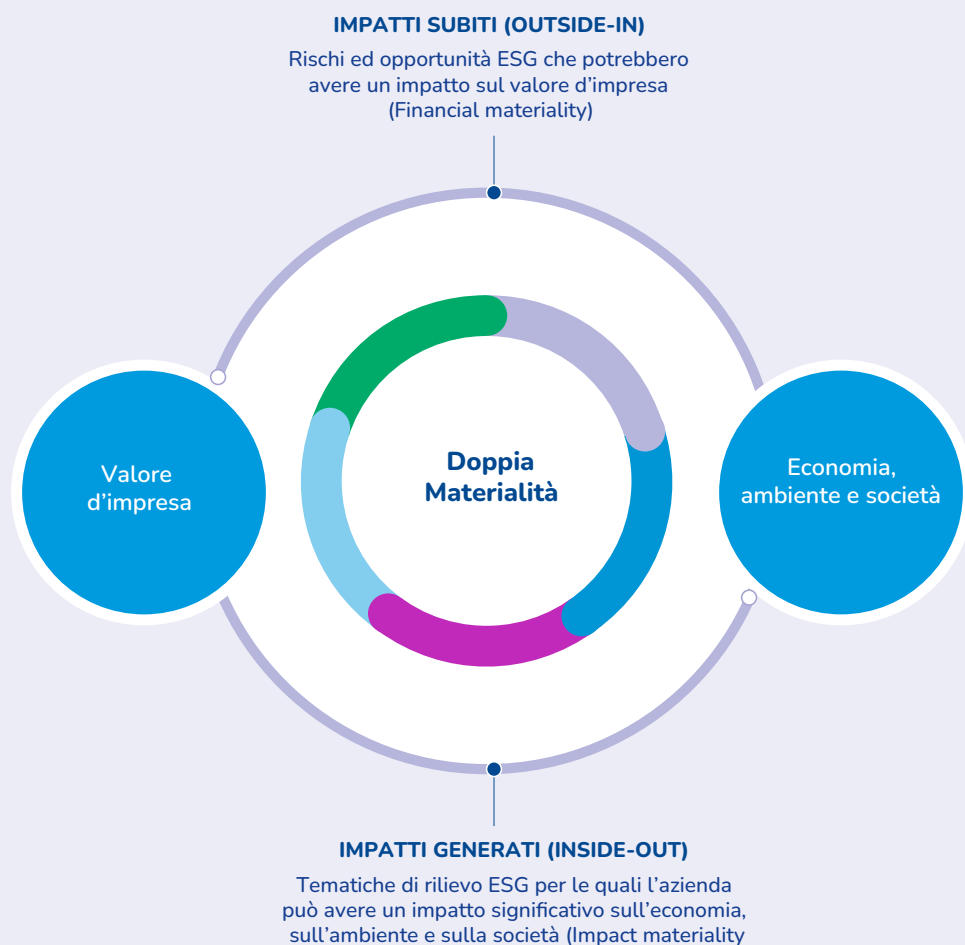
L'esercizio condotto rappresenta pertanto un primo passo, sebbene significativo in termini di impegno metodologico e organizzativo, all'interno di un percorso di adeguamento alla Tassonomia UE che il Gruppo ha avviato e che risulta tuttora in corso, e che sarà progressivamente esteso e consolidato nei prossimi esercizi di rendicontazione.

ANALISI DI DOPPIA MATERIALITÀ

La CSRD introduce il concetto di **"doppia materialità"** in base al quale le organizzazioni dovranno fornire informazioni in merito a:

- impatti significativi economici, sociali e ambientali effettivi o potenziali collegati alle sue attività e alla sua catena del valore (**inside-out**);
- rischi e alle opportunità di sostenibilità che possono influire positivamente o negativamente sullo sviluppo, la performance ed il posizionamento dell'organizzazione (nel breve, medio o lungo termine) e quindi creare o erodere il suo valore d'impresa (**outside-in**).

¹⁷ Nell'ambito del percorso di progressivo adeguamento ai requisiti del Regolamento sulla Tassonomia UE, il KPI relativo alle spese operative (OpEx) è stato escluso dal perimetro di rendicontazione dell'esercizio 2025 e sarà incluso nelle rendicontazioni degli esercizi successivi.



La prospettiva inside-out mutua, di fatto, quanto definito dai GRI Standards per l'elaborazione dei bilanci di sostenibilità in allineamento a tale riferimento; la prospettiva outside-in integra invece un nuovo punto di vista, che studia l'impresa nella sua veste di operatore

immerso in un contesto di riferimento e continuamente soggetto a pressioni e stimoli di natura esogena. Allo stato attuale, il Gruppo Almagiva ha avviato la definizione del primo esercizio di financial materiality, definendo una lista preliminare di rischi e opportunità.

LE UNITÀ FONDAMENTALI DELLA MATERIALITÀ FINANZIARIA: RISCHI E OPPORTUNITÀ

Rischi: Situazioni connesse a tematiche ambientali, sociali o di governance che possono generare impatti finanziari negativi per l'impresa. Tali eventi possono influenzare in modo sfavorevole la solidità patrimoniale, i risultati economici, i flussi finanziari, nonché la capacità di accesso al credito o le condizioni di finanziamento, nel breve, medio o lungo termine.

Opportunità: Condizioni o scenari legati ad aspetti ambientali, sociali o di governance che, se realizzati, possono avere un impatto positivo significativo sulla strategia aziendale, sul modello operativo o sulla capacità dell'impresa di raggiungere i propri obiettivi e generare valore nel tempo.

Tale lista è stata oggetto, **nel corso del 2025 di un assessment dedicato**, attraverso cui il Gruppo ha valutato, per ciascun rischio e opportunità individuati, Entità (la magnitudo totale della gravità/beneficio) e Probabilità (la possibilità di accadimento dell'evento/opportunità o dell'evento/rischio).

L'analisi è stata finalizzata all'individuazione dei temi materiali e dei relativi ambiti di disclosure da includere nel futuro Sustainability Statement ai sensi della CSRD. Le risultanze della valutazione hanno fatto emergere come rilevanti IRO associabili agli **ESRS tematici E1 – Cambiamenti climatici, E5 – Economia circolare (per la componente di rifiuti), S1 – Forza lavoro propria, S2 – Lavoratori nella catena del valore, S4 – Consumatori e utilizzatori finali, G1 – Condotta delle imprese**. Tali risultati mostrano un allineamento rispetto alle legittime attese per il settore di riferimento, e una coerenza con il report EFRAG "State of play 2025 - Implementation of the European Sustainability Reporting Standards".

GAP ANALYSIS ESRS

Per l'elaborazione della gap analysis informativa, sono stati considerati i topic, sub-topic e sub-sub-topic elencati nel Requisito Applicativo §RA16 dell'ESRS 1, al fine di garantire un'analisi omnicomprensiva che copra tutti gli aspetti potenzialmente rilevanti previsti dal requisito applicativo stesso.

Per identificare eventuali gap, è stata attentamente analizzata la documentazione di Al maviva sia di natura pubblica che interna, al fine di verificare se tutti gli aspetti rilevanti fossero stati adeguatamente trattati.

La Gap Analysis si è basata su una pre-selezione di topic, sub-topic e sub-sub-topic considerati maggiormente significativi sulla base del sopra citato primo esercizio di Doppia Materialità, che ha coperto elementi dei già citati ESRS 2, E1, E5, S1, S2, S4 e G1. Per ogni questione di sostenibilità selezionata, sono stati considerati i Disclosure Requirement connessi per i quali è stata effettuata un'analisi approfondita rispetto alla disponibilità di informazioni e dati idonei a coprire le previsioni degli standard.

L'analisi ha mostrato come **l'attuale reporting package di Al maviva sia già idoneo a coprire una componente consistente delle richieste dei nuovi Standard, grazie anche alla partecipazione a rating, assessment e certificazioni che nel corso del tempo hanno permesso di ampliare il perimetro di informazioni annualmente monitorare e rendicontate**. Tra le aree di gap individuate, si citano alcune aree di impegno del Piano di Sostenibilità, ad evidenza della correttezza del percorso strategico definito:

- l'integrazione di informazioni relative ai processi di due diligence in relazione ai principali impatti negativi del Gruppo e della sua value chain;
- l'irrobustimento del Sistema di Controllo Interno sulla reportistica di sostenibilità; e
- più in generale, la sistematica mappatura di processi e modelli operativi in essere volti alla raccolta dei dati e delle informazioni sull'intero perimetro di Gruppo, anche con l'ambizione di incrementare il livello di automazione del processo di reporting e il controllo delle performance ESG.



Digital for Life

3.

Digital for Life

Transizione digitale responsabile

3.1 Il nostro “ecosistema” sostenibile

GRI 2-25

L'approccio del Gruppo Al maviva alla sostenibilità integra gli aspetti sociali, ambientali e di governance sia nell'offerta di prodotti e servizi al mercato sia nell'operatività di business.

Consapevole della **complessa relazione tra innovazione tecnologica e sostenibilità**, Al maviva riconosce le potenzialità e le sfide che ne derivano, adottando un modello che **promuove una transizione**

digitale etica, inclusiva e a ridotto impatto

ambientale. Questa sinergia permette al Gruppo di accompagnare i sistemi socio-economici in cui opera verso un futuro più consapevole, integrando la sostenibilità come elemento cardine delle proprie strategie aziendali e valorizzando uno sviluppo tecnologico responsabile, attento alle implicazioni ambientali e sociali.

Coerentemente con questa visione, Al maviva attribuisce un ruolo centrale all'Intelligenza Artificiale, adottata come leva per la gestione di processi complessi e per l'ottimizzazione dei servizi offerti. L'utilizzo dell'IA è regolato da principi di sicurezza, supervisione umana e trasparenza, con l'obiettivo di garantirne un'applicazione affidabile e controllata nei diversi contesti operativi.

TECNOLOGIA E SOSTENIBILITÀ: UN CONNUBIO PER LO SVILUPPO RESPONSABILE

La digitalizzazione è considerata un elemento centrale per il conseguimento degli Obiettivi di **Sviluppo Sostenibile (SDGs)** fissati dall'**Agenda 2030** delle Nazioni Unite, come evidenziato da recenti studi del **World Economic Forum**. L'adozione diffusa delle tecnologie digitali nella vita sociale consente di ampliare le opportunità educative, rendere più efficiente il consumo energetico, favorire lo sviluppo economico, rendere le attività industriali più sostenibili, migliorare la qualità della vita urbana, promuovere modelli di consumo più consapevoli, osservare i fenomeni legati al clima e rafforzare il funzionamento delle istituzioni. Il digitale conferma quindi come un settore cruciale per la ripresa economica globale.

A tal fine, l'Unione Europea ha destinato risorse finanziarie significative, attraverso programmi come **React EU** e **Next Generation EU**, con l'obiettivo di accelerare la transizione digitale dei suoi Stati membri. In Italia il comparto tecnologico ha mostrato negli ultimi anni una dinamica positiva, confermando un tessuto imprenditoriale nazionale sensibile e in fermento. Investire nelle nuove tecnologie digitali e velocizzare la trasformazione tecnologica delle imprese e della Pubblica Amministrazione rappresenta un passaggio chiave per superare le criticità del sistema produttivo nazionale.

Questo impegno si concretizza nel concetto di **“digitale assoluto”**, che per Almaviva significa andare oltre la dimensione puramente tecnologica, favorendo un impatto positivo e pervasivo delle tecnologie digitali sulla vita delle persone, delle organizzazioni e sull’ambiente.

Con uno sguardo orientato al futuro, Almaviva si dedica a guidare un cambiamento che sia sostenibile e inclusivo, consapevole che le scelte prese oggi contribuiranno a definire il mondo di domani. In questo contesto, l’adozione di nuovi modelli di lavoro che valorizzino appieno il potenziale della digitalizzazione è fondamentale per ottimizzare i processi, accrescere la competitività e generare valore aggiunto per i clienti e per l’intera collettività.

Nel 2025 il Gruppo ha accelerato la transizione digitale mantenendo coerenza identitaria nei mercati

italiani e internazionali. Il digitale emerge come **linguaggio comune, riconoscibile e adattabile, e come abilitatore silenzioso** che semplifica l’esperienza quotidiana, rendendo possibile ciò che prima era complesso; in tale contesto si inserisce la campagna Digital for Life, che vuole sintetizzare la missione di Almaviva a supporto di persone, aziende e istituzioni.

L’approccio alla sostenibilità di Almaviva integra quindi i diversi fattori ESG sia nell’offerta di prodotti e servizi al mercato, sia nell’operatività del business, creando una sinergia che consente al Gruppo di favorire una transizione digitale etica, inclusiva e a ridotto impatto ambientale. Questo modello integrato permette ad Almaviva di creare valore condiviso, sempre agendo su quattro direttrici Transizione digitale responsabile, Governance, Persone e Ambiente, filo rosso del presente documento e più in generale di tutto il percorso di sostenibilità del Gruppo.

CITIZY BY GIOTTO

Il **Giotto Digital Ecosystem di Almaviva** continua a rappresentare un sistema evoluto, basato su piattaforme modulari e interoperabili, specializzate in ambiti strategici come il cloud e la cybersecurity. Questo ecosistema è progettato per coniugare tecnologie all’avanguardia con soluzioni consolidate, integrando l’intera gamma dei prodotti del Gruppo e rispondendo in modo mirato alle esigenze specifiche delle imprese. Grazie a un set definito di KPI, il Giotto Digital Ecosystem è in costante sviluppo, alimentato da osservatori interni, partecipazioni a reti di ricerca e da un Academy dedicata. Il Giotto Digital Ecosystem si distingue anche per il suo impegno concreto verso la sostenibilità ambientale, adottando già in fase di progettazione soluzioni orientate al raggiungimento degli SDGs, mirate a ottimizzare l’utilizzo delle risorse, ridurre l’impatto ambientale e migliorare l’efficienza energetica. Inoltre, Almaviva ha potenziato il Giotto Digital Ecosystem con l’introduzione del Giotto Insight Hub ESG & SOSTENIBILITÀ, una rete di osservatori e laboratori tematici orientata all’esplorazione del contributo delle tecnologie Clean Tech e Green Cloud alla sostenibilità aziendale, con particolare riferimento alla progettazione, produzione e gestione delle soluzioni software e IT.

Nel **2025**, il GIOTTO Digital Ecosystem si arricchisce di nuove soluzioni verticali che ampliano la sua capacità di rispondere alle sfide della trasformazione digitale responsabile. In particolare, la **piattaforma CITIZY** rappresenta un’evoluzione significativa dell’ecosistema, posizionandosi come soluzione strategica per la digitalizzazione delle città intelligenti e dei servizi pubblici. CITIZY integra dati e servizi provenienti da diversi ambiti urbani (mobilità, welfare, ambiente, urbanistica, cultura), facilitando la partecipazione civica attraverso strumenti di citizen engagement, intelligenza artificiale e realtà aumentata. La piattaforma supporta le Pubbliche Amministrazioni nella trasformazione digitale, consentendo analisi avanzate in tempo reale e decisioni strategiche per la gestione delle politiche territoriali, in linea con gli obiettivi del PNRR e della sostenibilità urbana.

3.1.1 Il nostro valore condiviso: l'indotto generato e la fiscalità

GRI 201-1, 207-1, 207-2

Il Gruppo Almagiva è fortemente orientato allo sviluppo di un modello di business resiliente, capace di generare valore lungo l'intera filiera. Tale approccio si traduce nella creazione di benefici condivisi per tutti gli attori coinvolti nella catena del valore – dai partner ai fornitori, fino ai clienti e alle comunità di riferimento. In questa prospettiva, il valore non è considerato esclusivamente in termini economici, ma come risultato di un equilibrio tra performance e impatto positivo, promuovendo pratiche responsabili e sostenibili in ogni fase della filiera. Ogni decisione riflette, quindi, l'impegno del Gruppo verso principi di etica e integrità, estesi a tutti i livelli dell'ecosistema in cui opera. Nel 2025 il Gruppo ha generato valore economico per circa 1.639 milioni di euro, crescendo circa del 24% rispetto all'esercizio precedente.

Ai diversi stakeholder è stato distribuito l'**89% del valore generato, pari a 1.452,4 milioni di euro**, che sono stati suddivisi tra:

- ➔ **Fornitori:** per 672,3 milioni di euro (46% del valore distribuito);
- ➔ **Dipendenti:** per 667,9 milioni di euro (46% del valore distribuito) sotto forma di salari, oneri sociali e benefit aziendali;
- ➔ **Pubblica Amministrazione:** con 22,3 milioni di euro (2% del valore distribuito) mediante le imposte;
- ➔ **Fornitori di capitale:** per 88,3 milioni di euro (6% del valore distribuito), tramite il pagamento di interessi;
- ➔ **Comunità locale:** tramite sponsorizzazioni e liberalità. Tra i principali destinatari di tali contributi rientrano la Comunità di Sant'Egidio, Asphi Onlus, Clarions Events Limited, The European House, Fondazione Cortina. Il valore totale dei versamenti nei confronti della comunità è pari a 1,6 milioni di euro (0,1% del valore distribuito).
- ➔ **Il valore distribuito è aumentato in valore assoluto di oltre 293 milioni di euro¹**, restando stabile in termini percentuali sul valore generato.



¹ Per maggiori informazioni vedere la tabella nel Paragrafo 6.2 Indicatori di performance

LA NOSTRA POLITICA FISCALE

Il Gruppo Almagiva riconosce il valore delle imposte come strumento di redistribuzione equa e responsabile delle risorse nella società, al fine di contribuire allo sviluppo economico e sociale dei paesi in cui opera. Il Gruppo si impegna nella gestione fiscale responsabile ad agire secondo i valori di correttezza, imparzialità, lealtà e trasparenza. In quest'ottica, il Gruppo persegue il corretto adempimento degli obblighi fiscali nel rispetto delle disposizioni normative vigenti, delle prassi e dei principi contabili generalmente accettati.

Il Gruppo Almagiva apporta un contributo significativo alle economie dei paesi in cui opera, principalmente attraverso due categorie di imposte: le imposte sul reddito delle persone fisiche, versate in qualità di datore di lavoro o sostituto d'imposta, e le imposte sul reddito delle società.

L'ammontare complessivo delle imposte versate dal Gruppo Almagiva nel corso del 2025 è stato pari a 267,6 milioni di euro; di questi, 238,6 sono stati impiegati nel pagamento degli oneri e dei contributi sociali, mentre 29,0 milioni sono stati versati per le imposte sul reddito. In linea con le normative locali, circa 194,9 milioni sono stati pagati in Italia (di cui 186,4 milioni relativi agli oneri sociali), i restanti 72,7 milioni sono stati allocati all'estero (di cui 52,0 milioni relativi agli oneri sociali).

3.1.2 La Qualità dei prodotti e dei servizi

Nel corso del 2025, il Gruppo Almagiva ha ulteriormente rafforzato il proprio **impegno** nel garantire **elevati standard di qualità dei prodotti e dei servizi**, consolidando un modello di gestione integrato, orientato al miglioramento continuo e pienamente allineato agli obiettivi strategici e di sostenibilità del Gruppo.

In tale contesto, la **Funzione Qualità & Customer Satisfaction** gioca un ruolo fondamentale, supportando una gestione ordinata e coerente della crescente complessità del perimetro certificativo.

La qualità rappresenta per Almagiva un elemento abilitante per il business e per la creazione di valore nel lungo periodo. In quest'ottica, la Funzione ha confermato il proprio ruolo di supporto alle linee operative, mettendo a disposizione strumenti, metodologie e certificazioni necessari a garantire

l'efficacia dei processi e la conformità agli standard richiesti dal mercato, con particolare riferimento alla partecipazione a gare pubbliche.

Nel **2025** si è **inoltre consolidato il processo di transizione verso un modello di certificazione di Gruppo, avviato nel 2024**. Tale evoluzione ha consentito e consentirà sempre più di razionalizzare il sistema di gestione delle certificazioni, migliorando l'efficienza dei processi di audit e semplificando l'adesione delle società del Gruppo al perimetro certificativo. I benefici di questo nuovo modello, in termini di ottimizzazione operativa e riduzione degli oneri gestionali, saranno pienamente visibili a partire dal 2026.

Complessivamente, il Gruppo Almagiva ha gestito nel 2025 un **portafoglio di 117 tra certificazioni, attestati e statement**, a testimonianza dell'ampiezza e della solidità del proprio sistema di gestione. In particolare, **sono state registrate 16 nuove acquisizioni, 11 ricertificazioni, 15 rinnovi e 75 mantenimenti**, con un presidio esteso sia al contesto nazionale sia internazionale.

Il Sistema di Gestione Integrato, definito dal vertice aziendale, copre ambiti chiave quali qualità, service management, sicurezza delle informazioni e business continuity, gestione ambientale ed energetica, responsabilità sociale, parità di genere, diversità, equità e inclusione, nonché specifici domini verticali legati alle principali aree di business del Gruppo. Nel corso dell'anno, tale sistema è stato ulteriormente rafforzato attraverso l'integrazione delle componenti relative all'anticorruzione (**ISO 37001**) e alla gestione dell'intelligenza artificiale (**ISO 42001**), introducendo nuovi presidi di controllo e contribuendo a consolidare un approccio strutturato alla governance dei rischi emergenti.

I sistemi di gestione certificati secondo standard internazionali rappresentano un elemento chiave per garantire qualità, affidabilità e continuità dei servizi erogati, assicurando al contempo il rispetto dei principi di sostenibilità ambientale, sociale ed economica. Attraverso processi strutturati e monitorati, Almaviva è in grado di assicurare elevati livelli di performance, rispondendo in modo efficace alle esigenze dei clienti e degli stakeholder.



Di seguito vengono riportate tutte le certificazioni del Gruppo aggiornate al 2025:

Sistema di gestione	Certificazione	Società
Qualità	ISO 9001	Almaviva S.p.A. Almawave S.p.A. Almaviva Digitaltec ReActive Kline Obda System Lombardia Gestione Sadel Wedoo Almaviva Contact SisTer Sistemi Territoriali PNT Italia Almaviva Bluebit Tecna Mea Engineering The Data Appeal Data Jam Iteris Almaviva Experience AlmaExperience Colombia Tivit Argentina Tbanks Instituição de pagamento Tivit Chile Tivit Colombia Tivit Perù Tivit Brasil
Organizzazioni ferroviarie	ISO 22163	Sadel
Sicurezza delle informazioni con applicazione delle Linee Guida ISO/IEC 27017 e ISO/IEC 27018	ISO/IEC 27001	Almaviva S.p.A. Almaviva Digitaltec Almawave S.p.A. ReActive Kline Lombardia Gestione Tecna Almaviva Bluebit Mea Engineering PNT Almaviva Experience AlmaExperience Colombia Conpai instituição de pagamento Tivit Chile Tivit Colombia Tivit Perù Tivit terz. TBank
Prevenzione della corruzione	ISO 37001	Almaviva S.p.A. Almawave S.p.A. Reactive Almaviva Digitaltec Almaviva Bluebit Mea Engineering Tivit Brasile
Sicurezza delle informazioni	Certificazione STAR della Cloud Security Alliance (CSA)	Almawave S.p.A. Almaviva S.p.A.
Business Continuity	ISO 22301	Almaviva S.p.A. ReActive Almawave S.p.A. Tivit Brasil
Servizi IT	ISO/IEC 20000-1	Almaviva S.p.A. Almawave S.p.A. Tivit Bras Tivit Chile Tivit Colombia Tivit Perù
Road Traffic Safety Management Systems	ISO 39001	Almaviva Bluebit Mea Engineering

Sistema di gestione	Certificazione	Società
Responsabilità sociale	SA8000	Al maviva S.p.A. Al maviva Digitaltec Al mawave S.p.A. Reactive Sister Al maviva Bluebit Mea Engineering
Ambiente	ISO 14001	Al maviva S.p.A. Al mawave S.p.A. Reactive SisTer Sistemi Territoriali PNT Italia Wedoo Al maviva Bluebit MEA Engineering
Emissioni gas serra	ISO 14064-1 (linea guida)	Al maviva S.p.A. Al maviva Bluebit Tivit Bras Tivit Chile Tivit Colombia Tivit Perù
Gestione energetica	ISO 50001	Al maviva S.p.A. Al maviva Bluebit
Salute e sicurezza sul lavoro	ISO 45001	Al maviva S.p.A. Al maviva Bluebit Al mawave S.p.A. Sister Al maviva Digitaltec Reactive MEA Engineering Tivit Bras Tivit Engineering System Tivit Chile Tivit Colombia Tivit Perù
Parità di genere	UNI Pdr125	Al maviva S.p.A. Al mawave S.p.A. Al maviva Digitaltec Reactive Al maviva Bluebit Weedo
Diversità, Equità e Inclusione	ISO 30415	Al maviva S.p.A. Al mawave S.p.A. Al maviva Bluebit
Intelligenza artificiale	ISO 42001	Al mawave S.p.A.
Dati personali/Privacy	ISO 27701	Al mawave S.p.A. Al maviva Experience
Altro	CMMI	Al maviva Solutions

Infine, il Gruppo contribuisce attivamente allo sviluppo della sostenibilità digitale partecipando alla definizione della UNI PdR 147, che introduce un sistema di valutazione basato su 58 KPI allineati

agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs), con l'obiettivo di integrare i principi di sostenibilità nei processi di innovazione e trasformazione digitale.

SA8000

A conferma dell'impegno verso una qualità responsabile e inclusiva, Almaviva mantiene la certificazione SA8000 dal 2007 e ha rafforzato il proprio presidio sui temi sociali attraverso l'adozione della PdR 125 sulla parità di genere e della ISO 30415 in materia di diversità e inclusione, promuovendo condizioni di lavoro etiche e relazioni sostenibili lungo tutta la catena del valore.

3.1.3 Il cliente al centro

Almaviva adotta un approccio centrato sul cliente che si basa su metodologie sofisticate per captare, analizzare e rispondere efficacemente alle esigenze dei clienti.

Questo impegno si manifesta in un ciclo virtuoso di progettazione, erogazione e monitoraggio, che sfrutta le tecnologie più avanzate per garantire che ogni soluzione sia calibrata sulle aspettative del cliente. L'interazione diretta con il cliente rappresenta un elemento chiave: il coinvolgimento attivo nelle varie fasi di sviluppo consente di raccogliere feedback importanti, che permettono di perfezionare costantemente prodotti e servizi, anticipando le necessità emergenti. La soddisfazione del cliente viene monitorata attraverso un approccio integrato, che combina due metodologie di valutazione:

- una valutazione indiretta, basata sull'analisi della qualità del prodotto o servizio rispetto agli standard contrattuali; e
- una valutazione diretta, focalizzata sulla percezione e sulle opinioni espresse dai clienti.

Tale combinazione consente ad Almaviva di avere una visione completa e bilanciata, che tiene conto sia degli aspetti tecnici sia dell'esperienza dell'utente.

Per supportare questo processo, Almaviva ha implementato una serie di iniziative mirate, tra cui sondaggi dettagliati e incontri regolari dedicati al confronto con i clienti. Questi strumenti forniscono informazioni preziose che guidano il Gruppo nello sviluppo di miglioramenti mirati e nell'ideazione di nuove strategie che elevano il livello dei servizi offerti, con un approccio che non si limita alla riduzione di

difetti o alla risoluzione di problematiche, ma si estende al superamento delle aspettative e al rafforzamento della relazione di fiducia tra cliente e fornitore di servizi e tecnologia.

3.1.4 Catena di fornitura responsabile

GRI 2-6, 308-1, 408-1, 414-1

Almaviva riconosce l'importanza di assicurare un **processo di approvvigionamento trasparente e responsabile**, che tenga conto delle ricadute sociali e ambientali lungo tutta la filiera, tutelando al contempo gli interessi degli stakeholder. Di conseguenza, la capogruppo richiede ai nuovi potenziali fornitori il completamento del **Questionario Environmental, Social e Governance** e la sottoscrizione formale dell'**Impegno Environmental, Social e Governance**.

Per promuovere un miglioramento continuo nella sostenibilità dell'intero network aziendale, Almaviva utilizza strumenti digitali, come questionari online, che permettono di monitorare e stimolare l'adozione di buone pratiche lungo la catena di fornitura. A ciò si affianca la richiesta di adesione al **Modello 231**, al **Codice Etico** e al **Codice di Condotta Fornitori** del Gruppo. Questo processo verrà progressivamente esteso anche alle altre filiali internazionali.

In linea con il Codice Etico e di Condotta, tutte le società del Gruppo Almaviva sono tenute ad impegnarsi nel rispetto e nella promozione dei diritti umani universali lungo tutta la catena del valore, assicurando di non essere, neanche indirettamente, complici negli abusi dei diritti umani. Il Codice rappresenta l'impegno ad operare in modo etico e sostenibile, rispettando le leggi ed i regolamenti dei Paesi in cui opera; si basa sui principi inclusi nel Modello Organizzativo "231", nel Codice Etico del Gruppo, nel Sistema di Controllo

Interno del Gruppo e nelle altre politiche aziendali che tutelano i diritti fondamentali delle persone, la salute e la sicurezza, la trasparenza e lo sviluppo sostenibile.

I **principi** enunciati all'interno del **Codice di Condotta Fornitori** riguardano elementi imprescindibili quali il lavoro minorile e il lavoro forzato, le condizioni lavorative, la diversità e le pari opportunità, la libertà di associazione, la qualità, l'ambiente, la salute e sicurezza, il conflitto di interesse, gli obblighi di riservatezza, la sicurezza delle informazioni, l'etica e le segnalazioni.

Nel riconoscere la fondamentale importanza del presidio degli impatti indiretti derivanti dalle proprie relazioni di business, come già anticipato Almagiva è conforme allo standard **SA8000**, ripudiando qualsiasi forma di lavoro forzato, minorile, condannando lo sfruttamento dei lavoratori, nonché qualsiasi tipologia di abuso o costrizione psicologica e/o fisica e garantendo la libertà di associazione e contrattazione collettiva. Il Gruppo si impegna a verificare che anche i suoi fornitori aderiscano ai principi dettagliati dallo standard SA8000, al fine di gestire responsabilmente la propria catena di fornitura. Con queste intenzioni, già dal 2024 Almagiva ha avviato in modo strutturato un

processo di audit ai fornitori per verificare la conformità a tale sottoscrizione, continuato nel corso del 2025.

Sempre dal 2024, Almagiva ha integrato nei processi di qualifica specifici criteri di sostenibilità e ha ottimizzato le attività di analisi e gestione del rischio lungo la catena di fornitura. In parallelo, è stata adottata e progressivamente estesa la piattaforma **EcoVadis**, tramite la quale sono stati valutati e riqualificati i fornitori secondo criteri ESG ai fini dell'iscrizione all'Albo Fornitori nel perimetro delle società italiane. Nel **2025**, tale approccio è stato ulteriormente ampliato. La qualificazione del fornitore rappresenta una fase propedeutica alla sua eventuale iscrizione all'Albo Fornitori di Gruppo ed è gestita dalla Direzione Global Procurement e Servizi Generali, in coordinamento con le Funzioni Acquisti, nel rispetto delle disposizioni del Modello Organizzativo 231 e delle politiche del Gruppo in materia di sostenibilità, come definite nel Codice di Condotta dei Fornitori. Il processo di qualifica si articola nelle seguenti fasi: **Attivazione dell'iter di qualificazione**: su richiesta della Funzione Acquisti, delle Divisioni/Direzioni/Società o su spontanea candidatura del Fornitore.



Registrazione del fornitore: sull'apposito sito intranet;



Prequalifica del fornitore: analisi della documentazione del fornitore sulla base di determinati criteri indicati nella procedura e comunicazione dell'esito allo stesso tramite e-mail;



Qualifica del fornitore: on la quale si passa dallo stato di "Prequalificato" a "Qualificato", qualora sia stato emesso almeno un ordine nell'anno e sia stato formulato almeno un feedback positivo²;



Vendor rating: finalizzato a monitorare la rispondenza del servizio reso dal Fornitore con quanto allo stesso richiesto, in relazione a organizzazione; competenze; risultati. un'interscambiabilità delle risorse); risultati.

² Sono esclusi dal processo di Qualificazione i fornitori di beni alimentari e/o di consumo frequente quali cancelleria, abbonamenti on line, riviste, ecc; i fornitori saltuari, verso i quali sia emesso un volume di affidamenti entro il limite di 20.000 € annui.

Ai fini della qualifica dei fornitori, è prevista la compilazione e sottoscrizione di due diversi documenti:

- ➔ **Questionario di Social Accountability, Sostenibilità Ambientale ed Efficienza Energetica;**
- ➔ **Sottoscrizione da parte del fornitore dell'impegno legale, etico, sociale ed ambientale dei fornitori.**

Parallelamente, è stato ultimato il processo di valutazione compliance sulla catena di fornitura per mezzo del provider esterno Moody's, per la verifica reputazionale di tutti i fornitori.

Confronti dei fornitori aziendali, a valle dell'analisi dei dati relativi ai requisiti della già citata SA8000, vengono concertate con Enti di certificazione, Associazioni non

governative e clienti del Gruppo certificati SA8000 in un'ottica di salvaguardia e difesa dei lavoratori, e con una particolare attenzione ai diritti umani.

Sotto questo profilo, il Gruppo Almagiva intende contribuire allo sviluppo di una catena di fornitura responsabile e resiliente, con abbattimento dei danni ambientali e sociali a livello globale, aumentando il numero di fornitori coinvolti nel processo di valutazione attraverso criteri ESG, che già allo stato attuale ha raggiunto percentuali molto elevate: il 99,02% dei fornitori di Gruppo sono selezionati anche utilizzando criteri sociali, e oltre il 77,39% utilizzando anche criteri ambientali.

IMPEGNI COMUNI, FLESSIBILITÀ ORGANIZZATIVA

La **catena di fornitura del Gruppo Almagiva è differenziata in funzione delle tipologie di business ed al contesto di riferimento**. Per quanto riguarda le società italiane, le tipologie di acquisto si riferiscono prevalentemente a servizi informatici erogati da terzi, nonché a software e ad hardware di base e middleware per utilizzo interno, servizi di telecomunicazioni mobile e fissi, viaggi e servizi professionali. Le linee guida di Gruppo devono quindi essere calate nei contesti professionali delle diverse legal entity. In tal senso, un esempio rappresentativo può essere quello degli approcci adottati dalla controllata Sadel e da Almagiva Experience:

- **Sadel**, essendo attiva nel settore rail control e occupandosi in particolare dello sviluppo e produzione di centraline di bordo dei treni, acquista varie tipologie di componentistica, che assembla nella propria sede operativa di Bologna, da tre principali tipologie di fornitori:
 - Fornitori di classe 1: fornitori "core", che operano su specifiche a disegno/custom e conto terzi
 - Fornitori di classe 2: fornitori di servizio e costruttori
 - Fornitori di classe 3: distributori

Per i fornitori di classe 1, è previsto un processo di qualifica distinto e approfondito, nel rispetto della procedura di Gruppo. Le altre categorie di fornitori vengono invece gestite secondo il processo standard adottato a livello di Gruppo. Collaborando, direttamente ed indirettamente, con i maggiori gruppi internazionali di costruttori dei treni, Sadel esercita un controllo rigoroso sia sui fornitori a monte, sia sulle proprie attività operative. In tale contesto, la responsabilità lungo la catena di fornitura è sempre più fondamentale, tanto da aver dato avvio ad attività come l'adesione ad Ecovadis. Ai fornitori presenti nell'albo, di nazionalità italiana e con fatturato superiore a 20.000 €, Sadel richiede di sottoscrivere il documento di Gruppo "Impegno Legale, Etico, Sociale, Ambientale ed Energetico dei Fornitori", dove vengono riportati i principi generali che i fornitori devono rispettare.

- **In Brasile**, invece, le attività di acquisto sono accentrate localmente e seguite da un reparto acquisti dedicato, che gestisce le richieste delle varie consociate presenti nel territorio, principalmente inerenti alla fornitura di energia per i siti, a collegamenti per la connettività delle operazioni del cliente, a servizi per le risorse umane, a contratti di locazione dei siti e ad attività legate a investimenti e spese IT. Gli acquisti sono regolati dalla Politica degli acquisti del Gruppo in Brasile, che ne delinea le condizioni, il processo e i flussi previsti per tali attività. Nell'ambito della politica degli acquisti, ad ogni fornitore viene richiesto di rilasciare dichiarazioni in merito alla "Politica de Combate à Escravidão Moderna, Trabalho Infantil e Tráfico Humano" (Politica di lotta alla schiavitù moderna, al lavoro minorile e al traffico umano), Política Ambiental (Politica ambientale), Responsabilidade Social, Ambiental e Sustentabilidade (Responsabilità sociale, ambientale e di sostenibilità).

I due esempi mostrano bene le necessità di declinazione e contestualizzazione che il Gruppo deve mantenere rispetto alle proprie forniture, necessità che Almagiva bilancia fornendo linee guida in grado di coniugare approcci coerenti e flessibilità.

3.2 Ricerca e sviluppo per l'innovazione digitale

Almaviva considera la trasformazione digitale un fattore chiave per il raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità, con l'obiettivo di creare valore condiviso attraverso un uso responsabile della tecnologia.

Al centro dell'approccio "absolute digital" c'è l'impegno verso pratiche etiche e operazioni consapevoli dal punto di vista ambientale e sociale, ma anche dal punto di vista delle opportunità che l'innovazione stessa può portare nei modelli operativi interni del Gruppo.

Un esempio immediato di questa dinamica si riflette sull'intelligenza artificiale. Attraverso Almaxwave, il Gruppo ha sviluppato una suite completa di soluzioni AI proprietarie. Al fondamento di questo ecosistema si colloca **AlWave**, la piattaforma AI modulare basata su microservizi che realizza una convergenza completa tra ambienti cloud, ibridi e on-premise. Su questa architettura sono costruite soluzioni verticali come Conversation Studio, per la creazione di assistenti conversazionali avanzati, e Discovery Experience, il framework per lo sviluppo di applicazioni di Vertical AI che combina information retrieval tradizionale con metodologie di AI generativa.

Complementare a questa architettura è **Velvet**, una famiglia di *Large Language Model* (LLM) sviluppata integralmente in Italia su propria architettura e addestrata sul supercalcolatore Leonardo gestito da Cineca. Velvet è progettata per essere sostenibile, leggera nei consumi, ma al tempo stesso efficace nei casi d'uso reali, con modelli rilasciati in modalità Open Source. Le tecnologie vocali di Almaxwave sono rappresentate da Audioma, il motore proprietario che offre capacità avanzate di trascrizione, speaker identification e language identification, con applicazioni che spaziano dalla sottotitolazione TV alla refertazione medica, fino alla trascrizione con revisione near real-time per organi istituzionali. L'innovazione tecnologica è alimentata da un impegno costante verso la ricerca

scientifica, con collaborazioni con partner accademici di riferimento e pubblicazioni in primarie conferenze internazionali nel trattamento del linguaggio naturale.

Le soluzioni AI proprietarie Almaxwave insieme alle piattaforme sviluppate su singoli verticali dalle proprie controllate (The Data Appeal Company, Mabrian, Obda Systems, Sistemi Territoriali), sono utilizzate per creare ecosistemi digitali coesi e personalizzati. Questo approccio consente di trasformare i servizi tradizionali del Gruppo in soluzioni intelligenti, end-to-end, che combinano intelligenza artificiale, analytics avanzata, gestione della conoscenza e tecnologie vocali, generando valore aggiunto significativo per i clienti in settori verticali complessi.

The Data Appeal Company e **Mabrian** rappresentano l'eccellenza di Almaviva nel settore della Location Intelligence e del turismo. The Data Appeal Company sviluppa soluzioni avanzate di analytics e intelligence per il settore Food and Beverage e hospitality, sfruttando dati proprietari e algoritmi sofisticati per fornire insights competitivi. Mabrian, complementare a The Data Appeal Company, offre piattaforme di destination intelligence e market analysis per il turismo, integrando dati da molteplici fonti per fornire una visione completa del mercato turistico globale. Entrambe le società investono continuamente in ricerca



e sviluppo per mantenere un'elevata competitività nel mercato. Le loro attività includono lo sviluppo di indicatori avanzati di ranking per location intelligence, l'integrazione di funzionalità di AI generativa per fornire smart insights e suggerimenti operativi, lo sviluppo di agenti conversazionali per migliorare l'esperienza utente, e strumenti innovativi per l'analisi di visualizzazioni di dati complesse.

Obda Systems si specializza nello sviluppo di soluzioni per l'esplorazione e la gestione di dati strutturati attraverso Knowledge Graphs e ontologie. La piattaforma proprietaria Monolith rappresenta il cuore della sua offerta, fornendo capacità avanzate di virtualizzazione dei dati e costruzione di grafi della conoscenza a query-time. L'architettura modulare di Monolith consente l'integrazione agevole dei componenti di esplorazione ontologica e costruzione grafica delle query su piattaforme esterne, alimentate attraverso il collegamento con il reasoner Mastro. Obda Systems mantiene un impegno costante verso l'innovazione attraverso lo sviluppo di Eddy, un editor open source per ontologie Graphol, che facilita l'importazione e la gestione delle ontologie.

Sistemi Territoriali (SisTer) opera nel settore utilities, sviluppando e migliorando continuamente la piattaforma proprietaria SxMS per servire progetti su clienti finali. La piattaforma è progettata per supportare la gestione complessa dei dati e dei processi nel settore delle utilities, offrendo funzionalità avanzate per l'ottimizzazione operativa e la gestione territoriale.

Almawave do Brasil, nata nel 2010, offre alle grandi imprese brasiliane soluzioni di qualità ed efficienza nei processi di Customer Interaction e di Knowledge Management, esportando nel mercato sudamericano le conoscenze sviluppate in Europa. Grazie ai suoi laboratori tecnologici e ai suoi centri d'eccellenza, l'obiettivo della Società è diventare il fornitore leader nel mercato brasiliano di tecnologie "people-centered" per l'interazione multicanale con il cliente in tempo reale, la gestione, l'analisi, il monitoraggio e l'ottimizzazione dei processi aziendali. Grazie a tale società, il Gruppo estende la visione al mercato

latino-americano con soluzioni di Employee Experience e Customer Excellence.

