

3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING



4 QUALITY EDUCATION



5 GENDER EQUALITY



6 CLEAN WATER AND SANITATION



# Bilancio di Sostenibilità

Esercizio fiscale 2022/2023

7 AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY



8 ECONOMIC GROWTH



9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE



10 REDUCED INEQUALITIES



11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES



12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION



13 CLIMATE ACTION



17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS



**PhotoSi**  
stampa le tue emozioni

# indice

Bilancio di Sostenibilità

**Lettera agli stakeholder** **3**

**Dalle origini al futuro** **4**

## 01

### Introduzione

1.1 Informazione sulla società e sulle sue attività **5**

1.2 Vision e mission della società **7**

1.3 La missione della società per la Sostenibilità **9**

1.4 Metodologie e standard utilizzati **9**

1.5 Termini e definizioni **10**

1.6 Riferimenti normativi e fonti utilizzate **10**

## 02

### Informazioni sul contesto

2.1 Analisi del contesto interno ed esterno in cui opera la società **11**

2.2 Identificazione degli stakeholder e delle loro esigenze e aspettative **15**

## 03

### Struttura organizzativa e Governance

3.1 La Governance della società **17**

3.2 Strategia e modello di business **18**

3.3 Cultura, politica e obiettivi della società **19**

3.4 Descrizione dei processi di Governance per la Sostenibilità **19**

## 04

### Materialità

4.1 Descrizione del processo per l'analisi di materialità **20**

4.2 Analisi di materialità per la società e gli stakeholder **20**

4.3 Descrizione degli aspetti e impatti ambientali, sociali e finanziari significativi **27**

4.4 Identificazione degli obiettivi e delle strategie per gestire gli aspetti significativi che possono generare impatti **29**

## 05

### Struttura delle prestazioni

5.1 Obiettivi e programmi rilevanti per la Sostenibilità **31**

## 06

### Monitoraggio e controllo operativo

6.1 Due diligence sulla sostenibilità **33**

6.2 Sistemi di controllo interno e di gestione dei rischi **34**

6.3 KPI e prestazioni ambientali, sociali e di Governance **35**

6.4 Gestione dei rapporti con la catena del valore **36**

6.5 Contributi, corruzione, concussione e sostegno alla politica **36**

6.6 Riconoscimenti e premi ricevuti **37**

## 07

### Ambiente

7.1 Politica e obiettivi ambientali della società **38**

7.2 Aspetti e impatti ambientali delle attività, prodotti e servizi **40**

7.3 Utilizzo delle risorse e metriche **41**

## 08

### Persone

8.1 Politica, processi e obiettivi della società per la dignità e il rispetto delle persone **42**

8.2 Impatti sui dipendenti e processi di miglioramento **42**

8.3 Metriche relative al personale interno **44**

**C**on grande entusiasmo presentiamo il primo Bilancio di Sostenibilità di PhotoSi, simbolo tangibile del nostro profondo impegno verso un futuro in cui ogni gesto riflette la nostra dedizione al benessere del pianeta e delle future generazioni.

Questo documento non è soltanto una formalità, è la narrazione di un percorso intrapreso con determinazione e visione, volto a integrare la Sostenibilità tra i pilastri fondamentali della nostra cultura aziendale.

L'esercizio fiscale 2022/2023 si è rivelato un test di tenacia e resilienza. In un contesto globale segnato da conflitti, da un incremento dei costi energetici e dall'inflazione, PhotoSi ha navigato attraverso queste acque turbolente con coraggio e tenacia, superando le avversità e crescendo in maniera significativa.

I ricavi della società hanno superato i 42 milioni di euro, con una crescita maggiore del 15% rispetto all'anno precedente, ottimo risultato confermato dal EBITDA (importante indicatore di redditività) incrementato di circa il 60% e quindi pari a 6.707.499 €.

La capacità di adattarsi e reagire con rapidità a un contesto esterno imprevedibile è caratteristica che la società aveva già dimostrato durante il periodo del Covid, quando aveva velocemente deciso di concentrare l'attività sul canale diretto B2C. In questo modo PhotoSi non solo ha saputo rispondere efficacemente alle sfide immediate, ma ha anche consolidato le scelte strategiche. Attualmente, la società ha definito un chiaro piano di sviluppo e una visione orientata al futuro che abbracciano sia il canale B2C sia quello B2B.

I risultati raggiunti non sono casuali, bensì

frutto dell'adozione di una Governance rigorosa, dell'instancabile impegno del nostro personale, della fiducia nel nostro marchio, di un modello di business resiliente e di relazioni solide e durature con i nostri partner.

Tuttavia, è evidente che le sfide che si profilano all'orizzonte richiedono un rinnovato e più intenso impegno verso la creazione di un futuro sempre più sostenibile.

Nel nostro cammino di crescita e trasformazione PhotoSi si affida alla solidità e alla passione del suo team. Ogni giorno ci impegniamo ad alimentare lo spirito di innovazione e la passione che caratterizzano la nostra comunità da generazioni. Il nostro impegno va oltre le attività quotidiane, si traduce in una missione per sviluppare una cultura aziendale basata su fiducia, passione, miglioramento continuo, coraggio, opportunità e gestione innovativa delle risorse e del capitale umano. Cerchiamo di creare un ambiente in cui ogni talento possa prosperare e contribuire alla visione aziendale ispirandoci anche all'analisi di materialità, che ha evidenziato i fattori più rilevanti identificati dai nostri stakeholder interni ed esterni.