Nel complesso, l'ecosistema di Almawave rappresenta l'impegno del Gruppo Al maviva verso l'innovazione tecnologica sostenibile, fornendo ai clienti strumenti potenti e flessibili per trasformare i propri processi attraverso l'intelligenza artificiale, l'analytics avanzata e la gestione della conoscenza, mantenendo il controllo infrastrutturale, la semplicità operativa e il rispetto dei principi etici e normativi.

Al maviva non si pone unicamente come produttore di IA, ma anche come fruitore consapevole: sono stati avviati progetti volti all'adozione interna di strumenti di Intelligenza Artificiale, sotto l'attenta supervisione di governance dedicata, che disciplina l'utilizzo consapevole. Le persone del Gruppo hanno a disposizione strumenti di IA sicuri – protetti dalle infrastrutture e dai protocolli cyber di Al maviva, maturi e customizzati sulla realtà aziendale, capaci di supportare le attività operative quotidiane e sensibilizzare i dipendenti sulle potenzialità dell'AI e sulla portata trasformativa che essa avrà nella vita professionale e personale.

I cantieri relativi all'IA sono solo un esempio delle soluzioni che hanno beneficiato di contaminazioni e sinergie. Nel corso degli anni, il Gruppo ha costruito una solida rete di alleanze strategiche e collaborazioni, dando vita a un ecosistema capace di generare valore e attivare un ciclo virtuoso a vantaggio dell'intera collettività. Al centro di questo sistema si collocano le acquisizioni strategiche del Gruppo a livello globale, pensate per rafforzare la leadership di Al maviva in specifiche geografie e settori, insieme alle attività di Ricerca e Sviluppo che si concretizzano nell'adozione delle tecnologie più innovative all'interno delle soluzioni del Gruppo.

Le acquisizioni strategiche e le partecipazioni globali

Come già raccontato nel precedente bilancio, a ottobre 2024 è avvenuta l'**acquisizione di Iteris**, azienda statunitense leader nella mobilità intelligente e nella gestione del traffico. Fondata nel 1969 in California e con sede principale ad Austin, Texas, Iteris è specializzata in soluzioni tecnologiche avanzate per il settore dei trasporti, con un'offerta che integra software avanzati, piattaforme digitali e servizi professionali per la gestione e l'ottimizzazione delle infrastrutture di mobilità. Le soluzioni di Iteris includono ClearGuide® per il monitoraggio del traffico in tempo reale e Vantage Apex® per il rilevamento AI agli incroci, supportando enti pubblici e operatori privati negli Stati Uniti e a livello internazionale, contribuendo alla sicurezza, efficienza e sostenibilità dei trasporti urbani e interurbani.

Nel corso del 2025, il processo di integrazione di Iteris nel Gruppo è avanzato su più fronti: sul piano commerciale, la piattaforma ClearGuide® è in fase di espansione verso i mercati europeo e MENA, mentre soluzioni che includono la piattaforma Moova sono veicolate verso il mercato statunitense. Un primo risultato concreto è rappresentato dall'aggiudicazione del primo contratto congiunto a Dubai, con l'autorità Roads and Transport Authority, per il monitoraggio di strade e intersezioni tramite la piattaforma ClearGuide®. Sul piano operativo, sono in corso attività di condivisione di produzione e logistica, l'introduzione delle certificazioni di prodotto Iteris in Europa e il lancio delle linee di soluzioni software e hardware ambito rail Moova negli Stati Uniti. A livello di innovazione, il processo di integrazione include l'accelerazione dell'AI nelle piattaforme sensoristiche di nuova generazione, nonché la localizzazione delle soluzioni per mercati non statunitensi.

A seguire, nel luglio 2025 il Gruppo ha portato a termine l'**acquisizione di Tivit**, principale operatore di servizi digitali in Brasile, con una presenza consolidata in dieci Paesi dell'America Latina. Fondata nel 1998 e con sede a San Paolo, Tivit offre soluzioni in quattro aree principali - Cloud Services, Digital Services, Managed Services e Cybersecurity - collaborando

con partner tecnologici di primo piano quali Microsoft Azure, AWS, Oracle e Google Cloud. L'acquisizione rafforza immediatamente il presidio di Almaviva nel mercato latino-americano, creando sinergie con la società Magna Sistemas e con le operazioni in Italia e negli Stati Uniti, e consente di esportare le competenze sviluppate nei mercati italiano e statunitense verso la base clienti di Tivit. **Sul fronte dell'innovazione, l'integrazione rafforza le capacità di R&D del Gruppo in Cybersecurity, Data & AI e soluzioni digitali**, generando potenziali sinergie tra gli hub latinoamericani di Tivit e le sedi di Almaviva in Brasile e Colombia. La combinazione di Tivit e Almaviva crea un Gruppo con un'offerta IT globale altamente diversificata, capace di coprire l'intero spettro delle esigenze di trasformazione digitale nel mercato latino-americano - sia nel settore pubblico che in quello privato. Le prime sinergie stanno già emergendo in ambiti commerciali e operativi, in particolare nelle tecnologie per diversi settori, fra cui trasporti e mobilità, smart water management, digitalizzazione della pubblica amministrazione.

Insieme, queste acquisizioni rafforzano il posizionamento di Almaviva come infrastruttura digitale critica a livello globale, operando in 21 Paesi nel mondo, e ampliano significativamente l'offerta di soluzioni verticali, sempre più specializzate, e applicabili in settori di primaria



rilevanza: tra i diversi, rileva citare il ruolo di Al maviva nel progetto **Q-ARM (Quantum Agile and Resilient Military Communications)**, finanziato nell'ambito dell'**European Defence Fund 2024**. Il progetto, che coinvolge 10 partner internazionali di 7 Paesi europei, mira a sviluppare un sistema di comunicazioni militari avanzato, sicuro e resiliente, basato su tecnologie quantistiche e crittografia post-quantum. Q-ARM rappresenta un elemento centrale della "svolta quantistica della difesa europea", rafforzando la sovranità tecnologica europea e posizionando Al maviva come unico grande player privato italiano selezionato in ambito difesa nell'EDF. Le tecnologie sviluppate includono post-quantum cryptography, Quantum Key Distribution (QKD), infrastrutture satellitari e in fibra ottica, blockchain e sistemi di gestione dell'identità digitale sicura.

Parallelamente, Al maviva e Fabrick sono stati scelti dalla Banca Centrale Europea come aggiudicatari del primo contratto per lo sviluppo dell'ecosistema utente dell'**Euro Digitale**. Nel ruolo di main contractor tecnologico, Al maviva è responsabile dello sviluppo della mobile application e dell'SDK (Software Development Kit) dell'Euro Digitale, con l'obiettivo di rendere disponibili pagamenti digitali semplici, sicuri e accessibili in tutta l'area euro. L'app, disponibile su smartphone, tablet e smartwatch, consente ai cittadini europei di effettuare pagamenti nei negozi fisici, online e peer-to-peer, contribuendo al rafforzamento della sovranità monetaria e dell'autonomia tecnologica europea. Il contratto, della durata di 4 anni con possibilità di estensione fino a 10 anni, è stimato in 76,8 milioni di euro, con un valore massimo di 153,6 milioni di euro.

Al maviva ha anche consolidato il proprio ruolo di partner strategico della Pubblica Amministrazione italiana attraverso la partecipazione come **Main Partner della 42ª Assemblea annuale dell'ANCI 2025**, che si è tenuta a Bologna dal 12 al 14 novembre 2025. L'Assemblea rappresenta un grande appuntamento istituzionale dedicato ai Comuni italiani, focalizzato su temi quali Intelligenza Artificiale, migrazioni, welfare, sanità, finanza pubblica locale e investimenti del PNRR. In questa veste, Al maviva

contribuisce a promuovere la trasformazione digitale dei servizi pubblici locali e a costruire comunità più giuste, coese e solidali, confermando la propria visione della tecnologia come fattore abilitante di cambiamenti concreti al servizio del bene comune.

Infine, il Gruppo è stato coinvolto come partner chiave nella delegazione italiana a **Expo 2025 Osaka Kansai**, la grande manifestazione internazionale che si è conclusa dopo sei mesi con 28 milioni di visitatori. L'evento, focalizzato su temi di innovazione, infrastrutture e sostenibilità, ha rappresentato una piattaforma globale di confronto e collaborazione internazionale. La partecipazione di Al maviva a Expo Osaka ha contribuito a valorizzare il sistema Italia e le competenze tecnologiche del Gruppo su uno dei più importanti palcoscenici mondiali, rafforzando la visibilità internazionale dell'azienda e il suo posizionamento come attore protagonista nella trasformazione digitale globale.

Le attività di Ricerca e Sviluppo

Il costante investimento in Ricerca e Sviluppo riflette **l'impegno di Al maviva nel progettare prodotti sostenibili e nel migliorare la qualità della vita degli utenti**, con particolare attenzione a tecnologie e soluzioni relative a molteplici ambiti - Cloud, Intelligenza Artificiale, Big Data, Cybersecurity, Realtà Aumentata e Virtuale, IoT.

Nel 2025 il Gruppo ha investito più di 14 milioni di euro in R&D, portando a oltre 60 milioni l'investimento complessivo dal 2010. La collaborazione con il mondo accademico, elemento già evidenziato all'interno dei capitoli precedenti, consente di trasferire conoscenze specialistiche al settore industriale, potenziata da iniziative che promuovono l'inserimento dei talenti nei team di R&D, garantendo un costante apporto di innovazione e competenze. Come già anticipato Al maviva è attivamente impegnata in innumerevoli partnership con università e centri di ricerca, sia italiani che europei, per la realizzazione congiunta di progetti di Ricerca e Sviluppo, contribuendo così allo sviluppo dei territori in cui il Gruppo opera.

Le partnership di Al maviva: integrazione tra Accademia e Industria per la Ricerca e lo Sviluppo

Nell'ambito delle già citate fitte collaborazioni con prestigiose università ed istituti di ricerca, il Gruppo ha contribuito ad alimentare un costante e proficuo scambio di conoscenze e competenze tra operatori di business e mondo accademico. Tra i principali progetti attivi nel 2025 si citano:



DIGIT: Al maviva ha sviluppato, in collaborazione con SMACT Competence Center e il mondo accademico – tra cui l'Università Ca' Foscari Venezia – il progetto **DIGIT (Destinazioni Intelligenti per la Gestione degli Impatti Turistici)**, volto a promuovere un modello di turismo sostenibile e data-driven. L'iniziativa, cofinanziata nell'ambito del bando IRIS, integra tecnologie di intelligenza artificiale, IoT e sensoristica avanzata per monitorare, prevedere e gestire i flussi turistici in tempo reale, contribuendo a prevenire fenomeni di overtourism e a tutelare il patrimonio culturale. Attraverso l'integrazione di dati provenienti da fonti eterogenee – tra cui open data, sistemi di trasporto, bigliettazione e sensori intelligenti – la piattaforma sviluppata consente di supportare le amministrazioni e gli stakeholder nella pianificazione e nella governance sostenibile delle destinazioni, favorendo una distribuzione più equilibrata dei flussi e migliorando la qualità dell'esperienza turistica. Il progetto rappresenta un esempio concreto di collaborazione tra industria, università e centri di innovazione, confermando l'impegno di Al maviva nello sviluppo di soluzioni tecnologiche avanzate a supporto della sostenibilità territoriale e della valorizzazione dei beni culturali.

UPRAISE (Virtual Worlds Innovation Masters): sviluppato in collaborazione con università, centri di ricerca e partner industriali di 11 Paesi europei, con l'obiettivo di promuovere lo sviluppo di competenze avanzate nei campi della trasformazione digitale, dei mondi virtuali e del Web 4.0. All'interno di questo ecosistema collaborativo, coordinato dall'Università di Bologna, Al maviva contribuisce con un approccio "industry-driven", partecipando alla definizione dei moduli formativi e coordinando le attività di progettazione e sviluppo di ambienti virtuali per la formazione, valorizzando le proprie competenze nelle tecnologie immersive e nelle piattaforme digitali interoperabili. Il progetto rappresenta un esempio significativo di integrazione tra accademia e industria, finalizzato alla creazione di un ecosistema digitale europeo inclusivo e sostenibile e allo sviluppo di nuove competenze strategiche per il futuro del lavoro e dell'innovazione.

Master in Medical Intelligence: Al maviva ha rafforzato le proprie collaborazioni con il mondo accademico partecipando, insieme al **Consorzio Universitario Humanitas**, allo sviluppo del Master di I livello in Medical Intelligence, realizzato in partnership con istituzioni accademiche e centri di ricerca. Il percorso formativo, della durata di un anno, è finalizzato alla formazione di figure professionali altamente qualificate in un ambito interdisciplinare che integra sanità, sicurezza, geopolitica e tecnologie digitali avanzate. All'interno dell'iniziativa, Al maviva contribuisce attivamente alla docenza e alla progettazione dei contenuti, mettendo



a disposizione il proprio know-how in ambiti quali digitalizzazione della sanità, cybersecurity e protezione delle infrastrutture critiche, favorendo il trasferimento di competenze tra industria e accademia. Il progetto rappresenta un esempio significativo di integrazione tra formazione, innovazione e applicazione industriale, confermando l'impegno del Gruppo nello sviluppo di competenze strategiche per affrontare le sfide emergenti nei settori della salute, della sicurezza e della resilienza dei sistemi complessi.

DisclAlmer - Ultime avvertenze prima della rivoluzione: un'iniziativa promossa da Corriere della Sera in collaborazione con CINECA, che ha coinvolto dieci università italiane in un tour dedicato all'intelligenza artificiale. Il progetto, avviato a settembre 2025, ha previsto incontri, workshop, masterclass e lectio magistralis presso atenei, tra cui Siena, Bari, Napoli, Padova, Venezia, Roma e Milano, con l'obiettivo di favorire un confronto multidisciplinare tra mondo accademico, imprese e istituzioni sui temi della trasformazione digitale. All'interno dell'iniziativa, Almaviva ha contribuito, insieme ad altri partner pubblici e privati, alla **promozione di una cultura dell'innovazione consapevole**, partecipando al dialogo su opportunità e rischi dell'intelligenza artificiale e supportando attività di formazione e sensibilizzazione rivolte a studenti, ricercatori e stakeholder. Il progetto rappresenta un esempio significativo di collaborazione tra università e industria, volto a rafforzare le competenze digitali e a stimolare un utilizzo responsabile delle tecnologie emergenti.

Master in Information Technologies e Pubblica Amministrazione: Master universitario di II livello promosso dall'Università degli Studi di Salerno, attraverso l'assegnazione di quattro borse di studio. L'iniziativa si inserisce in un più ampio partenariato tra università e imprese volto a formare figure professionali altamente qualificate nei processi di digitalizzazione della Pubblica Amministrazione, integrando competenze tecnologiche e amministrative. Attraverso questo contributo, Almaviva sostiene lo sviluppo di competenze avanzate coerenti con le esigenze del settore pubblico e favorisce il collegamento tra formazione accademica e applicazioni industriali, contribuendo alla crescita di una nuova generazione di professionisti in grado di guidare l'innovazione digitale nella PA.

Agri Data Value: progetto europeo finanziato dal programma Horizon Europe, incentrato sull'utilizzo intelligente dei dati nel settore agricolo per accrescere la sostenibilità e l'efficienza in agricoltura. Almaviva contribuisce allo sviluppo di soluzioni tecnologiche che favoriscano la raccolta, l'analisi e la valorizzazione dei dati per migliorare la gestione delle risorse e la produttività agricola.

MOST Centro Nazionale della Mobilità Sostenibile: Almaviva è partner del CNMS, noto come MOST, un'iniziativa volta a guidare la transizione ecologica e digitale verso modelli di mobilità moderni, sostenibili e inclusivi. Il progetto, promosso dal Politecnico di Milano, ha ottenuto un finanziamento di 320 milioni di euro (di cui il 41% destinato al Sud), coinvolgendo 49 enti partecipanti, tra cui 24 università, il CNR e 24 grandi aziende, ed è stato formalmente costituito come Fondazione il 9 giugno 2022. La sua struttura di governance segue il modello Hub&Spoke, articolato in 14 Spoke tematici. Gli obiettivi principali del MOST, perseguiti attraverso programmi mirati di ricerca e innovazione, sono **promuovere un sistema di mobilità più ecologico, aumentare la sicurezza del sistema di trasporto e potenziare le competenze nel settore industriale**, contribuendo alla definizione di politiche nazionali e regionali, supportando le istituzioni nell'individuazione di priorità strategiche.

TIVIT: TRANSIZIONE DIGITALE RESPONSABILE E PORTAFOGLIO DI SOLUZIONI INNOVATIVE

Tivit ha definito obiettivi strategici chiari in termini di transizione digitale responsabile, focalizzati su efficienza in Cloud e Data Center, protezione dei dati, intelligenza artificiale etica, inclusione digitale e transizione digitale responsabile della propria value chain. In questo contesto, il portafoglio di soluzioni attualmente sviluppato da TIVIT copre un ampio spettro di prodotti e servizi innovativi, sintetizzabili nei seguenti cluster:

Cloud Solutions: il pilastro di infrastruttura dell'azienda, focalizzato su ambienti ibridi e multi-cloud.

- **OneCloud:** Piattaforma di gestione che consente la gestione integrata di diversi cloud (AWS, Azure, Google e Tivit Private) in un unico cruscotto;
- **GPU for AI:** Offerta di infrastrutture specifiche dedicate all'addestramento di modelli di Intelligenza Artificiale;
- **Tivit Private Cloud:** Soluzione di private cloud per aziende che richiedono massima sovranità e sicurezza dei dati.

Digital Business: focalizzata nel trasformare processi di business attraverso software e dati.

- **Tivit Athena:** Una piattaforma di Intelligenza Artificiale Generativa volta all'efficienza operativa e all'automazione di processi aziendali;
- **Tivit Smart ESG:** Soluzione per il monitoraggio e la gestione di indicatori di sostenibilità e governance;
- **Agile Squads & Skill as a Service:** Allocazione di team multidisciplinari (sviluppatori, designer e PMO) su richiesta per accelerare progetti digitali;
- **SAP Solutions:** Consulenza e migrazione "RISE with SAP" per ottimizzazione as a service dell'ERP.

Cybersecurity (Tivit Defense): servizi di cybersecurity gestiti attraverso il SOC (Security Operations Center).

- **Managed Detection & Response (MDR):** Monitoraggio proattivo 24/7 per identificare e neutralizzare minacce prima che diventino incidenti;
- **CyberLabs:** Centro di innovazione focalizzato in test di intrusione (Red Team) e difesa contro ransomware;
- **Backup Immutabile:** Soluzioni di data protection che impediscono la crittografia o l'eliminazione da parte di invasori.

Technology Platforms & IoT - Soluzioni hardware connesse e automazione per settori specifici.

- **Smart Systems:** Implementazione di sensori e telemetria per tecnologie smart city e monitoraggio di flotte
- **Digital Workplace:** Soluzioni per la gestione del lavoro ibrido, incluso supporto remoto e strumenti di collaborazione (Microsoft 365, Google Workspace)



3.2.1 Le Partnership per lo Sviluppo Sostenibile

GRI 2-6, 2-28

Almaviva riconosce il valore della collaborazione tra stakeholder come leva fondamentale per amplificare gli sforzi individuali e accelerare la transizione verso modelli sostenibili. Attraverso partnership strategiche con aziende, istituzioni, enti non profit e comunità, il Gruppo si impegna a condividere competenze, risorse e innovazioni per affrontare congiuntamente le sfide ambientali e sociali attuali.

Nel corso degli anni, Almaviva ha costruito un solido ecosistema di collaborazioni strategiche, generando valore condiviso e un ciclo virtuoso a vantaggio dell'intera collettività. Al centro di questa rete di relazioni si trovano le attività di Ricerca e Sviluppo, che si concretizzano nell'integrazione delle tecnologie più avanzate all'interno delle soluzioni del Gruppo. Il trasferimento di conoscenze dal mondo accademico all'industria è potenziato da iniziative mirate all'inserimento di talenti nei team R&D, garantendo così un apporto continuo di innovazione e competenze specialistiche.

PRINCIPALI PARTNER TECNICO-COMMERCIALI E DI CORE BUSINESS	PRINCIPALI PARTNER DI SETTORE PUBBLICO, ACCADEMIA E RICERCA
A2A	EURAC - Eurac Research
Adobe	Hellenic University of Athens
AWS	INFN – Istituto Nazionale di Fisica Nucleare (National Institute for Nuclear Physics)
CISCO	Istituto Superiore di Sanità
CyberArk	Politecnico di Milano
DELL Technologies	Politecnico di Torino
ENI - Eni Plenitude	Queen Mary University of London
EQUINIX	Technische Universitat Berlin
Google Cloud	Università Ca' Foscari di Venezia
Hitachi	Università Campus Bio-Medico di Roma
IBM	Università degli Studi di Bologna – Alma Mater
Intel	Università degli Studi di Milano
Leonardo	Università degli Studi di Napoli
Microsoft	Università degli Studi di Pisa
Oracle	Università degli Studi di Roma La Sapienza
Pentera	Università degli Studi Roma Tre
Pirelli	Università degli Studi Tor Vergata
Salesforce	Università di Napoli Federico II
SAP	University of Lodz (Polonia)
ServiceNow	University of Michigan - Transportation Research Institute (USA)
Thales	UNIT - Universidade Tiradentes (Brasil)

Nel **2025**, Almaviva ha consolidato e ampliato il proprio ecosistema di partnership strategiche, rafforzando la collaborazione con stakeholder chiave per accelerare l'innovazione e la trasformazione digitale. Queste partnership riflettono l'impegno del Gruppo nel promuovere soluzioni sostenibili, inclusive e orientate al valore condiviso.

Tra le partnership più significative del 2025, Almaviva ha rafforzato la collaborazione con i principali media italiani per amplificare la narrazione della propria visione strategica. A titolo di esempio sul perimetro italiano, il Gruppo ha sviluppato iniziative editoriali con il **Corriere della Sera**, consolidando il racconto della trasformazione digitale e dell'innovazione come fattori abilitanti della crescita economica e sociale del Paese.

Parallelamente, Almaviva ha partecipato a iniziative di alto profilo con **Il Sole 24 Ore**, che ha dedicato una giornata intera di incontri aperti al pubblico per celebrare 160 anni di informazione economica e di qualità. Questa collaborazione ha rappresentato un'occasione strategica per posizionare Almaviva come attore protagonista nel dibattito sulla trasformazione digitale e sulla sostenibilità economica del sistema Italia.

Sul fronte della comunicazione e dell'engagement, Almaviva ha sviluppato partnership con piattaforme di contenuto specializzate. **Geopop**, realtà editoriale specializzata nella divulgazione scientifica e culturale, ha rappresentato un canale strategico per raccontare le iniziative di innovazione del Gruppo. La partnership ha previsto la pubblicazione di due contenuti con una reach complessiva di oltre 1,4 milioni di utenti, generando oltre 3 milioni di visualizzazioni e più di 20mila interazioni. I contenuti hanno affrontato tematiche di innovazione tecnologica, come il Geographic Information System (GIS) e le capacità computazionali, raggiungendo un pubblico ampio e qualificato interessato alle tematiche di trasformazione digitale e sostenibilità.

Inoltre, Almaviva ha collaborato con **Citynews**, tra i principali network di informazione digitale locale in Italia, per raccontare l'innovazione in modo diretto e coinvolgente. L'iniziativa ha previsto la partecipazione di Alessandro Mantelli, CTO Almaviva, a una puntata del podcast #GameChangers, distribuita su Spotify,

Youtube e Amazon Music e amplificata attraverso i canali social del partner e del Gruppo Almaviva, con una reach complessiva di 700.000 utenti e 25.000 ascolti. Questa collaborazione ha contribuito al rafforzamento della brand awareness e reputation nel contesto della digitalizzazione e dell'innovazione tecnologica.

Infine, Almaviva ha consolidato il proprio impegno nel campo dell'educazione digitale attraverso la partnership con **"Online Onlife"**, un percorso educativo promosso dalla Fondazione Articolo 49 con il supporto delle istituzioni europee, nazionali e locali. L'iniziativa si propone di formare una cittadinanza digitale consapevole e responsabile, in grado di navigare il mondo virtuale in modo etico e critico. Attraverso questa collaborazione, Almaviva contribuisce allo sviluppo di competenze tecniche e di senso critico nei giovani, preparandoli a valutare consapevolmente i rischi e le opportunità offerti da internet e dai canali social. Online Onlife rappresenta un percorso propedeutico al patentino digitale, inserito in un più ampio ecosistema di progetti educativi inClasse che affrontano tematiche cruciali come l'orientamento scolastico e professionale, la transizione ecologica, l'uso consapevole dell'Intelligenza Artificiale, l'educazione alimentare e la conoscenza delle istituzioni. Questa partnership riflette l'impegno di Almaviva nel promuovere una trasformazione digitale responsabile, dove la tecnologia diventa strumento di empowerment e consapevolezza per le nuove generazioni.



IL RUOLO NELLE ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA: LA PRESENZA ITALIANA IN CONFINDUSTRIA

Almaviva vanta una lunga esperienza nel tessuto socioeconomico dei paesi in cui opera, ed in particolare nel contesto italiano. **Alberto Tripi, fondatore e Presidente di Almaviva, nel sistema Confindustria è stato Presidente di Confindustria Servizi Innovativi e Tecnologici** ed è attualmente **Special Advisor per l'Intelligenza Artificiale e Responsabile Studi e Strategie ICT di Anitec-Assinform**. È inoltre socio e componente del Consiglio Generale di ASPHI Onlus, Fondazione per l'integrazione delle persone disabili attraverso l'uso della tecnologia ICT.

Almaviva è inoltre presente in **Unindustria** come operatore particolarmente attivo e dinamico, patrocinando iniziative e rassegne, tra cui si cita il **Premio Film Impresa** che, da ormai un triennio, Almaviva sostiene dedicando particolare attenzione a tematiche di stringente attualità, come quelle legate alla diffusione sempre più pervasiva delle nuove tecnologie in un contesto dove rimangono centrali **l'empatia, l'impegno, la solidarietà**.

3.2.2 La partecipazione di Almaviva alle iniziative di Sviluppo Sostenibile

Alla luce degli indirizzi sopra rappresentati, Almaviva ha deciso di avviare diverse forme di collaborazione con le seguenti organizzazioni:

- ➔ Il Gruppo a partire dal 2022, è parte di **Valore D**, l'associazione di imprese che da oltre dieci anni è attiva in Italia per l'equilibrio di genere e per una cultura inclusiva nelle organizzazioni del Paese. Da sempre attenta ai temi della parità di genere, Almaviva rafforza il proprio impegno nel sostenere i valori delle pari opportunità, dell'inclusione, contro ogni discriminazione, nella convinzione che nella società e nelle aziende la maggiore diversità porti maggiore capacità di innovazione e creatività e contribuisca ad affrontare con successo le sfide proposte da un mercato in profonda trasformazione.
- ➔ La **Fondazione per lo Sviluppo Sostenibile** è un autorevole punto di riferimento per i principali settori e protagonisti della green economy nel contesto internazionale, supporta imprese ed enti pubblici nella pianificazione e nella programmazione, organizza convegni e laboratori su tematiche rilevanti e produce approfondimenti periodici, facendo il punto sulle politiche e sui dati aggiornati a livello nazionale e internazionale. Con la sua partecipazione, Almaviva intende contribuire attivamente al patrimonio di esperienze, conoscenza e credibilità della Fondazione, supportando iniziative volte a creare un contesto più favorevole allo sviluppo delle imprese nell'economia verde", a migliorare la qualità delle organizzazioni che operano in questa prospettiva e a rafforzare il confronto con le istituzioni.
- ➔ Almaviva è socio co-fondatore della **Fondazione Venezia Capitale Mondiale della Sostenibilità**, nata con l'obiettivo di **creare valore sostenibile** per la città di Venezia e per il suo territorio metropolitano. L'adesione del Gruppo si inserisce nella volontà di contribuire al rilancio socioeconomico locale attraverso l'utilizzo di tecnologie digitali avanzate, garantendo al tempo stesso la protezione e conservazione del patrimonio ambientale, storico e culturale, nonché il rafforzamento della comunità locale.
- ➔ A partire dal 2015, Almaviva aderisce al **Global Compact delle Nazioni Unite**, un'iniziativa volontaria basata sugli impegni presi da parte di oltre 22 mila partecipanti (business e non business) a livello globale nell'implementazione di pratiche e obiettivi in ambito di sostenibilità.
- ➔ Almaviva partecipa all'**Osservatorio ESG**, focalizzato sull'intersezione tra sostenibilità e

tecnologia. L'iniziativa ha l'obiettivo di generare nuove soluzioni di mercato sfruttando le potenzialità di tecnologie emergenti come Intelligenza Artificiale, Blockchain, Big Data e IoT. L'approccio integrato mira a creare valore sostenibile, aderendo anche alle opportunità legate al PNRR.

➔ Al maviva è membro del Consorzio **Gaia-X**, un progetto europeo finalizzato alla creazione di un'infrastruttura federata e sicura per la condivisione dei dati. L'iniziativa promuove un uso efficiente e responsabile delle risorse digitali, incentivando lo sviluppo di soluzioni tecnologiche innovative capaci di ridurre l'impatto ambientale e favorire una transizione verso un'economia più verde e resiliente.

➔ Al maviva sostiene il **Circolo Canottieri Aniene** nel suo settore paraolimpico, contribuendo allo sviluppo di programmi di inclusione e di pratica sportiva per atleti con disabilità. Questa partnership riflette l'impegno del Gruppo nel promuovere l'inclusione sociale e l'accesso equo alle opportunità sportive.

➔ La società continua inoltre a sostenere il programma "Malattie Senza Diagnosi" della **Fondazione Telethon**, contribuendo alla ricerca scientifica per le malattie rare e alla sensibilizzazione dell'opinione pubblica. Questo impegno testimonia la volontà del Gruppo di supportare la ricerca medica e il benessere della comunità, operando a favore di coloro che affrontano sfide sanitarie complesse.

➔ Infine, rileva segnalare come nel 2025, Al maviva abbia rinnovato la propria partnership con la **Croce Rossa Italiana**, contribuendo alle attività di assistenza umanitaria, soccorso e inclusione sociale. La collaborazione con CRI rappresenta un impegno concreto verso la costruzione di una società più solidale e inclusiva, operando su tematiche di rilevanza sociale e umanitaria.

Nel complesso, **nel 2025 Al maviva ha ribadito il proprio impegno trasversale verso la sostenibilità digitale e la responsabilità sociale**, operando su più fronti per contribuire al raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'ONU.



3.3 Premi e riconoscimenti

L'approccio sostenibile di Al maviva ha ottenuto prestigiosi riconoscimenti, evidenziando il suo impegno verso pratiche ambientali, sociali ed economiche responsabili.

Questi premi celebrano l'integrazione della sostenibilità nella strategia aziendale di Al maviva e rafforzano la sua posizione di leader nel promuovere un futuro più sostenibile nel settore tecnologico.

Diversity Leader 2025: Al maviva, per il secondo anno consecutivo, è stata riconosciuta tra le migliori aziende in Europa per Diversity & Inclusion da Financial Times e Statista. L'analisi si è basata su un sondaggio indipendente condotto su oltre 100.000 dipendenti, con particolare attenzione alle valutazioni di donne, anziani e minoranze etniche, oltre che su indicatori chiave della performance in ambito diversity.

"Top Innovative Public Sector Partner" Award di Salesforce: Al maviva è stata premiata al Salesforce Partner Summit con questa distinzione per il suo impegno continuativo nell'innovazione e nel valore concreto offerto al settore pubblico, frutto di una solida alleanza strategica con Salesforce.

SAP Gold Partner: un riconoscimento che rafforza il posizionamento di Al maviva nell'ecosistema SAP, confermando il suo ruolo guida nei percorsi di trasformazione digitale. Attesta inoltre l'elevato livello di qualità che Al maviva offre alle Aziende che adottano soluzioni SAP.

AWS Premier Services Partner: un'attestazione che conferma la competenza ed il notevole successo del Gruppo nel supportare i clienti a progettare, costruire, migrare e gestire le proprie applicazioni e i relativi carichi di lavoro su AWS. Per divenire AWS Premier Services Partner, le aziende devono superare un rigoroso processo di validazione basato su certificazioni, accreditamenti, investimenti a lungo termine e comprovata esperienza progettuale.

Certificazione "ESG Recognition" di DNV: Al maviva è la seconda azienda al mondo a ricevere questo prestigioso riconoscimento, conferito da DNV, ente leader a livello globale nei servizi di certificazione e gestione del rischio. Il riconoscimento attesta l'adozione di un sistema di gestione ESG integrato e conforme agli standard internazionali (ISO e SA8000), a testimonianza dell'impegno costante del Gruppo verso la sostenibilità, la responsabilità sociale, la salute e sicurezza e la buona governance.

Premio Industria Felix: Al maviva Digitaltec è stata insignita dell'Alta Onorificenza di Bilancio come miglior impresa di servizi innovativi con sede legale in Campania. Il premio, basato su un'analisi oggettiva dei bilanci di oltre 700.000 aziende italiane, certifica la solidità e la competitività del modello industriale adottato.



Google Cloud Public Sector Partner of the Year

– **LATAM:** Almaviva Solutions è stata riconosciuta come partner dell'anno per il settore pubblico in America Latina da Google Cloud. Il premio valorizza la capacità del Gruppo di abilitare l'innovazione cloud attraverso progetti ad alto impatto per la pubblica amministrazione e i servizi pubblici.

Herconomy Award 2025:

Almaviva si è aggiudicata il premio per l'equità di genere come leva di crescita, riconoscimento che evidenzia l'impegno del Gruppo nel promuovere la parità di genere e l'inclusione nel contesto lavorativo. Il premio sottolinea la volontà di Almaviva di operare con consapevolezza verso l'uguaglianza di genere come elemento strategico di sviluppo organizzativo.

XIX Transatlantic Award:

Almaviva ha ricevuto il XIX Transatlantic Award, riconoscimento che testimonia l'impegno del Gruppo nella cooperazione italo-americana per l'innovazione e la crescita sostenibile. Il premio evidenzia la capacità di Almaviva di operare come ponte tra i due continenti, promuovendo sinergie strategiche e collaborazioni nel settore tecnologico.

Premio Industria Felix 2025:

Almaviva Digitaltec si è aggiudicata il premio "Miglior impresa di servizi innovativi in Campania" nell'ambito del "Premio Industria Felix - La Campania che compete" del 2025. Il riconoscimento testimonia l'eccellenza operativa e l'innovazione del Gruppo nel contesto regionale campano, confermando la competitività e la qualità del modello industriale di Almaviva.

Google Cloud Public Sector Partner of the Year per l'America Latina 2025:

Almaviva Solutions si è aggiudicata il riconoscimento di Partner dell'Anno 2025 di Google Cloud per il Settore Pubblica in America Latina. Il premio evidenzia l'eccellenza di Almaviva Solutions nel fornire soluzioni cloud innovative al settore pubblico latino-americano, confermando il ruolo strategico del Gruppo nella trasformazione digitale della regione.

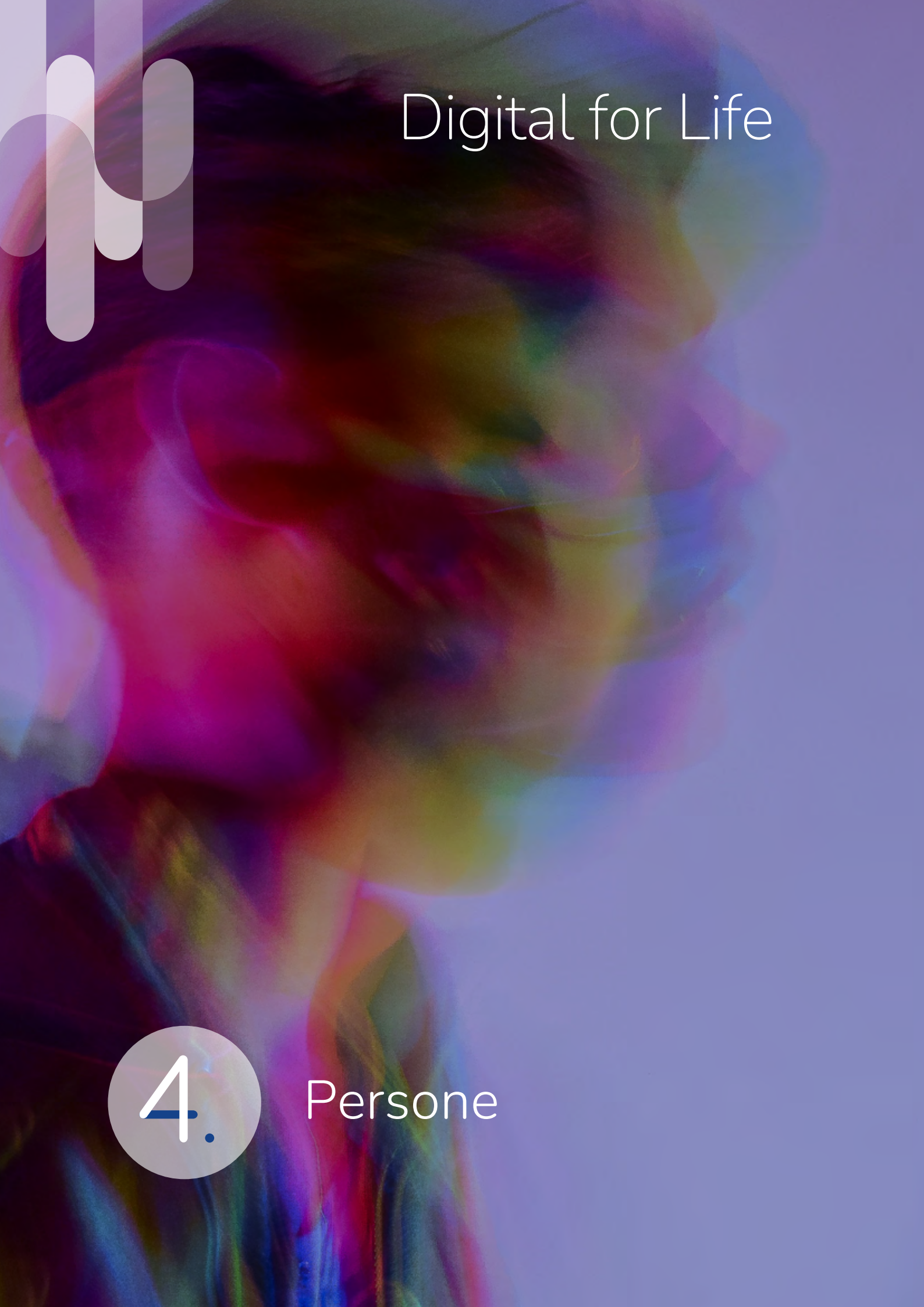
Ecovadis Platinum 2026:

nei primi giorni di gennaio 2026, Almaviva ha ottenuto la certificazione Platinum da Ecovadis, un riconoscimento che testimonia l'eccellenza del Gruppo in materia di ambiente, pratiche lavorative, diritti umani, etica e acquisti sostenibili. La medaglia Platinum rappresenta il massimo livello di riconoscimento da parte di Ecovadis e conferma l'impegno trasversale di Almaviva verso la sostenibilità integrale. Tale medaglia certifica il posizionamento del Gruppo nel top 1% delle aziende valutate che hanno ottenuto i punteggi migliori nei precedenti 12 mesi.

In aggiunta, il Gruppo è valutato da ulteriori agenzie e piattaforme di rating ESG riconosciute a livello internazionale, tra cui:

- Sustainalytics
- S&P
- MSCI
- Synesgy
- Open-es

Tali riconoscimenti, in progressivo miglioramento, non solo celebrano i traguardi raggiunti ma rafforzano anche l'impegno del Gruppo a perseguire l'eccellenza nella sostenibilità, ispirando altri attori del settore a seguire il medesimo percorso alimentando un circolo virtuoso in tutta la value chain..



Digital for Life

4.

Persone

4.1 Le persone di Al maviva

GRI 2-7, 2-8, 401-1

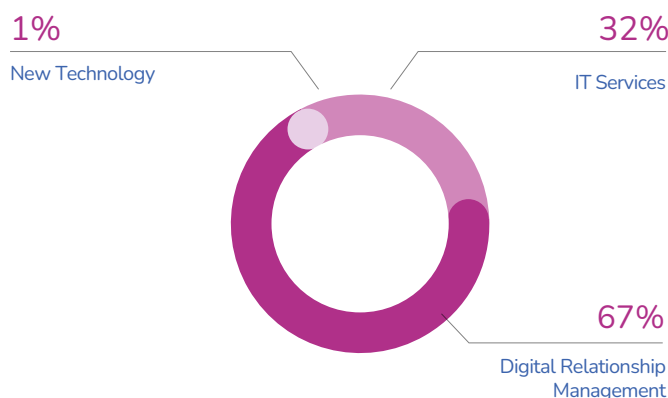
In un contesto di mercato in cui la lotta per i talenti è sempre più serrata, i dipendenti rappresentano il fulcro dell'attività aziendale. Consapevole di tale ruolo fondamentale, il Gruppo si impegna a promuovere la crescita professionale delle proprie Persone, nonché a creare una cultura inclusiva in cui ogni individuo si senta valorizzato e supportato, offrendo opportunità di carriera a tutte le proprie Persone.

Al 31 dicembre 2025, l'organico del gruppo Al maviva è pari a **41.654 lavoratori dipendenti**, cui si aggiungono **378 lavoratori non dipendenti** (somministrati, Lavoratori a Progetto e stagisti) che supportano le attività del Gruppo nelle diverse geografie.

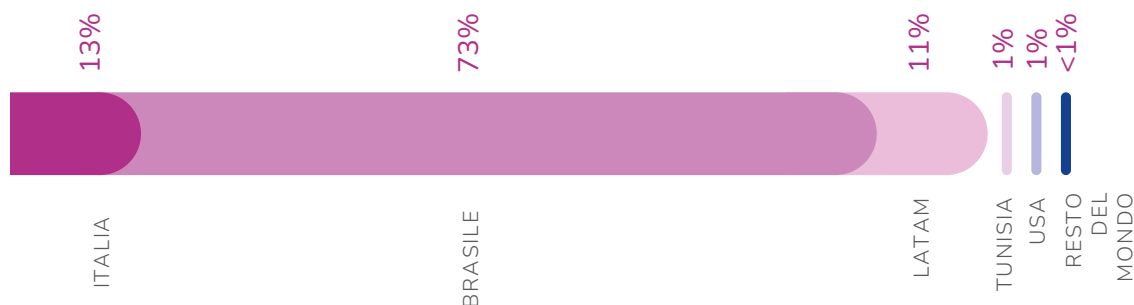
A livello di Gruppo si evidenzia, al termine dell'esercizio, un leggero aumento dell'organico rispetto alla chiusura del 2024, che si attesta su +1,7% circa.

Per il dettaglio completo dei dati quantitativi e delle relative tabelle si rimanda al *Capitolo 6.2 Indicatori di performance*, che riporta in modo analitico i valori citati nel presente paragrafo.

Dipendenti per area di business ¹



Dipendenti per Paese 2025



¹ Si noti che, ai soli fini espositivi del grafico, all'interno delle percentuali riportate si considerano i dipendenti di Al maviva Services e delle LEs Tivit all'interno dell'area IT Services, mentre i dipendenti di Al maviva Contact nel cluster Digital Relationship Management.

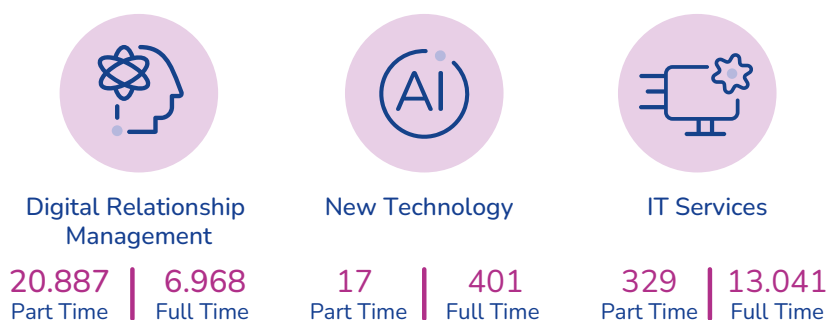
Dipendenti per tipologia di contratto

A livello di Gruppo, nel 2025, i contratti di lavoro a **tempo indeterminato** rappresentano il **99,47%**, in aumento con l'anno precedente, confermando la

volontà di Almagiva di mantenere rapporti solidi e di lungo termine con le proprie risorse.

Circa il **49% dei dipendenti** è inquadrato con contratti di tipo **full-time**.

Dipendenti per tipologia di contratto e area di business (headcount)



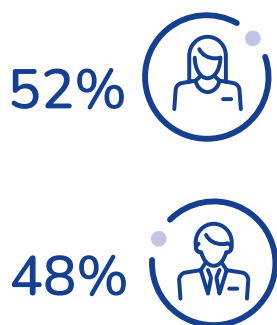
Dipendenti per genere

Il **52% della popolazione aziendale è di genere femminile**, dato che varia significativamente in base all'area di business. In ambito *Digital Relationship Management* si registra infatti una netta maggioranza di occupazione femminile; invece, nei contesti di *IT Services* e di *New Technologies* la maggior parte della popolazione aziendale è di genere maschile. Il dato risulta essere in linea con quanto registrabile nel settore IT, caratterizzato da una bassa presenza di

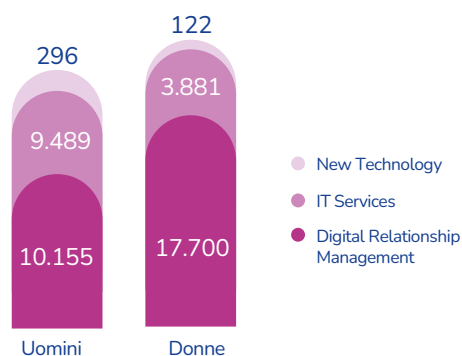
donne laureate in materie STEM.

Il Gruppo ha continuato a focalizzarsi sul tema della **parità di genere**, con focus su promozioni e assunzioni. Nel 2025, inoltre, ha aderito all'**Associazione PARI** che rappresenta un impegno concreto nel contrasto alla violenza di genere, con un approccio che si proietta sulla società civile. Il Gruppo fa parte dell'osservatorio di PARI e ha profuso un significativo impegno nel promuovere il cambiamento culturale.

Dipendenti per genere (headcount) 2025



Dipendenti per genere e area di business 2025



Assunzioni

Il 2025 è caratterizzato da un leggero aumento del personale.

Si sono verificate complessivamente 29.428 assunzioni e 29.488 cessazioni durante l'anno di rendicontazione. L'area di business che ha registrato un maggior numero di assunzioni, pari a 22.271, è la *Digital Relationship Management*, che ha previsto l'inserimento di

personale principalmente di genere femminile (circa 60%) e nella fascia d'età sotto i 30 anni (40%).

Nei contesti *IT Services* e *New Technology*, invece, gli assunti sono prevalentemente uomini, della fascia d'età tra i 30 e 50 anni, localizzati in Brasile, anche a seguito dell'acquisizione della società Tivit.

Assunzioni 2025 per genere, fasce d'età, paese ed area di business (headcount)

IT Services per paese e genere

ITALIA

82 221

Donne

Uomini

BRASILE

1.294 3.454

Donne

Uomini

LATAM

407 1.481

Donne

Uomini

USA

39 71

Donne

Uomini

RESTO DEL MONDO

28 29

Donne

Uomini

New Technology per paese e genere

ITALIA

9 33

Donne

Uomini

BRASILE

1 1

Donne

Uomini

RESTO DEL MONDO

4 3

Donne

Uomini

Digital Relationship Management per paese e genere

LATAM

1.751 1.637

Donne

Uomini

BRASILE

11.475 7.326

Donne

Uomini

TUNISIA

56 26

Donne

Uomini

La principale sfida nel governare politiche HR omogenee in un Gruppo sempre più articolato risiede nella gestione di una realtà caratterizzata da diverse anime, culture e identità internazionali, con fasce d'età anagrafiche diverse, come si evince dai grafici soprastanti, e una complessità organizzativa crescente. Nel 2025, Almaviva ha continuato ad investire in contesti internazionali con l'acquisizione del Gruppo Tivit.

Il suo ingresso ha avuto un impatto significativo sul **perimetro People** in termini di **numero di dipendenti, competenze e modelli organizzativi differenti**, rappresentando quindi una sfida di condivisione e collaborazione, ma anche un'opportunità di arricchimento reciproco.



4.2 La centralità delle persone: il nostro People Management

GRI 2-26, 2-30, 401-1, 401-2

Il Gruppo Almaviva traduce concretamente il proprio impegno nella tutela e valorizzazione delle persone, promuovendo lo sviluppo continuo delle competenze, il potenziamento delle abilità individuali e la salvaguardia del benessere fisico e mentale dei propri dipendenti.

Parallelamente, pone grande attenzione alla promozione della diversità e all'affermazione di un ambiente di lavoro inclusivo, equo e rispettoso.

Questo approccio riflette la profonda e sostanziale integrazione dei principi etici all'interno del framework strategico aziendale, con l'obiettivo di gestire in modo proattivo le dimensioni sociali ed etiche sia all'interno che nei più ampi contesti in cui il Gruppo opera. In tale prospettiva, Almaviva si impegna a consolidare una cultura aziendale che privilegia il rispetto per l'individuo e l'adesione a norme etiche condivise, proseguendo verso un cammino di eccellenza operativa e sociale.

In modo trasversale, nel 2025, il Gruppo ha lavorato su temi quali **Privacy** e **Salute e Sicurezza sul Lavoro (SSL)**, con l'obiettivo di rafforzare e riorganizzare i processi esistenti, supportandoli attraverso un adeguato impianto documentale volto a garantirne solidità, tracciabilità ed efficacia.

Tali interventi hanno generato impatti significativi in termini di maggiore chiarezza operativa e standardizzazione. In tale contesto, la **People Strategy** (approfondita successivamente) **si è confermata uno strumento efficace** e al contempo agile, in grado di guidare le principali direttrici di sviluppo delle risorse umane. Parallelamente, anche la **Intranet aziendale** ha dimostrato un ruolo rilevante nel facilitare la comunicazione interna e la diffusione delle informazioni.

L'adozione dell'Intelligenza Artificiale ha inoltre rappresentato un ulteriore fattore abilitante. Dopo la definizione degli strumenti di AI adottati dal Gruppo, nel 2025 è stata definita e pubblicata la Politica sull'AI, sono stati definiti i nuovi relativi profili del Sistema professionale e sono stati avviati percorsi di formazione e sviluppo, partendo proprio dai Developer. In particolare, il Gruppo ha sviluppato competenze nell'utilizzo **dell'AI generativa**, integrandola come strumento a supporto dei processi e delle attività aziendali.



Become: People Strategy Almaviva

A partire dal 2021, il Gruppo Almaviva ha introdotto la propria **People Strategy “Become”**, con l'obiettivo di valorizzare il ruolo centrale delle persone che operano nel settore della tecnologia dell'informazione. La strategia mira a costruire un ambiente di lavoro integrato, sia fisico che digitale, in grado di stimolare la **fiducia, collaborazione, autonomia e responsabilità**, promuovendo al contempo l'efficienza e l'orientamento ai risultati.

Il Gruppo ha continuato a rafforzare questa strategia attraverso il finanziamento di progettualità nelle aree di business pilota (*IT Services e New Technology*) con un investimento annuale di risorse – economiche e lavorative – considerevole e volto al miglioramento continuo.

La People Strategy è un framework che **si fonda su cinque pilastri**, rispetto ad ognuno dei quali, anche nel corso dell'anno 2025, sono state introdotte diverse misure, in modo da dare continuità agli stream della strategia.

I 5 pilastri della People Strategy

1. MODELLO OPERATIVO Modello operativo nato dall'ascolto di tutti i dipendenti e dal contributo del Politecnico di Milano	2. SISTEMA GESTIONE COMPETENZE 196 competenze e 132 profili professionali che rappresentano la base dei percorsi di sviluppo	3. PERFORMANCE MANAGEMENT Feedback annuale dedicato allo sviluppo di competenze, punti di forza e aree di miglioramento di ciascun dipendente	4. TOTAL REWARDING Processo certo, trasparente, collegato al performance management di attribuzione annuale dei riconoscimenti	5. JOB GRADING & CAREER PATH Architettura riconoscibile di itinerari di carriera per tutta la popolazione
--	---	--	---	--

Nell'ambito dell'organigramma è presente la figura dell'HR Lead, il cui compito principale è garantire l'implementazione delle politiche e dei processi HR nel proprio perimetro di riferimento. Tale ruolo opera in linea con gli obiettivi industriali e strategici definiti dal Deputy CEO della Divisione/Amministratore Delegato, nonché con gli indirizzi forniti dalla Direzione Group People Management. L'HR Lead coordina, tra le altre attività, gli HR Business Partner (HRBP) e le funzioni di Talent Acquisition (recruiting e selezione), attraverso un coordinamento di tipo funzionale.

Per tutte le società appartenenti al Gruppo Almaviva, gli aspetti dell'organizzazione aziendale che riguardano la sfera sociale, dalla sicurezza sul lavoro alla tutela dei diritti umani, fino alla diversità e alla libertà sindacale, vengono monitorati dal Social Performance Team (SPT) di Almaviva. Il monitoraggio avviene secondo lo Standard Social Accountability 8000 (**SA8000**), il principale standard internazionale in materia di diritti umani e dei lavoratori, basato su convenzioni di riferimento quali la Dichiarazione UN sui diritti umani, le Convenzioni UN per i Diritti dei Bambini e le Convenzioni stipulate in seno all'Organizzazione Internazionale del Lavoro (ILO).

Lo standard SA8000 viene applicato dal 2007 a tutte le risorse umane di Almagiva, dal personale dipendente ai fornitori, coinvolgendo tutta la catena del valore in un percorso virtuoso di responsabilità sociale, attraverso il presidio di requisiti specifici relativi a otto differenti tematiche:

- 1 Lavoro infantile
- 2 Lavoro forzato e obbligato
- 3 Salute e sicurezza sul lavoro
- 4 Libertà di associazione e diritto alla contrattazione collettiva
- 5 Discriminazione
- 6 Procedure disciplinari
- 7 Orario di lavoro
- 8 Retribuzione

Il Gruppo Almagiva diffonde e promuove i principi e i valori di Responsabilità Sociale, considerando:

- i propri dipendenti come una risorsa strategica, nel rispetto dei loro diritti, promuovendone lo sviluppo professionale;
- i propri fornitori come partner, nella realizzazione dei beni e servizi del core business aziendale;
- i propri clienti come elemento fondamentale del successo di Almagiva, lavorando per la loro soddisfazione.

A tal proposito i lavoratori hanno a disposizione, oltre alla consueta segnalazione verso HRBP o la segnalazione Whistleblowing, lo strumento delle segnalazioni SA8000 con cui possono proporre suggerimenti, o segnalare opportunità di miglioramento e/o anomalie relative ai principi dello standard o alla sicurezza sui luoghi di lavoro. Possono inoltre avvalersi del Social Performance Team (SPT) che si riunisce ogni sei mesi, al fine di:

- condurre periodicamente delle valutazioni dei rischi per identificare e prioritizzare le aree di reale o potenziale non conformità allo Standard SA8000;
- suggerire alla Direzione Aziendale le azioni per affrontare i rischi individuati;
- monitorare efficacemente le attività nel luogo di lavoro;

- facilitare la conduzione di audit interni e predisporre rapporti per la Direzione Aziendale sulle performance e sui benefici delle azioni intraprese;
- riesaminare il percorso fatto e identificare eventuali azioni per rendere più efficace l'applicazione dello Standard SA8000.

La People Strategy del Gruppo Almagiva è orientata a garantire condizioni di lavoro eque, inclusive e sostenibili lungo l'intera catena del valore, contribuendo al benessere delle persone e alla tutela dei diritti fondamentali del lavoro.

In tale contesto, il Gruppo assicura una retribuzione adeguata e dignitosa, tale da garantire il soddisfacimento dei bisogni essenziali dei lavoratori e delle loro famiglie, inclusi alimentazione, abitazione, abbigliamento, assistenza sanitaria, trasporti e istruzione. Questo approccio si colloca oltre i minimi retributivi previsti dalla normativa e si inserisce in una più ampia attenzione all'equità e alla sostenibilità sociale.



L'organizzazione del lavoro è gestita con l'obiettivo di prevenire il ricorso a orari di lavoro eccessivi, nel rispetto dei limiti massimi previsti dalla normativa vigente nelle diverse legislazioni e dalla contrattazione collettiva. Il Gruppo promuove un equilibrio tra vita professionale e vita privata, monitorando il rispetto dei limiti orari e contenendo il ricorso al lavoro straordinario entro livelli compatibili con la tutela della salute e del benessere delle persone.

Almaviva garantisce il principio di parità retributiva tra donne e uomini, assicurando che la retribuzione sia definita senza discriminazioni di genere e a parità di lavoro di pari valore, in coerenza con gli standard internazionali dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro.

È prevista, inoltre la corrispondenza della retribuzione durante i periodi di congedo annuale, in conformità alla normativa applicabile e agli accordi collettivi, garantendo così continuità di reddito e tutela del diritto al riposo.

Infine, nei processi di riorganizzazione il Gruppo si impegna a rispettare periodi minimi di consultazione e di preavviso nei confronti delle persone coinvolte e delle rappresentanze sindacali, nel rispetto della normativa vigente e delle pratiche di dialogo sociale, assicurando trasparenza, correttezza e gestione responsabile degli impatti occupazionali.

Attrazione dei migliori talenti

La definizione di una People Strategy così articolata, non risponde solo alla necessità di gestione del personale già dipendente, ma anche alla corretta accoglienza dei talenti nella popolazione aziendale. Il Gruppo Almaviva, infatti, si impegna costantemente nella creazione di un ambiente di lavoro attrattivo per i talenti, credendo nelle potenzialità di nuove competenze e punti di vista e riconoscendo il valore formativo delle istituzioni scolastiche e accademiche, con le quali mantiene collaborazioni di lungo termine.

Grazie alla creazione di un ecosistema virtuoso fra mondo accademico e imprenditoriale, collaborando con le eccellenze del territorio, creando relazioni di valore e innescando un sistema di scambio reciproco, i talenti vengono intercettati nei contesti dove innovazione e ricerca sono elementi fondanti, con decine di collaborazioni internazionali con enti di ricerca e atenei di eccellenza e la partecipazione ad altrettanti eventi di recruiting su tutto il perimetro di Gruppo, secondo le specificità delle diverse geografie e delle aree di business.



PEOPLE STRATEGY, TALENT DEVELOPMENT E DIVERSITY & INCLUSION

ITERIS

Iteris implementa una propria People Strategy focalizzata su attrazione, retention e sviluppo di una forza lavoro diversificata e multiculturalare, supportando obiettivi di business e ESG.

- **Talent Attraction & Retention:** Iteris attrae e trattiene talenti tramite retribuzione competitiva, incentivi legati alla performance, opportunità di crescita e una cultura inclusiva. I programmi sono regolarmente aggiornati per garantire equità e allineamento al mercato. I dipendenti hanno diritto a bonus e programmi di riconoscimento legati al raggiungimento di obiettivi di rendimento individuali, di squadra e aziendali.
- **Employee Development:** La formazione e lo sviluppo all'interno di Iteris avvengono attraverso un quadro strutturato di valutazione delle prestazioni e sviluppo che sostiene l'apprendimento continuo durante tutto il percorso professionale dei dipendenti. Lo sviluppo è supportato da goal setting, feedback continuo e programmi di formazione (tecnica, leadership, compliance ed ESG), con accesso a piattaforme di e-learning per favorire apprendimento continuo.
- **Health, Safety & Well-being:** Salute e sicurezza sono priorità centrali, supportate da policy dedicate, formazione e un Safety Committee attivo, per garantire un ambiente di lavoro sicuro e il benessere dei dipendenti.
- **Diversity & Inclusion:** Approccio basato su inclusione e pari opportunità, senza target numerici rigidi, ma con focus su pratiche HR inclusive, sviluppo equo e responsabilità della leadership.
- **Allineamento strategico:** La People Strategy è integrata con la strategia aziendale ed ESG, contribuendo a sviluppo delle competenze, crescita sostenibile e cultura organizzativa etica e inclusiva.

TIVIT

Tivit ha implementato un framework di people management orientato a sostenere l'esecuzione del business attraverso lo sviluppo di skill critiche e l'integrazione dei principi ESG, rafforzando l'inclusione, lo sviluppo umano e una governance basata su accountability e decisioni data-driven. Tale strategia comprende:

- **Talent Attraction & Retention:** attrazione guidata da competenze strategiche e progressivo ampliamento della diversità dei profili; retention supportata da performance management, sviluppo di carriera e ingaggio dei talenti;
- **Remunerazione e Benefits:** politica retributiva basata su benchmark di mercato e performance, con metodologie strutturate per garantire competitività, equità e trasparenza, oltre a benefit focalizzati su salute e benessere;
- **Remunerazione variabile:** sistema incentivante allineato agli obiettivi aziendali, con modelli diversificati per management, specialisti e forza vendita, e monitoraggio continuo della performance;
- **Health, Safety & Well-being:** iniziative preventive ed educative per la salute fisica e mentale, con campagne di sensibilizzazione, supporto medico e monitoraggio dei rischi psicosociali;
- **Engagement e clima organizzativo:** gestione dell'engagement tramite misurazioni periodiche (climate survey, NPS ed e-NPS), analisi dei dati e coinvolgimento della leadership nei piani di miglioramento;
- **Diversity & Inclusion:** strategia integrata nei processi HR con governance dedicata, focus su equità e rappresentatività e iniziative per promuovere inclusione e contrastare discriminazioni.

PROGETTI PER AREA DI BUSINESS

Attrazione dei talenti - Area *New Technology*

L'area di business *New Technology* ha continuato a promuovere l'ingresso di giovani risorse, pur focalizzando in misura crescente gli sforzi sul reclutamento di figure senior, dotati delle competenze tecnologiche necessarie per affrontare le sfide di un mercato innovativo e competitivo. In questo contesto, il 55% delle nuove assunzioni ha riguardato candidati nella fascia d'età compresa tra i 30 e i 50 anni.

Almawave, per individuare i profili più qualificati, persegue un **percorso di recruitment che si avvale di molteplici canali**. Una volta inseriti in azienda, i nuovi assunti seguono un processo di onboarding strutturato, articolato in tre fasi: accoglienza in sede, assegnazione di un tutor e inserimento in azienda.

Almawave partecipa inoltre a numerose iniziative volte allo sviluppo delle competenze nei giovani, contribuendo, in **collaborazione con il consorzio ELIS, alla formazione di talenti STEM** e alla realizzazione di programmi Academy dedicati.

Attrazione dei talenti - *IT Services*

Nel corso del 2025, l'area *IT Services* di Almaviva ha continuato a portare avanti numerosi progetti volti a diffondere all'esterno i principi che definiscono la cultura innovativa e gli obiettivi di crescita del Gruppo, con l'obiettivo di attrarre nuovi talenti e favorirne lo sviluppo professionale e personale

- **Sistema scuola impresa:** dal 2019 il Gruppo Almaviva partecipa al progetto "Sistema Scuola-Impresa", promosso dal Consorzio ELIS, con l'obiettivo di supportare le istituzioni scolastiche nel processo di trasformazione culturale e nell'allineamento dei percorsi formativi alle evoluzioni del mercato del lavoro. L'iniziativa favorisce il dialogo tra scuola e impresa attraverso attività di orientamento, incontri formativi e testimonianze professionali, con particolare attenzione alla valorizzazione delle discipline STEM e della rappresentanza femminile. Anche nel 2025 il Gruppo ha confermato il proprio impegno nel progetto attraverso la partecipazione di professionisti aziendali in qualità di Role Model, contribuendo a orientare studenti e studentesse verso le professioni del futuro.
- **Academy:** Almaviva propone un programma formativo di sei settimane dedicato ai giovani laureati STEM sotto i 30 anni, sviluppato in collaborazione con le società partner e focalizzato su tematiche tecnologiche attuali. Al termine del percorso, ai partecipanti che superano con successo un test di valutazione viene offerto un contratto di apprendistato della durata 30 mesi nel gruppo di lavoro più adatto, considerando le peculiarità individuali emerse durante i momenti formativi e i colloqui finali.

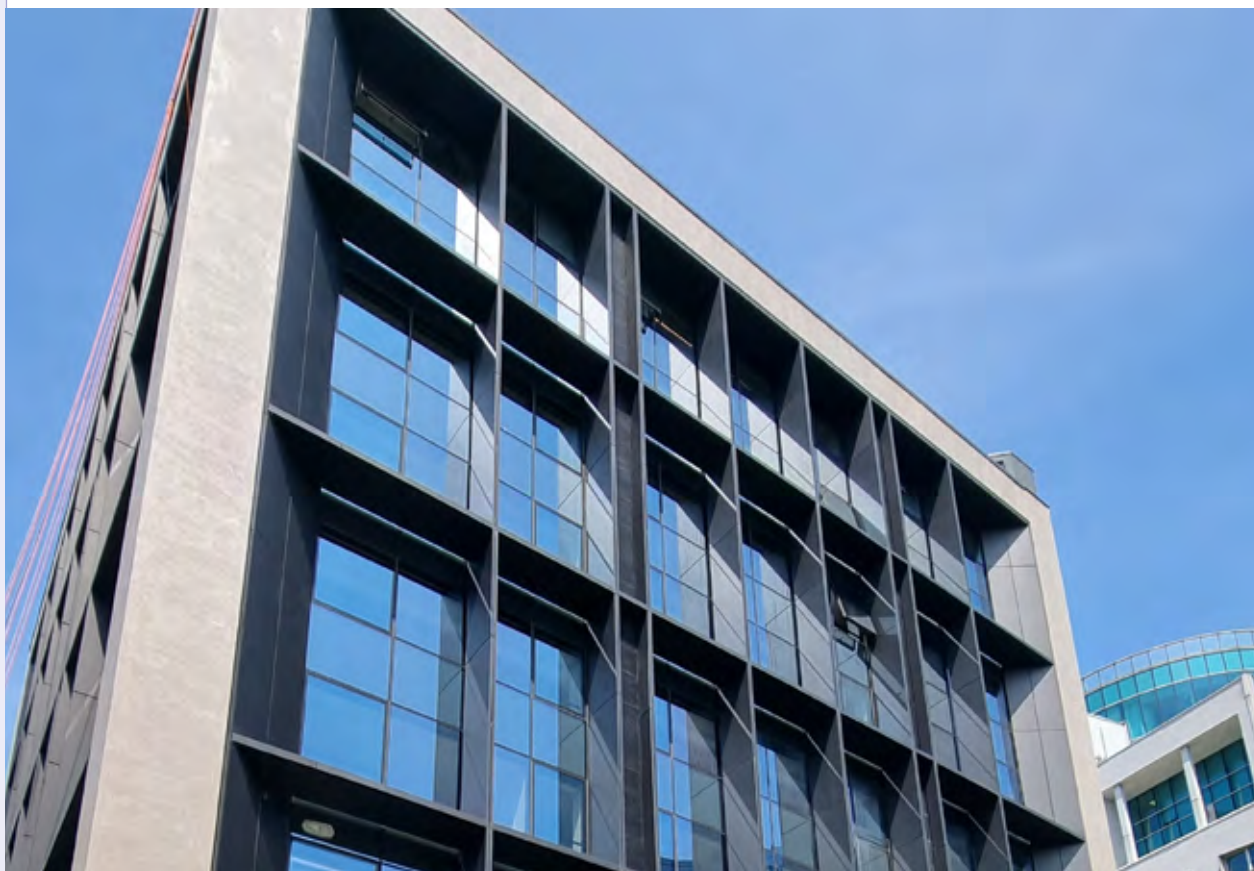
Inoltre, sono state avviate varie iniziative di formazione manageriale,

- **Global Strategy Meeting 2025:** L'evento ha coinvolto il top management internazionale, concentrandosi su strategie di crescita, Intelligenza Artificiale (AI), creazione di valore e cultura aziendale, delineando le linee guida per la formazione dei leader del futuro.
- **UPRAISE - Virtual Worlds Innovation Masters:** Almaviva partecipa a progetti europei per la crescita delle competenze digitali, coordinando la creazione di ambienti virtuali per la formazione e definendo moduli formativi industry-driven.
- **Iniziative di Orientamento e Placement:** Partecipazione a eventi come la "Federico II Job Fair" e il Job Meeting Napoli per incontrare neolaureati e offrire opportunità di formazione sul campo.
- **Accordo "Roma al lavoro":** Partecipazione a iniziative locali di preselezione e formazione pratica, come quella promossa dal Comune di Roma.

NUOVE SEDI: MILANO E PADOVA

Nel 2025 Al maviva ha consolidato ulteriormente la sua presenza territoriale con l'inaugurazione di due nuove sedi strategiche: **Milano Corso Como** e **Padova Net Tower**. A Milano, nel cuore della metropoli lombarda, il Gruppo riunisce la capogruppo Al maviva, Reactive (trasformazione digitale Finance & Insurance), Kline (FinTech), il Digital Hub Al maviva Digitaltec e Al mawave, su una superficie di 2.000 metri quadri con circa 200 postazioni di lavoro.

Gli spazi, concepiti con uno stile contemporaneo attento al benessere e alla sostenibilità, rappresentano l'impegno del Gruppo verso un ambiente di lavoro innovativo e inclusivo, e ospiteranno iniziative di divulgazione e formazione sulla trasformazione digitale, inclusa la partnership con TEDxMilano per il 2025. In Veneto, Al maviva si rafforza nel Nordest con la nuova sede a Padova presso la Net Tower, l'iconico grattacielo rosso alle porte di Padova Est. Il presidio locale, già centro di eccellenza nel settore Finance, si afferma come protagonista digitale in ambiti strategici quali sanità, mobilità, ambiente e gestione delle risorse idriche, grazie all'azione della capogruppo Al maviva e delle società ReActive, Al mawave e Al maviva Bluebit. Questa espansione consolida il ruolo di Al maviva come partner tecnologico affidabile e strategico per la Pubblica Amministrazione Locale e le imprese del territorio nella loro trasformazione digitale sostenibile.



4.3 Crescita, formazione e talenti

GRI 404-1, 404-2

Di seguito si rappresentano nel dettaglio i **cinque pillar della People Strategy di Almoviva**, declinati sull'operatività aziendale per rappresentare al meglio l'apporto quotidiano e le altrettante sfide dell'approccio, in un Gruppo caratterizzato da una popolazione aziendale eterogenea e diversificata per attitudini, competenze, anzianità aziendale, provenienza linguistica e geografica.

1. Modello operativo

Almoviva continua a consolidare il **modello di lavoro ibrido**, alla luce del forte apprezzamento riscontrato tra i dipendenti, emerso attraverso attività di ascolto e di coinvolgimento. Alla base di questo modello vi è l'obiettivo di costruire un ambiente di lavoro digitale che consenta di comunicare, collaborare e socializzare

senza vincoli di orario e luogo. Tuttavia, il modello riconosce l'importanza di preservare momenti dedicati alle relazioni umane, per mantenere dei rapporti saldi e un senso di appartenenza al Gruppo: per tale motivo sono previste giornate in presenza nelle sedi aziendali per lo svolgimento di attività o riunioni specifiche. Questa combinazione di flessibilità e interazioni personali favorisce un migliore equilibrio tra vita professionale e privata, rafforzando la fiducia tra colleghi. Per i nuovi assunti, le modalità di accesso al lavoro agile dipendono esclusivamente dal tipo di attività svolta e dalle esigenze manifestate dalla risorsa.

Per un corretto funzionamento del modello e per mitigare i rischi che potrebbero verificarsi in termini di salute e sicurezza, perdita dei dati e mancanza di continuità delle attività, è stato necessario l'affiancamento di regole, tecnologie innovative e strumenti con l'obiettivo di replicare sulla postazione di lavoro da remoto il medesimo grado di efficacia e protezione presenti nella sede aziendale. Tale modello operativo può essere sintetizzato come di seguito:

	 MODELLO ORGANIZZATIVO	 FLESSIBILITÀ	 DOTAZIONI TECNOLOGICHE	 RICONFIGURAZIONE DEGLI EDIFICI
Descrizione	Un modello organizzativo che valorizzi l'apporto individuale ai risultati aziendali, guidato da principi di fiducia, collaborazione, autonomia, responsabilità e orientato all'efficienza	Flessibilità e autonomia rispetto alla scelta di orari e luoghi di lavoro, collegate ad una piena responsabilizzazione su obiettivi e risultati	Dotazioni tecnologiche innovative e all'avanguardia fornite a ciascun dipendente che garantiscano efficienza e sicurezza dei dati	Riconfigurazione degli spazi in relazione alle esigenze di sicurezza e in base alle particolari necessità delle diverse funzioni aziendali
Iniziativa	- Hybrid smart working, che prevede una presenza in sede e a rotazione del 50% delle persone - Collaborazione e comunicazione potenziate attraverso nuovi strumenti	- Ambiente integrato di spazio fisico e digitale - Favorire la collaborazione e il benessere organizzativo - Conciliazione di lavoro e vita privata	- Sostituzione di tutti i pc desktop con portatili e fornitura ai dipendenti che ne erano sprovvisti - Smartphone e SIM aziendali sicuri e interconnessi	- Right sizing e riassetto dello spazio - Workplace prenotabili via App - Regole e linee guida di precauzione e prevenzione - Superamento del concetto di postazione fissa assegnata
Impatto su sostenibilità	- Persone - Transizione Digitale Responsabile	- Persone - Ambiente	- Governance - Transizione Digitale Responsabile - Ambiente	Ambiente
Benefici	- Sviluppare rapporti lavorativi basati sulla fiducia, collaborazione e autonomia - Valorizzazione delle persone - Incremento dell'efficienza	Riduzione dei consumi energetici e delle emissioni	25% riduzione dell'obsolescenza media delle dotazioni individuali - Protezione dei dati e sicurezza garantite da software di protezione e corsi di formazione	- Materiali cartacei differenziati ed avviati all'eliminazione certificata - Razionalizzazione, riutilizzo e reimpiego per finalità sociali degli arredi d'ufficio

Anche se questo modello operativo coinvolge attualmente le aree di business *IT Services* e *New Technology*, anche l'area *Digital Relationship Management* garantisce alle proprie risorse la possibilità di lavorare da remoto, attraverso un approccio ibrido adattato alle specifiche esigenze operative dell'area di business.

2. Sistema di gestione competenze

Nel quadro della People Strategy, Al maviva ha mantenuto il proprio **Sistema di Gestione Competenze** avviato nel 2019, aggiornandolo quale strumento strategico per supportare lo sviluppo professionale e la valorizzazione del capitale umano. Al centro del sistema si colloca un **Dizionario di Competenze e Profili Professionali Standard**, elaborato sulla base delle più accreditate metodologie internazionali di certificazione delle competenze relative al settore IT ed è stato personalizzato rispetto alle peculiarità del contesto Al maviva, grazie al coinvolgimento di sei gruppi di lavoro composti da lavoratori individuati come referenti dei vari profili considerati.

Il **Sistema delle Competenze** si pone diversi obiettivi chiave:

- ➔ **mappare e valorizzare** il patrimonio di competenze presente nelle aziende del Gruppo;
 - ➔ **identificare**, per ogni persona, i profili che può ricoprire (profili prevalenti) sulla base delle competenze della posizione attuale (profilo attuale);
 - ➔ valutare la **corrispondenza delle competenze** possedute con quelle richieste dal profilo attuale;
 - ➔ **pianificare azioni di sviluppo** che permettano di colmare eventuali gap con il profilo atteso.
- Inoltre, il Sistema prevede tre set di competenze:
- **Tecniche**: competenze specifiche necessarie per svolgere le attività previste dal "mestiere";
 - **Trasversali**: competenze di tipo "soft", comuni a tutta la popolazione aziendale.

Il Gruppo Al maviva promuove programmi di formazione e sviluppo delle competenze rivolti all'intera popolazione aziendale, inclusi i lavoratori con contratto part-time o altre forme contrattuali, garantendo pari accesso alle opportunità di apprendimento.

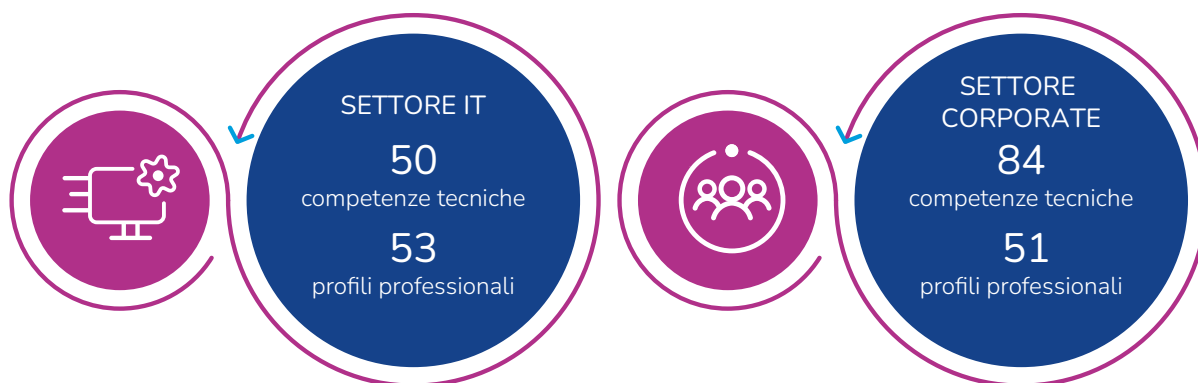
In tale ambito, sono attivi programmi basati su team e reti interne, che favoriscono l'apprendimento continuo attraverso comunità professionali, gruppi di pratica e momenti di confronto trasversali, anche supportati da strumenti digitali. Il Gruppo promuove inoltre iniziative di educazione culturale volte a rafforzare la consapevolezza e il rispetto delle diversità, sostenendo la collaborazione in contesti organizzativi eterogenei. Sono attivi programmi di coaching e mentoring finalizzati allo sviluppo delle competenze individuali e al trasferimento di conoscenze, oltre a programmi di sviluppo della leadership orientati alla crescita delle capacità manageriali e alla valorizzazione dei talenti interni.

Il Gruppo prevede, inoltre, programmi di accompagnamento alle transizioni professionali, inclusi percorsi di supporto al pensionamento e alla gestione delle uscite dall'organizzazione, che possono comprendere attività di orientamento, riqualificazione e supporto alla ricollocazione.

Infine, sono presenti programmi di transizione digitale volti a supportare le persone nell'adozione di nuove tecnologie e strumenti digitali, al fine di favorire l'evoluzione delle competenze e sostenere i processi di trasformazione organizzativa.

Il programma include anche i lavoratori con orario di lavoro part-time nell'ambito della forza lavoro aziendale.

Attualmente, la popolazione dell'area di business *IT Services* dispone di un sistema professionale, composto da:



Tali ambiti vengono monitorati ed aggiornati regolarmente, in funzione delle segnalazioni dei responsabili di area e delle evoluzioni organizzative.

L'introduzione di questo secondo pilastro permette di riservare un focus a quanto messo in campo dal gruppo in ambito **training**.

Nel Gruppo, sono state erogate complessivamente oltre 3.456.425 ore² di formazione nel corso del 2025 con un valore pari a circa 117 ore medie pro capite nell'area DRM, circa 13 ore medie pro capite nell'area New Technologies e nell'area IT³.

Ore medie di formazione erogate per categoria di lavoratori e per area di Business

Per quanto riguarda il numero di ore medie per categoria di dipendente, gli impiegati risultano essere la categoria con le ore medie più elevate (circa 87 ore medie), seguiti dai quadri (circa 18 ore medie di formazione), dai dirigenti (circa 16 ore medie di

formazione) e infine dagli operai (11 ore medie di formazione). Inoltre, i valori variano a seconda dell'area di business. In particolare, l'area *Digital Relationship Management* ha registrato il numero più elevato di ore medie di formazione. Questo risultato è dovuto al cambiamento del modello di business avvenuto nell'ultimo anno, che ha reso necessario per i dipendenti frequentare nuovi corsi di formazione.

Nel 2025, il Gruppo ha orientato gli investimenti in formazione verso l'integrazione dell'intelligenza artificiale, con particolare attenzione sia ai ruoli critici sia ai programmi formativi interni (academy), arricchiti da contenuti sempre più avanzati su tali tematiche. L'AI ha rappresentato un elemento chiave per la sistematizzazione del sistema professionale, contribuendo allo sviluppo delle competenze tecniche e digitali dei dipendenti.

Il Gruppo ha inoltre privilegiato la formazione in presenza per lo sviluppo delle soft skills, ritenuta più efficace rispetto ai webinar, concentrando su questa modalità la maggior parte degli investimenti. In questo contesto, il programma di "**ReActive**" ha evidenziato il valore della collaborazione e dell'interazione diretta nel rafforzare l'engagement dei dipendenti.

Per favorire al contempo flessibilità e conciliazione tra vita professionale e personale, il Gruppo offre corsi di formazione tecnica online, accessibili in autonomia. I percorsi di formazione manageriale, seppur in misura

² Rispetto ai valori riportati all'interno della Relazione sulla gestione del Bilancio consolidato al 31 dicembre 2025, il dato include ulteriori 27.652 ore di formazione erogate dalle società del Gruppo TIVIT, relative prevalentemente a percorsi di formazione tecnica finalizzati all'ottenimento di certificazioni professionali.

³ I dati relative alle ore di formazione non considerano le controllate Almaviva Contact, Almaviva Services, Wedoo LLC, Almaviva Repubblica Dominicana, Lombardia Gestione, MEA Engineering, Almaviva Saudi Arabia LLC, Almaviva Russia, Almaviva de Belgique Tivit Bolivia.

più contenuta, vengono erogati anche in presenza, in risposta al feedback positivo ricevuto dai partecipanti.

A supporto di un apprendimento continuo e personalizzato, il Gruppo mette inoltre a disposizione, tramite la propria intranet aziendale, contenuti formativi fruibili liberamente, finalizzati allo sviluppo delle hard skill e all'approfondimento di tematiche specifiche.

3. Performance management

Con il tempo, il **Sistema di Performance Management** è stato perfezionato. Tale Sistema tratta di un **processo continuo di valutazione e confronto**, che prevede la condivisione di riscontri e suggerimenti in merito a competenze, punti di forza e aree di miglioramento. I dipendenti del Gruppo vengono valutati in base ad obiettivi qualitativi, le cui valutazioni interessano sia aspetti tecnici sia soft skills. Dal dialogo aperto tra responsabile e collaboratore, possono emergere margini di miglioramento. L'obiettivo è «accompagnare» le persone in un percorso di crescita costante, chiaro e condiviso con i propri responsabili.

A inizio 2024 Almagiva ha lanciato il nuovo processo di Performance Management, il quale prevede che tutti gli assunti fino a settembre dell'anno precedente vengano sottoposti alla valutazione della performance e al goal setting l'anno in corso; gli assunti da ottobre vengono sottoposti solo alla seconda fase.

Il processo si declina sia su profili business che corporate, con il disegno in quest'ultimo caso delle competenze caratteristiche delle aree di staff. I meccanismi di definizione dei profili e dei goal setting sono aggiornati nel corso del tempo tenendo conto dei feedback osservati al termine del Performance Management dell'anno precedente, e stesso modus operandi è stato adottato per rinnovare l'interfaccia utente e la user experience, al fine di agevolare navigazione e processo valutativo.

Appare evidente, dunque, come il Gruppo Almagiva adotti un sistema strutturato di gestione della performance volto a garantire una valutazione continua, trasparente e coerente con lo sviluppo delle competenze e del capitale umano. Il modello di Performance Management descritto si inserisce nelle

politiche di gestione delle risorse umane del Gruppo e si applica all'intera popolazione aziendale, inclusi i lavoratori full-time e part-time.

Il processo di valutazione si basa su un approccio per obiettivi, attraverso il quale, con cadenza almeno annuale, vengono definiti in modo condiviso tra responsabili e collaboratori obiettivi misurabili e coerenti con le priorità organizzative e strategiche. Tali obiettivi possono includere sia risultati individuali sia contributi di team, in funzione del ruolo e dell'area organizzativa.

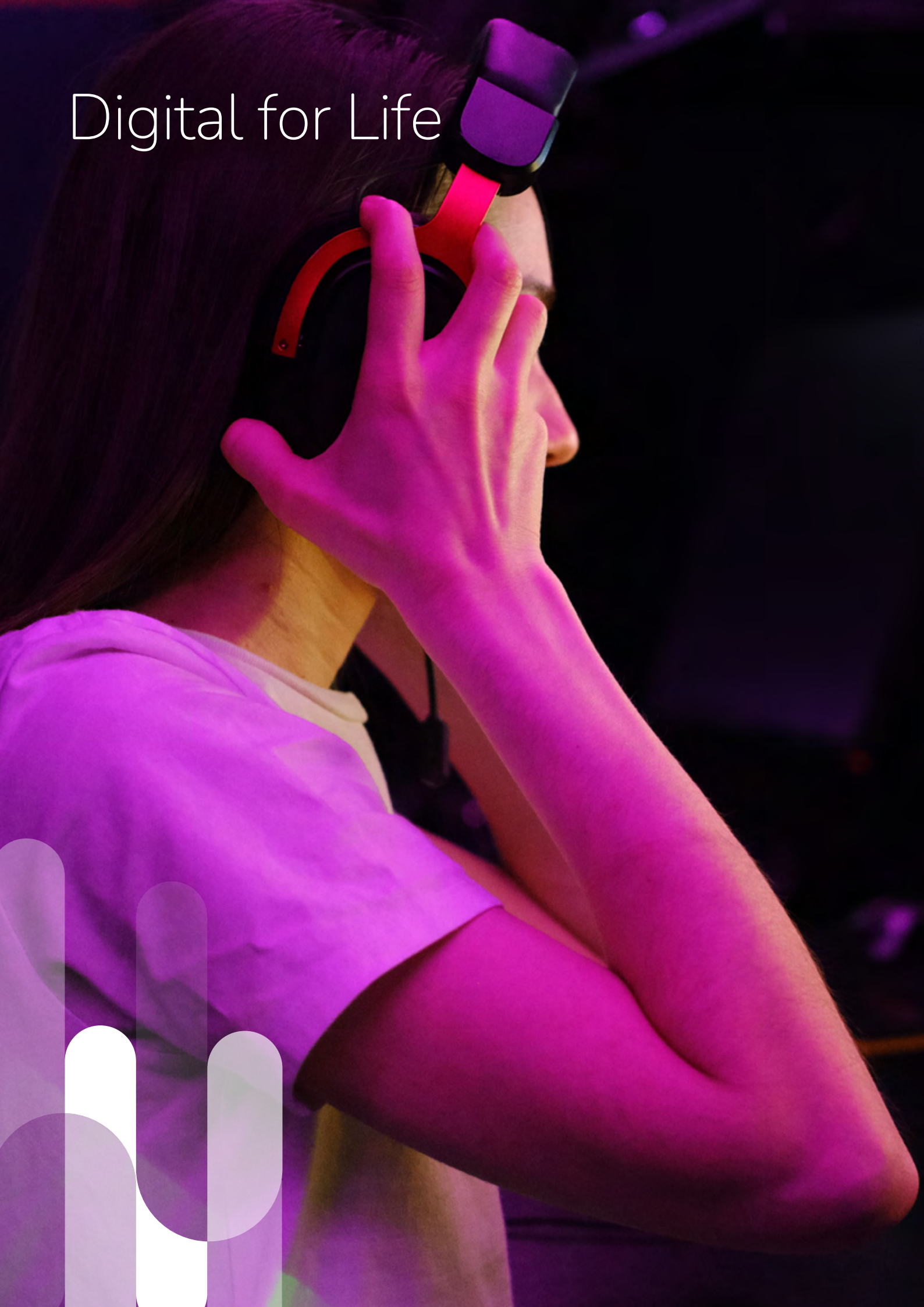
Il sistema di Performance Management integra inoltre elementi di valutazione multidimensionale, che considerano non solo il raggiungimento degli obiettivi assegnati, ma anche comportamenti organizzativi, contributo ai valori aziendali e modalità di collaborazione. Ove applicabile, il processo può includere feedback provenienti da più fonti, inclusi responsabili, colleghi e altri interlocutori organizzativi.

Il Gruppo adotta inoltre logiche di valutazione basate sul lavoro di team, in cui la performance individuale viene valutata anche in relazione ai risultati del gruppo di appartenenza, al fine di valorizzare collaborazione, responsabilità condivisa e orientamento agli obiettivi comuni.

Il processo di valutazione della performance è supportato da un approccio continuativo basato su momenti di confronto periodici tra responsabili e collaboratori nel corso dell'anno. In aggiunta alle valutazioni formali annuali, sono previsti momenti di allineamento e monitoraggio con frequenza periodica, anche trimestrale, finalizzati a verificare l'avanzamento degli obiettivi, condividere feedback, individuare eventuali aree di miglioramento e supportare lo sviluppo professionale continuo.

Il sistema di Performance Management costituisce inoltre la base per i processi di sviluppo professionale, crescita interna e, ove previsto, per l'accesso a sistemi di incentivazione, contribuendo all'allineamento tra performance individuale e obiettivi organizzativi.

Digital for Life



4. Total rewarding

Il Gruppo Almagiva Italia si impegna a sviluppare percorsi di carriera dinamici all'interno delle aree di business *IT Services* e *New Technology*, favorendo la mobilità tra ruoli e livelli di seniority. L'obiettivo è stimolare il coinvolgimento, la motivazione e la crescita delle competenze dei propri dipendenti. Parallelamente, adotta un processo di gestione dei riconoscimenti trasparente, riconoscibile e certo, le cui linee guida sono state presentate e condivise con tutto il management aziendale. La definizione di tale sistema è stata supportata anche dai risultati evidenziati dal meccanismo di Performance Management.

A partire dal 2022, Almagiva ha sistematizzato due fasi del processo di **Total Rewarding**:

- ➔ **executive review**, finalizzata all'individuazione dei leader che guideranno l'azienda del futuro;
- ➔ **compensation review**, mira al riconoscimento delle competenze distintive e alla premiazione delle migliori performance.

Tale meccanismo garantisce un elevato grado di engagement e di dialogo con le risorse, fondamentale per cogliere aspettative e valorizzare le competenze a tutti i livelli.

Il Gruppo Almagiva adotta un **approccio alla remunerazione** fondato su principi di equità, trasparenza e coerenza interna, in linea con le migliori pratiche internazionali e con il quadro normativo e contrattuale di riferimento. Il sistema retributivo è definito in coerenza con la contrattazione collettiva applicabile e con le politiche aziendali di gestione delle risorse umane, ed è orientato a garantire la valorizzazione delle competenze, delle responsabilità e dei contributi individuali, assicurando parità di trattamento e non discriminazione.

In tale contesto, il Gruppo adotta sistemi strutturati di gestione della performance che supportano processi di valutazione periodica e l'eventuale riconoscimento di componenti variabili della retribuzione. Per il personale al di sotto dei livelli del senior management, possono essere previsti strumenti di incentivazione collegati

alla performance individuale e/o di team, con orizzonte annuale o pluriennale, in funzione dei ruoli e dei percorsi professionali.

Come anticipato nel Capitolo 2, dedicato alla Governance del Gruppo, già dal 2023, il Gruppo Almagiva, per rafforzare il proprio impegno verso una governance sostenibile, ha integrato i criteri ESG nelle politiche di remunerazione del Top Management, definendo all'interno del sistema di incentivazione "MBO" la valutazione dell'obiettivo qualitativo con particolare riferimento alle tematiche ESG **MBO (Management by Objectives) di sostenibilità**.

L'obiettivo principale dell'iniziativa è incentivare comportamenti aziendali responsabili, promuovendo una cultura organizzativa che valorizza le tematiche di sostenibilità.

Questo approccio non solo mira a migliorare le performance ambientali e sociali, ma anche a garantire una crescita sostenibile a lungo termine, allineando gli interessi del management con quelli di tutti gli stakeholder. In continuità con tale impostazione e a ulteriore conferma dell'evoluzione del sistema di incentivazione verso criteri sempre più integrati di sostenibilità, in riferimento al sistema di incentivazione del Gruppo Almagiva e nello specifico per Almagiva S.p.A., nel 2025 tale modalità di valutazione dell'obiettivo qualitativo è stato esteso a tutti gli assegnatari di MBO.

Tali sistemi sono finalizzati a rafforzare il collegamento tra contributo individuale e obiettivi organizzativi, promuovendo al contempo l'allineamento con le priorità strategiche del Gruppo e con l'evoluzione dei modelli di servizio e di trasformazione digitale. In tale ambito, i meccanismi di incentivazione contribuiscono a sostenere comportamenti orientati alla qualità, all'innovazione e al miglioramento continuo.

Per ulteriori dettagli sui piani di welfare e sui sistemi di supporto al benessere delle persone, si rimanda alla sezione 4.4.1 "Welfare e well-being".

Nel 2025, il Gruppo ha posto particolare attenzione al **gender pay gap**, alla **compensation** e alla **valorizzazione organizzativa**. In questo contesto, è stato rafforzato l'allineamento della People Strategy

con benchmark retributivi esterni, consentendo di definire politiche di compensation più strutturate, competitive e coerenti con il mercato.

5. Job Grading & Career Path

Inoltre, è stato finalizzato il modello del **Career path**, ossia l'insieme dei percorsi "standard" di evoluzione professionale che può avvenire in verticale, all'interno della propria famiglia professionale, o in orizzontale, tra famiglie professionali differenti. Ad esso è strettamente correlato il **Job grading**. È un sistema strutturato di classificazione dei Profili Professionali in livelli standard, definiti secondo una scala crescente di

rilevanza organizzativa, basata su driver quali il livello di responsabilità, il grado di complessità e le competenze richieste.

Nell'ottica del continuo monitoraggio e miglioramento, sono state gettate le basi per una evoluzione prospettica della attuale People Strategy, con l'obiettivo di valorizzare sempre più e sempre meglio il ruolo centrale dei collaboratori creando un ambiente che stimoli la **fiducia**, la **collaborazione**, l'**autonomia** e la **responsabilità**.

Nel 2025, il Gruppo ha lavorato sulla valorizzazione delle **competenze cross-funzionali**, associate alle soft skill che l'azienda deve utilizzare. La competenza rappresenta il fattore chiave in tutte le decisioni HR.

ALMAVIVA EXPERIENCE: PROGETTO CRESCER

Il **Progetto Crescer**, promosso da Almoviva Experience in tutta la regione LATAM, ha come obiettivo quello di promuovere la crescita sostenibile e lo sviluppo dei collaboratori, rafforzando la loro capacità di adattamento ai cambiamenti del mercato e migliorando le relazioni interpersonali. L'iniziativa sostiene l'evoluzione della cultura aziendale, dei processi e della struttura organizzativa, **allineando lo sviluppo delle persone agli obiettivi strategici dell'azienda**.

Attraverso la formazione su metodologie, strategie di business, pensiero analitico e gestione delle persone, il progetto contribuisce a rafforzare la leadership e a favorire una **maggiore vicinanza tra manager e collaboratori**, generando impatti positivi in termini di engagement e performance aziendale.

4.4 Benessere, salute e sicurezza

Il benessere e la salute dei dipendenti ricoprono un ruolo centrale nelle strategie interne, per questo motivo il Gruppo ha predisposto canali di comunicazione continua con i propri lavoratori con la finalità di cogliere eventuali insoddisfazioni e individuare modalità adeguate a soddisfare le loro necessità.

Il **Piano di Welfare** è declinato nelle seguenti macroaree:



4.4.1 Welfare e well-being

Assistenza sanitaria

Tutti i lavoratori del Gruppo dell'area Italia possono usufruire di:

- ➔ **assistenza sanitaria** integrativa "Metasalute" a carico aziendale;
- ➔ **polizza infortuni** professionale ed extra professionale;
- ➔ **polizza Kasko**;
- ➔ **business Travel**, per le trasferte all'estero;
- ➔ **polizza infortuni professionali** ed extra professionali.

Qualora il lavoratore dovesse trovarsi all'estero, Almaviva si fa carico di una policy Worldwide dedicata.

Convenzioni e voucher

I lavoratori possono accedere ad un portale co-branded che riporta il quadro completo di convenzioni, sconti e offerte, periodicamente aggiornati per assicurare la completezza e attualità delle opzioni a disposizione delle Persone del Gruppo. Per i dipendenti con CCNL Metalmeccanico sono anche previsti dei voucher aziendali a titolo di flexible benefits.

Work-life balance

Coerentemente con i propri valori di inclusione, benessere e rispetto della persona, il Gruppo Almaviva promuove iniziative volte a rafforzare la coesione interna e il coinvolgimento dei dipendenti.

Il Gruppo Almaviva promuove iniziative di welfare e well-being a sostegno della genitorialità e della conciliazione tra vita professionale e vita privata, in coerenza con la normativa applicabile e con la contrattazione collettiva vigente nei diversi Paesi in cui opera.

In tale ambito, il Gruppo riconosce ai dipendenti i congedi parentali previsti dalla normativa nazionale e dagli accordi collettivi applicabili, garantendo un trattamento conforme e non discriminatorio tra le diverse categorie di lavoratori. La durata dei congedi retribuiti per il caregiver primario e non primario varia in funzione delle disposizioni locali e dei regimi contrattuali applicabili.

Il sistema di welfare aziendale include inoltre misure a supporto delle famiglie, che possono comprendere contributi economici o forme di sostegno per i servizi di cura dei figli, laddove previsti dai programmi di welfare locali o dalla contrattazione integrativa.

In coerenza con le politiche di attenzione al benessere delle persone, il Gruppo prevede inoltre iniziative a supporto delle neomamme, che possono includere spazi dedicati o soluzioni organizzative finalizzate a favorire la gestione delle esigenze legate alla maternità, nel rispetto delle normative vigenti in materia di salute e sicurezza sul lavoro.

Il Gruppo riconosce inoltre ulteriori forme di congedo per esigenze familiari o di assistenza, in linea con la normativa locale e gli accordi collettivi applicabili, a supporto dei dipendenti che si trovano a gestire situazioni di cura di familiari con condizioni di salute fisiche o psicologiche che richiedono assistenza continuativa.

Tra queste, si distingue la **sezione intranet con Persone, che prevede anche la collaborazione con AIDA** (Associazione Italiana Dipendenti Almamviva), che offre uno spazio fisico e digitale per la promozione di attività ludiche, sociali, sportive e culturali accessibili a tutti i dipendenti. L'iniziativa, che nasce con l'obiettivo di promuovere socialità e benessere, ha visto nel tempo il successo di numerose competizioni sportive, tra cui le Cup di sport di sci, vela, calcio, tennis, padel e beach volley, riscuotendo un notevole successo. Attraverso la piattaforma, tutti i dipendenti possono proporre nuove attività, che vengono valutate in base alla loro capacità di coinvolgere un pubblico ampio e diversificato. Tra le attività promosse vi sono lo yoga, il tai chi e, in generale le attività sportive che lavorano sulla postura e sul controllo del respiro, favorendo il rilassamento e la concentrazione.

Un'ulteriore testimonianza dell'impegno del Gruppo nel rispondere ai bisogni delle persone è rappresentata dalla collaborazione con **ASPFI**, organizzazione non lucrativa attiva nel campo dell'informatica e disabilità, da cui è nata la piattaforma **ABCCare**: "Sportello delle fragilità". Si tratta di uno spazio informatico dedicato a fornire consigli e strumenti che rispondano al crescente bisogno sociale di supporto per quelle famiglie che si prendono cura di familiari anziani o in condizioni di fragilità.

Nell'ambito del Work-life balance rientrano inoltre tutte le iniziative legate al remote working, sia con riferimento alle attività di business che lo consentono, sia in riferimento alle dinamiche di formazione e upskilling. È infatti possibile, in molti casi, fruire di attività formative a distanza, in classi virtuali o in modalità autonoma, secondo i tempi e le esigenze di ciascuno. Nel corso del tempo, la popolazione aziendale ha contribuito a identificare quali tipologie di formazione risultano più efficaci in presenza, supportando le funzioni competenti nella definizione di piani formativi efficaci e apprezzati. I dipendenti sono ormai pienamente integrati con le modalità di lavoro da remoto e di telelavoro, grazie all'adozione di un modello ibrido che, per la maggior parte dei dipendenti, prevede un solo rientro obbligatorio nelle sedi aziendali a settimana. Tale giornata in presenza viene generalmente dedicata alle attività che traggono maggiore beneficio dalla collaborazione diretta tra i membri del team e dalla condivisione degli spazi di lavoro.

L'attenzione al well-being si traduce anche nel rispetto e nella tutela delle diversità, nonché nella promozione di un ambiente inclusivo e accogliente. In linea con i principi di parità dei diritti e libertà individuale, già dal 2015 Almamviva ha introdotto **misure inclusive** a favore dei dipendenti iscritti al registro delle unioni civili o con matrimonio contratto all'estero, riconoscendo loro:

- 15 giorni consecutivi di congedo straordinario, e
- 3 giorni lavorativi di permesso retribuito in caso di decesso o grave infermità del partner.

Questa decisione è maturata nel tempo attraverso il dialogo costante con i dipendenti e in ascolto di una realtà sociale sempre più articolata, che il Gruppo si impegna a riconoscere e rispettare.

Infine, il benessere e la salute dei dipendenti rappresentano una priorità nelle strategie aziendali: a tal fine, il Gruppo ha attivato canali di comunicazione continua con i lavoratori, con l'obiettivo di intercettare eventuali criticità e rispondere in modo efficace alle loro esigenze.

ALMAVIVA EXPERIENCE: INIZIATIVE DI ENGAGEMENT E CLIMA ORGANIZZATIVO

Almaviva Experience ha sviluppato un programma strutturato di iniziative di engagement volto a costruire un ambiente di lavoro positivo, inclusivo e consapevole del benessere dei collaboratori.

L'azienda organizza regolarmente eventi celebrativi che riconoscono momenti significativi per i dipendenti e la comunità. Tra questi figurano la Giornata Internazionale della Donna, festività religiose e culturali come la Pasqua e San Giovanni, giorni dedicati alla famiglia quali la Festa della Mamma e della Papà, e la Giornata dell'Operatore. Queste iniziative rappresentano momenti concreti di valorizzazione del personale e di rafforzamento del senso di comunità aziendale. L'azienda organizza inoltre sessioni formative e incontri live dedicati allo sviluppo di carriera, inclusione, diversità ed equità, affrontando il tema di ambienti di lavoro equi e rispettosi.

Questo approccio integrato crea un ambiente lavorativo sostenibile e partecipativo, dove i dipendenti si sentono riconosciuti, supportati nel loro sviluppo e parte attiva di una comunità **che valorizza il benessere collettivo**.

BENEFIT INTEGRATIVI

A titolo di esempio, di seguito si riportano alcune iniziative e soluzioni che le diverse società del Gruppo hanno sviluppato a beneficio dei dipendenti, per arricchire il ventaglio di possibilità di benefit integrativi a disposizione della popolazione aziendale.

Wedoo promuove, coerentemente con i valori di Gruppo un ambiente di lavoro flessibile e attento al benessere dei propri dipendenti. È previsto un orario di ingresso tra le 8:00 e le 10:00, con una pausa pranzo della durata minima di un'ora e massima di due, e un'uscita di conseguenza, così da agevolare le necessità familiari dei dipendenti. La sede è dotata di spazi dedicati all'interazione, tra cui un campo di calcetto e una cucina comune, pensati per favorire momenti di socialità. Inoltre, l'Azienda adotta una politica pet-friendly, che consente ai dipendenti di recarsi a lavoro con il proprio animale domestico, offrendo un concreto supporto nella gestione quotidiana della vita privata.

A partire dal 2024, **Almaviva** ha introdotto una nuova Policy Auto, un nuovo regolamento per l'assegnazione delle auto aziendali, che sostituisce integralmente quella precedente. Il sistema prevede 3 fasce distinte, ciascuna associata a una soglia economica massima:

- **Fascia 1:** riservata al Top Management, inclusi Amministratore Delegato, Direttori Generali Almaviva, Presidenti e Amministratori Delegati di Aziende del Gruppo.
- **Fascia 2:** dedicata ai Dirigenti di Gruppo;
- **Fascia 3:** destinata a Quadri e, in via eccezionale, a Impiegati con ruoli aziendali strategici, forte impatto sul business o soggetti a frequenti spostamenti in virtù delle attività professionali assegnate.

Ogni assegnatario può scegliere un'auto dalla Car List disponibile, assicurandosi che il canone di noleggio, comprensivo degli optional, non superi la soglia prevista per la propria fascia

Digital Relationship Management: Almaviva Experience, in linea con una visione che pone al centro il benessere della persona come leva per la produttività, la Società ha attivato diverse partnership dedicate alla salute e al welfare dei dipendenti. Tra queste, si distingue l'accordo con Gympass, una piattaforma che promuove uno stile di vita sano offrendo accesso servizi legati ad attività fisica, alimentazione e benessere mentale, con il supporto di professionisti qualificati.

BENEFIT INTEGRATIVI

Almaviva Experience, per quanto riguarda la remunerazione e i benefit, adottata pratiche allineate al mercato, con un focus sulla competitività e sull'equità interna. Il pacchetto di benefit è strutturato per rispondere alle diverse esigenze dei collaboratori, contribuendo alla loro sicurezza, qualità della vita e soddisfazione. Sono previste partnership con **Welhub**, assicurazione sanitaria e odontoiatrica, prestiti con trattenuta in busta paga, convenzioni con università ed esercizi commerciali, oltre ai benefit essenziali come mensa e trasporto.

Almaviva Tunisie ha implementato un modello di gestione che pone il benessere fisico e mentale dei collaboratori al centro della strategia organizzativa. Le iniziative includono:

- **pause programmate** ogni due ore e una pausa più lunga ogni quattro, per favorire la rigenerazione psico-fisica.
- **sessioni di motivazione e team building** finalizzate a rafforzare la coesione tra i colleghi, aumentando al contempo l'engagement e il senso di appartenenza.
- **supporto psicologico individuale**, grazie alla disponibilità di uno psicologo specializzato, per affrontare lo stress lavorativo e promuovere l'equilibrio tra vita privata e professionale.

Nell'area *New Technology*, in applicazione del già citato CCNL MTL, Almawave conferma il proprio impegno verso il benessere diffuso, ampliando l'accesso ai benefit anche ai dipendenti part-time e a tempo determinato. Tra i principali strumenti di welfare offerti:

- assicurazione sanitaria per dirigenti, quadri e impiegati;
- assicurazione sulla vita per i dirigenti;
- copertura in caso di disabilità o invalidità per dirigenti, quadri ed impiegati;
- piano pensionistico aziendale accessibile a tutti i dipendenti;
- accesso volontario al **Fondo Cometa** per il TFR e i contributi integrativi;
- orario di lavoro flessibile e possibilità di **telelavoro**.

4.4.2 La tutela della salute

GRI 403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7, 403-8, 403-9

Per Almaviva, il benessere e la sicurezza dei dipendenti sono valori prioritari, che trascendono gli obblighi legali, radicandosi profondamente nella cultura aziendale.

L'impegno per la salute e sicurezza è incessante e si manifesta attraverso la promozione di consapevolezza e cooperazione tra tutti i lavoratori, al fine di gestire e minimizzare i rischi in modo efficace.

Il **Sistema di Gestione della Salute e Sicurezza sul Lavoro** ("SGSSL"), stabilisce i principi ed individua gli strumenti idonei a garantire la salute e sicurezza dei lavoratori all'interno del luogo di lavoro adattandola alle specifiche attività. Il Sistema risulta essere allineato alle best practices e ai più alti standard normativi nazionali e internazionali in materia, ed è certificato secondo lo standard ISO 45001 in diverse società del Gruppo, tra cui la capogruppo Almaviva S.p.A.

L'approccio adottato è orientato al rispetto della normativa vigente, degli standard internazionali applicabili, degli accordi collettivi e degli impegni volontari assunti in materia di salute e sicurezza sul lavoro, promuovendo una cultura della prevenzione e della responsabilità condivisa a tutti i livelli dell'organizzazione.

Il Gruppo favorisce il coinvolgimento attivo dei lavoratori e delle relative rappresentanze nei processi di gestione della salute e sicurezza, attraverso attività di consultazione, confronto e partecipazione sui temi della prevenzione, della valutazione dei rischi e dell'individuazione delle misure di miglioramento.

La Politica Salute e Sicurezza prevede un impegno al miglioramento continuo del sistema di gestione, attraverso la definizione di priorità di intervento, piani di azione dedicati e obiettivi misurabili finalizzati al progressivo miglioramento delle performance in materia di salute e sicurezza.

L'attuazione della Politica è supportata da attività di monitoraggio periodico degli indicatori di performance e dalla definizione di obiettivi quantitativi coerenti con i rischi e le esigenze operative del Gruppo, al fine di rafforzare l'efficacia delle misure di prevenzione e protezione adottate. La Politica Salute e Sicurezza è approvata e sostenuta dai vertici aziendali e dal Consiglio di Amministrazione, che ne promuovono l'attuazione e l'integrazione nei processi organizzativi e decisionali del Gruppo.

Nel corso del 2025, i lavoratori dipendenti coperti da un sistema di Sistema di gestione della salute e sicurezza (certificato ISO 45001 e/o in ottemperanza a normative locali) sono oltre il 95% del totale delle Persone del Gruppo, a dimostrazione dell'impegno di Almaviva verso la tutela della salute e sicurezza della popolazione aziendale.

Come anticipato nel precedente reporting, nel corso del 2024, Almaviva ha ufficialmente introdotto una nuova Politica sulla Salute e Sicurezza, con l'obiettivo di riflettere con sempre maggior dettaglio i valori e gli standard di Almaviva e delle sue affiliate in termini di tutela della salute e della sicurezza sul lavoro. Impegnandosi in un processo di miglioramento continuo, il Gruppo mira a valutare periodicamente i progressi ottenuti e a rivedere le strategie implementate per assicurare che siano sempre attuali e adatte al contesto lavorativo. In Italia, gli obiettivi di salute e sicurezza sono integrati nel SGSSL mediante la definizione di una struttura organizzativa dedicata che include ruoli, responsabilità, procedure, processi e risorse necessarie per l'attuazione dei principi enunciati nella politica aziendale.

L'implementazione tiene conto del fatto che le attività svolte nelle aziende del Gruppo Almaviva, salvo limitate eccezioni, sono di natura intellettuale e tipicamente d'ufficio e, pertanto, a basso rischio.

Alla luce del framework di riferimento, il Gruppo si impegna a:

Monitorare costantemente la salute e la sicurezza dei lavoratori

Per far fronte a situazioni di emergenza e garantire una eventuale evacuazione d'emergenza sicura del personale, il Gruppo ha definito apposite procedure a norma di legge. L'efficacia di tali procedure è supportata da un costante monitoraggio delle normative e degli standard di sicurezza, nonché da un programma di formazione e aggiornamento professionale per gli addetti alla sicurezza.

Prevenire malattie professionali attraverso la sorveglianza sanitaria

Nell'ambito delle sue politiche di prevenzione, Al maviva assicura che i propri lavoratori siano sottoposti a controlli sanitari preventivi al momento del loro ingresso in azienda, nonché a visite mediche periodiche o su richiesta dei lavoratori stessi. Inoltre, sono previste visite mediche dopo periodi di assenza per motivi di salute superiori a 60 giorni. Sebbene l'azienda non abbia accesso alle cartelle cliniche dei lavoratori, rispetta scrupolosamente le indicazioni fornite dal medico competente, che possono includere prescrizioni o limitazioni legate all'idoneità alla mansione specifica.

Analizzare i rischi ed individuare le opportunità di miglioramento

Attraverso ispezioni periodiche dei luoghi di lavoro e l'analisi dettagliata delle diverse mansioni, il Gruppo è in grado di identificare eventuali pericoli. Le segnalazioni provenienti dai lavoratori e dai Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS) sono un elemento chiave in questo processo, contribuendo significativamente all'identificazione dei rischi insieme all'analisi degli infortuni e dei quasi infortuni ("near miss"), che possono essere opportunamente segnalati anche dalla intranet aziendale e tramite un sistema di ticketing dedicato all'interno del proprio Service Portal.

Assicurare la formazione, il coinvolgimento e la consapevolezza dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sui luoghi di lavoro

Il Gruppo Al maviva promuove l'acquisizione di competenze in materia di salute e sicurezza sul lavoro (SSL), non solo attraverso i corsi obbligatori previsti dalle diverse normative applicabili nelle singole Legal entity del Gruppo a livello globale, ma anche mediante interventi formativi mirati laddove si rendano necessari. Questi programmi di formazione sono progettati per diffondere informazioni essenziali sulla salute e sicurezza sul lavoro (SSL) a tutti i livelli dell'organizzazione, includendo la conoscenza dell'organizzazione aziendale in materia di SSL, l'adozione di comportamenti corretti per lavorare in sicurezza, le procedure da seguire in caso di emergenza e l'utilizzo degli strumenti di segnalazione.

Anche nel corso del 2025, i corsi di formazione (base e specifici destinati ai neoassunti e quelli di aggiornamento quinquennale) sono stati erogati in modalità e-learning. Inoltre, la intranet aziendale dispone di una sezione dedicata alla salute e sicurezza dei lavoratori nella quale vengono pubblicati l'organigramma "sicurezza lavoro" delle Aziende del Gruppo, le procedure di emergenza dei vari siti aziendali, le norme comportamentali di carattere generale, dispense monotematiche e di approfondimento riguardanti i principali aspetti della sicurezza, link a siti istituzionali, e ogni altra informazione che possa essere utile, al dipendente al di là della mera conformità degli adempimenti in materia di salute e sicurezza nei luoghi di lavoro, che è in ogni caso oggetto di verifica durante gli audit interni svolti dalla funzione Qualità e Customer Satisfaction e gli audit periodici svolti dall'ente esterno di certificazione DNV.

Nel 2025 si sono verificati complessivamente 225 infortuni (di cui 191 in itinere) relativi ai dipendenti, registrando un aumento rispetto ai 132 del 2024, a fronte di una decisa diminuzione del grado di gravità degli eventi.

Gli infortuni avvenuti sul luogo di lavoro non sono stati generati da situazioni di svolgimento di specifiche attività, bensì da situazioni accidentali. Il tasso di infortuni si attesta su 0,54. La maggior parte degli infortuni sul lavoro sono di minore entità, con assenza superiore a 3 giorni – 125 sul totale del 2025; allo stesso tempo l'indice di infortuni sul lavoro con

gravi conseguenze risulta pari a 0, in continuità con il 2024. L'indice di fatalità resta costante, e pari a 0 come per i precedenti esercizi. I dati confermano pertanto l'impegno profuso dal Gruppo Almagiva nell'implementare misure volte al miglioramento continuo del SGSSL.

SALUTE E SICUREZZA NEL CONTESTO SUD-AMERICANO

Le aziende del Gruppo Almagiva operanti in Sud America, anche in assenza di un sistema di gestione certificato della salute e sicurezza nei luoghi di lavoro, adottano sistematicamente strumenti di monitoraggio e gestione coerenti con la politica del Gruppo e con le normative vigenti nei Paesi in cui operano.

Almagiva Experience

La gestione della salute e sicurezza sul lavoro in **Almagiva Experience è disciplinata dalla Politica Interna per la Salute e Sicurezza sul Lavoro**, il cui obiettivo è garantire ispezioni periodiche, monitorare l'efficacia delle procedure obbligatorie e promuovere il miglioramento continuo del benessere dei dipendenti, fornitori, clienti e partner. La società è certificata secondo la norma **ISO 9001 (sistema di gestione della qualità, riconosciuto a livello internazionale)**, all'interno del quale è incluso il processo relativo alla Salute e Sicurezza sul lavoro soggetto sia ad audit interni sia ad audit da parte di certificazione esterna. In conformità alla normativa brasiliana (ordinanza n. 3.214 dell'8 giugno 1978), è stato implementato un sistema sanitario di sicurezza che copre tutto il personale, nonché le terze parti che hanno accesso ai siti aziendali.

Inoltre, la società è dotata del **Programma di Gestione dei Rischi (PGR)**, che mira **al miglioramento continuo delle condizioni di esposizione dei lavoratori attraverso azioni multidisciplinari e sistematizzate**. Almagiva Experience ha inoltre attivato un **Programma di Gestione dei Rischi (PGR)**, che prevede **azioni multidisciplinari e sistematiche** volte a migliorare le condizioni di esposizione ai rischi professionali. Il programma include un inventario dei rischi e un piano di azione finalizzato all'eliminazione, riduzione o controllo degli stessi. Per rafforzare la formazione in materia di salute e sicurezza, la Società ha sviluppato materiali didattici e video su temi quali l'ergonomia, l'home office, l'antincendio, la salute sul lavoro, gli infortuni sul lavoro e le norme di sicurezza. Queste azioni mirano a creare un ambiente in cui ogni persona possa sentirsi libera di esprimere i propri bisogni e trovare sostegno, rafforzando l'impegno per il benessere integrale dei lavoratori.

Infine, vengono sviluppate azioni continue di promozione della salute fisica e mentale, con campagne tematiche durante tutto l'anno come il Gennaio Bianco, l'Ottobre Rosa o il Novembre Blu, oltre a iniziative di supporto psicologico e monitoraggio degli indicatori di salute occupazionale.

Almacontact Sas

In Colombia, Almacontact Sas ha continuato a promuovere iniziative volte a garantire l'applicazione delle proprie politiche interne in materia di prevenzione di malattie e infortuni sul lavoro. Tra queste, si evidenziano **la Politica di Sicurezza Stradale (Politica de Seguridad Vial) e il Programma di Salute Mentale (Programa de Salud Mental)**, entrambi ampiamente divulgati e conosciuti dal personale. L'approccio adottato si distingue per l'attenzione alla prevenzione e all'educazione continua, attraverso attività complementari alla formazione obbligatoria, come sessioni di gruppo e momenti dedicati all'esercizio fisico e mentale. Grazie al rispetto rigoroso delle normative nazionali, Almacontact Sas ha ottenuto una prestigiosa valutazione di conformità del 94% agli standard richiesti dal Ministero del Lavoro, secondo l'ARL COMENA.

4.5 Diversità, inclusione e pari opportunità

GRI 2-26, 405-1, 405-2, 406-1, 408-1

Almaviva si impegna a rispettare i principi del proprio Codice Etico e di tutte le norme aggiornate e rese disponibili sul proprio sito corporate tra cui la Politica Integrata del Gruppo, la Politica su Salute e Sicurezza, la Politica sui Diritti umani, Diversità, Parità di Genere, Schiavitù e Traffico umano, nonché il Codice di Condotta dei Fornitori del Gruppo Almaviva.

Almaviva costruisce i rapporti con dipendenti e collaboratori su una base di equità e rispetto delle libertà individuali. Questo impegno si traduce nella promozione del diritto alla libertà di associazione e nel riconoscimento della pari dignità sociale per tutti, senza alcuna forma di discriminazione legata a nazionalità, lingua, sesso, razza, religione, condizioni di salute, opinioni politiche e sindacali.

Il Gruppo si impegna a proteggere i diritti di ciascuno, applicando questi principi in ogni aspetto della sua attività e aderendo agli standard internazionali più elevati, estendendo tali principi lungo tutta la catena del valore e nel rispetto delle normative locali, nazionali e internazionali a tutela dei diritti umani.

Il Gruppo Almaviva, in coerenza con il Codice Etico e le politiche aziendali aggiornate nel 2024, si impegna al rispetto dei diritti umani riconosciuti a livello internazionale lungo l'intera catena del valore, in linea con i Principi Guida delle Nazioni Unite su imprese e diritti umani.



Proprie attività

Il Gruppo si impegna a evitare di causare o contribuire ad impatti negativi sui diritti umani nelle proprie attività, adottando presidi organizzativi e strumenti di segnalazione e gestione delle non conformità, che includono anche misure correttive e, se necessario, disciplinari.

Fornitori

Attraverso il Codice di Condotta dei Fornitori, il Gruppo richiede il rispetto dei diritti umani e l'adozione di misure per prevenire e mitigare eventuali impatti negativi connessi alle attività, prodotti o servizi forniti, prevedendo azioni correttive in caso di non conformità.

Partner di business

Il Gruppo promuove presso i propri partner il rispetto dei diritti umani e l'adozione di comportamenti coerenti con gli standard internazionali, richiedendo di prevenire e mitigare eventuali impatti negativi direttamente collegati alle relazioni di business.

Nell'ambito delle iniziative con il partner Parole O Stili successive alla firma del Manifesto della Comunicazione non ostile, che impegna il Gruppo a promuovere i dieci principi per migliorare lo stile comunicativo online e rendere la Rete un luogo più rispettoso e sicuro, Almaviva è capofila del progetto di comunicazione partecipata **"Smart working con stile"**, volto a promuovere la consapevolezza che "virtuale è reale". Al centro del progetto ci sono le relazioni tra le persone, sia analogiche che digitali, in contesti lavorativi in trasformazione, caratterizzati dall'uso diffuso delle piattaforme di collaborazione.

Almaviva si dedica, infine, a creare un ambiente lavorativo inclusivo, favorendo l'inclusione anche attraverso l'assunzione di persone di cittadinanza straniera, a testimonianza dell'apertura culturale del Gruppo e del sostegno concreto alla diversità. In coerenza con questo percorso, nel 2025 è stato inoltre nominato il Diversity Manager, quale referente per il Gruppo – perimetro Italia, con il compito di promuovere e coordinare le iniziative in tale ambito.

La valorizzazione dell'unicità di ogni persona si traduce in azioni mirate a tutelare le diversità di genere, le disabilità e le diverse identità culturali.



A conferma dell'impegno di Almaviva nel contrastare la violenza di genere come fenomeno strutturale e culturale, il Gruppo aderisce all'**Associazione PARI**. L'Associazione riunisce organizzazioni di diversi settori convinte che le aziende abbiano la responsabilità di affrontare questa sfida nei luoghi di lavoro per generare un impatto duraturo nella società.

Per Almaviva, partecipare a PARI, significa contribuire attivamente a iniziative concrete: tavoli di lavoro per definire policy interne, percorsi formativi, ricerca e divulgazione. Riconoscendo che le aziende sono comunità di persone e attori sociali con un potenziale unico, PARI, promuove una rete capillare che parte dai luoghi di lavoro e si estende a famiglie e territori, attraverso alleanze con istituzioni e organizzazioni della

società civile. L'obiettivo è costruire comunità educanti che agiscano sulle persone, superando barriere socioeconomiche e culturali.

Il Gruppo si impegna a garantire la libertà di segnalazione, laddove vengano riscontrati casi di violazione in materia di diritti umani, tramite molteplici canali:

➔ **Il sistema per la raccolta e la gestione delle segnalazioni cd. "whistleblowing"**, garantisce l'anonimità del segnalante e la riservatezza del contenuto delle segnalazioni, nonché le tutele di legge previste nel rispetto delle best practice e della normativa nazionale in materia, in particolare il D.Lgs. 24/2023 e il D.Lgs. 231/2001. La Procedura di Whistleblowing del Gruppo Almaviva protegge

chi segnala irregolarità da qualsiasi ritorsione o discriminazione che possa influire sulle condizioni lavorative, sia direttamente che indirettamente legate alla segnalazione. Per facilitare la segnalazione a tutti gli interessati inclusi dipendenti, fornitori, collaboratori, terzi e stakeholder sono disponibili diversi metodi: una piattaforma online sul sito web, indirizzi e-mail specifici, servizio postale o posta interna, utilizzando una busta chiusa con l'indicazione "riservata/personale". Questa varietà di opzioni assicura che il sistema di segnalazione sia sempre accessibile.

➔ **Il sistema di segnalazione SA8000**, tramite cui ciascun lavoratore può portare all'attenzione al Rappresentante dei lavoratori per SA8000 (RLSA) e al Social Performance Team (SPT), questioni in materia di Responsabilità Sociale e Sicurezza sui luoghi di lavoro. Anche in questo caso viene garantita la completa anonimità del segnalante.

Più in generale, il Gruppo Al maviva, nell'ambito del proprio sistema di governance e dei presidi previsti dal Codice Etico e dalle politiche aziendali aggiornate e rese disponibili nel corso del 2024, adotta un approccio strutturato alla prevenzione e alla gestione di comportamenti discriminatori o di molestie sul luogo di lavoro. In coerenza con questo impegno e in continuità con le misure previste dal Documento di Valutazione dei Rischi (DVR), è stato inoltre implementato un sistema di segnalazione, gestito dall'HRBP, per la raccolta e la gestione di eventuali casi di abuso fisico, verbale e digitale.

Tali principi sono supportati dalla Politica Integrata del Gruppo e dalle specifiche politiche in materia di diritti umani, diversità e inclusione, parità di genere, salute e sicurezza sul lavoro, nonché dalla Politica contro la schiavitù moderna e il traffico di esseri umani e dal Codice di Condotta dei Fornitori, che definiscono standard di comportamento chiari e vincolanti per tutto il personale e per i soggetti terzi rilevanti.

In caso di segnalazioni o accertamento di comportamenti non conformi, il Gruppo attiva processi di valutazione e gestione del caso che possono includere misure correttive finalizzate al ripristino di comportamenti adeguati, attraverso attività di richiamo, formazione mirata o interventi di miglioramento comportamentale. Nei casi di maggiore gravità o reiterazione delle condotte, il sistema disciplinare aziendale prevede l'applicazione di misure proporzionate alla natura e all'impatto della violazione, che possono includere richiami verbali o scritti, valutazioni negative ai fini della performance, misure organizzative interne fino, nei casi più gravi, alla sospensione o alla risoluzione del rapporto di lavoro, nel rispetto della normativa vigente e dei contratti collettivi applicabili.

Il sistema è supportato da meccanismi di segnalazione e gestione delle non conformità che garantiscono la tracciabilità dei casi, la tutela della riservatezza e la protezione da eventuali ritorsioni nei confronti dei segnalanti, assicurando un trattamento equo e coerente delle situazioni rilevate.

ALMAVIVA EXPERIENCE: PROGRAMMI D&I SPECIFICI

Per quanto riguarda gli obiettivi di diversità, Al maviva Experience effettua un monitoraggio costante dell'organico tramite censimenti interni, che consentono di mappare la rappresentatività di diverse categorie sottorappresentate, come donne, persone di colore, professionisti over 50, persone con disabilità e comunità LGBTQIAPN+, e di indirizzare azioni più mirate per il miglioramento di tali indicatori, in particolare nelle posizioni di leadership. In questo contesto, vengono sviluppati programmi specifici di valorizzazione e sviluppo, con focus su gruppi storicamente sottorappresentati, tra cui iniziative dedicate alla leadership femminile (**AlmaFemme**), all'equità etnica (**Mentoria Black Tie**) e all'inclusione della comunità LGBTQIAPN+ (**Mentoria Soul Pride**), che includono attività di formazione, mentoring, rafforzamento della leadership e ampliamento delle opportunità di crescita interna.

TIVIT: RESPONSABILITÀ SOCIALE E IMPATTO COMUNITARIO

La Responsabilità Sociale è uno dei principali pilastri di Tivit, che sin dalla sua fondazione è impegnata con lo sviluppo economico e sociale delle regioni dove agisce. Tivit cerca di pianificare ed eseguire azioni e progetti di impatto sociale rilevante, contribuendo con lo sviluppo sostenibile, soddisfacendo le domande sociali locali, regionali e nazionali.

Tivit destina risorse per la realizzazione di progetti educativi e sociali, siano essi campagne fisse e/o eventi dedicati per soddisfare qualche domanda emergenziale o temporanea.

Pilastri di azione

- **Educazione per il lavoro:** iniziative volta ai giovani che frequentano la scuola media della rete pubblica di Insegnamento.
- **Azioni assistenziali:** Interventi destinati a persone di tutte le età in situazione di vulnerabilità sociale, nonché a organizzazioni della società civile senza scopo di lucro che operano a favore dei beneficiari dell'assistenza sociale.
- **Nostri collaboratori:** attraverso azioni e progetti volti a garantire lavoro dignitoso, democratizzazione dell'istruzione e sviluppo professionale, condizioni lavorative sane, valorizzazione della diversità e iniziative dedicate alle famiglie dei collaboratori, tra le altre.

Programmi e iniziative

L'impegno sociale di Tivit si esprime concretamente attraverso **Tivit Solidária**, un programma di responsabilità sociale volto a raccogliere e destinare risorse a istituzioni, comunità, famiglie e scuole in situazioni di vulnerabilità o difficoltà. Il programma si articola in donazioni raccolte tra i collaboratori, donazioni dirette da parte dell'azienda e un programma di volontariato. Nell'ambito di questa iniziativa, Tivit organizza ogni anno **campagne ricorrenti** — tra cui Pasqua Solidale, Raccolta Abbigliamento, Giorno Incantato e Albero dei Sogni — che vedono la partecipazione attiva dei dipendenti, impegnati sia nella raccolta degli articoli da donare, sia nella consegna degli stessi e nella donazione di tempo presso le istituzioni patrocinate. Nel 2025, grazie alle donazioni di quasi 186 dipendenti, Tivit ha raccolto circa R\$ 8.000,00. Con il contributo finanziario aggiuntivo dell'azienda, sono stati raggiunti 468 beneficiari attraverso le diverse iniziative realizzate.

Tivit investe nella **crescita delle nuove generazioni** attraverso due iniziative dedicate ai giovani. L'**Istituto Tivit** si rivolge agli studenti delle scuole pubbliche statali di corso medio, offrendo percorsi formativi focalizzati sull'occupabilità e sulla preparazione al mondo del lavoro. A questo si affianca il **Programma Apprendisti**, che favorisce l'inserimento dei giovani nel contesto aziendale e supporta lo sviluppo delle prime competenze professionali.

Queste iniziative rafforzano l'impegno dell'azienda con la formazione di talenti e ampliano l'accesso a opportunità, con potenziale di impatto positivo nella diversità del pipeline futuro.

4.5.1 Contrasto alla discriminazione di genere

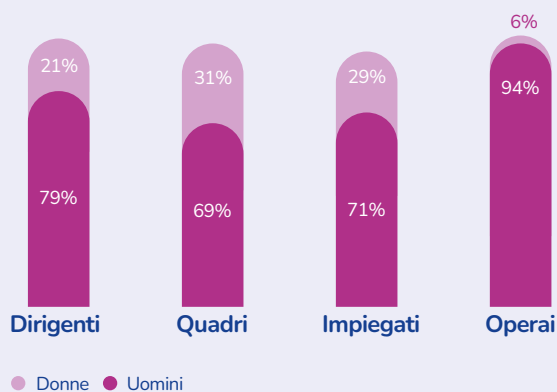
Il Gruppo Almaviva pone la parità di genere tra i valori fondanti della propria cultura aziendale. Questo impegno si concretizza nel garantire pari opportunità per donne e uomini in ogni fase del percorso professionale: dalla formazione alla crescita professionale, fino all'accesso ai ruoli di responsabilità e alle posizioni dirigenziali.

La rappresentanza femminile nel Consiglio di Amministrazione di Almaviva S.p.A. si mantiene al 33%. Nel complesso, le donne costituiscono circa il 52% della forza lavoro all'interno del Gruppo, mantenendo una presenza forte e continuativa negli anni.

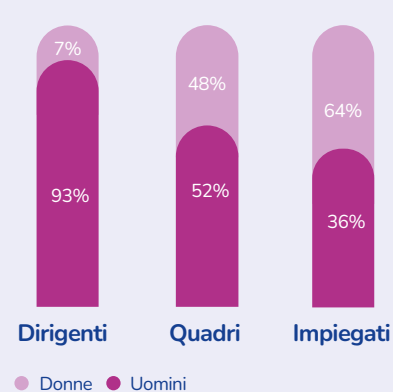
Il dato relativo all'uguaglianza di genere varia significativamente in base all'area di business: mentre in ambito *Digital Relationship Management* si registra una netta maggioranza di occupazione femminile (64%), nelle aree *IT Services* e *New Technology* si registra una maggiore presenza del genere maschile (71% per entrambe le aree di business), in linea con i valori di settore e con le dinamiche di formazione STEM.

Composizione dell'organico diviso per aree di business

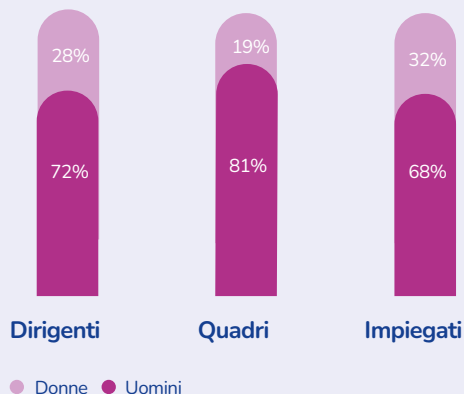
IT Services **32%**



Digital Relationship Management **67%**



New Technology **1%**



Almaviva è consapevole che le aziende detengono la responsabilità di integrare e veicolare una cultura che valorizzi il tema della Gender Inclusion nella convinzione che la maggiore diversità generi una migliore capacità di innovazione, contaminazione di idee ed evoluzione di punti di vista.

Per analizzare con sempre maggior dettaglio le dinamiche di rappresentazione di genere, anche quest'anno il Gruppo ha svolto anche un'**analisi interna dedicata alla popolazione dirigenziale**, segmento in cui tradizionalmente, e trasversalmente tra i settori economici, aumenta il divario tra posizioni ricoperte da uomini e donne. Indagando tutte le società a livello perimetro Italia sotto il profilo delle consistenze di dipendenti emerge come il 24,7% di dipendenti con cariche dirigenziali sia di genere femminile, un valore che da un lato è saldamente al di sopra delle dinamiche di settore, e di cui il Gruppo è orgoglioso, ma che dall'altro non può che sensibilizzare sulla lunga strada di impegno e consapevolezza che l'intero sistema economico deve ancora percorrere.

In questo senso iniziative quali l'**adesione a Valore D**, già dal 2022, conferma l'impegno del Gruppo nel sostenere il talento femminile e a perseguire l'equilibrio di genere, anche grazie a progetti di formazione, sensibilizzazione, role modelling e coinvolgimento delle figure femminili verso le discipline STEM. Almaviva lavora per abbattere le barriere sociali nell'istruzione prima che nelle dinamiche lavorative, per promuovere un ambiente che culturalmente e in modo olistico valorizzi la diversità e l'inclusione per ridurre il divario professionale tra i generi.

Il Gruppo, in particolare, si dedica a iniziative che mirano all'empowerment femminile e all'equità di genere, migliorando l'accesso al mercato del lavoro e le prospettive di carriera e leadership, soprattutto nelle aree tecnologiche.

Inoltre, nel 2025 Almaviva rinnova il proprio impegno a favore dell'inclusione e della valorizzazione delle

diversità partecipando alle iniziative legate al Pride, tra cui la parata di Roma. L'azienda promuove attivamente la partecipazione delle proprie persone e sostiene una cultura aziendale aperta e rispettosa, anche attraverso la campagna "**Be Proud**", che rappresenta il filo conduttore delle attività dedicate ai temi LGBTQ+ e più in generale alla promozione dell'identità e dell'espressione individuale.

Nel campo dell'Intelligenza Artificiale, Almawave, parte del Gruppo, enfatizza l'importanza della diversità di genere come elemento centrale della propria missione. Valeria Sandei, CEO di Almawave, è stata riconosciuta tra le Women Leaders of Conversational AI, dimostrando l'impatto positivo che le donne possono avere nel settore tecnologico.

Sia la Capogruppo Almaviva che Almawave hanno inoltre già dal 2023 conseguito la certificazione del Sistema di Gestione per la Parità di Genere aziendale, conformemente alla Prassi di riferimento **UNI/PdR 125:2022**. Nel 2025 tale certificazione è stata conseguita anche da ReActive e Almaviva Digitaltec. Questo traguardo, unitamente alla attestazione **ISO 30415** sulla Diversità, Equità ed Inclusione, da parte di Almaviva S.p.A. e di Almawave, testimonia l'adesione del Gruppo ai valori di equità di genere e l'impegno per la creazione di un ambiente lavorativo giusto e inclusivo.

Proprio a dimostrazione del suo impegno, il Gruppo Almaviva è rientrat anche nel 2025 o nella classifica dei **Diversity Leaders**, basato su un sondaggio indipendente su oltre 100.000 impiegati in tutto il mondo risultando essere tra le migliori aziende in Europa per Diversity, Equity & Inclusion, così come stabilito dal Financial Times e Statista.



PAY TRANSPARENCY

A partire dal **7 giugno 2026**, la Direttiva Europea 970/2023 sulla trasparenza retributiva entrerà in vigore anche in Italia, con l'obiettivo di colmare il gender pay gap riducendolo a un massimo del 5%. Questa normativa rappresenta un passo decisivo verso l'equità di genere nel mercato del lavoro, imponendo alle organizzazioni maggiore trasparenza e responsabilità nella gestione delle retribuzioni.

Il decreto attuativo in Italia (D.Lgs. 96/2026) prende come riferimento esclusivamente il Contratto Collettivo Nazionale del Lavoro e l'eventuale Contratto Integrativo Aziendale applicato, ed in particolare:

- **livello retributivo**, con cui si intendono solo le voci retributive continuative e fisse, escludendo anche i superminimi individuali
- **stesso lavoro**, come da qualifica esemplificativa prevista dal CCNL.

Almaviva riconosce nella trasparenza retributiva un elemento fondamentale per costruire un'organizzazione inclusiva e meritocratica. A decorrere dal 2021, il Gruppo ha definito il proprio sistema professionale e la People Strategy ponendo al centro la **valorizzazione delle competenze** e riconoscendo in ogni forma di diversità, inclusa quella di genere, un elemento qualificante e abilitante per la crescita organizzativa.

L'implementazione della Direttiva 970/2023 rappresenta, quindi, per Almaviva l'occasione di consolidare il proprio impegno verso l'**equità retributiva** e la **parità di genere**, trasformando la conformità normativa in un valore strategico per l'organizzazione e per i suoi dipendenti.

4.5.2 Impegno nell'inclusione

Almaviva è consapevole che le dinamiche di diversità, equità e inclusione non possano ridursi ai soli temi di genere. Il Gruppo riserva particolare attenzione alla disabilità, declinandola su due fronti. Come datore di lavoro, promuove l'inserimento di persone con disabilità nel proprio organico, favorendo l'inclusione sociale e la contaminazione tra esperienze e sensibilità diverse. Come promotore di cambiamento, è da anni impegnato nello sviluppo di tecnologie innovative per semplificare la vita quotidiana delle persone con disabilità, facilitarne l'accesso al mondo del lavoro e sostenere iniziative per la promozione e la tutela dei loro diritti.

L'inclusione delle persone con disabilità assume un ruolo sempre più definito nella strategia aziendale. A dimostrazione di tale impegno, già dal 2022 è stata nominata una **Disability Manager**, con il compito di rafforzare le politiche di inserimento e facilitare la vita aziendale delle persone con disabilità. Tra le iniziative a tutela dei diritti e di ogni diversità, rilievo particolare ha l'adesione del Gruppo al **Disability Pride Network (DPN)**, rete informale che promuove i diritti civili delle persone con disabilità e ne persegue la piena inclusione sociale.

Nel settembre 2025 Almaviva e Almawave, in qualità di partner digitali, hanno partecipato alla decima edizione del Disability Pride, manifestazione che dà voce alle persone con disabilità, alle loro famiglie e ai loro amici e promuove un nuovo modo di vivere, percepire e valorizzare la disabilità. L'evento chiude un percorso più lungo e strutturato: per tutto luglio, iniziative volte a rivendicare l'orgoglio della disabilità e a mostrare come la tecnologia possa abbattere le barriere all'inclusione, all'empowerment e all'esercizio dei diritti delle persone con disabilità. Per agevolarne la vita quotidiana, Almaviva riconosce anche il ruolo decisivo dell'inclusione lavorativa, favorendo l'ingresso in organico di persone con sindrome di Asperger. L'impegno del Gruppo si declina inoltre, secondo le diverse caratteristiche, nelle singole consociate, tra cui si citano a titolo di esempio alcune iniziative e misure adottate per combattere la discriminazione nei confronti delle comunità vulnerabili:

● **Almaviva Tunisie** ha adottato un **approccio inclusivo** e mirato nelle sue procedure di selezione, introducendo politiche di discriminazione positiva volte a promuovere l'equità e la diversità nel mercato del lavoro. L'azienda si impegna attivamente a facilitare l'accesso all'occupazione per persone di colore, una minoranza

spesso sottorappresentata nel contesto professionale locale, e per individui appartenenti alla comunità LGBT, spesso emarginati dalla società. Queste iniziative rispondono all'esigenza di creare un ambiente lavorativo più equo e inclusivo, dove le differenze contribuiscono ad una cultura aziendale rispettosa delle etnie e dei generi.

Almagiva Contact SAS si impegna a creare ambienti di lavoro sicuri e privi di discriminazioni, promuovendo il rispetto e la valorizzazione delle diversità individuali. La società si dedica anche a stabilire partnership con **ONG e fondazioni** che dispongono di database di persone in cerca di lavoro e che sono considerate vulnerabili, per promuovere l'inclusione. In collaborazione con Cuso Internacional Colombia, ha definito una **politica di inclusione** per migranti e persone vulnerabili che orienta i processi di reclutamento e selezione.

Almagiva Experience, dal 2019, si avvale di un **Comitê de atuação exclusiva** (Comitato di azione esclusiva) che sviluppa iniziative per rafforzare i valori aziendali di rispetto, inclusione, unicità ed equità. Il Comitato, composto da dipendenti di diverse aree e sedi, selezionati per la loro rappresentatività e impegno, ha formulato una **Politica di inclusione e diversità** che stabilisce le linee guida per combattere la discriminazione e promuovere pratiche inclusive. Questo impegno si è esteso anche alla società CRC, acquisita da Almagiva Experience nel marzo 2022. Inoltre, la società, con l'obiettivo di garantire un ambiente di lavoro sano e produttivo per tutti, ha

previsto workshop che si tengono ogni sei mesi con i membri della direzione e le posizioni manageriali, durante i quali viene erogata formazione contro le molestie e la discriminazione e si discutono eventuali casi specifici per un migliore approccio alle criticità che possono nascere nell'ambiente di lavoro.

Tra le varie iniziative intraprese dal Comitato occorre ricordare:

Black Tie Mentorship Project: programma per fornire ai professionisti di colore un pacchetto di accelerazione al fine di consentire lo sviluppo delle competenze e accelerando la crescita professionale e l'ascesa all'interno di Almagiva al fine di assumere una posizione dirigenziale. Questa accelerazione avviene attraverso un programma di mentoring della durata di 4 mesi e con la partecipazione di una società di consulenza specializzata in mentoring.

LID - Leadership inclusiva e diversificata: programma volto a sensibilizzare e formare la leadership sui temi della diversità e dell'inclusione.

Café com Diversidade: incontri organizzati con l'obiettivo di diffondere le azioni e gli obiettivi del Comitato con le persone di Almagiva Experience e di raccogliere informazioni sul tema dell'inclusione e della diversità in un'ottica bottom-up, che permette di comprendere al meglio le aree e le modalità di miglioramento prioritarie.

UNO SGUARDO VERSO IL 2026

Nel 2025, il Gruppo Almagiva ha consolidato la propria People Strategy su tre elementi: gender equality, diversity & inclusion, e valorizzazione delle competenze. L'adesione all'Associazione PARI, riflette l'impegno del Gruppo nel contrasto alla violenza di genere e nella promozione di una cultura inclusiva. Nel 2025, il Gruppo ha intensificato i programmi di formazione su Intelligenza Artificiale, riconoscendo l'AI come competenza trasversale fondamentale per il futuro. L'impegno verso l'inclusione si estende alle categorie protette e alle donne nell'IT, settori in cui il mercato presenta ancora significativa disparità. Nel **2026**, la People Strategy sarà completata, rappresentando un framework consolidato per la gestione delle persone nel Gruppo. Per quanto riguarda l'**internazionalizzazione**, il Gruppo approccerà il tema nella seconda metà del 2026, con l'obiettivo di adattare progressivamente i principi della People Strategy ai diversi contesti geografici e culturali.



Digital for Life



5.

Ambiente

5.1 Approccio alla sostenibilità ambientale

GRI 2-23, 2-24

In linea con i valori di Gruppo, Almaviva pone sempre più impegno e attenzione verso le questioni ambientali e le sfide poste dal cambiamento climatico e, a tal fine, monitora costantemente le emissioni e i consumi energetici, promuovendo l'utilizzo di energia da fonti rinnovabili e cercando di ridurre gli sprechi e le esternalità negative per l'ambiente in un'ottica di economia circolare.

Per il dettaglio completo dei dati quantitativi e delle relative tabelle si rimanda al Capitolo 6.2 *Indicatori di performance*, che riporta in modo analitico i valori citati nel presente paragrafo.

PROGETTI DI RIFORESTAZIONE CON ZERO CO₂

Nel 2025, Almaviva ha consolidato il proprio impegno verso la sostenibilità ambientale attraverso una partnership strategica con ZeroCO2, sviluppando progetti di riforestazione e rigenerazione ecologica su scala globale. Questi progetti riflettono la visione di Almaviva di contribuire attivamente alla lotta ai cambiamenti climatici e alla conservazione della biodiversità.

- **«Radici di Quartiere» - Rigeneriamo Milano:** Almaviva sostiene il progetto di rigenerazione urbana a Milano, contribuendo alla piantumazione di alberi e alla creazione di spazi verdi nei quartieri della città. L'iniziativa mira a migliorare la qualità dell'aria, aumentare la biodiversità urbana e creare ambienti più sostenibili per i cittadini milanesi. Il progetto rappresenta un impegno concreto di Almaviva verso la rigenerazione delle aree urbane e la promozione di una città più verde e resiliente.
- **La piccola foresta in Guatemala:** Almaviva partecipa al progetto di creazione di una foresta in Guatemala, contribuendo alla riforestazione di aree degradate e alla protezione della biodiversità tropicale. L'iniziativa rappresenta un impegno del Gruppo verso la conservazione degli ecosistemi globali e la lotta alla deforestazione, operando su scala internazionale per la tutela dell'ambiente.
- **Il posidonieto nel Mar di Sardegna:** Almaviva sostiene il progetto di protezione e rigenerazione del posidonieto nel Mar di Sardegna, un ecosistema marino di rilevanza ecologica fondamentale. L'iniziativa mira a preservare questa risorsa naturale, contribuendo alla conservazione della biodiversità marina e alla mitigazione dei cambiamenti climatici attraverso la protezione degli habitat marini.

ALMAVIVA EXPERIENCE: TUTELA DELLA BIODIVERSITÀ E RISPRISTINO DI HABITAT

Dal 2021, Almaviva Experience mantiene una partnership con l'**Istituto Iniziativa Verde** per supportare progetti di ripristino di habitat naturali, attraverso l'acquisizione di piante destinate alla piantumazione in aree in fase di recupero ambientale. Nel corso degli anni, questa iniziativa è stata ampliata, con un aumento progressivo della partecipazione dell'azienda nel progetto, contribuendo alla ricomposizione della flora locale e alla generazione di impatti positivi sull'ambiente.

Il Gruppo promuove attivamente progetti, buone pratiche e iniziative volte al contrasto e all'adattamento ai cambiamenti climatici, operando in piena conformità ai Principi della Dichiarazione di Rio de Janeiro del 1992 e agli Accordi di Parigi.

In tale contesto Almaviva si impegna a perseguire inoltre obiettivi di miglioramento nell'efficienza ambientale ed energetica delle proprie sedi, attraverso l'implementazione di un Sistema di Gestione Ambientale ed Energetico (SGA-SGE).

Per garantire l'efficacia del Sistema di Gestione Ambientale ed Energetico è stata delineata una struttura organizzativa che comprende la definizione dei ruoli, delle responsabilità e dei compiti di dettaglio, che definisce le interazioni tra il personale che gestisce, esegue e verifica le operazioni influenti sull'ambiente e l'allocazione delle risorse necessarie per stabilire, applicare, sostenere e perfezionare il sistema.

Le principali sedi di Almaviva sono certificate secondo gli Standard internazionali **ISO 14001, ISO 50001 ed ISO 14064-1**, rispettivamente Sistema di Gestione Ambientale, Sistema di Gestione dell'Energia e calcolo delle emissioni in atmosfera di gas serra (GHG). I manuali, le policy e le procedure di questi sistemi di

gestione sono adottati da tutte le Aziende e le sedi del Gruppo, con l'obiettivo di creare una rete coerente di policy, procedure e prassi operative.

Come già descritto con più dettaglio nel *Capitolo 3 Digital for Life: Transizione digitale responsabile*, a partire dai recenti periodi di rendicontazione precedente, Almaviva ha avviato un processo di rinnovamento delle certificazioni, passando da un sistema di certificazioni individuali a un modello di certificazioni di gruppo. Questo approccio ha consentito alle aziende del Gruppo che desideravano certificarsi di poter beneficiare di procedure semplificate, grazie all'adozione delle stesse policy e processi della Capogruppo, anche in ambito ambientale.



LA GESTIONE E IL CONTROLLO DEI RISCHI AMBIENTALI

L'individuazione dei rischi e delle opportunità ambientali ed energetiche, così come la pianificazione delle attività e degli obiettivi all'interno del Modello SGA-SGE, si articola in un processo strutturato in più fasi. Inizialmente, viene effettuata un'analisi del contesto con riferimento agli obblighi di conformità, agli aspetti ambientali ed energetici rilevanti e alle aspettative degli stakeholder. Attraverso una valutazione della significatività, si stabiliscono i rischi e le opportunità da gestire per prevenirne o attenuarne gli effetti mediante l'individuazione di azioni specifiche, la cui efficacia è soggetta a valutazione e revisione periodica.



Di conseguenza, il processo di analisi dei rischi ambientali ed energetici può essere suddiviso in **sei fasi principali**:

- 1. Obblighi di conformità:** identificazione della normativa ambientale ed energetica applicabile al Gruppo e degli altri obblighi derivanti dal contesto di riferimento (i risultati di tale valutazione influenzano la determinazione del livello di gravità per ciascun aspetto ambientale ed energetico e definiscono i relativi rischi e opportunità);
- 2. Analisi qualitativa** degli aspetti ambientali ed energetici connessi ad attività, prodotti e servizi del sito;
- 3. Quantificazione** a consuntivo degli aspetti ambientali ed energetici;
- 4. Valutazione della significatività** degli aspetti ambientali ed energetici mediante una metodologia semi-quantitativa;
- 5. Registrazione della valutazione** degli aspetti ambientali ed energetici;
- 6. Monitoraggio dei rischi e delle opportunità** di miglioramento identificati.

Questo processo ha acquisito ulteriore importanza con l'introduzione della normativa CSRD, in considerazione delle forti connessioni metodologiche e analitiche con l'Analisi di Doppia Materialità, processo attraverso cui definiscono i temi rilevanti per il reporting periodico di Gruppo – si veda il *Paragrafo 2.4.2 "Analisi di Materialità, catena del valore e stakeholder del Gruppo"*.

La solidità dell'approccio ambientale del Gruppo Almaviva si delinea nelle attività di miglioramento continuo: sotto tale punto di vista è rilevante citare come nel corso dello scorso anno Almaviva abbia avviato, per la prima volta, una iniziativa di **calcolo delle emissioni di Scope 3**, con l'obiettivo ambizioso di indagare le emissioni della propria catena del valore, non direttamente imputabili alle operazioni del Gruppo, e individuare possibilità di azioni di decarbonizzazione anche a monte e a valle della propria filiera.

Il Gruppo Almaviva, per il 2025, coerentemente con il 2024, ha calcolato le proprie emissioni Scope 3 adottando il GHG Protocol come standard di riferimento, ampliando il perimetro di indagine e arrivando quindi a coprire 14 società del Gruppo, compresa la statunitense Iteris e 4 aree geografiche di attività del neoacquisito Gruppo Tivit (Brasile, Cile, Argentina e Colombia).

L'impegno del Gruppo nella quantificazione delle emissioni Scope 3 si è concretizzato nell'identificazione di sette categorie rilevanti (Cat. 1, Cat. 2, Cat. 3, Cat. 4, Cat. 5, Cat. 6 e Cat. 7), coprendo le attività Core in Italia e all'estero. Questo perimetro¹ ha permesso di quantificare le emissioni associate a circa l'89% del fatturato globale del Gruppo, in aumento rispetto al valore 2024 (85%).

Questo ambito di analisi, quantitativamente rappresentato nel paragrafo seguente, si somma a quelli tradizionalmente affrontati dal reporting di Gruppo,

ovvero il consumo di energia, la produzione di rifiuti e il consumo di acqua, aspetti ambientali su cui Almaviva rileva i maggiori impatti ambientali diretti ed indiretti.

Il **consumo energetico**, ad esempio, risulta essere direttamente sotto il controllo² del Gruppo Almaviva, con il principale rischio connesso che è dato dall'eccesso di consumo a causa di guasti agli impianti o a una non corretta applicazione delle policy aziendali; policy che sono sempre più rigide, per le quali gli immobili meno efficienti vengono progressivamente abbandonati in favore di soluzioni con classe energetica elevata e totalmente gas free.

Il tema dei **rifiuti** porta con sé il rischio della non corretta differenziazione e gestione dei rifiuti prodotti, gestito nelle sedi con maggiore quantità di rifiuti prodotti con la relativa nomina di un Dangerous Goods Safety Advisor (D.G.S.A.), mentre nelle altre sedi vengono effettuati controlli di terza parte per la verifica di eventuali anomalie.

Anche il **consumo di acqua** dalla rete idrica, come quello energetico, è direttamente sotto il controllo del Gruppo Almaviva. Esso presenta, tra i principali rischi, quello di perdite nei circuiti e di guasti all'impianto, la cui gestione è assicurata da un monitoraggio continuo con cadenza e attività differenti a seconda della dimensione della sede e della tipologia di servizio erogato.

1 Italia, Belgio, Colombia, Brasile, USA, Cile e Argentina

2 A livello di Gruppo sono presenti alcune sedi minori alimentate da utenze condominiali non direttamente gestite

IL GRUPPO ALMAVIVA E IL PRIMO ESERCIZIO DI ANALISI DEI RISCHI CLIMATICI

Nel corso del 2025 il Gruppo Almagiva ha avviato un percorso strutturato di valutazione e gestione dei rischi ambientali associati alle proprie sedi, riconoscendo che la continuità operativa e la resilienza territoriale rappresentano fattori critici per la sostenibilità del business in un contesto di crescente variabilità climatica. Per tale motivo, il Gruppo ha condotto una **prima analisi multi-hazard delle sedi capillarmente diffuse nel contesto italiano**, sviluppata in collaborazione con il progetto RETURN (Multi-Risk sciEnce for resilient commUnities undeR a changing climate).

In termini metodologici, l'analisi integra due dimensioni complementari: la **pericolosità naturale** (terremoti, alluvioni, frane, tsunami, ondate di calore) e la **vulnerabilità territoriale** dei contesti urbani e rurali in cui le sedi sono localizzate. Si è scelto di adottare un **approccio semi-quantitativo e comparativo** basato esclusivamente su dati pubblici open-source (ISTAT, ISPRA, INGV). Per ciascun pericolo naturale è stato selezionato un indicatore rappresentativo dell'intensità del fenomeno, trasformato in una scala 0-1 (percentile nazionale), dove valori prossimi a 1 indicano massima esposizione relativa rispetto al territorio italiano. L'analisi integra, inoltre, un **Indice di Suscettibilità agli Impatti (ISI) che valuta la vulnerabilità territoriale considerando popolazione, urbanizzazione, accessibilità ai servizi, zona altimetrica e vulnerabilità sociale**.

I risultati 2025 evidenziano una significativa eterogeneità tra le diverse sedi, sia in termini di profilo di pericolosità sia rispetto alle caratteristiche socioeconomiche e territoriali dei comuni ospitanti. Alcune sedi risultano caratterizzate da **elevata esposizione a specifici rischi** (o "hazard"), nello specifico:

- **Alluvioni:** rischio più diffuso nelle aree urbane, con esposizione elevata nella Pianura Padana e Toscana (a titolo di esempio sulle sedi di Bologna, Firenze, Padova, Piacenza e Marghera);
- **Ondate di calore:** hazard più diffuso, interessando sia grandi metropoli (sedi di Torino, Milano, Firenze, Roma) che aree della Pianura Padana;
- **Terremoti:** concentrati nel Sud Italia;
- **Frane:** esposizione limitata a zone montane (sedi di Lastra a Signa e Genova);
- **Tsunami:** significativo solo per comuni costieri (Marghera, Simeri Crichi).

Altre sedi sono risultate, invece, caratterizzate da una configurazione **"multi-hazard"**, nelle quali più rischi/pericoli naturali possono concorrere a determinare condizioni di maggiore criticità. Nello specifico, le sedi di Simeri Crichi, in Calabria (con rischi di sisma, tsunami, alluvione, frana e con elevata vulnerabilità sociale), quella emiliana di Cascina (con rischi di alluvione severa nei centri urbani e aree produttive, ondate di calore e inoltre nella zona è presente un impianto a rischio di incidente rilevante), Marghera, in Veneto (con rischi di alluvione e tsunami in area ad alta densità produttiva), le sedi lombarde di Melzo e Mestrino (con rischio di alluvione in aree periurbane con vulnerabilità territoriale massima), Napoli e Palermo che presentano una vulnerabilità territoriale massima e una forte esposizione sismica.

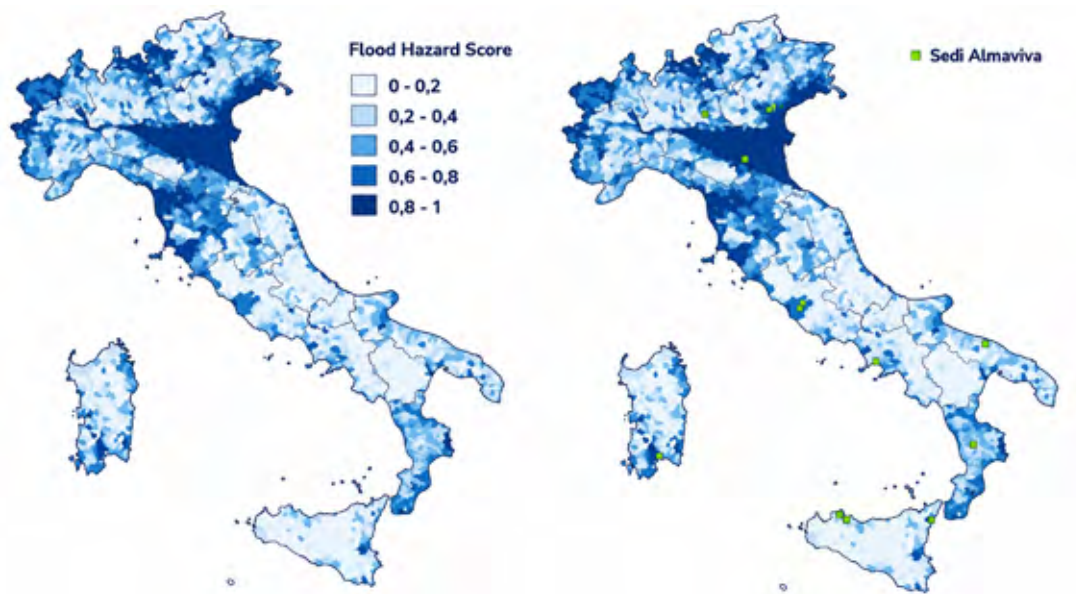
IL GRUPPO ALMAVIVA E IL PRIMO ESERCIZIO DI ANALISI DEI RISCHI CLIMATICI

L'analisi ha mostrato come la suscettibilità agli impatti non dipenda esclusivamente dalla pericolosità dei fenomeni naturali, ma anche da fattori quali densità abitativa, accessibilità ai servizi essenziali e vulnerabilità sociale del territorio.

Questo genere di analisi dimostra come il percorso che Almaviva ha intrapreso con ambizione si stia direzionando anche verso il rafforzamento della resilienza territoriale delle proprie operazioni globali. In questo senso, l'analisi multi-hazard delle sedi italiane fornisce una base informativa solida per la comprensione dei profili di rischio naturale e la definizione di strategie di mitigazione, con la prerogativa di approfondire i rischi maggiori e quindi abilitare una futura estensione dell'esercizio alle sedi estere. In tal senso, l'integrazione sistema delle analisi dei rischi naturali nella governance aziendale, lo sviluppo di misure concrete di mitigazione ove necessario e il monitoraggio periodico dell'evoluzione dei rischi in scenari di cambiamento climatico, riflette la consapevolezza che la resilienza del patrimonio immobiliare di Gruppo sia un elemento fondamentale della strategia aziendale per garantire la continuità operativa, la sicurezza del personale e il valore a lungo termine per gli stakeholder.

Di seguito una rappresentazione grafica di uno dei cinque rischi valutati, a sintesi degli output dell'analisi svolta.

Distribuzione spaziale dei punteggi di esposizione al rischio alluvione per i centri urbani nei comuni italiani e localizzazione delle sedi Almaviva



ALMAVIVA EXPERIENCE E ITERIS: GOVERNANCE AMBIENTALE STRUTTURATA

- ➔ Tra le principali iniziative e priorità strategiche in ambito ambientale di **Almagiva Experience**, si evidenzia l'esistenza di una **Politica Ambientale locale**, che orienta le linee guida dell'azienda in relazione alla prevenzione degli impatti, al rispetto dei requisiti normativi applicabili e alla promozione di pratiche più sostenibili nelle proprie operazioni.
La società, ha elaborato un **Piano di Gestione dei Rifiuti Solidi (PGRS)**, strutturato in modo coerente con le attività aziendali e accompagnato dalla relativa **ART (Annotazione di Responsabilità Tecnica)**, a testimonianza dell'impegno verso una gestione ambientalmente corretta dei rifiuti generati nelle unità operative. Tali documenti, allineati alle necessità di compliance locali, contribuiscono a indirizzare le pratiche di separazione, confezionamento, stoccaggio temporaneo, smaltimento e monitoraggio dei rifiuti, in conformità alla normativa vigente.
Vengono inoltre promosse iniziative di sensibilizzazione e coinvolgimento socio-ambientale, in particolare in occasione di ricorrenze ambientali rilevanti, attraverso campagne, attività formative e iniziative interne volte a favorire l'adozione di comportamenti sostenibili nel contesto aziendale.
- ➔ Tra le principali iniziative strategiche di **Iteris**, si evidenzia anche in questo caso l'adozione di una **Politica Ambientale** locale, approvata dal Board of Directors nel luglio 2020, che orienta le linee guida dell'azienda in relazione alla prevenzione degli impatti ambientali, ai requisiti normativi applicabili e alla promozione di pratiche sostenibili nelle proprie operazioni.
La società ha elaborato un **Piano di Gestione Ambientale** strutturato in modo coerente con le iniziative aziendali e accompagnato da responsabilità tecniche definite, a testimonianza dell'impegno verso la gestione ambientale consapevole nelle operazioni. Tale documento contribuisce a indirizzare le pratiche di prevenzione, conformità normativa, efficienza energetica e monitoraggio dei rifiuti, in conformità alla normativa vigente.
Vengono inoltre promosse iniziative di sensibilizzazione e coinvolgimento socio-ambientale, in particolare in occasione di ricorrenze ambientali rilevanti, attraverso campagne di comunicazione interna e attività formative (attraverso la piattaforma di learning aziendale) e iniziative volte a favorire l'adozione di comportamenti sostenibili nel contesto aziendale.

5.2 Il contenimento delle emissioni

GRI 2-23, 2-24, 302-1, 305-1, 305-2, 305-3

Il contenimento dei consumi energetici rappresenta un aspetto cruciale tra quelli che Almagiva si è impegnata ad affrontare, coerentemente con i relativi obiettivi del Piano di Sostenibilità 2025-2027.

Le cause principali di consumo all'interno del perimetro di Gruppo sono rappresentate dalle utenze delle sedi aziendali e l'utilizzo dei veicoli della flotta auto.

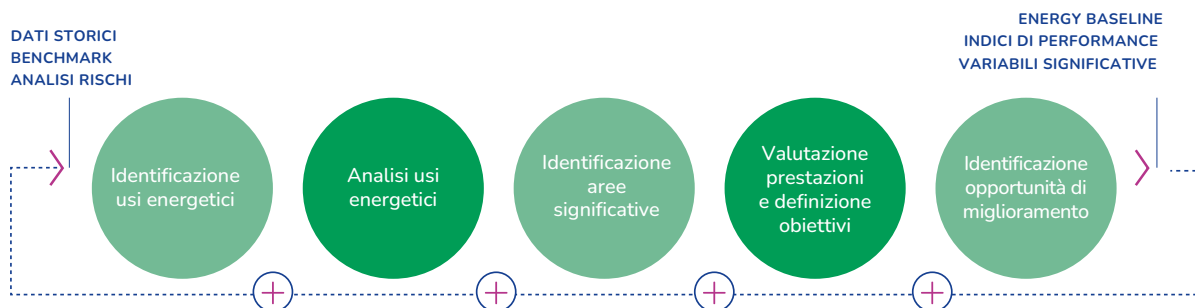
Il contenimento dei consumi viene assicurato da un processo di management dedicato e da uno di pianificazione energetica. La gestione dei consumi prevede:

- la **diffusione della politica ambientale** ed energetica del Gruppo, sia all'interno sia all'esterno della struttura aziendale;
 - il **monitoraggio periodico** dei consumi attraverso l'impiego di sistemi informativi per la gestione energetica;
 - la valutazione delle variabili energetiche in fase di progettazione e sviluppo delle forniture al fine di **individuare le soluzioni migliori** dal punto di vista della tutela dell'ambiente nella scelta dei supporti hardware e nelle applicazioni del software;
 - la definizione periodica di **obiettivi di miglioramento** ambientale e di efficienza energetica e verificarne il raggiungimento.
- È inoltre attivo un **processo di Pianificazione Energetica**, che consente di identificare un piano di azione per il miglioramento delle prestazioni

energetiche, partendo dall'analisi delle attività che incidono sui consumi. Questo processo è articolato in **cinque fasi**: identificazione e analisi dei dati storici sull'utilizzo energetico, analisi di benchmark e di rischio, identificazione delle aree di consumo maggiormente significative e infine valutazione delle performance,

definizione degli obiettivi e identificazione di opportunità di miglioramento.

Nel 2025, i **consumi totali** dovuti all'utilizzo di carburanti per la flotta auto, al riscaldamento delle sedi e all'acquisto di energia elettrica **ammontano a**



circa 173.545 GJ³, in diminuzione (-6,4%) rispetto ai 185.366 GJ registrati nel 2024.

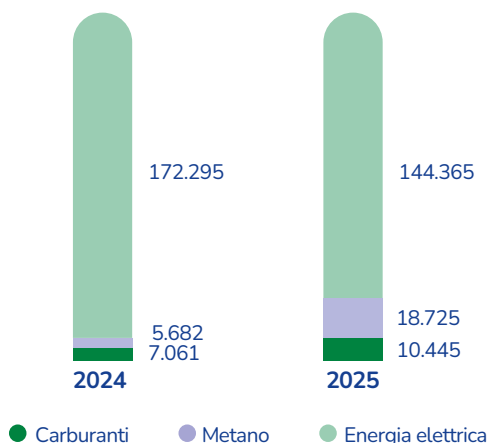
Rispetto al precedente periodo di rendicontazione i valori hanno subito una contrazione, trainata da una generale riduzione dei consumi di energia elettrica delle sedi più rilevanti, coerentemente con la riduzione di popolazione aziendale. Dall'altro lato, la riduzione è stata contenuta dall'ingresso nel perimetro del Gruppo Tivit; si noti che i consumi di Tivit sono stati conteggiati come grandezze di flusso, e quindi per la quota parte registrata tra luglio e dicembre 2025.

A livello di Gruppo, il 78% di tutta l'energia elettrica consumata è rappresentata da energia proveniente da fonti rinnovabili, in leggera diminuzione rispetto

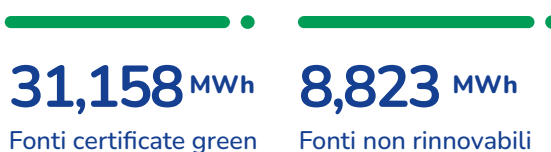
all'83% registrato nel 2024: ciò è dovuto in particolare alla minor quota parte di energia elettrica certificata acquistata da Almaviva Experience, che passa da oltre 23.000 MWh a circa 18.000. Tale valore, pur coprendo oltre l'87% dei consumi della legal entity, limita la quota di approvvigionamento sul totale di Gruppo, che nel frattempo nel corso del 2025 ha ampliato il proprio perimetro globale. In **totale i consumi di energia elettrica coperti da certificati di Garanzia d'Origine di Gruppo coprono oltre 31.158.513 kWh**, risultato che ben rappresenta il commitment di Almaviva. Il Gruppo continuerà a perseguire una sempre maggior attenzione ai temi della sostenibilità ambientale dal punto di vista energetico, coinvolgendo sempre più le proprie controllate nelle buone pratiche di approvvigionamento.

Per quanto riguarda invece le emissioni di gas serra, le variazioni essendo derivata dei consumi mostrano la medesima dinamica, sia per quanto concerne le

Consumi di energia in GJ per tipologia di Fonte (2024 – 2025)



Approvvigionamento di energia elettrica in MWh da fonti rinnovabili certificate e fonti non rinnovabili (2025)



³ Per maggiori informazioni vedere la tabella nel Paragrafo 6.2 "Indicatori di performance"

emissioni dirette che quelle indirette.

Le **emissioni dirette**, ossia **Scope 1** derivano dalle operazioni del Gruppo, prodotte da fonti di proprietà o controllate dal Gruppo. Integrano ad esempio i consumi di carburante del parco auto o gruppi elettrogeni, i riscaldamenti o i gas refrigeranti utilizzati per locali ad uso ufficio e impianti. Le **emissioni indirette** sono associate all'attività delle società del Gruppo, ma provenienti da sorgenti di proprietà o sotto il controllo di terzi. Si classificano in:

- **Scope 2:** emissioni derivanti dalla produzione di energia elettrica, vapore, calore o raffreddamento acquistati;
- **Scope 3:** emissioni derivanti da altre fonti non direttamente controllate dalle società del Gruppo.

Le emissioni di Scope 1 fanno rilevare un aumento coerente con i consumi, aumentando a causa dell'ampliamento di perimetro a ricomprendere anche il metano utilizzato nelle sedi Iteris a fini di riscaldamento. Le emissioni di Scope 1 passano quindi da 756 t di CO₂ 2024 a 1.668 t, valori comunque molto bassi che ben rappresentano il limitato uso di combustibili tipico dei business del Gruppo.

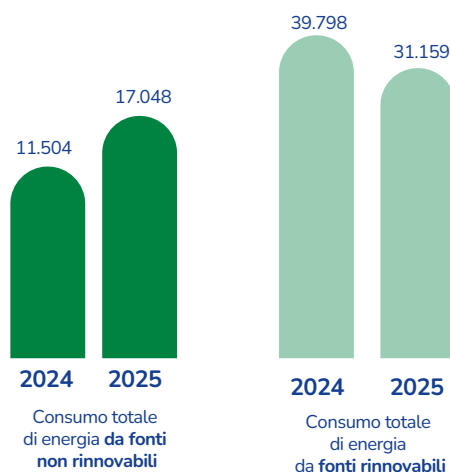
Le **emissioni totali** (Scope 1 e Scope 2 Location-based) relative alle attività del Gruppo **ammontano a 8.342 tonnellate di CO₂e**, in diminuzione rispetto agli 9.807 registrati nel 2024. Sono queste emissioni "lorde" da consumo di energia elettrica, calcolate senza valutare l'approvvigionamento da fonti rinnovabili certificate. Per maggiori informazioni vedere la tabella nel Paragrafo 6.2 *Indicatori di performance*.

In aumento sono invece le emissioni totali considerando l'energia elettrica Market-based, quindi tenendo conto dell'approvvigionamento green, che si attestano a circa 2.237 tonnellate di CO₂e, per un totale Scope 1 e Scope 2 Market-based pari a **3.905 tonnellate di CO₂e**, contro le **2.887** dell'anno precedente – non pienamente comparabili anno su anno in virtù del già citato incremento di perimetro.

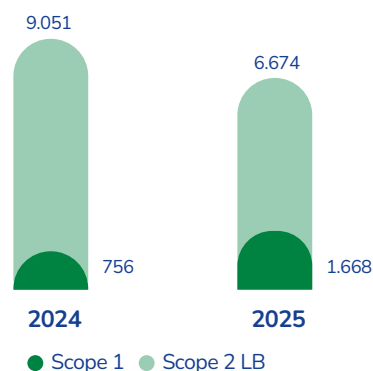
Di seguito si rappresenta infine il consumo totale di Gruppo espresso in MWh, considerando quindi sia i

carburanti che l'energia elettrica utilizzata.

Consumo totale di energia di Gruppo (MWh)



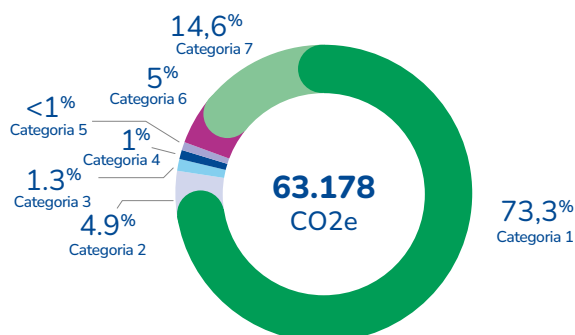
Emissioni di CO₂e suddivise in Scope 1 e Scope 2 (Location-based)



Anche nel corso del 2025 il Paese con il **maggior generazione di emissioni** (Scope 1 e Scope 2) risulta essere l'Italia. Ciò è dovuto principalmente ad un elevato volume di attività e numero di sedi, nonché dallo specifico mix energetico del Paese: in termini di consumo, infatti, il paese che registra i dati più elevati è il Brasile, caratterizzato da sedi di Gruppo con un'ampia popolazione aziendale.

Per quanto concerne invece le emissioni di Scope 3, di seguito il riepilogo delle emissioni per il 2025.

Emissioni di CO2e Scope 3 suddivise per categorie



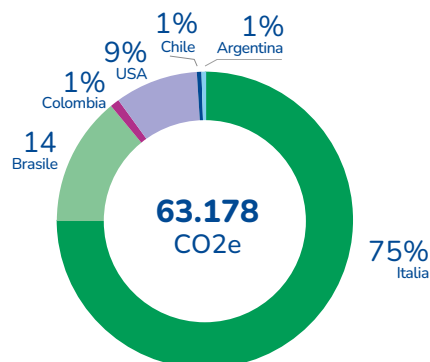
Il primo anno di rendicontazione è stato sviluppato come esercizio pilota, operando sulle principali legal entities del Gruppo a livello globale in termini di dipendenti e fatturato: oltre alle due Capogruppo Al maviva S.p.A. e Al mawave S.p.A., sono state coinvolte le italiane Digitaltec S.r.l., Sadel S.p.A. e Reactive S.r.l., a cui si sono aggiunte le società brasiliane Al maviva Experience e Solutions, Almacontact Colombia e Al maviva de Belgique.

Come anticipato, nel 2025 si è inoltre proceduto ad integrare Iteris e le principali legal entity di Tivit (Brasile, Cile, Argentina e Colombia). Tale perimetro, che copre oltre l'89% del fatturato di Gruppo e il 96% dei dipendenti, dimostra una volta di più l'impegno continuo di Al maviva verso una rendicontazione sempre più ricca e completa.

La raccolta dei dati ha presentato significative sfide di data collection, principalmente dovute alla necessità di interfacciarsi con diverse Legal entities, aventi disposizioni e requisiti in ottica sostenibilità distinti. Per la rendicontazione quantitativa delle emissioni di GHG Scope 3, il Gruppo Al maviva utilizza infatti dati provenienti dalle singole aziende del Gruppo, trattati dal Gruppo di lavoro dedicato attraverso metodologie conformi al GHG Protocol, garantendo così un adeguato livello di accuratezza delle informazioni divulgate.

Al maviva è costantemente impegnata a migliorare l'accuratezza della rendicontazione attraverso il coinvolgimento e la sensibilizzazione interna, oltre al potenziamento dei sistemi di monitoraggio e raccolta dati.

Emissioni di CO2e Scope 3 suddivise per Paese



Per ulteriori informazioni riguardo la metodologia di calcolo, si veda l'appendice dedicata al calcolo delle emissioni di GHG Scope 3 al *Paragrafo 6.1 "Nota metodologica"*.

Particolare focus deve essere riservato alla Categoria 7 delle emissioni di Scopo 3. Con lo scopo di minimizzare **l'impatto ambientale associato alla mobilità dei propri dipendenti**, Al maviva ha condotto già nel 2022 **un'indagine sulla mobilità sostenibile**, che ha coinvolto 6.500 dipendenti del Gruppo allocati in diverse sedi. I risultati hanno evidenziato l'uso prevalente dell'auto come mezzo di trasporto per raggiungere l'ufficio. Inoltre, l'indagine ha messo in luce la scarsa efficienza dei mezzi pubblici e la difficoltà di utilizzare la bicicletta a causa della mancanza di piste ciclabili o delle eccessive distanze tra casa e lavoro. Come di consueto, il Gruppo ha anche quest'anno proposto iniziative di incoraggiamento all'uso di auto elettriche e ibride plug-in installando più punti di ricarica presso le sedi principali, lo sviluppo del carpooling tra persone con uguali esigenze di trasporto e l'incoraggiamento della mobilità condivisa (come scooter condivisi, monopattini e biciclette elettriche).

Gli input che vengono raccolti dal personale confluiscono nel **Piano degli spostamenti casa-lavoro 2025 (PSCL 2025)**, che elenca le azioni in corso e quelle programmate per sviluppare un sistema di mobilità aziendale efficiente, intelligente e sostenibile.

Tali interventi si collocano in un più ampio programma di supporto alla mobilità a disposizione dei dipendenti, caratterizzato dalla nomina di un mobility manager presso tutte le sedi con almeno 100 dipendenti “di Gruppo”. Iniziative dedicate sono inoltre implementate nelle realtà brasiliane, in virtù delle specificità logistiche e organizzative. Per l’attuazione del piano, Almagiva ha da tempo stanziato un budget ricorrente destinato alla realizzazione di iniziative che mirano a:

- **disincentivare l’uso individuale dell’auto privata**, introducendo: un servizio di navetta aziendale, l’uso condiviso di auto aziendali su prenotazione, la creazione di app e sistemi per la gestione del carpooling aziendale e l’istituzione di “buoni mobilità” per i dipendenti che utilizzano mezzi di trasporto più sostenibili;
- **promuovere l’uso del trasporto pubblico**, richiedendo il miglioramento delle linee di trasporto pubblico locale (TPL) che servono l’azienda e stipulando accordi con le compagnie di TPL per offrire sconti o abbonamenti gratuiti;
- **incentivare la mobilità circolare e la micromobilità**, attraverso l’installazione di parcheggi per biciclette e aree dedicate a monopattini elettrici, la realizzazione di stazioni di ricarica elettrica, l’acquisto di biciclette aziendali disponibili su prenotazione e accordi con aziende

di bikesharing e micromobilità condivisa per fornire servizi dedicati o a tariffe agevolate ai dipendenti;

- **ridurre la necessità di spostamenti**, elaborando un piano che promuova lo smart working e il co-working in sedi vicine alla residenza dei dipendenti. Inoltre, sono previste varie iniziative per sensibilizzare i dipendenti sulla mobilità sostenibile, inclusi corsi di formazione specifici.

Almagiva, inoltre ha adottato una **Policy Auto** che determina le modalità di gestione e utilizzo delle auto aziendali da parte dei dipendenti. La policy prevede che i dipendenti, in base alla categoria professionale di appartenenza, possano scegliere un’autovettura attingendo dalla car list, all’interno della quale, con la finalità di limitare l’impatto ambientale, sono incluse esclusivamente vetture con motorizzazioni ibride, plug-in ed elettriche.

ALMAGIVA ADERISCE ALL’INIZIATIVA “M’ILLUMINO DI MENO”

Anche nel 2025, Almagiva ha partecipato alla **giornata Nazionale del Risparmio Energetico e degli Stili di Vita Sostenibili** aderendo all’iniziativa “**M’illumino di Meno**”, una campagna volta a sensibilizzazione sul tema del risparmio energetico. L’iniziativa coinvolge cittadini, enti pubblici, aziende e associazioni, invitandoli a limitare per un giorno il consumo di energia elettrica tramite lo spegnimento delle luci superflue e la riduzione dell’uso di dispositivi elettronici. “M’illumino di meno” continua quindi a promuovere l’adozione di comportamenti consapevoli e responsabili, rappresentando ormai un appuntamento annuale riconosciuto da tutti gli stakeholder del Gruppo.

Inoltre, quest’anno Almagiva ha partecipato in collaborazione con la Comunità di Sant’Egidio, promuovendo una raccolta di abiti usati, per dar loro una nuova vita e incontrare i bisogni di qualcun altro in una logica di riuso e riciclo. Ha anche condiviso online alcuni suggerimenti di buone pratiche per inquinare meno.

INIZIATIVE DI RIDUZIONE DEI CONSUMI ENERGETICI IN BRASILE

Le **Società controllate da Al maviva**, sia in Italia sia all'estero, mettono in atto numerose azioni e strategie volte a contenere il proprio impatto energetico. Esempio virtuoso è quello di Al maviva Experience, in considerazione della popolazione aziendale molto ampia.

Al maviva Experience copre quasi il 90% del proprio fabbisogno energetico mediante fonti rinnovabili certificate (I-REC). In un'ottica di contenimento dei consumi, sono state adottate diverse soluzioni: i responsabili della manutenzione e delle infrastrutture effettuano ispezioni serali per verificare lo spegnimento di computer, sistemi di climatizzazione e luci al di fuori dell'orario di apertura, contribuendo così ad un uso più efficiente dell'energia. Le apparecchiature obsolete vengono sostituite, e i materiali dismessi vengono raccolti per il riciclaggio dell'elettronica. Inoltre, tutto il personale, sia dipendente che operativo, è coinvolto in campagne informative che promuovono lo spegnimento quotidiano di computer e monitor al termine del lavoro.

Tivit contribuisce agli obiettivi ambientali del Gruppo declinando nelle attività aziendali i commitment definiti attraverso la già citata Politica Ambientale locale. Tra questi si segnalano iniziative per la riduzione dei consumi e la sensibilizzazione interna, che hanno portato il Gruppo a registrare una progressiva riduzione delle emissioni di CO₂, attraverso ad esempio una razionalizzazione degli uffici nonché alla riduzione dei viaggi aerei. Infine, per quanto non ricompresi nei consumi afferenti al perimetro di Gruppo, rileva segnalare che i fornitori di data center con cui Tivit collabora utilizzano energia eolica per supportare le operazioni, con un percorso attualmente in fase di finalizzazione volto ad ottenere una certificazione formale entro il 2026.

5.3 Consumo responsabile delle risorse

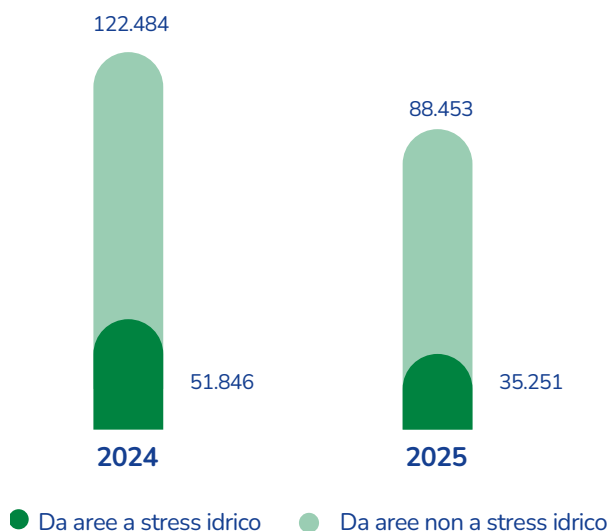
Come illustrato nell'ambito dell'SGA-SGE, tra le tematiche ambientali oggetto di attenzione rientra la gestione delle risorse, con particolare riferimento alla risorsa idrica e ai principi di economia circolare. In tale contesto, Al maviva adotta un approccio strutturato anche relativamente alla gestione dei rifiuti, orientato al riciclo e al riutilizzo dei materiali, nonché alla progressiva riduzione del ricorso allo smaltimento.

5.3.1 Tutela della risorsa idrica

GRI 303-3

I consumi idrici di tutti i siti maggiormente rilevanti sono inseriti all'interno del Sistema di Gestione Ambientale, certificato ISO 14001. Il consumo idrico del Gruppo deriva principalmente da **prelievi da acquedotti** comunali per utilizzo prevalente negli uffici, una parte dei quali proviene da aree a stress idrico.

Prelievi idrici (m³)



Rispetto al 2024, **si è registrata una sostanziale diminuzione dei prelievi** nel corso dell'anno, pari al 29%⁴. Nel 2024 sono stati prelevati 174.330 m³ d'acqua dolce, di cui 51.846 m³ provenienti da aree a stress idrico; nel 2025 invece 123.704 m³, di cui 35.251 m³ da aree a stress idrico, registrando quindi una diminuzione su entrambi i fronti. Tali valori sono spiegabili sia con la riduzione di consumi registrata sul perimetro italiano, a seguito della razionalizzazione delle sedi, sia dalla riduzione di personale sul perimetro brasiliano.

Il Gruppo è attivo in programmi di sensibilizzazione volti a ridurre i consumi idrici, come il **Progetto Acqua Chiara**, tramite il quale i distributori automatici di acqua in bottiglia sono stati sostituiti con erogatori plastic-free. È stata, inoltre, lanciata la **campagna sull'uso responsabile** della risorsa idrica, attraverso significative attività di comunicazione e l'utilizzo di affissioni e della rete intranet aziendale, mirati soprattutto al conseguimento della razionalizzazione dell'utilizzo della risorsa idrica in tutte le sedi e in quelle più rilevanti, vi è stato anche il lancio di campagne per l'individuazione e l'eliminazione delle perdite.

Tale impegno si somma a quello che Almaviva sta continuando a declinare sul proprio portafoglio, attraverso le soluzioni della controllata **Bluebit**: il Gruppo sta infatti progressivamente rafforzando i propri servizi in ambito water-scarcity, attraverso l'offerta di piattaforme dati integrate, modelli per la determinazione della disponibilità idrica e per la determinazione degli utilizzi potenziali, a cui si aggiungono le competenze del Gruppo relativamente alle attività di ingegneria strumentale per il monitoraggio di acquedotti e fognature, la gestione delle perdite idriche e lo smart metering, il tutto supportato da piattaforme digitali proprietarie in continua evoluzione in un mercato in forte crescita e in grado di creare grandi esternalità positive su aziende, agricoltura e persone.

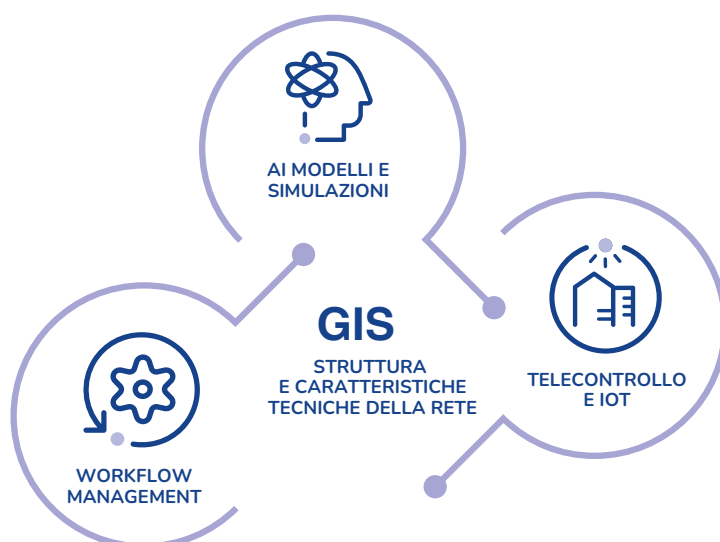
⁴ Nonostante l'ampliamento del perimetro 2025 (Gruppo Tivit), il prelievo idrico è diminuito grazie alla chiusura di alcune sedi rilevanti e all'aggiornamento della metodologia di stima per gli uffici senza controllo operativo diretto sulle utenze



L'OFFERTA INTEGRATA DI SOLUZIONI IN AMBITO WATER MANAGEMENT

Almaviva Bluebit nasce nel gennaio 2025 dalla fusione fra B. M. Tecnologie Industriali e 2f Water Venture, entrate nel luglio 2023 a far parte del Gruppo Almaviva, che concentra così l'offerta del Gruppo in un'unica realtà societaria e punta ad accelerare un piano industriale orientato allo sviluppo in un mercato in forte crescita. Bluebit si presenta sul mercato idrico come società di ingegneria strumentale a supporto delle Water Utilities, con la missione di sviluppare la cultura della gestione delle reti idriche e fognarie attraverso l'utilizzo e l'analisi di dati massivi grazie a metodologie, software e algoritmi utili a definire i bilanci idrici. L'azienda è inoltre specializzata nell'ingegneria della ricerca perdite negli acquedotti con un approccio multisistemico che comprende anche l'adozione di tecnologie innovative, quali prelocalizzazioni SAR, noise logger, sistemi in-line e attività di localizzazione in campo attraverso sistemi acustici.

Tra le innumerevoli soluzioni di gestione reti vale la pena citare lo Smart Water Management System (SWMS) realizzato da Sistemi Territoriali, una piattaforma software di business intelligence interamente accessibile via web sia in cloud che on-premise. Progettata per rispondere in modo efficace alle principali problematiche nella gestione del Servizio Idrico Integrato.



Sniper è invece la piattaforma digitale di Intelligenza Artificiale sviluppata in collaborazione con l'Università di Padova, e progettata per offrire alle Water Utility uno strumento per l'analisi di grandi quantità di dati e l'individuazione di criticità nelle reti idriche, per contribuire alla riduzione di perdite e ottenere una migliore efficienza operativa. Sniper consente di monitorare, analizzare e pre-localizzare le perdite idriche, prevenire la stagnazione dell'acqua, valutare la salute delle condotte e individuare i rischi legati agli spostamenti del terreno che possono compromettere le reti idriche e fognarie.

Le diverse soluzioni sono implementabili a seconda delle necessità e delle caratteristiche **sia su reti idriche che fognarie**, su cui la società è in grado di fornire un'offerta completa di servizi di rilievo, monitoraggio rete, ricerca perdite, modellazione idraulica e progettazione interventi.

Diversi e innovativi anche gli strumenti prodotti: Bluebit è produttrice di data logger a batteria per il monitoraggio di reti idriche e fognarie, che integrano sensori per il monitoraggio quantitativo e qualitativo delle acque e sviluppiamo soluzioni ad hoc per il controllo sulla base delle esigenze del cliente.

ALMAVIVA E L'IMPEGNO VERSO L'ACQUA

- ➔ **Plastic Free – Giornate di recupero rifiuti:** La Società ha partecipato, in qualità di sponsor, alle giornate di recupero rifiuti organizzate da Plastic Free, iniziativa di tutela ambientale che ha visto la collaborazione attiva di cittadini, associazioni e istituzioni in diverse città italiane, tra cui Milano, Napoli e Roma. Plastic Free è l'organizzazione di volontariato impegnata dal 2019 nella sensibilizzazione sull'inquinamento da plastica attraverso eventi di pulizia di città, spiagge, parchi e fiumi. Con oltre 250.000 volontari e più di 2.000 eventi organizzati, rappresenta una realtà di riferimento nel panorama ambientale nazionale. In tale contesto, la Società promuove annualmente occasioni di pulizia ambientale che coinvolgono dipendenti, collaboratori e famiglie su tutto il territorio nazionale, in coerenza con i valori di sostenibilità e responsabilità sociale che orientano la propria strategia. All'edizione napoletana, svoltasi sulla spiaggia di Sant'Antonio lungo il lungomare di Napoli, ha preso parte anche l'associazione Seconda Chance, coinvolgendo 15 detenuti del carcere di Secondigliano in un percorso di cittadinanza attiva e reinserimento sociale attraverso azioni concrete a favore dell'ambiente.
- ➔ **Mediterraneo da Remare – XV Edizione:** La Società ha confermato la propria adesione in qualità di Campaign Partner, campagna promossa da Fondazione UniVerde in collaborazione con Fondazione Marevivo, con il patrocinio del Corpo delle Capitanerie di Porto – Guardia Costiera. L'iniziativa ha l'obiettivo di contrastare ogni forma di inquinamento dei mari e dei bacini idrografici, con particolare attenzione all'inquinamento da plastiche, e di promuovere la transizione verso modelli di turismo sostenibile e responsabile sui litorali marini, fluviali e lacustri. All'evento di lancio, svoltosi alla presenza del Ministro per lo Sport e i Giovani, ha preso parte il Presidente Alberto Tripi, portando l'esperienza del Gruppo nel campo delle soluzioni tecnologiche per la tutela e la gestione sostenibile del mare e del territorio. Tali soluzioni spaziano dal monitoraggio del traffico marittimo alla gestione di operazioni e interventi in mare, dal controllo ambientale delle coste e dei fondali alla valutazione degli impatti del turismo, abilitando la governance di ecosistemi marini e costieri.
- ➔ **Ecomondo 2025:** Il Gruppo ha rinnovato la propria partecipazione a Ecomondo, evento internazionale di riferimento in Europa e nel bacino del Mediterraneo per le tecnologie, i servizi e le soluzioni industriali nei settori della green and circular economy. La presenza alla manifestazione ha valorizzato le competenze integrate delle società del Gruppo — tra cui Al maviva Bluebit, Al mawave, Tecna u e SisTer Sistemi Territoriali — con un approccio orientato all'ottimizzazione dell'uso del suolo e delle risorse idriche, alla messa in sicurezza del territorio e delle reti e alla valorizzazione dei dati ambientali per una governance efficace e sostenibile. Attraverso tale approccio integrato, il Gruppo affianca PA, Enti e gestori del Servizio Idrico Integrato nel perseguimento di una gestione sostenibile dell'acqua e del territorio.

Con queste azioni integrate, Al maviva dimostra una **strategia sinergica**: dal coinvolgimento diretto dei pescatori alla partecipazione cittadina, dalla protezione dei mari alla valorizzazione dei fiumi, fino al dialogo istituzionale e sportivo, ribadendo un impegno concreto nella protezione dell'ambiente e nel contrasto all'inquinamento plastico.

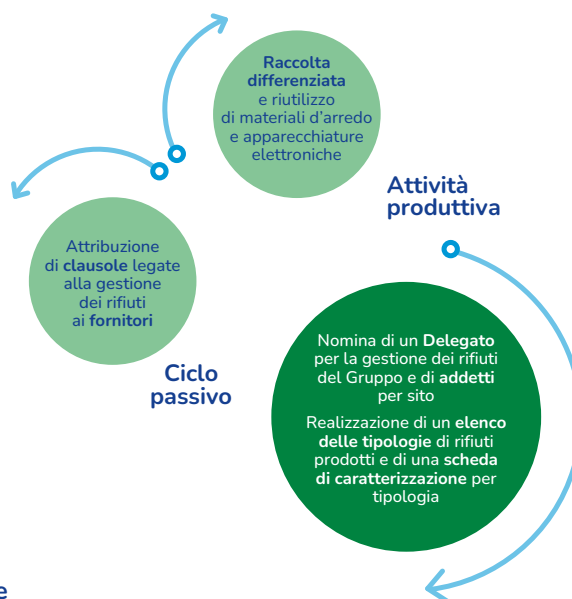
5.3.2 Gestione circolare dei rifiuti

GRI 306-1, 306-2, 306-3, 306-4, 306-5

Infine, Almaviva, nello svolgimento delle proprie attività di impresa, risulta direttamente o indirettamente produttrice di rifiuti speciali pericolosi e non pericolosi, oltre a modeste quantità di rifiuti urbani. Per tale motivo ha adottato un approccio alla mitigazione e riduzione degli

impatti ambientali correlati, all'uso efficiente di strumenti tecnologici, alla riduzione di materiali pericolosi e al monitoraggio della produzione di rifiuti con particolare riferimento a quelli contenenti sostanze inquinanti o di difficile smaltimento, ponendo attenzione alla corretta raccolta presso le sedi aziendali in ottemperanza alla relativa procedura, che disciplina il **processo di gestione dei rifiuti** nella sua interezza.

Processo di gestione dei rifiuti



Il processo di gestione dei rifiuti prevede:

- **la pianificazione delle attività operative e di smaltimento**, con attribuzione di ruoli e responsabilità di processo;
- **la definizione di clausole** legate alla gestione dei rifiuti nelle condizioni generali di contratto in fase di selezione dei fornitori, sia che questi svolgano attività specifiche di gestione dei rifiuti, sia che si occupino di attività di manutenzione degli impianti del sito e dei servizi accessori, e nei template per la formalizzazione degli ordini di acquisto;
- **attività di raccolta differenziata** supportata da campagne di sensibilizzazione e **riutilizzo di materiali** d'arredo e riciclo delle apparecchiature

elettroniche (non obsolete) nel business o in alcune realtà del terzo settore e del territorio in cui opera il Gruppo.

Coerenti approcci e attività di gestione sono garantiti dalla nomina di un **Delegato alla gestione dei rifiuti** a livello di Gruppo, supportato da singoli addetti per sito, con lo scopo di presidiare in modo omogeneo ed uniforme la gestione dei rifiuti. È stato inoltre definito un elenco puntuale delle tipologie di rifiuti prodotti

LA GESTIONE DEI RIFIUTI RAEE

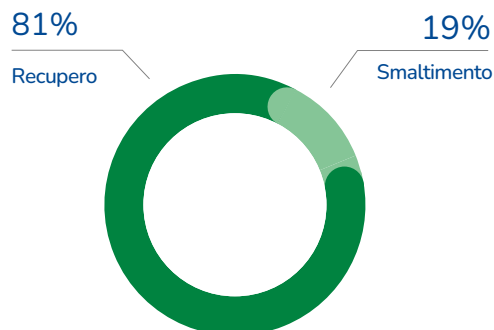
Particolare menzione deve essere riservata alla gestione dei rifiuti RAEE, derivanti da apparecchiature elettriche ed elettroniche. Questi rifiuti, spesso di natura speciale non pericolosa, vengono gestiti da fornitori dedicati, che attuano **procedure finalizzate al recupero e alla trasformazione in nuove risorse**, limitando così gli sprechi e alimentando dinamiche di circular economy.

direttamente e/o indirettamente nei siti aziendali del Gruppo Almaviva e/o nell'ambito della gestione di servizi concordati con i propri clienti. Per ciascuna tipologia di rifiuti è stata prodotta una specifica scheda di caratterizzazione che viene predisposta ed aggiornata periodicamente dal consulente **D.G.S.A. (Dangerous Goods Safety Adviser)**, allo scopo di identificarne il livello di pericolo e le specifiche modalità di trattamento e trasporto secondo la normativa vigente.

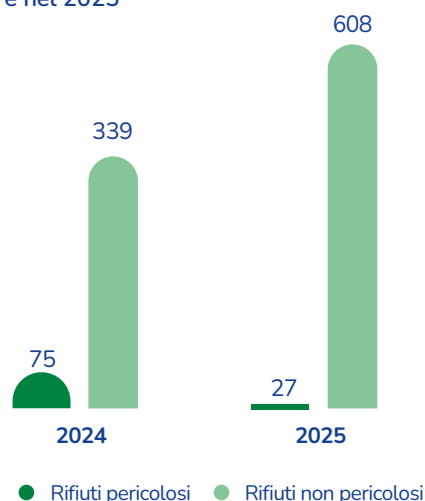
I rifiuti prodotti nel 2025 sono pari a circa **635 tonnellate**, in aumento rispetto all'anno precedente (circa 414 tonnellate nel 2024). Gli aumenti nella produzione di rifiuti sono da imputare all'ampliamento del perimetro di rendicontazione e alle attività straordinarie derivante dal rinnovo delle sedi, proseguita nel 2025.

In continuità con i precedenti anni di rendicontazione, il Gruppo Almaviva ha affidato la maggioranza delle attività di smaltimento di tali rifiuti, derivanti da apparecchiature elettriche ed elettroniche, a partner che fanno propria la strategia del recupero e che si ispirano ai valori della trasparenza, dell'efficienza e della sostenibilità. Tale impostazione è certificata dalla **quota di rifiuti destinata a riciclo e recupero**: escludendo il neoacquisito Gruppo Tivit e la controllata statunitense Iteris, per cui l'integrazione delle procedure di monitoraggio dei rifiuti di Gruppo è alla stesura del presente documento ancora in corso, **su tale perimetro circa l'81% dei rifiuti prodotti nel 2025 è destinato ad operazioni di recupero**, per un ammontare pari a 219 t di rifiuti tra pericolosi e non pericolosi, in continuità con l'oltre **90% del totale** rendicontato nel 2024.

Rifiuti generati nel 2025 per destinazione [Ton]⁵



Rifiuti pericolosi e non pericolosi generati nel 2024 e nel 2025



Almaviva continuerà a perseguire la propria strategia di minimizzazione dei rifiuti e di supporto al riciclo, adottando approcci orientati alla circolarità e sensibilizzando la popolazione aziendale a tutti i livelli.

ALMAVIVA EXPERIENCE: PARTNERSHIP PER L'ECONOMIA CIRCOLARE

Sul tema dell'economia circolare e della gestione dei rifiuti, Almaviva Experience adotta **pratiche volte allo smaltimento e al riutilizzo responsabile dei materiali**. In alcune unità, come nel sito di **Fortaleza**, mantiene una partnership con Robotic Sostenibile, istituzione che riceve rifiuti elettronici per il riutilizzo e la trasformazione in nuovi materiali utilizzati nei suoi stessi progetti, incoraggiando l'economia circolare e la destinazione ambientalmente più appropriata di questi rifiuti. Nella gestione dei rifiuti, uno dei principali obiettivi è **standardizzare la raccolta selettiva** in tutti i siti, rafforzando la segregazione e la destinazione ambientalmente appropriata dei materiali generati nelle operazioni.

⁵ Le percentuali si riferiscono alla destinazione dei rifiuti su un perimetro differente da quello dei rifiuti prodotti dal Gruppo: sono escluse dal conteggio Tivit e Iteris.



Digital for Life



Annex

6.1 Nota metodologica

GRI 2-2, 2-3, 2-4, 2-14, 2-16, 2-25, 3-2, 3-3

Standard, linee guida e raccomandazioni

Il Bilancio di Sostenibilità del Gruppo Almaviva, pubblicato con cadenza annuale e con riferimento all'anno fiscale 2025, mira a presentare gli effetti di sostenibilità rilevanti per Almaviva e per i suoi principali portatori di interesse, prendendo in considerazione l'intera filiera del valore.

Illustra l'andamento della gestione degli aspetti non finanziari, le strategie adottate, le iniziative svolte, i risultati principali conseguiti durante l'anno e gli impegni futuri relativi alle attività di Almaviva e delle sue società controllate.

Nel 2025, il Gruppo Almaviva ha ulteriormente ampliato la sua struttura societaria con l'acquisizione della società brasiliana Tivit Terceirização de Processos, Serviços e Tecnologia S.A. e delle sue controllate, rafforzando ulteriormente il posizionamento del Gruppo nel mercato latino-americano e l'offerta IT globale del Gruppo. Congiuntamente, Almaviva ha completato il delisting di Almawave dalla Borsa Italiana tramite un'offerta pubblica di acquisto volontaria totalitaria promossa da Almaviva S.p.A. sulla totalità delle azioni ordinarie di Almawave S.p.A.. Questi cambiamenti hanno contribuito a consolidare la presenza del Gruppo Almaviva in diversi mercati strategici, favorendo una crescita sostenibile e diversificata.

Il documento, approvato da parte del Consiglio di Amministrazione di Almaviva in data 05/08/2026, è predisposto in conformità ai GRI Sustainability Reporting Standards 2021 della Global Reporting Initiative (GRI), secondo l'opzione "in accordance", per

garantire una rappresentazione accurata e quantitativa delle performance conseguite. Nel paragrafo 6.3 GRI Content Index viene riportato l'elenco degli indicatori GRI rendicontati e il riferimento al paragrafo del documento in cui sono presenti le informazioni ad essi associate.

Il documento è stato sottoposto a giudizio di conformità ("limited assurance engagement" secondo i criteri indicati dal principio ISAE 3000 Revised) da parte di EY S.p.A. La verifica è stata svolta secondo le procedure indicate nella "Relazione della Società di Revisione Indipendente" presente in Appendice. Gli indicatori quantitativi non riconducibili a nessuna disclosure generale o topic-specific prevista dagli Standard GRI, riportati nelle pagine indicate nel Content Index, non sono stati sottoposti a revisione limitata da parte di EY S.p.A.

Al fine di assicurare la qualità delle informazioni riportate, nella redazione del Bilancio di Sostenibilità 2025 sono stati seguiti i principi di qualità definiti dal GRI.

- ➔ **Accuratezza:** il grado di dettaglio dei contenuti presentati nel presente Bilancio di Sostenibilità è calibrato per garantire una piena comprensione e una valutazione accurata delle performance di sostenibilità di Almaviva relative al periodo di rendicontazione. Tale livello di approfondimento permette di fornire informazioni chiare e complete, supportando l'analisi critica degli impatti ambientali, sociali ed economici connessi alle attività aziendali;
- ➔ **Chiarezza:** l'adozione di un linguaggio chiaro e accessibile, unitamente all'impiego di tabelle per la rappresentazione delle performance aziendali, contribuisce a rendere il presente Bilancio di Sostenibilità facilmente fruibile e comprensibile per i diversi portatori di interesse. Questa modalità espositiva facilita l'interpretazione dei dati e garantisce una comunicazione trasparente ed efficace dei risultati raggiunti del Gruppo;
- ➔ **Comparabilità:** gli indicatori presentati nel Bilancio di Sostenibilità fanno riferimento al biennio 2024-2025, quando richiesto dallo Standard.

La rappresentazione dei trend è supportata da un'analisi dettagliata, finalizzata a favorire il confronto e la comparabilità delle performance di sostenibilità di Almaviva nel tempo;

- ➔ **Equilibrio:** i contenuti del presente Bilancio riportano in maniera equilibrata le performance del Gruppo nel periodo di rendicontazione;
- ➔ **Tempestività:** le informazioni rendicontate all'interno del documento sono rese disponibili in maniera tempestiva al fine di consentire agli utilizzatori di integrare i dati nel loro processo decisionale;
- ➔ **Verificabilità:** le informazioni sono state raccolte, registrate, elaborate e analizzate secondo processi rigorosi che ne consentono la verifica e la valutazione della qualità. Tale approccio garantisce che i dati possano essere esaminati con accuratezza, assicurando l'affidabilità e la coerenza delle informazioni riportate.

Perimetro

Le informazioni e i dati riportati nel Bilancio si riferiscono ad Almaviva S.p.A. e alle società incluse nel perimetro di consolidamento integrale al 31 dicembre 2025, dove non diversamente specificato. Alcuni processi organizzativi di governance fanno riferimento alle procedure del Gruppo Almaviva, la cui attuazione si estende a tutte le società.

Nel presente documento, le espressioni "Gruppo Almaviva" e "Almaviva" sono impiegate per indicare il perimetro complessivo del Gruppo, mentre il termine "Almaviva S.p.A." viene utilizzato esclusivamente per riferirsi agli aspetti specifici della singola Società.

Si noti che le società MEA Engineering, Almaviva Saudi Arabia, Almaviva Contact e Almaviva Services, Obda Systems, Wedoo LLC, Tivit Perù, Tivit Ecuador, Tivit Colombia hanno contribuito alla raccolta dati unicamente in termini di consistenze dei dipendenti e

risultati economici; sono quindi da considerare escluse da ogni altro indicatore quantitativo rappresentato nel presente Bilancio di Sostenibilità.

Il Gruppo **Tivit**, acquisito a luglio 2025, è incluso nel perimetro di consolidamento dal momento dell'acquisizione e contribuisce a tutti gli indicatori quantitativi rappresentati nel presente Bilancio di Sostenibilità; i dipendenti del Gruppo sono quindi conteggiati all'interno delle assunzioni totali.

Si specifica che i dati di flusso di tale perimetro, quali ad esempio le ore di formazione o i consumi delle utenze, sono in riferimento all'ultimo semestre del 2025.

L'integrazione delle società Tivit presenti in diversi paesi del Sud America ha comportato la riesposizione di alcuni dati quantitativi, ora suddivisi in base alla significatività delle consistenze di personale nelle seguenti region:

Italia;

Brasile;

LATAM: Bolivia, Colombia, Cile, Ecuador, Messico, Panama, Paraguay, Perù;

Tunisia;

Stati Uniti d'America;

Altri paesi:

Arabia Saudita, Belgio, Egitto, Russia, Spagna.

In caso di limitazioni di perimetro puntuali, è presente una nota per formato tabellare, che esplicita la contribuzione al dato aggregato. Si noti come le limitazioni di perimetro siano indicate a corollario delle tabelle, e non di formati grafici che da esse attingono, quali istogrammi e grafici a torta, che devono essere considerati come meri strumenti espositivi integrativi.

Si precisa infine che il dato relativo al GRI 201-1 deve essere considerato come di natura consolidata, in allineamento al perimetro di rendicontazione del Bilancio civilistico.

Indicatori di performance

I dati e gli indicatori di performance si riferiscono, ove non diversamente specificato, all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2025 e si riportano, dove richiesto dallo Standard, anche i dati 2024. Nell'esercizio in corso non sono state effettuate riesposizioni di dati precedentemente pubblicati.

Il processo di raccolta dei dati e delle informazioni riportate nel Bilancio di Sostenibilità, selezionati in base a un'analisi di materialità finalizzata a identificare le tematiche di sostenibilità che rappresentano gli impatti più significativi per il Gruppo (per approfondimenti si veda la sezione "Dettaglio della Materialità"), ha coinvolto le diverse funzioni aziendali delle società appartenenti al Gruppo Almagiva. Nel 2025 Almagiva, così come riportato nel Paragrafo 2.4.2 Analisi di Materialità, catena del valore e stakeholder del Gruppo, ha riconfermato l'analisi di materialità dell'anno precedente, in linea con l'evoluzione del contesto normativo e degli standard di sostenibilità internazionali.

I dati sono stati elaborati tramite estrazioni, aggregazioni e calcoli puntuali e, ove specificatamente indicato, stimati. La raccolta delle informazioni è avvenuta attraverso la piattaforma **ESGeo**, dedicata alla rendicontazione delle performance ESG del Gruppo. Questo strumento ha reso il processo di raccolta più sistematico, incrementando l'affidabilità e la coerenza dei dati. Inoltre, è stato implementato un workflow tracciabile per la raccolta e l'approvazione dei dati, sia qualitativi che quantitativi, in linea con gli standard di rendicontazione GRI. Non sono state escluse dalla rendicontazione specifiche attività, e nell'anno di rendicontazione non si registrano cambiamenti significativi nella natura del business.



Metodologia di calcolo

Nel presente paragrafo si riporta un approfondimento sulle metodologie di calcolo seguite per il calcolo e l'elaborazione dei principali KPI quantitativi rappresentati nel presente documento, suddivisi per le aree tematiche di riferimento (Governance, Persone e Ambiente)

Governance

Valore economico

Il valore economico generato costituisce la ricchezza prodotta dall'azienda nell'ambito delle proprie operazioni aziendali. Una porzione rilevante di tale valore viene successivamente allocata (valore economico distribuito) attraverso voci quali: costi operativi, retribuzioni e salari corrisposti al personale, remunerazioni agli investitori di capitale e versamenti alla Pubblica Amministrazione. La quota residua del valore economico generato, non destinata a distribuzione, rappresenta il valore economico trattenuto. Tutte le componenti di tali indicatori sono determinate facendo riferimento alle singole poste presenti negli schemi di bilancio riportati nella Relazione Finanziaria Consolidata di Almagiva.

Formazione in materia di anticorruzione

Le metodologie di calcolo adottate nei corsi di anticorruzione sono differenziate in base al livello di rischio associato al contesto lavorativo. L'E-learning è rivolto a risorse che operano in ambienti a basso, medio o alto rischio di corruzione, garantendo una formazione flessibile e accessibile. I workshop generali sono eventi formativi in aula destinati al personale impiegato in contesti ad alto rischio, con l'obiettivo di approfondire le tematiche più critiche. Infine, i *job specific training* sono sessioni in aula mirate a professionisti che operano in aree esposte al rischio di corruzione, fornendo competenze specialistiche e mirate.

Persone

Relazioni industriali

La metodologia di calcolo dei KPI nelle relazioni industriali considera i dipendenti coperti da contrattazione collettiva, ossia quelli il cui rapporto di lavoro è regolato da contratti o accordi collettivi nazionali, di categoria, aziendali o di sito. Tale indicatore misura la percentuale di personale tutelato da queste forme contrattuali.

Ore di formazione

La metodologia per le ore di formazione considera le ore erogate ai dipendenti Almaviva attraverso percorsi formativi in aula, a distanza e training on the job. Le ore medie di formazione si ottengono dividendo il totale delle ore di formazione per il numero complessivo dei dipendenti.

Tasso di turnover

Nel caso di un turnover positivo, l'indicatore è calcolato come rapporto tra il numero di assunzioni, suddivise per genere e fascia d'età, e il numero di occupati della stessa fascia d'età nell'anno precedente. Nel caso di un turnover negativo, invece, l'indicatore è calcolato come rapporto tra il numero di cessazioni, suddivise per genere e fascia d'età, e il numero di occupati della stessa fascia d'età nell'anno precedente.

Indici di infortunio

Il TRIR (indice di frequenza di infortuni totali registrabili, ovvero gli infortuni sul lavoro con giorni di assenza,

trattamenti medici e casi di limitazione al lavoro) viene calcolato ponendo al numeratore il numero di infortuni sul lavoro totali registrabili (da cui sono esclusi gli infortuni in itinere) e al denominatore le ore lavorate nello stesso periodo. Il risultato del rapporto viene poi moltiplicato per 1.000.000.

L'indice di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (esclusi gli infortuni in itinere), invece, (ovvero gli infortuni sul lavoro con giorni di assenza superiori a 180 giorni o che comportano una inabilità totale o permanente), viene calcolato ponendo al numeratore il numero di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze e al denominatore le ore lavorate nello stesso periodo. Il risultato del rapporto viene poi moltiplicato per 1.000.000.

Gender Pay Gap

Il gender pay gap o differenziale salariale donna/uomo viene calcolato considerando i differenziali salariali "grezzi" per ora lavorata: si considera il salario totale di uomini e donne, si calcola la differenza e la si esprime come percentuale del salario orario maschile.

Ambiente

Consumi energetici

I fattori di conversione utilizzati per i carburanti e l'energia elettrica provengono dal database DESNZ (Department for Energy Security and Net Zero), annualmente aggiornato.

Emissioni GHG di Scopo 1 e 2

- **Emissioni Scope 1:** sono le emissioni direttamente generate dagli asset del Gruppo Almaviva. Le emissioni di GHG dirette comprendono i seguenti gas: CO₂, CH₄ e N₂O. I fattori di emissione utilizzati provengono dal database DESNZ (UK), annualmente aggiornato.
- **Emissioni Scope 2 – Location Based:** Il fattore di emissione utilizzato per l'elettricità acquistata dalla rete elettrica secondo la metodologia Location based proviene dal database ISPRA 2025, per l'Italia; i fattori pubblicati dal sito del Ministero della Scienza, della Tecnologia e dell'Innovazione per il Brasile; e dai Confronti Internazionali 2024

Terna per le restanti Società estere in perimetro.

- **Emissioni Scope 2 – Market Based:** Per tale approccio, sono stati utilizzati i seguenti fattori di emissione: Residual Mix 2025 pubblicato dall'Association of Issuing Bodies (AIB) per l'Italia e dai Confronti Internazionali 2024 Terna per le restanti Società estere in perimetro (Tunisia, Colombia, Belgio, Egitto, Repubblica Dominicana, Russia, Brasile, Spagna).

Emissioni Scope 3

Nel 2025, il Gruppo ha consolidato ed esteso il perimetro della metodologia di calcolo delle emissioni Scope 3, introdotta come esercizio pilota nel 2024, e ha definito un modello di dettaglio per il calcolo delle emissioni di Scopo 1, 2 e 3, al fine di migliorare l'accuratezza e la tracciabilità dei dati.

La quantificazione delle emissioni di Scope 3 è stata effettuata secondo le seguenti metodologie, in linea con quanto previsto dal GHG Protocol:

- **Categoria 1 - Beni e servizi acquistati**
Attraverso la funzione di procurement, sono stati raccolti i dati sulla spesa in euro dei principali beni e servizi acquistati e, dove disponibile, è stato integrato il peso di riferimento.
Per quanto concerne il calcolo delle emissioni, è stata applicata una metodologia mista.
Per il perimetro Italia, è stato adottato l'average data method, con l'applicazione di fattori di emissione specifici (fonte: Ecoinvent 3.9.1 e letteratura di settore) ai quantitativi in kg o unità di materiali acquistati. Per i software e servizi professionali invece, si è seguita la spend-based methodology con l'applicazione dei fattori Environmentally-Extended Input-Output di Eurostat a ciascuna categoria di spesa identificata.
Per il perimetro extra-Italia (Brasile, Belgio, Colombia, USA) e Gruppo Tivit, il calcolo è stato effettuato sia attraverso l'approccio spend-based, con l'applicazione dei fattori Environmentally-Extended Input-Output di Eurostat per ciascuna categoria di spesa individuata, sia con l'utilizzo dell'average data method. Per ciascuna azienda analizzata, sono stati considerati beni e servizi in cui valore, in termini di fatturato annuo, è superiore

all'1‰ (uno per mille) del procurement totale nel periodo 2025. L'unica eccezione è Sadel: in questo caso, è stato applicato il principio di Pareto 80-20 per definire il perimetro degli acquisti, includendo beni con un importo superiore a €100.000.

- **Categoria 2 - Beni di investimento**

La spesa effettuata per i principali beni di investimento è stata raccolta a livello di Gruppo, attraverso uno specifico data collection model. Il calcolo è stato effettuato attraverso l'approccio spend-based, con l'applicazione dei fattori Environmentally-Extended Input-Output di Eurostat a ciascuna categoria di spesa identificata.

- **Categoria 3 - Attività legate ai combustibili e all'energia**

Sono stati raccolti i sottostanti per le emissioni Scope 1 e Scope 2 del Gruppo per determinare il quantitativo dei vettori energetici utilizzati. Il calcolo dell'impatto emissivo è stato effettuato attraverso l'applicazione di fattori di emissione relativi alla fase di estrazione, trasporto e distribuzione dei vettori energetici utilizzata dal Gruppo (fonte: DEFRA 2025 e IEA 2025).

- **Categoria 4 - Trasporto e distribuzione upstream**

Attraverso un data collection model, sono state raccolte le informazioni relative al chilometraggio del trasporto dei beni materiali nel perimetro di riferimento. Il calcolo è stato effettuato sulla base delle tratte percorse per il trasporto e la distribuzione di beni acquistati. Successivamente, distanze percorse e quantitativi trasportati sono stati moltiplicati per fattori di emissione specifici in funzione dei mezzi di trasporto utilizzati. In caso di percentuale di carico non disponibile, è stato stimato l'utilizzo di un carico medio (fonte: DEFRA 2025). L'unica eccezione riguarda Iteris: in assenza dei dati relativi ai chilometri percorsi per il trasporto dei beni materiali, le emissioni sono state stimate utilizzando la spesa sostenuta per il trasporto.

- **Categoria 5 - Rifiuti generati dai processi produttivi e dalla logistica**

Attraverso uno specifico data collection model, sono stati raccolti i dati di input riguardo il quantitativo, la tipologia e il metodo di smaltimento del rifiuto prodotto dal perimetro di riferimento. Il calcolo è stato effettuato sulla base dei quantitativi di rifiuti prodotti dal Gruppo e delle relative modalità di smaltimento, moltiplicati per i fattori di emissione specifici (fonte: DEFRA 2025). Laddove disponibile, è stato incluso anche il trasporto verso la struttura di smaltimento.

- **Categoria 6 - Viaggi di lavoro**

Per il perimetro Italia, le informazioni quali tipologia del veicolo, chilometraggio percorso, numero di viaggi e passeggeri coinvolti sono state raccolte attraverso un documento dedicato redatto dal referente di Sostenibilità del Gruppo. Per le aziende extra-Italia, i dati relativi alla tipologia di veicolo e al relativo chilometraggio sono stati ottenuti attraverso data collection model specifici. Il calcolo è stato effettuato sulla base dei viaggi di lavoro, moltiplicando le tratte percorse per fattori di emissione specifici in funzione del mezzo di trasporto utilizzato. Questa categoria include principalmente i viaggi effettuati attraverso auto privata, treno e aereo (fonte: DEFRA 2025).

- **Categoria 7 - Commuting dei dipendenti**

Per il perimetro Italia, i dati relativi agli spostamenti casa-lavoro dei dipendenti sono stati raccolti tramite questionario. I chilometri percorsi sono stati moltiplicati per fattori di emissione specifici in funzione del mezzo di trasporto utilizzato (fonte: DEFRA 2025). Per le aziende extra-Italia, il questionario non è al momento disponibile. Per questo motivo, le emissioni sono state stimate basandosi sulla distanza media per il tragitto casa-lavoro e sul mezzo di trasporto adottato. Il calcolo recepisce il contributo dei giorni di smart working medi per Paese, secondo le politiche interne del Gruppo.

Rifiuti

In relazione alla metodologia seguita per il calcolo della destinazione dei rifiuti, i dati raccolti sui rifiuti riportano la classificazione dei codici CER (Codice Europeo dei Rifiuti), dove il codice "R" è inteso come destinato al riciclo ed il codice "D" è inteso come destinato allo smaltimento.

Acqua

Per i prelievi idrici i dati raccolti sui prelievi idrici fanno riferimento al totale di acqua, in m3, prelevata dalle società del Gruppo, con la distinzione della provenienza (acque sotterranee, acque di superficie e acque di terze parti). Inoltre, viene specificata la quota parte dei prelievi che vengono effettuati a aree a stress idrico. La definizione di "area a stress idrico" fa riferimento a quella fornita dal CEO Water Mandate, nel documento "Corporate Water Disclosure Guidelines", 2014.



Dettaglio della materialità

Cluster tematico	Temi materiali	Tipologia impatto	Descrizione impatto
Governance	Creazione di valore condiviso	Positivo	Una buona conduzione delle attività di business attraverso la generazione e la distribuzione di valore da parte dell'organizzazione, diffonde un contributo positivo allo sviluppo dell'economia e al benessere sia degli stakeholder diretti che della collettività
	Creazione di valore condiviso	Negativo	Eventuali violazioni di normative, irregolarità contrattuali o episodi di corruzione possono compromettere la reputazione aziendale e la fiducia di cittadini e istituzioni. Questo può ostacolare i rapporti con la Pubblica Amministrazione, limitare l'accesso a finanziamenti e ridurre le opportunità di business.
	Creazione di valore condiviso	Negativo	Una limitata distribuzione di valore economico, e quindi una eccessiva concentrazione delle risorse internamente alla società, può indebolire la fiducia degli stakeholder e compromettere la stabilità aziendale.
Persone	Valorizzazione del capitale umano, attrazione dei talenti	Positivo	Maggiore fidelizzazione dei lavoratori grazie a programmi di formazione, generale e specifica, in linea con le aspettative dei singoli in modo tale da valorizzarne e migliorarne le competenze, promuovendone la crescita professionale all'interno dell'organizzazione.
	Valorizzazione del capitale umano, attrazione dei talenti	Negativo	Uno scarso dialogo e collaborazione con università ed enti di ricerca può causare una minore capacità di attrarre nuovi talenti e di favorire la contaminazione aziendale con nuove esperienze e competenze.
	Valorizzazione del capitale umano, attrazione dei talenti	Negativo	Una gestione del capitale umano non sufficientemente attenta alla valorizzazione delle persone (es. assenza/carenza di programmi di crescita professionale e di attenzione al benessere dei dipendenti) può generare un ambiente di lavoro poco stimolante e una riduzione del valore aziendale, indebolendo la cultura interna e aumentando il rischio di perdere competenze chiave.
	Benessere, salute e sicurezza sul lavoro	Negativo	Una scarsa attenzione all'equilibrio tra vita privata e lavorativa potrebbe comportare danni alla salute, potenziali infortuni e insoddisfazione dei dipendenti, con conseguente perdita di efficienza produttiva
	Diversità e inclusione	Positivo	Creare e mantenere un ambiente inclusivo tutela il benessere delle persone e permette a tutti di esprimere al meglio il proprio potenziale, contribuendo alla crescita dell'organizzazione. L'adozione di pratiche non discriminatorie e l'integrazione dei principi di diversità, equità e inclusione nella cultura aziendale aiutano a generare un ambiente di lavoro rispettoso e inclusivo, promuovendo una cultura aziendale ricca e produttiva.
	Diversità e inclusione	Negativo	Episodi di discriminazione nel processo di assunzione o nella gestione del personale (attinenti a titolo di esempio alla diversità generazionale, religiosa, sessuale, culturale e di genere) che creano disparità e malcontento nell'ambiente lavorativo
	Diversità e inclusione	Positivo	Promozione di una trasformazione digitale centrata sullo sviluppo di soluzioni innovative che semplifichino le interazioni, garantendo servizi digitali inclusivi e affidabili in grado di rispondere alle esigenze degli utenti e favorire una customer experience di qualità
	Catena di fornitura responsabile	Positivo	L'adozione di tecnologie avanzate per la sicurezza e la gestione dei dati per tutelare le informazioni sensibili può ridurre il rischio di illeciti e cyber attacchi, assicurare la conformità a normative e rafforzare la fiducia di cittadini e imprese.
	Catena di fornitura responsabile	Negativo	Gestione inefficace di una supply chain sempre più complessa e globalizzata, che sfugge a controlli puntuali, può causare violazioni etiche e di normative, compromettere la trasparenza, generare criticità operative e danneggiare la reputazione e la sostenibilità del business
	Diritti Umani	Negativo	Episodi di violazione del rispetto dei diritti umani lungo la catena del valore a causa di un sistema di monitoraggio inefficiente

Cluster tematico	Temi materiali	Tipologia impatto	Descrizione impatto
Ambiente	Gestione della risorsa idrica	Positivo	Iniziative di sensibilizzazione e interventi di efficientamento idrico in uffici e Data Center possono ridurre il consumo idrico, contribuendo a preservare le risorse idriche locali, in particolare in aree di stress idrico
	Economia circolare dei dispositivi elettronici	Positivo	Sensibilizzare alla riduzione dello spreco e migliorare l'efficienza nell'uso delle risorse naturali lungo tutta la catena del valore, promuovendo un uso più responsabile e sostenibile delle risorse.
	Economia circolare dei dispositivi elettronici	Negativo	Aumento dell'utilizzo delle risorse materiali a causa di una gestione inefficace dei consumi e dei rifiuti, dovuta a pratiche aziendali che non favoriscono il riciclo e il recupero.
	Consumi energetici e lotta al cambiamento climatico	Negativo	La generazione di emissioni climalteranti durante lo svolgimento delle attività e lungo l'intera catena del valore, derivante dalla mancanza di un piano strategico e di controllo per la loro riduzione, aumenta i rischi ambientali e reputazionali, contribuendo al riscaldamento globale e potenzialmente esponendo l'organizzazione a normative più stringenti e costi aggiuntivi.
	Consumi energetici e lotta al cambiamento climatico	Positivo	Garantire continuità nelle performance economico-finanziarie attraverso il mantenimento di un buon livello di affidabilità dei servizi digitali offerti alla Pubblica Amministrazione, ad esempio attraverso un piano integrato di gestione dei rischi fisici legati al clima e da azioni volte a ridurre emissioni di gas serra, in linea con gli obiettivi di transizione ecologica nazionale ed europea.
Transizione Digitale Responsabile	Innovazione	Positivo	Offerta di soluzioni innovative che semplificano l'interazione uomo-macchina, rendendo applicabili tecnologie complesse a processi quotidiani e massivi e promuovendo un accesso inclusivo e funzionale all'innovazione, con benefici per la collettività.
	Innovazione	Negativo	Impatto negativo sull'immagine aziendale, nel caso in cui l'innovazione sviluppata non rispetti principi etici, creando danni alla reputazione e minando la fiducia dei clienti verso il sistema valoriale di Almagiva.
	Privacy e protezione dei dati	Positivo	Presidi avanzati per la protezione dei dati personali, con certificazioni ISO e piena conformità normativa, tutelano clienti e dipendenti contro la violazione di dati personali

Al seguente Paragrafo 6.3 GRI Content Index è disponibile la tabella degli indicatori GRI, organizzata per aree di impatto rendicontate (Governance, Transizione digitale responsabile, Persone, Ambiente), corrispondenti ai pillar del Piano di Sostenibilità del Gruppo Almagiva. La tabella GRI riporta tutti gli indicatori GRI rendicontati nel documento, comprensivi dei riferimenti ai paragrafi nel quale sono riportate le informazioni, in raccordo ai temi materiali, al fine di orientare il lettore nella consultazione del Bilancio e al reperimento delle informazioni e dei dati chiave riferibili all'esercizio 2025.

➔ **Per qualsiasi chiarimento in merito al presente Bilancio di Sostenibilità, ci si può rivolgere alla Direzione Investor Relations all'indirizzo e-mail: investor.relations@Almagiva.it**

6.2 Indicatori di performance

GRI 201-1: Valore economico direttamente generato e distribuito (Totale Gruppo Almagiva)

Dimensione (Mln di Euro)	2024	2025
Valore economico generato	1.320,4	1.639,4
Valore economico distribuito	1.159,4	1.452,4
Costi operativi	534,1	672,3
Valore distribuito ai dipendenti	538,8	667,9
Valore distribuito ai fornitori di capitale	54,0	88,3
Valore distribuito alla P.A.	31,0	22,3
Valore distribuito alla comunità	1,3	1,6
Valore economico Trattenuto	161,1	187,0

Governance

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

Dimensione (numero)	2024	2025
Nuovi fornitori totali	395	920
Nuovi fornitori valutati secondo criteri ambientali	373	712
% di fornitori valutati secondo criteri ambientali	94,43%	77,39%

GRI 414-1: Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri sociali ²

Dimensione (numero)	2024	2025
Nuovi fornitori totali	395	920
Nuovi fornitori valutati secondo criteri sociali	373	911
% di fornitori valutati secondo criteri sociali	94,43%	99,02%

¹ Hanno contribuito all'indicatore tutte le società del perimetro di rendicontazione, ad eccezione di: Lombardia Gestione e le controllate del Gruppo Tivit (esclusa la capogruppo Tivit Brasile che rientra nel perimetro di rendicontazione dell'indicatore)

² Hanno contribuito all'indicatore tutte le società del perimetro di rendicontazione, ad eccezione di: Lombardia Gestione e le controllate del Gruppo Tivit (esclusa la capogruppo Tivit Brasile che rientra nel perimetro di rendicontazione dell'indicatore)

GRI 405-1a: Diversità negli organi di governo (Capogruppo)

Consiglio di Amministrazione al 31 dicembre per genere ed età (n° membri)			2024	2025
Amministratori al 31 Dicembre, per età	Donne	<30 anni	0	0
		tra 30 e 50 anni	0	0
		> 50 anni	4	4
	Totale		4	4
	Uomini	<30 anni	0	0
		tra 30 e 50 anni	0	0
		> 50 anni	8	8
	Totale		8	8
	Totale		12	12

GRI 405-1a: Diversità negli organi di governo (Capogruppo)

Organo di vigilanza al 31 dicembre per genere ed età (n° membri)			2024	2025
Componenti dell'Organismo di Vigilanza al 31 dicembre	Donne	<30 anni	0	0
		tra 30 e 50 anni	0	1
		> 50 anni	2	1
	Amministratori donne totale		2	2
	Uomini	<30 anni	0	0
		tra 30 e 50 anni	0	0
		> 50 anni	1	1
	Amministratori uomini totale		1	1
	Totale		3	3

GRI 405-1a: Diversità negli organi di governo (Capogruppo)

Collegio sindacale al 31 dicembre per genere ed età (n° membri)			2024	2025
Membri del Collegio Sindacale al 31 Dicembre, per età	Donne	<30 anni	0	0
		tra 30 e 50 anni	0	0
		> 50 anni	0	0
	Amministratori donne totale		0	0
	Uomini	<30 anni	0	0
		tra 30 e 50 anni	0	0
		> 50 anni	3	3
	Amministratori uomini totale		3	3
	Totale		3	3

Persone

GRI 2-7: Informazioni sui dipendenti: Tipologia di contratto e genere (Totale Gruppo Almagiva)

Tipologia di lavoratore (numero di teste)	Tipo di contratto	Genere	2024 Valore	2025 Valore
Dipendenti con contratto di Lavoro al 31 dicembre 2025	Tempo indeterminato	donne	23.709	21.572
		uomini	16.947	19.862
		Totale	40.656	41.434
	Tempo determinato	donne	174	141
		uomini	120	79
		Totale	294	220
	Totale Dipendenti		40.950	41.654

GRI 2-7: Informazioni sui dipendenti: Tipologia di contratto e Paese (Totale Gruppo Almagiva)

Tipologia di lavoratore (numero di teste)	Tipo di contratto	Area geografica	2024 Valore	2025 Valore
Dipendenti con contratto di Lavoro al 31 dicembre 2025	Tempo indeterminato	Italia	6.097	5.589
		Brasile	30.369	30.272
		LATAM	3.171	4.534
		Tunisia	370	358
		USA	488	493
		Altro	161	188
		Totale	40.656	41.434
	Tempo determinato	Italia	25	10
		Brasile	233	155
		LATAM	35	55
		Tunisia	0	0
		USA	0	0
		Altro	1	0
		Totale	294	220
	Totale Dipendenti		40.950	41.654

GRI 2-7: Informazioni sui dipendenti: Part time Full time per genere e Paese (Totale Gruppo Almagiva)

Tipologia di lavoratore (numero)	Tipologia contratto	Area geografica	Genere	2024 Valore	2025 Valore
Dipendenti con contratto di Lavoro al 31 dicembre 2025	Full-time	Italia	Donne	1.745	1.706
			Uomini	3.831	3.790
			Totale	5.576	5.496
		Brasile	Donne	19.161	3.777
			Uomini	10.898	5.545
			Totale	30.059	9.322
		LATAM	Donne	1.714	1.856
			Uomini	1.492	2.733
			Totale	3.206	4.589
		Tunisia	Donne	218	213
			Uomini	150	145
			Totale	368	358
		USA	Donne	151	157
			Uomini	317	317
			Totale	468	474
		Altro	Donne	84	99
			Uomini	69	81
			Totale	153	180
		Totale dipendenti full-time			39.830
	Part-time	Italia	Donne	403	91
			Uomini	143	12
			Totale	546	103
		Brasile	Donne	391	13.801
			Uomini	152	7.304
			Totale	543	21.105
		LATAM	Donne	0	0
			Uomini	0	0
			Totale	0	0
		Tunisia	Donne	2	0
			Uomini	0	0
			Totale	2	0
		USA	Donne	9	8
			Uomini	11	11
			Totale	20	19
		Altro	Uomini	4	4
			Donne	5	4
			Totali	9	8
		Totale dipendenti part-time			1.120
Totale dipendenti			40.950	41.654	

GRI 2-30: Accordi di contrattazione collettiva (Totale Gruppo Almagiva)

Tipologia	Unità di misura	2024	2025
Dipendenti coperti da contrattazione collettiva	N°	40.950	41.654
	%	100%	100%

GRI 205-2: Comunicazione e formazione su normative e procedure anticorruzione (dipendenti) ³

	2024 Dirigenti	Quadri	Impiegati	Operai
Numero totale di dipendenti a cui sono state comunicate le normative e procedure anticorruzione dell'organizzazione	159	927	2.557	4
Percentuale di dipendenti a cui sono state comunicate le normative e procedure anticorruzione dell'organizzazione	60,69%	63,84%	6,60%	7,14%
Numero totale di dipendenti che hanno seguito corsi di formazione sull'anticorruzione	130	931	3.319	0
Percentuale di dipendenti che hanno seguito corsi di formazione sull'anticorruzione	49,62%	64,12%	8,56%	0%

	2025 Dirigenti	Quadri	Impiegati	Operai
Numero totale di dipendenti a cui sono state comunicate le normative e procedure anticorruzione dell'organizzazione	184	1028	2.689	1
Percentuale di dipendenti a cui sono state comunicate le normative e procedure anticorruzione dell'organizzazione	81,06%	84,12%	66,09%	2,00%
Numero totale di dipendenti che hanno seguito corsi di formazione sull'anticorruzione	114	843	3.063	7
Percentuale di dipendenti che hanno seguito corsi di formazione sull'anticorruzione	50,22%	68,99%	75,28%	14,00%

GRI 205-3: Incidenti confermati di corruzione e misure adottate

Elementi valutati	2024	2025
Numero totale e natura degli episodi di corruzione accertati	0	0
Numero totale di episodi di corruzione accertati nei quali i dipendenti sono stati licenziati o sono stati oggetto di provvedimenti per corruzione	0	0
Numero totale di episodi di corruzione accertati per cui i contratti con i partner commerciali sono stati risolti o non sono stati rinnovati a causa di violazioni legate alla corruzione	0	0

³ I dati inseriti per il 2025 si riferiscono alle seguenti società: Almagiva Bluebit S.p.A., Almagiva Digitaltec S.r.l., Almagiva S.p.A., Kline S.r.l., Lombardia Gestione S.r.l., Reactive S.r.l., Sadel S.p.A., Tecnav S.r.l., Wedoo S.r.l., Almagiva S.p.A., Obda System S.r.l., Sistemi Territoriali S.r.l., The Data Appeal Company S.p.A.

GRI 401-1: Assunzioni e tasso di nuove assunzioni Italia

Dipendenti (n° teste)	Genere	Età	2024	2025	Turnover 2025
Nuovi dipendenti assunti dal 1° gennaio al 31 dicembre 2025	Donne	<30 anni	79	33	-
		Tra 30 e 50 anni	98	46	-
		>50 anni	23	12	-
		Totale	200	91	4%
	Uomini	<30 anni	179	86	-
		Tra 30 e 50 anni	250	129	-
		>50 anni	56	39	-
		Totale	485	254	6%
	Totale Italia		685	345	6%

GRI 401-1: Assunzioni e tasso di nuove assunzioni Brasile

Dipendenti (n° teste)	Genere	Età	2024	2025	Turnover 2025
Nuovi dipendenti assunti dal 1° gennaio al 31 dicembre 2025	Donne	<30 anni	10.312	8.319	-
		Tra 30 e 50 anni	6.421	4.078	-
		>50 anni	608	373	-
		Totale	17.341	12.770	65%
	Uomini	<30 anni	6.205	5.810	-
		Tra 30 e 50 anni	3.220	4.283	-
		>50 anni	370	688	-
		Totale	9.795	10.781	98%
	Totale Brasile		27.136	23.551	77%

GRI 401-1: Assunzioni e tasso di nuove assunzioni LATAM

Dipendenti (n° teste)	Genere	Età	2024	2025	Turnover 2025
Nuovi dipendenti assunti dal 1° gennaio al 31 dicembre 2025	Donne	<30 anni	1.532	1.109	-
		Tra 30 e 50 anni	582	999	-
		>50 anni	23	50	-
		Totale	2.137	2.158	126%
	Uomini	<30 anni	1.470	1.303	-
		Tra 30 e 50 anni	473	1.603	-
		>50 anni	11	212	-
		Totale	1.954	3.118	209%
	Totale LATAM		4.091	5.276	165%

GRI 401-1: Assunzioni e tasso di nuove assunzioni Tunisia

Dipendenti (n° teste)	Genere	Età	2024	2025	Turnover 2025
Nuovi dipendenti assunti dal 1° gennaio al 31 dicembre 2025	Donne	<30 anni	41	24	-
		Tra 30 e 50 anni	9	32	-
		>50 anni	0	0	-
		Totale	50	56	25%
	Uomini	<30 anni	24	11	-
		Tra 30 e 50 anni	9	15	-
		>50 anni	0	0	-
		Totale	33	26	17%
	Totale Tunisia		83	82	22%

GRI 401-1: Assunzioni e tasso di nuove assunzioni USA ⁴

Dipendenti (n° teste)	Genere	Età	2024	2025	Turnover 2025
Nuovi dipendenti assunti dal 1° gennaio al 31 dicembre 2025	Donne	<30 anni	0	9	-
		Tra 30 e 50 anni	0	21	-
		>50 anni	0	9	-
		Totale	0	39	24%
	Uomini	<30 anni	0	20	-
		Tra 30 e 50 anni	0	41	-
		>50 anni	0	10	-
		Totale	0	71	22%
	Totale		0	110	23%

GRI 401-1: Assunzioni e tasso di nuove assunzioni Altri paesi

Dipendenti (n° teste)	Genere	Età	2024	2025	Turnover 2025
Nuovi dipendenti assunti dal 1° gennaio al 31 dicembre 2025	Donne	<30 anni	8	23	-
		Tra 30 e 50 anni	11	8	-
		>50 anni	0	1	-
		Totale	19	32	36%
	Uomini	<30 anni	12	22	-
		Tra 30 e 50 anni	14	9	-
		>50 anni	1	1	-
		Totale	27	32	44%
	Totale		46	64	40%

⁴ Hanno contribuito tutte le società nel perimetro di rendicontazione della tabella, ad eccezione di Wedoo LLC

GRI 401-1: Assunzioni e tasso di nuove assunzioni (Gruppo Almagiva)

Dipendenti (n° teste)	Genere	Età	2024	2025	Turnover 2025
Nuovi dipendenti assunti dal 1° gennaio al 31 dicembre 2025	Donne	<30 anni	11.972	9.517	-
		Tra 30 e 50 anni	7.121	5.184	-
		>50 anni	654	445	-
		Totale	19.747	15.146	63%
	Uomini	<30 anni	7.890	7.252	-
		Tra 30 e 50 anni	3.966	6.080	-
		>50 anni	438	950	-
		Totale	12.294	14.282	84%
	Totale		32.041	29.428	72%

GRI 401-1: Cessazioni e turnover Italia

Dipendenti (n° teste)	Genere	Età	2024	2025	Turnover 2025
Cessazioni del rapporto di lavoro dal 1° gennaio al 31 dicembre 2025	Donne	<30 anni	17	11	-
		Tra 30 e 50 anni	130	251	-
		>50 anni	36	169	-
		Totale	183	431	20%
	Uomini	<30 anni	51	72	-
		Tra 30 e 50 anni	147	201	-
		>50 anni	84	147	-
		Totale	282	420	11%
	Totale Italia		465	851	14%

GRI 401-1: Cessazioni e tasso di turnover Brasile

Dipendenti (n° teste)	Genere	Età	2024	2025	Turnover 2025
Cessazioni del rapporto di lavoro dal 1° gennaio al 31 dicembre 2025	Donne	<30 anni	13.985	9.773	-
		Tra 30 e 50 anni	6.546	4.698	-
		>50 anni	552	431	-
		Totale	21.083	14.902	76%
	Uomini	<30 anni	7.246	6.115	-
		Tra 30 e 50 anni	2.849	2.914	-
		>50 anni	244	351	-
		Totale	10.339	9.380	85%
	Totale Brasile		31.442	24.282	79%

GRI 401-1: Cessazioni e tasso di turnover LATAM

Dipendenti (n° teste)	Genere	Età	2024	2025	Turnover 2025
Cessazioni del rapporto di lavoro dal 1° gennaio al 31 dicembre 2025	Donne	<30 anni	1.509	1.533	-
		Tra 30 e 50 anni	610	517	-
		>50 anni	25	14	-
		Totale	2.144	2.064	120%
	Uomini	<30 anni	1.402	1.472	-
		Tra 30 e 50 anni	480	545	-
		>50 anni	9	17	-
		Totale	1.891	2.034	137%
	Totale LATAM		4.035	4.098	128%

GRI 401-1: Cessazioni e tasso di turnover Tunisia

Dipendenti (n° teste)	Genere	Età	2024	2025	Turnover 2025
Cessazioni del rapporto di lavoro dal 1° gennaio al 31 dicembre 2025	Donne	<30 anni	25	26	-
		Tra 30 e 50 anni	7	33	-
		>50 anni	0	6	-
		Totale	32	65	30%
	Uomini	<30 anni	16	12	-
		Tra 30 e 50 anni	5	15	-
		>50 anni	0	2	-
		Totale	21	29	19%
	Totale Tunisia		53	94	25%

GRI 401-1: Cessazioni e tasso di turnover USA⁵

Dipendenti (n° teste)	Genere	Età	2024	2025	Turnover 2025
Cessazioni del rapporto di lavoro dal 1° gennaio al 31 dicembre 2025	Donne	<30 anni	-	7	-
		Tra 30 e 50 anni	-	18	-
		>50 anni	-	8	-
		Totale	-	33	20%
	Uomini	<30 anni	-	15	-
		Tra 30 e 50 anni	-	48	-
		>50 anni	-	33	-
		Totale	-	96	29%
	Totale		-	129	26%

5 Hanno contribuito tutte le società nel perimetro di rendicontazione della tabella, ad eccezione di Wedoo LLC

GRI 401-1: Cessazioni e tasso di turnover altri Paesi

Dipendenti (n° teste)	Genere	Età	2024	2025	Turnover 2025
Cessazioni del rapporto di lavoro dal 1° gennaio al 31 dicembre 2025	Donne	<30 anni	1	7	-
		Tra 30 e 50 anni	9	9	-
		>50 anni	-	-	-
		Totale	10	16	18%
	Uomini	<30 anni	1	8	-
		Tra 30 e 50 anni	7	9	-
		>50 anni	-	1	-
		Totale	8	18	25%
Totale		18	34	21%	

GRI 401-1: Cessazioni e tasso di turnover (Gruppo Almagiva)

Dipendenti (n° teste)	Genere	Età	2024	2025	Turnover 2025
Cessazioni del rapporto di lavoro dal 1° gennaio al 31 dicembre 2025	Donne	<30 anni	15.534	11.357	-
		Tra 30 e 50 anni	7.277	5.526	-
		>50 anni	613	628	-
		Totale	23.424	17.511	73%
	Uomini	<30 anni	8.716	7.694	-
		Tra 30 e 50 anni	3.488	3.732	-
		>50 anni	337	551	-
		Totale	12.541	11.977	70%
Totale		35.965	29.488	72%	

GRI 403-9: Infortuni sul lavoro (Gruppo Almagiva) ⁶

Tipologia	Unità di misura	2024	2025
Ore lavorate	N°	69.541.235	63.464.439
Infortuni sul lavoro registrabili, compresi decessi	N°	132	225
di cui in itinere	N°	113	191
Infortuni con gravi conseguenze (>6 mesi assenza)	N°	0	0
Decessi a seguito di infortunio	N°	0	0
Tasso infortuni registrabili	%	0,19	0,54
Tasso infortuni con gravi conseguenze	%	0,00	0,00
Tasso di decessi	%	0,00	0,00

⁶ Hanno contribuito tutte le società nel perimetro di rendicontazione della tabella, ad eccezione di Tivit Bolivia, Tivit Chile, Tivit Colombia, Tivit Messico, Tivit Panama, Tivit Paraguay, Tivit Perú

GRI 404-1: Ore medie di formazione per dipendente (IT Services) ⁷

	2024			2025		
	Pro capite uomo	Pro capite donna	Pro capite Totale	Pro capite uomo	Pro capite donna	Pro capite Totale
Ore di formazione fornite ai dirigenti	18,71	25,82	20,23	16,02	22,76	17,42
Ore di formazione fornite ai quadri	20,97	20,03	20,66	20,50	17,54	19,58
Ore di formazione fornite ai dirigenti agli impiegati	19,21	17,75	18,74	11,93	11,13	11,70
Ore di formazione fornite agli operai	15,74	-	14,80	11,31	6,43	11,02
Totale ore di formazione fornite ai dipendenti	19,47	18,35	19,01	13,02	12,13	12,76

GRI 404-1: Ore medie di formazione per dipendente (New Technology)

	2024			2025		
	Pro capite uomo	Pro capite donna	Pro capite Totale	Pro capite uomo	Pro capite donna	Pro capite Totale
Ore di formazione fornite ai dirigenti	8,87	11,99	9,68	5,49	21,51	9,99
Ore di formazione fornite ai quadri	31,70	15,04	28,16	21,63	16,12	20,55
Ore di formazione fornite ai dirigenti agli impiegati	17,27	16,75	17,10	11,70	10,19	11,22
Ore di formazione fornite agli operai	-	-	-	-	-	-
Totale ore di formazione fornite ai dipendenti	19,84	16,25	18,75	13,29	11,76	12,84

GRI 404-1: Ore medie di formazione per dipendente (Digital Relationship Management)

	2024			2025		
	Pro capite uomo	Pro capite donna	Pro capite Totale	Pro capite uomo	Pro capite donna	Pro capite Totale
Ore di formazione fornite ai dirigenti	105,10	119,56	107,51	0,95	2,46	1,05
Ore di formazione fornite ai quadri	94,34	90,58	92,67	0,24	0,34	0,28
Ore di formazione fornite ai dirigenti agli impiegati	77,31	79,25	78,56	115,42	120,08	118,39
Ore di formazione fornite agli operai	-	-	-	-	-	-
Totale ore di formazione fornite ai dipendenti	77,47	79,27	78,62	114,48	119,65	117,77

⁷ Hanno contribuito tutte le società nel perimetro di rendicontazione della tabella, ad eccezione di Wedoo LLC, Almagiva Repubblica Dominicana, Lombardia Gestione, Almagiva de Belgique, Almagiva Russia

GRI 404-1: Ore medie di formazione per dipendente (Totale Gruppo Almaviva)

	2024			2025		
	Pro capite uomo	Pro capite donna	Pro capite Totale	Pro capite uomo	Pro capite donna	Pro capite Totale
Ore di formazione fornite ai dirigenti	23,55	28,80	24,68	14,30	22,30	15,96
Ore di formazione fornite ai quadri	27,59	28,98	28,06	19,42	15,62	18,21
Ore di formazione fornite ai dirigenti agli impiegati	62,78	74,30	69,65	68,58	102,35	86,60
Ore di formazione fornite agli operai	-	-	-	11,31	6,43	11,02
Totale ore di formazione fornite ai dipendenti	60,03	73,19	67,68	64,69	99,78	82,98

GRI 405-1b: Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti per genere (Totale Gruppo Almaviva)

Dipendenti per categoria professionale e genere	2024 Uomo	Donna	Totale	2025 Uomo	Donna	Totale
Dirigenti	227	62	289	263	69	332
Quadri	1.021	511	1.532	1.232	576	1.808
Impiegati	15.772	23.301	39.073	18.400	21.064	39.464
Operai	47	9	56	47	3	50
Totale	17.067	23.883	40.950	19.942	21.712	41.654

GRI 405-1b: Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti per fasce d'età (Totale Gruppo Almaviva)

Dipendenti per categoria professionale e genere	2024 < 30	Tra 30 e 50 anni	> 50	2025 < 30	Tra 30 e 50 anni	> 50
Dirigenti	0	114	177	0	142	190
Quadri	28	747	755	18	940	850
Impiegati	23.295	13.177	2.601	20.782	15.701	2.981
Operai	17	28	11	21	21	8
Totale	23.340	14.066	3.544	20.821	16.804	4.029

GRI 405-2: Rapporto dello stipendio base delle donne rispetto agli uomini (Almaviva S.p.A.)

Categoria professionale	2024	2025
Dirigenti	0,76	0,81
Quadri	1,00	1,00
Impiegati	1,00	1,01
Operai	-	-
Media totale	0,94	0,95

GRI 405-2: Rapporto della retribuzione base delle donne rispetto agli uomini (Almaviva S.p.A.)

Categoria professionale	2024	2025
Dirigenti	0,76	0,82
Quadri	0,95	0,95
Impiegati	0,99	1,00
Operai	0,00	-
Media totale	0,94	0,95

GRI 406-1: Episodi di discriminazione e azioni correttive adottate

Categoria professionale	2024	2025
N. totale episodi di discriminazione rilevati	7	2
N. episodi esaminati	7	2
Piani di rimedio attuati	7	2
Episodi non più soggetti a provvedimenti	0	-

Ambiente

GRI 302-1: Energia consumata all'interno dell'organizzazione (totale Gruppo Almaviva)⁸

Consumo diretto di combustibile all'interno dell'organizzazione (GJ)	2024	2025
Gasolio	1.627	820
Metano	5.682	18.725
Diesel (flotta auto)	2.034	4.244
Benzina (flotta auto)	3.077	5.353
GPL (flotta auto)	68	38
Metano (flotta auto)	0	0
Energia Elettrica (flotta auto)	255	428
Consumo indiretto di energia elettrica		
Energia elettrica acquistata	172.623	143.937
Consumo energetici totali	185.366	173.545

GRI 305-1: Emissioni dirette di GHG (Scope 1) (totale Gruppo Almaviva)⁹

Emissioni dirette – Scope 1 (tCO ₂ e)	2024	2025
Gasolio	114	57
Metano	289	952
Diesel (flotta auto)	142	297
Benzina (flotta auto)	207	359
GPL (flotta auto)	4	2
Metano (flotta auto)	0	0
Totale Scope 1	756	1.668

GRI 305-2: Emissioni indirette di GHG (Scope 2) (totale Gruppo Almaviva)¹⁰

Emissioni indirette – Scope 2 (tCO ₂ e)	2024	2025
Emissioni da consumi di energia elettrica – Location based	9.051	6.674
Totale – Scope 1 e 2 (Location Based)	9.807	8.342
Emissioni da consumi di energia elettrica – Market based	2.131	2.237
Totale – Scope 1 e 2 (Marked based)	2.887	3.905

⁸ Hanno contribuito tutte le società nel perimetro di rendicontazione, ad eccezione di Wedoo LLC, Almaviva Repubblica Dominicana, Obda Systems, Tivit Colombia, Tivit Perù, Tivit Ecuador.

⁹ Hanno contribuito tutte le società nel perimetro di rendicontazione, ad eccezione di Wedoo LLC, Almaviva Repubblica Dominicana, Obda Systems, Tivit Colombia, Tivit Perù, Tivit Ecuador.

¹⁰ Hanno contribuito tutte le società nel perimetro di rendicontazione, ad eccezione di Wedoo LLC, Almaviva Repubblica Dominicana, Obda Systems, Tivit Colombia, Tivit Perù, Tivit Ecuador.

GRI 305-3: Emissioni indirette di GHG (Scope 3) ¹¹

Categoria emissiva Scope 3 (GHG Protocol) (tCO ₂ e)	2024	2025
Categoria 1 – Purchased goods and services	82.246	46.314
Categoria 2 – Capital goods	2.063	3.070
Categoria 3 – Fuel- and energy-related activities	303	825
Categoria 4 – Upstream transportation and distribution	221	634
Categoria 5 – Waste generated in operations	26	9
Categoria 6 – Business travel	3.565	3.132
Categoria 7 – Employee commuting	14.353	9.194

GRI 306-3: Rifiuti pericolosi e non pericolosi ¹²

Tipologia rifiuti (tonnellate)	2024	2025
Rifiuti generati totali	414	635
Rifiuti pericolosi	75	27
Rifiuti non pericolosi	339	608

GRI 303-3: Prelievi di acque ¹³

Tipologie di scarichi (m3)	2024 Totale	Di cui da aree a stress idrico	2025 Totale	Di cui da aree a stress idrico
Acque sotterranee (pozzo)	2.947	0	1.768	0
Risorse idriche di terze parti (acquedotto)	171.383	51.846	121.936	35.251
Altro (Acque di superficie, di mare o prodotte)	0	0	0	0
Totale	174.330	51.846	123.704	35.251

¹¹ Con riferimento alla riduzione netta del valore totale delle emissioni GHG Scope 3 rispetto al FY2024, si precisa che la variazione è riconducibile principalmente ad affinamenti metodologici introdotti nel calcolo delle emissioni. In particolare, per la categoria più rilevante (Cat. 1 – Purchased Goods & Services) si è adottato un approccio di calcolo basato su dati medi di attività (average-data method) in sostituzione del precedente approccio spend-based, ottenendo una rappresentazione più accurata e aderente alle effettive emissioni del Gruppo. Tale affinamento metodologico ha più che compensato l'incremento delle emissioni derivante dall'ampliamento del perimetro di rendicontazione, che nel FY2025 include anche le società ITERIS e TIVIT, determinando complessivamente la riduzione netta osservata.

¹² Hanno contribuito tutte le società nel perimetro di rendicontazione, ad eccezione di Wedoo LLC, Almagiva Repubblica Dominicana, Almagiva do Brasil, Mabrian Technologies S.L., The Data Appeal Company, Obda Systems, Sistemi Territoriali, Almagiva Digitaltec, TECNAU Transporst Division, Lombardia Gestione, Almagiva de Belgique, Almagiva Russia, Almagiva Egypt, Almagiva Solutions S.A., Tivit Argentina, Tivit Brasile, Tivit Colombia, Tivit Perù, Tivit Ecuador

¹³ Hanno contribuito tutte le società nel perimetro di rendicontazione, ad eccezione di Wedoo LLC, Almagiva Repubblica Dominicana, Obda Systems, Almagiva do Brasil, Almagiva de Belgique, Almagiva Russia, Almagiva Egypt, Lombardia Gestione, Almagiva Solutions S.A., Tivit Argentina, Tivit Brasile, Tivit Chile, Tivit Colombia, Tivit Perù, Tivit Ecuador

6.3 GRI Content Index

Dichiarazione d'uso Almagiva ha presentato una rendicontazione in conformità agli Standard GRI per il periodo 01/01/2025 - 31/12/2025

Utilizzo GRI 1 GRI 1 - Principi Fondamentali - versione 2021

GRI Standard	Numero e descrizione dell'indicatore	Paragrafo	Note e omissioni
Informative Generali			
	2-1 Dettagli organizzativi	1.1 La nostra identità: radici italiane, visione globale	
	2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	1.1 La nostra identità + 6.1 Nota metodologica	
	2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	6.1 Nota metodologica	
	2-4 Revisione delle informazioni	6.1 Nota metodologica	
	2-5 Assurance esterna	6.5 Relazione della Società di Revisione	
	2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business	1.1 La nostra identità + 2.4.2 Analisi di Materialità, catena del valore e stakeholder del Gruppo + 3.2.1 Le Partnership per lo Sviluppo Sostenibile + 3.1.4 Catena di fornitura responsabile	
	2-7 Dipendenti	4.1 Le persone di Almagiva + 6.2 Altri indicatori di performance	
	2-8 Lavoratori non dipendenti	4.1 Le persone di Almagiva + 6.2 Altri indicatori di performance	
	2-9 Struttura e composizione della governance	2.1 Il nostro governo societario + 2.4.1 La strategia e la Governance di Sostenibilità	
	2-10 Nomina e selezione del massimo organo di governo	2.1 Il nostro governo societario	
	2-11 Presidente del massimo organo di governo	2.1 Il nostro governo societario	
	2-12 Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	2.1 Il nostro governo societario + 2.4.1 La strategia e la Governance di Sostenibilità	
	2-13 Delega di responsabilità per la gestione di impatti	2.1 Il nostro governo societario + 2.4.1 La strategia e la Governance di Sostenibilità	
	2-14 Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	2.4.1 La strategia e la Governance di Sostenibilità + 6.1 Nota metodologica	

GRI Standard	Numero e descrizione dell'indicatore	Paragrafo	Note e omissioni
	2-15 Conflitti d'interesse	2.2 L'etica del Gruppo	
	2-16 Comunicazione delle criticità	2.3 Integrità e gestione dei processi + 6.1 Nota metodologica	Non si sono verificate, nel periodo di riferimento, particolari criticità da segnalare
	2-17 Competenze collettive del massimo organo di governo	2.1 Il nostro governo societario + 2.4.1 La strategia e la Governance di Sostenibilità	
	2-18 Valutazione della performance del massimo organo di governo	2.1 Il nostro governo societario	
	2-19 Norme riguardanti le remunerazioni	2.1 Il nostro governo societario	
	2-20 Procedura di determinazione della retribuzione	2.1 Il nostro governo societario	
	2-21 Rapporto di retribuzione totale annuale		Il dato viene omesso per ragioni di confidenzialità
	2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	Lettera agli Stakeholder	
	2-23 Impegno in termini di policy	2.2 L'etica del Gruppo + 2.3 Integrità e gestione dei processi + 2.4.1 La strategia e la Governance di Sostenibilità + 2.4.2 Analisi di Materialità, catena del valore e stakeholder del Gruppo + 2.4.3 Il Piano di Sostenibilità + 4.4.1 Welfare e well-being + 4.4.2 La tutela della salute + 5.1 Approccio alla sostenibilità ambientale + 5.2 Il contenimento delle emissioni	
	2-24 Integrazione degli impegni in termini di policy	2.2 L'etica del Gruppo + 2.3 Integrità e gestione dei processi + 2.4.1 La strategia e la Governance di Sostenibilità + 2.4.2 Analisi di Materialità, catena del valore e stakeholder del Gruppo + 2.4.3 Il Piano di Sostenibilità + 4.4.1 Welfare e well-being + 4.4.2 La tutela della salute + 5.1 Approccio alla sostenibilità ambientale + 5.2 Il contenimento delle emissioni	

GRI Standard	Numero e descrizione dell'indicatore	Paragrafo	Note e omissioni
	2-25 Processi volti a rimediare impatti negativi	2.4.2 Analisi di Materialità, catena del valore e stakeholder del Gruppo + 2.4.3 Il Piano di Sostenibilità + 3.1 Il nostro "ecosistema" sostenibile + 6.1 Nota metodologica	
	2-26 Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	2.3 Integrità e gestione dei processi + 4.2 La centralità delle persone + 4.5 Diversità, inclusione e pari opportunità	
	2-27 Conformità a leggi e regolamenti		Non si sono verificati casi significativi di non conformità a leggi e regolamenti durante il periodo di rendicontazione
	2-28 Appartenenza ad associazioni	3.2.1 Le Partnership per lo Sviluppo Sostenibile	
	2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	2.4.2 Analisi di Materialità, catena del valore e stakeholder del Gruppo	
	2-30 Contratti collettivi	4.2 La centralità delle persone: il nostro People Management + 6.2 Altri indicatori di performance	
Temi materiali			
GRI 3 – Temi materiali (2021)	3-1 Processo di determinazione dei temi materiali	2.4.2 Analisi di Materialità, catena del valore e stakeholder del Gruppo	
	3-2 Elenco di temi materiali	2.4.2 Analisi di Materialità, catena del valore e stakeholder del Gruppo + 6.1 Nota metodologica	
	3-3 Gestione dei temi materiali	2.4.2 Analisi di Materialità, catena del valore e stakeholder del Gruppo	

GRI Standard	Numero e descrizione dell'indicatore	Paragrafo	Note e omissioni
TEMI MATERIALI			
Creazione di valore condiviso			
GRI 3 - Temi materiali (2021)	3-3 Gestione dei temi materiali	2.4.2 Analisi di Materialità, catena del valore e stakeholder del Gruppo + 6.1 Nota metodologica	
GRI 201 - Performance Economiche	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	3.1.1 Il nostro valore condiviso: l'indotto generato e la fiscalità + 6.2 Altri indicatori di performance	
	205-1 Operazioni valutate per i rischi legati alla corruzione	2.3.1 Anticorruzione	
GRI 205 - Anticorruzione	205-2 Comunicazione e formazione su normative e procedure anticorruzione	2.3.1 Anticorruzione	
	205-3 Incidenti confermati di corruzione e misure adottate	2.3.1 Anticorruzione 6.2 Altri indicatori di performance	
GRI 207 - Imposte	207-1 Approccio alle imposte	3.1.1 Il nostro valore condiviso: l'indotto generato e la fiscalità	
	207-2 Governance relativa alle imposte, controllo e gestione del rischio	2.1 Il nostro governo societario + 3.1.1 Il nostro valore condiviso: l'indotto generato e la fiscalità	
Consumi energetici e lotta al cambiamento climatico			
GRI 3 - Temi materiali (2021)	3-3 Gestione dei temi materiali	2.4.2 Analisi di Materialità, catena del valore e stakeholder del Gruppo + 6.1 Nota metodologica	
GRI 302 - Energia	302-1 Consumo di energia interno all'organizzazione	5.2 Il contenimento delle emissioni + 6.2 Altri indicatori di performance	
	305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	5.2 Il contenimento delle emissioni + 6.2 Altri indicatori di performance	
GRI 305 - Emissioni	305-2 Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	5.2 Il contenimento delle emissioni + 6.2 Altri indicatori di performance	
	305-3 Altre emissioni indirette di GHG (Scope 3)	5.2 Il contenimento delle emissioni + 6.2 Altri indicatori di performance	

GRI Standard	Numero e descrizione dell'indicatore	Paragrafo	Note e omissioni
Gestione della risorsa idrica			
GRI 3 – Temi materiali (2021)	3-3 Gestione dei temi materiali	2.4.2 Analisi di Materialità, catena del valore e stakeholder del Gruppo + 6.1 Nota metodologica	
GRI 303 – Acqua e scarichi idrici	GRI 303-3 Gestione della risorsa idrica	5.3.1 Tutela della risorsa idrica + 6.2 Altri indicatori di performance	
Economia circolare dei dispositivi elettronici			
GRI 3 – Temi materiali (2021)	3-3 Gestione dei temi materiali	2.4.2 Analisi di Materialità, catena del valore e stakeholder del Gruppo + 6.1 Nota metodologica	
GRI 306 - Rifiuti	306-1 Generazione di rifiuti e impatti significativi correlati ai rifiuti	5.3.2 Gestione circolare dei rifiuti	
	306-2: Gestione di impatti significativi correlati ai rifiuti	5.3.2 Gestione circolare dei rifiuti	
	306-3 Rifiuti generati	5.3.2 Gestione circolare dei rifiuti + 6.2 Altri indicatori di performance	
	306-4 Rifiuti non conferiti in discarica	5.3.2 Gestione circolare dei rifiuti + 6.2 Altri indicatori di performance	
	306-5 Rifiuti conferiti in discarica	5.3.2 Gestione circolare dei rifiuti + 6.2 Altri indicatori di performance	
Valorizzazione del capitale umano, attrazione dei talenti			
GRI 3 – Temi materiali (2021)	3-3 Gestione dei temi materiali	2.4.2 Analisi di Materialità, catena del valore e stakeholder del Gruppo + 6.1 Nota metodologica + 4.2 La centralità delle persone	
GRI 401 - Occupazione	401-1 Nuove assunzioni e turnover	4.1 Le persone di Almaviva + 4.2 La centralità delle persone: il nostro People Management + 6.2 Altri indicatori di performance	
	401-2 Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno, ma non per i dipendenti part-time o con contratto a tempo determinato	4.2 La centralità delle persone: il nostro People Management + 6.2 Altri indicatori di performance	
GRI 404 - Formazione e istruzione	404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente	4.3 Crescita, formazione e talenti + 6.2 Altri indicatori di performance	
	404-2 Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione	4.3 Crescita, formazione e talenti + 6.2 Altri indicatori di performance	

GRI Standard	Numero e descrizione dell'indicatore	Paragrafo	Note e omissioni
Benessere, salute e sicurezza sul lavoro			
GRI 3 – Temi materiali (2021)	3-3 Gestione dei temi materiali	2.4.2 Analisi di Materialità, catena del valore e stakeholder del Gruppo + 6.1 Nota metodologica + 4.4.2 La tutela della salute	
	403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	4.4.2 La tutela della salute	
	403-2 Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	4.4.2 La tutela della salute	
	403-3 Servizi di medicina del lavoro	4.4.2 La tutela della salute	
GRI 403 - Salute e sicurezza sul lavoro (2018)	403-4 Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	4.4.2 La tutela della salute	
	403-5 Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	4.4.2 La tutela della salute	
	403-6 Promozione della salute dei lavoratori	4.4.2 La tutela della salute	
	403-7 Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	4.4.2 La tutela della salute	
	403-8 Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	4.4.2 La tutela della salute + 6.2 Altri indicatori di performance	
	403-9 Infortuni sul lavoro	4.4.2 La tutela della salute + 6.2 Altri indicatori di performance	
Diversità e inclusione			
GRI 3 – Temi materiali (2021)	3-3 Gestione dei temi materiali	2.4.2 Analisi di Materialità, catena del valore e stakeholder del Gruppo + 6.1 Nota metodologica	
GRI 405 - Diversità e pari opportunità	405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	4.5 Diversità, inclusione e pari opportunità + 6.2 Altri indicatori di performance	
	405-2 Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	4.5 Diversità, inclusione e pari opportunità + 6.2 Altri indicatori di performance	

GRI Standard	Numero e descrizione dell'indicatore	Paragrafo	Note e omissioni
Diritti Umani			
GRI 3 – Temi materiali (2021)	3-3 Gestione dei temi materiali	2.4.2 Analisi di Materialità, catena del valore e stakeholder del Gruppo + 6.1 Nota metodologica + 4.5 Diversità, inclusione e pari opportunità	
GRI 406 - Non discriminazione	406-1 Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	4.5 Diversità, inclusione e pari opportunità + 6.2 Altri indicatori di performance	
GRI 408 – Lavoro minorile	408-1: Attività e fornitori che presentano un rischio significativo di episodi di lavoro minorile	4.5 Diversità, inclusione e pari opportunità + 3.1.4 Catena di fornitura responsabile + 6.2 Altri indicatori di performance	Per il 2025 il dato relativo ad attività/fornitori che presentano un rischio significativo di episodi di lavoro minorile è pari a zero.
Catena di fornitura responsabile			
GRI 3 -Temi materiali (2021)	3-3 Gestione dei temi materiali	2.4.2 Analisi di Materialità, catena del valore e stakeholder del Gruppo + 6.1 Nota metodologica + 3.1.4 Catena di fornitura responsabile	
GRI 308 - Valutazione ambientale dei fornitori	308 -1 Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali	3.1.4 Catena di fornitura responsabile + 6.2 Altri indicatori di performance	
GRI 414 - Valutazione sociale dei fornitori	414-1 Nuovi fornitori che sono stati selezionati utilizzando criteri sociali	3.1.4 Catena di fornitura responsabile + 6.2 Altri indicatori di performance	
Privacy dei clienti			
GRI 3 – Temi materiali (2021)	3-3 Gestione dei temi materiali	2.4.2 Analisi di Materialità, catena del valore e stakeholder del Gruppo + 6.1 Nota metodologica + 2.3.3 Protezione dei dati e Cybersecurity	
GRI 418 - Privacy dei clienti	418-1 Fondati reclami riguardanti violazioni della privacy dei clienti e perdita di loro dati	2.3.3 Protezione dei dati e cybersecurity	
Innovazione			
GRI 3 – Temi materiali (2021)	3-3 Gestione dei temi materiali	2.4.2 Analisi di Materialità, catena del valore e stakeholder del Gruppo + 6.1 Nota metodologica	

GRI Standard	Numero e descrizione dell'indicatore	Paragrafo	Note e omissioni
901 - Custom	901-2 – Transizione digitale responsabile	3.2 Ricerca e sviluppo per l'innovazione digitale	
Topic standards GRI non associati a temi materiali			
GRI 206 Comportamento anticoncorrenziale	206-1 Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche	2.3.1 Anticorruzione 6.2 Altri indicatori di performance	
Indicatori non GRI non associati a temi materiali			
	901-1 Business continuity	2.3.2 Continuità del business	
901 - Custom	901-3 Conflict minerals	2.3 Integrità e gestione dei processi	

6.4 Template Tassonomia Europea

Quota di fatturato, spese in conto capitale (CapEx), derivante da prodotti o servizi associati ad attività economiche ammissibili alla tassonomia o allineate alla tassonomia (valori in €k).

Esercizio finanziario 2025										
KPI	Totale	Quota di attività ammissibili alla tassonomia	Attività allineate alla tassonomia	Quota di attività allineate alla tassonomia	Ripartizione per obiettivi ambientali delle attività allineate alla tassonomia					
					CCM	CCA	WTR	CE	PPC	BIO
Testo	EUR	%	EUR	%	0%	0%	0%	%	%	%
Fatturato	1.559.802,00	22,1%	-	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Capex	139.773,00	6,9%	-	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Opex	-	-	-	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

KPI Tassonomia europea (fatturato)

Attività economiche	Codice	KPI ammissibile alla tassonomia	KPI allineato alla tassonomia	KPI allineato alla tassonomia	Obiettivi ambientali delle attività allineate alla tassonomia						Attività abilitante	Attività di transizione	Quota allineata alla tassonomia sul totale ammissibile alla tassonomia
					CCM	CCA	WTR	CE	PPC	BIO			
Testo		%	EUR	%	%	%	%	%	%	%			%
Fabbricazione e installazione (e relativi servizi) delle tecnologie di controllo delle perdite che consentono di ridurre e prevenire le perdite nei sistemi per la fornitura di acqua	WTR 1.1	4,8%	-	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	E	-	0%
Infrastrutture per il trasporto ferroviario	CCM 6.14	17,2%	-	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	E	-	0%
Elaborazione dei dati, hosting e attività connesse	CCM 8.1	0,1%	-	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	-	T	0%
Somma allineamento per obiettivo					0	0	0	0	0	0	0	0	0%
Totale Fatturato		22,1%											

Quota di attività abilitanti	Quota di attività di transizione	Attività non valutate considerate non rilevanti	Attività allineate alla tassonomia nell'esercizio finanziario precedente (N-1)	Quota di attività allineate alla tassonomia nell'esercizio finanziario precedente (N-1)
%	%	%	EUR	%
0%	0%	0%	-	-
0%	0%	0%	-	-
0%	0%	0%	-	-

KPI Tassonomia europea (Capex)

Attività economiche	Codice	KPI ammissibile alla tassonomia	KPI allineato alla tassonomia	KPI allineato alla tassonomia	Obiettivi ambientali delle attività allineate alla tassonomia						Attività abilitante	Attività di transizione	Quota allineata alla tassonomia sul totale ammissibile alla tassonomia
					CCM	CCA	WTR	CE	PPC	BIO			
Testo		%	EUR	%	%	%	%	%	%	%			%
Fabbricazione e installazione (e relativi servizi) delle tecnologie di controllo delle perdite che consentono di ridurre e prevenire le perdite nei sistemi per la fornitura di acqua	WTR 1.1	3,2%	-	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	E	-	0%
Infrastrutture per il trasporto ferroviario	CCM 6.14	3,7%	-	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	E	-	0%
Elaborazione dei dati, hosting e attività connesse	CCM 8.1	0,0%	-	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	-	T	0%
Somma allineamento per obiettivo					0	0	0	0	0	0	0	0	0%
Totale Capex		6,9%											

6.5 Tabella di riconciliazione GRI-ESRS

La presente tabella riporta la riconciliazione tra gli Standard GRI secondo i quali è stato redatto il presente documento e gli Standard ESRS di futura applicazione.

Per ciascun tema materiale del Gruppo Almaviva, la tabella stabilisce un legame di interoperabilità tra le disclosure GRI e il Disclosure Requirement ESRS ai sensi dell'*Interoperability Index GRI-ESRS** pubblicata, già dal 2023, in collaborazione tra la Global Reporting Initiative e l'European Financial Reporting Advisory Group.

* Fonte disponibile al seguente link: https://www.globalreporting.org/media/z2vmxbks/gri-standards-and-esrs-draft-interoperability-index_20231130-final.pdf

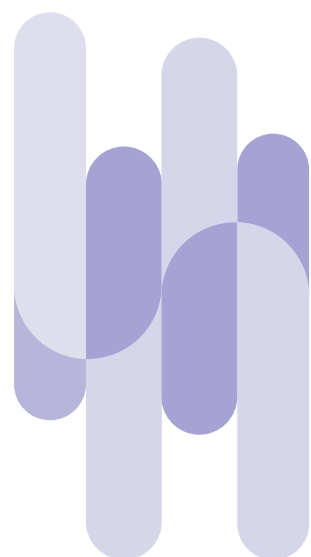
TEMI MATERIALI	DISCLOSURE GRI	DR ESRS
Creazione di valore condiviso	GRI 3-3: Gestione dei temi materiali	ESRS 2 Dichiarazioni generali ESRS 2 SBM-1* §40 (e); SBM-3 §48 (c) i and (c) iv; MDR-P, MDR-A, MDR-M, and MDR-T ESRS S1 Forza lavoro propria ESRS S1 S1-2 §27; S1-4* §39 and AR 40 (a); S1-5* §47 (b) to (c) ESRS S2 Lavoratori nella catena del valore ESRS S2 S2-2* §22; S2-5* §42 (b) to (c) ESRS S4 Consumatori e utenti finali ESRS S4 S4-2* §20; S4-5* §41 (b) to (c)
	GRI 201-1: Valore economico direttamente generato e distribuito	<i>KPI non direttamente riconciliabile ad un DR</i>
	GRI 205-1: Operazioni valutate per determinare i rischi relativi alla corruzione	ESRS G1 Condotta delle imprese ESRS G1 G1-3* §AR 5
	GRI 205-2: Comunicazione e formazione su normative e procedure anticorruzione	ESRS G1 Condotta delle imprese ESRS G1 G1-3* §20, §21 (b) and (c) and §AR 7 and 8
	GRI 205-3: Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	ESRS G1 Condotta delle imprese ESRS G1 G1-4 §25
	GRI 207-1: Approccio alle imposte	<i>KPI non direttamente riconciliabile ad un DR</i>
Consumi energetici e lotta al cambiamento climatico	GRI 3-3: Gestione dei temi materiali	ESRS E1 Cambiamento climatico ESRS E1 E1-2* §25 (c) to (d).
	GRI 302-1: Consumo di energia interno all'organizzazione	ESRS E1 Cambiamento climatico ESRS E1 E1-5 §37; §AR 32 (a), (c), (e) and (f)
	GRI 305-1: Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	ESRS E1 Cambiamento climatico ESRS E1 E1-6* §44 (a); §46; §50; §AR 25 (b) and (c); §AR 39 (a) to (d); §AR 40; AR §43 (c) to (d)
	GRI 305-2: Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	ESRS E1 Cambiamento climatico ESRS E1 E1-6* §44 (b); §46; §49; §50; §AR 25 (b) and (c); §AR 39 (a) to (d); §AR 40; §AR 45 (a), (c), (d), and (f)
	GRI 305-3: Altre emissioni indirette di GHG (Scope 3)	ESRS E1 Cambiamento climatico ESRS E1 E1-6 §51; §AR 25 (b) and (c); §AR 39 (a) to (d); §AR 46 (a) (i) to (k)

TEMI MATERIALI	DISCLOSURE GRI	DR ESRS
Economia circolare dei dispositivi elettronici	GRI 3-3: Gestione dei temi materiali	ESRS E5 Uso delle risorse ed economia circolare ESRS E5 §AR 7 (a); E5-1* §12; E5-2* §17; E5-3* §21
	GRI 306-1: Generazione di rifiuti e impatti significativi correlati ai rifiuti	ESRS 2 Dichiarazioni generali ESRS 2 SBM-3* §48 (a), (c) ii and iv; ESRS E5*
	GRI 306-2: Gestione di impatti significativi correlati ai rifiuti	ESRS E5 Uso delle risorse ed economia circolare ESRS E5 E5-2* §17 and §20 (e) and (f); E5-5* §40 and §AR 33 (c)
	GRI 306-3: Rifiuti generati	ESRS E5 Uso delle risorse ed economia circolare ESRS E5 E5-5* §37 (a), §38 to §40
	GRI 306-4: Rifiuti non conferiti in discarica	ESRS E5 Uso delle risorse ed economia circolare ESRS E5 E5-5* §37 (b), §38 and §40
	GRI 306-5: Rifiuti conferiti in discarica	ESRS E5 Uso delle risorse ed economia circolare ESRS E5 E5-5* §37 (c), §38 and §40
Valorizzazione del capitale umano, attrazione dei talenti	GRI 3-3: Gestione dei temi materiali	ESRS S1 Forza lavoro propria ESRS S1 S1-1 §17; §20 (c); S1-2 §27; S1-4* §38; §39; §AR 40 (a); S1-5* §44; §47 (b) to (c) ESRS S2 §11 (c); S2-1* §14; §17 (c); S2-2* §22; S2-5* §39, §42 (b) and (c)
	GRI 401-1: Nuove assunzioni e turnover	ESRS S1 Forza lavoro propria ESRS S1 S1-6 §50 (c)
	GRI 401-2: Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno	ESRS S1 Forza lavoro propria ESRS S1 S1-11* §74; §75; SAR 75
	GRI 404-1: Ore medie di formazione annua per dipendente	ESRS S1 Forza lavoro propria ESRS S1 S1-13* §83 (b) and §84
	GRI 404-2: Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti	ESRS S1 Forza lavoro propria ESRS S1 S1-1 §AR 17 (h)
Benessere, salute e sicurezza sul lavoro	GRI 3-3: Gestione dei temi materiali	ESRS S1 Forza lavoro propria ESRS S1 S1-1 §17; §20 (c); S1-2 §27; S1-4* §38; §39; §AR 40 (a) ESRS S2 Lavoratori nella catena del valore ESRS S2 §11 (c); S2-1* §14; §17 (c); S2-2* §22; S2-5* §39, §42 (b) and (c)

TEMI MATERIALI	DISCLOSURE GRI	DR ESRS
Benessere, salute e sicurezza sul lavoro	GRI 403-1: Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	ESRS S1 Forza lavoro propria ESRS S1 S1-1 §23
	GRI 403-2: Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	ESRS S1 Forza lavoro propria ESRS S1 S1-3 §32 (b) and §33
	GRI 403-3: Servizi di medicina del lavoro	ESRS S1 Forza lavoro propria ESRS S1 S1-2 §25, §27 (e) and §28 ESRS S2 Lavoratori nella catena del valore ESRS S2 S2-2* §20, §22 (e) and §23
	GRI 403-4: Partecipazione e consultazione dei lavoratori	ESRS S1 Forza lavoro propria ESRS S1 S1-2 §25, §27 (e) and §28 ESRS S2 Lavoratori nella catena del valore ESRS S2 S2-2* §20, §22 (e) and §23
	GRI 403-5: Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	ESRS S1 Forza lavoro propria ESRS S1 S1-2 §25, §27 (e) and §28 ESRS S2 Lavoratori nella catena del valore ESRS S2 S2-2* §20, §22 (e) and §2
	GRI 403-6: Promozione della salute dei lavoratori	ESRS S1 Forza lavoro propria ESRS S1 S1-2 §25, §27 (e) and §28 ESRS S2 Lavoratori nella catena del valore ESRS S2 S2-2* §20, §22 (e) and §2
	GRI 403-7: Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza	ESRS S1 Forza lavoro propria ESRS S1 S1-1 §23 ESRS S2 Lavoratori nella catena del valore ESRS S2 S2-4* §32 (a)
	GRI 403-8: Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza	ESRS S1 Forza lavoro propria ESRS S1 S1-14* §88 (a); §90
	GRI 403-9: Infortuni sul lavoro	ESRS S1 Forza lavoro propria ESRS S1 S1-4*, §38 (a); S1-14* §88 (b) and (c); §AR 82
Diversità e inclusione	GRI 3-3: Gestione dei temi materiali	ESRS S1 Forza lavoro propria S1-1 §17; §20 (c); S1-2 §27; S1-4* §38; §39; §AR 40 (a); S1-5* §44; §47 (b) and (c) ESRS 2 Dichiarazioni generali ESRS S2 §11 (c); S2-1* §14; §17 (c); S2- 2* §22; S2-4* §32; §33 (a) and (b); §36; §AR 33; §AR 36 (a); S2-5* §39, §42 (b) and (c)

TEMI MATERIALI	DISCLOSURE GRI	DR ESRS
Diversità e inclusione	GRI 405-1: Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	ESRS 2 Dichiarazioni generali ESRS 2 GOV-1* §21 (d); ESRS S1 Forza lavoro propria ESRS S1 S1-6 §50 (a); S1-9 §66 (a) to (b); S1-12* §79
	GRI 405-2: Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	ESRS S1 Forza lavoro propria ESRS S1 S1-16* §97 and §98
Diritti Umani	GRI 3-3: Gestione dei temi materiali	ESRS S1 Forza lavoro propria ESRS S1 S1-2 §27; S1-4* §38; §39; §AR 40 (a); S1-5* §44; §47 (b) and (c) ESRS S2 Lavoratori nella catena del valore ESRS S2 §11 (c); S2-1* §14; §17 (c); S2-2* §22; S2-5* §39, §42 (b) and (c); ESRS S4 Consumatori e utilizzatori finali ESRS S4 §10 (b); S4-1* §13; §16 (c); S4-2* §20; S4-5* §38; §41 (b) and (c)
	GRI 408-1: Attività e fornitori che presentano un rischio significativo di episodi di lavoro minorile	ESRS S1 Forza lavoro propria ESRS S1 §14 (g); S1-1 §22 ESRS S2 Lavoratori nella catena del valore ESRS S2 §11 (b); S2-1* §18
Catena di fornitura responsabile	GRI 3-3: Gestione dei temi materiali	ESRS G1 Condotta delle imprese ESRS G1 G1-2* §12 and §15 (a)
	GRI 308-1: Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali	ESRS G1 Condotta delle imprese ESRS G1 G1-2* §15 (b)
	GRI 414-1: Nuovi fornitori che sono stati selezionati utilizzando criteri sociali	ESRS G1 Condotta delle imprese ESRS G1 G1-2* §15 (b)
Privacy dei clienti	GRI 3-3: Gestione dei temi materiali	ESRS S4 Consumatori e utenti finali ESRS S4 §10 (b); S4-1* §13 and §16 (c); S4-2* §20; S4-5* §38, §41 (b) and (c)
Innovazione	GRI 3-3: Gestione dei temi materiali	<i>KPI non direttamente riconciliabile ad un DR</i>
	901-2: Transizione digitale responsabile	<i>KPI non direttamente riconciliabile ad un DR</i>

* Si noti che, nei casi evidenziati, non tutti i Datapoint del relativo Disclosure Requirement (DR) ESRS risultano coperti dai contenuti dell'attuale reporting package.



6.6 Relazione della Società di Revisione



EY S.p.A.
Via Lombardia, 31
00187 Roma

Tel: +39 06 324751
Fax: +39 06 324755504
ey.com

Relazione della società di revisione indipendente sul "Bilancio di Sostenibilità 2025"

Al Consiglio di Amministrazione di
Almaviva S.p.A.

Siamo stati incaricati di effettuare un esame limitato ("*limited assurance engagement*") del Bilancio di Sostenibilità 2025 di Almaviva S.p.A. e delle sue controllate (di seguito anche "Il Gruppo Almaviva" o il "Gruppo") relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2025 (di seguito anche "Bilancio di Sostenibilità").

L'esame da noi svolto non si estende alle informazioni contenute nel paragrafo "Tassonomia EU" del capitolo "2.4.4 Verso la CSRD" e nel capitolo "6.4 Template Tassonomia Europea" del Bilancio di Sostenibilità del Gruppo.

Responsabilità degli Amministratori per il Bilancio di Sostenibilità

Gli Amministratori di Almaviva S.p.A. sono responsabili per la redazione del Bilancio di Sostenibilità in conformità ai "*Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards*" definiti dal GRI - *Global Reporting Initiative* ("GRI Standards"), come descritto nella sezione "Nota metodologica" e con riferimento alla selezione di GRI Standards indicati nella sezione "GRI Content Index" del Bilancio di Sostenibilità.

Gli Amministratori sono altresì responsabili per quella parte del controllo interno da essi ritenuta necessaria al fine di consentire la redazione di un Bilancio di Sostenibilità che non contenga errori significativi dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali.

Gli Amministratori sono inoltre responsabili per la definizione degli obiettivi del Gruppo in relazione alla performance di sostenibilità, nonché per l'identificazione degli *stakeholder* e degli aspetti significativi da rendicontare.

Indipendenza della società di revisione e controllo della qualità

Siamo indipendenti in conformità ai principi in materia di etica e di indipendenza dell'*International Code of Ethics for Professional Accountants (including International Independence Standards)* (IESBA Code) emesso dall'*International Ethics Standards Board for Accountants*, basato su principi fondamentali di integrità, obiettività, competenza e diligenza professionale, riservatezza e comportamento professionale.

La nostra società di revisione applica il Principio internazionale sulla gestione della qualità (ISQM Italia) 1 in base al quale è tenuta a configurare, mettere in atto e rendere operativo un sistema di gestione della qualità che includa direttive o procedure sulla conformità ai principi etici, ai principi professionali e alle disposizioni di legge e regolamentari applicabili.

Responsabilità della società di revisione

È nostra la responsabilità di esprimere, sulla base delle procedure svolte, una conclusione circa la conformità del Bilancio di Sostenibilità rispetto a quanto richiesto dai GRI Standards, con riferimento alla selezione di GRI Standards indicati nella sezione "GRI Content Index" del Bilancio di Sostenibilità.

EY S.p.A.
Sede Legale: Via Meravigli, 12 – 20123 Milano
Sede Secondaria: Via Lombardia, 31 – 00187 Roma
Capitale Sociale Euro 3.000.000 i.v.
Iscritta alla S.O. del Registro delle Imprese presso la CCIAA di Milano Monza Brianza Lodi
Codice fiscale e numero di iscrizione 00434000584 - numero R.E.A. di Milano 606158 - P.IVA 00891231003
Iscritta al Registro Revisori Legali al n. 70945 Pubblicato sulla G.U. Suppl. 13 - IV Serie Speciale del 17/2/1998

A member firm of Ernst & Young Global Limited



Il nostro lavoro è stato svolto secondo i criteri indicati nel principio *"International Standard on Assurance Engagements ISAE 3000 (Revised) - Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information"* (di seguito anche *"ISAE 3000 Revised"*), emanato dall'*International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB)* per gli incarichi di *limited assurance*.

Tale principio richiede la pianificazione e lo svolgimento di procedure al fine di acquisire un livello di sicurezza limitato che il Bilancio di Sostenibilità non contenga errori significativi.

Pertanto, il nostro esame ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quella necessaria per lo svolgimento di un esame completo secondo l'*ISAE 3000 Revised* (*"reasonable assurance engagement"*) e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di tale esame.

Le procedure svolte sul Bilancio di Sostenibilità si sono basate sul nostro giudizio professionale e hanno compreso colloqui, prevalentemente con il personale del Gruppo responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nel Bilancio di Sostenibilità, nonché analisi di documenti, ricalcoli ed altre procedure volte all'acquisizione di evidenze ritenute utili.

In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:

1. analisi del processo di definizione dei temi rilevanti rendicontati nel Bilancio di Sostenibilità, con riferimento alle modalità di analisi e comprensione del contesto di riferimento, identificazione, valutazione e prioritizzazione degli impatti effettivi e potenziali e alla validazione interna delle risultanze del processo;
2. comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario riportati nei paragrafi "3.1.1 Il nostro valore condiviso: l'indotto generato e la fiscalità" e "6.2 Indicatori di performance" del Bilancio di Sostenibilità e i dati e le informazioni incluse nel Bilancio Consolidato del Gruppo;
3. comprensione dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione delle informazioni qualitative e quantitative significative incluse nel Bilancio di Sostenibilità.

In particolare, abbiamo svolto interviste e discussioni con il personale della Direzione di Almaviva S.p.A. e abbiamo svolto limitate verifiche documentali, al fine di raccogliere informazioni circa i processi e le procedure che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni di carattere non finanziario alla funzione responsabile della predisposizione del Bilancio di Sostenibilità.

Inoltre, per le informazioni significative, tenuto conto delle attività e delle caratteristiche del Gruppo:

- a livello di Gruppo
 - a) con riferimento alle informazioni qualitative contenute nel Bilancio di Sostenibilità abbiamo effettuato interviste e acquisito documentazione di supporto per verificarne la coerenza con le evidenze disponibili;
 - b) con riferimento alle informazioni quantitative, abbiamo svolto sia procedure analitiche che limitate verifiche per accertare su base campionaria la corretta aggregazione dei dati.
- per Almaviva S.p.A., che abbiamo selezionato sulla base delle attività e del contributo agli indicatori di prestazione, abbiamo effettuato incontri in presenza nel corso dei quali ci siamo



confrontati con i responsabili e abbiamo acquisito riscontri documentali su base campionaria circa la corretta applicazione delle procedure e dei metodi di calcolo utilizzati per gli indicatori.

Conclusioni

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che il Bilancio di Sostenibilità del Gruppo Almaviva relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2025 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dai GRI Standards come descritto nella sezione "Nota metodologica" e con riferimento alla selezione di GRI Standards indicati nella sezione "GRI Content Index" del Bilancio di Sostenibilità.

Le nostre conclusioni sopra riportate non si estendono alle informazioni contenute nel paragrafo "Tassonomia EU" del capitolo "2.4.4 Verso la CSRD" e nel capitolo "6.4 Template Tassonomia Europea" del Bilancio di Sostenibilità del Gruppo.

Roma, 06 agosto 2026

EY S.p.A.

Mauro Ottaviani
(Revisore Legale)

EY S.p.A.
Sede Legale: Via Meravigli, 12 – 20123 Milano
Sede Secondaria: Via Lombardia, 31 – 00187 Roma
Capitale Sociale Euro 3.000.000 i.v.
Iscritta alla S.O. del Registro delle Imprese presso la CCIAA di Milano Monza Brianza Lodi
Codice fiscale e numero di iscrizione 00434000584 - numero R.E.A. di Milano 606158 - P.IVA 00891231003
Iscritta al Registro Revisori Legali al n. 70945 Pubblicato sulla G.U. Suppl. 13 - IV Serie Speciale del 17/2/1998

A member firm of Ernst & Young Global Limited

Sede legale e uffici

Via di Casal Boccone, 188-19
00137 Roma
C.F./P.IVA 08450891000

Investor Relations

tel. (+39) 06.39931

almaviva.it

investor.relations@almaviva.it



Almaviva



@almaviva.italia

Concept & Design

Inarea Strategic Design

Luglio 2026