La nostra attenzione alle persone si estende e permea ogni aspetto della nostra catena del valore. Ci impegniamo a mantenere elevati standard di sicurezza e riconoscere i diritti umani e lavorativi non solo all'interno della nostra azienda ma anche in tutta la rete dei nostri partner e fornitori. In questo contesto risulta fondamentale evidenziare la soddisfazione dei nostri clienti e il nostro rapporto con la comunità.

Nel corso dell'esercizio 2022/2023, grazie alla nostra app abbiamo raggiunto un traguardo eccezionale: 181.000 recensioni,

con una valutazione media di 4.8 su 5. Questo indicatore non solo riflette l'alta qualità del nostro servizio, ma è il segno tangibile del gradimento e della fiducia dei nostri clienti.

Anche l'ultima ricerca Nielsen attesta che la soddisfazione dei clienti nei nostri confronti è significativamente migliorata.

Questi risultati sono per noi motivo di grande orgoglio, in quanto confermano l'efficacia del nostro impegno e della nostra dedizione nel cogliere e superare le aspettative dei clienti. La loro soddisfazione è e rimarrà sempre al centro delle nostre strategie e del nostro agire quotidiano.

Quanto al nostro legame con la comunità, tra le iniziative di spicco promosse nel 2023 possiamo citare il supporto alla Croce Rossa Italiana e all'Agenzia per la Sicurezza Territoriale durante l'alluvione in Emilia Romagna, il contributo a Medici Senza Frontiere per l'emergenza in Turchia e Siria, la donazione al reparto di oncematologia pediatrica di AROP, nonché la collaborazione con ZeroCO2 per la compensazione delle emissioni.

Il nostro impegno verso gli aspetti ESG si è concretizzato anche attraverso l'adozione di Ecomate, una piattaforma per la valutazione della Sostenibilità, l'installazione di un impianto fotovoltaico per ridurre le emissioni di CO2 e lo sviluppo di un programma di welfare aziendale flessibile e supportivo per i nostri lavoratori.

L'anno prossimo rafforzeremo la Governance attraverso l'adozione di un modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ai sensi del D.Lgs. 231/01.

In questi ultimi anni abbiamo integrato pienamente la Sostenibilità nella nostra vision aziendale. Siamo consapevoli della necessità di fare la nostra parte

in un percorso lungo e complesso, che rappresenta l'unico modo per fare impresa oggi, assicurare il nostro impegno quotidiano e rafforzare il rapporto con la comunità.

In questo momento di riflessione, desidero esprimere un ringraziamento sentito a ogni persona e partner di PhotoSi. Grazie al vostro incessante impegno, alla vostra passione e dedizione, possiamo continuare a servire i nostri clienti con eccellenza, tracciare percorsi di successo nel mondo degli affari e coltivare comunità che rappresentano il vero cuore pulsante della nostra identità aziendale.

Il nostro primo Bilancio di Sostenibilità è la testimonianza di ciò che insieme abbiamo realizzato e la promessa di tutto ciò che insieme costruiremo.

Andrea Mainetti  
**CEO PhotoSi**



## La nostra storia



### Storia

PhotoSi inizia il suo viaggio nel 1973 come Foto Roma, fornendo servizi di stampa h24 ai fotografi della riviera adriatica. Grazie alle competenze fotografiche della famiglia Mainetti l'azienda amplia presto i suoi orizzonti con la nascita di Mainetti snc nel 1979 a Riccione, puntando ad allargare l'offerta di servizi oltre la stagione estiva.

Nel 1980 l'ingresso di Andrea Mainetti, figlio del fondatore Basilio, porta un vento di cambiamento e una cultura manageriale che permette all'azienda di raggiungere una copertura regionale. Questo percorso di crescita apre le strade verso la trasformazione in Suprem srl nel 1988 e al lancio del marchio PhotoSi nel 1990, con un'ambizione che guardava già al mercato internazionale.

Dal 1980 al 1993 la crescita interna vede un'impennata nella produzione, passando da 100.000 a 2,5 milioni di rullini sviluppati

all'anno. Nel 1994 l'acquisizione di due laboratori a Mestre e Roma consolida la posizione di Suprem come leader nel settore fotografico italiano per volumi e copertura geografica.

Nel 2001 l'azienda unisce le forze con altre tre realtà regionali e diventa Fincolor Group, uno dei giganti europei della stampa fotografica analogica. Tuttavia, la transizione al digitale vissuta in quegli anni porta sfide finanziarie che nel 2005 costringono Fincolor Group a chiudere l'attività.

Non volendo che trent'anni di esperienza e know-how venissero perduti, nel 2006 Andrea Mainetti e gli storici collaboratori Walter Montanari, Catia Bronzetti, Alberto Cofrancesco e Arrigo Lepri fondano PhotoSi srl.

Gli obiettivi della nuova società sono chiari: operare nel mercato della stampa digitale tramite il canale dei fotonegozianti

e rivolgersi direttamente al consumatore finale con il marchio PhotoSi, proponendo due nuovi prodotti: i FotoLibri e i FotoCalendari digitali.

Ma c'è di più: è forte la volontà di espandersi nel mercato della stampa professionale B2B con il nuovo marchio Album Epoca.

Nel 2008 l'azienda lavora su due fronti: lancia il sito photosi.com e introduce il software MyComposer permettendo ai clienti di ordinare online e ritirare in negozio; allo stesso tempo lancia la sua prima collezione di album di design Album Epoca in Europa e negli Stati Uniti riscontrando un grande successo nel mondo della fotografia professionale. Dal 2010 al 2018 PhotoSi arricchisce il suo catalogo prodotti con Biglietti, Gadget, Stampe su tela, FotoQuadri e consolida la sua presenza digitale con lo sviluppo dell'app PhotoSi, pubblicata nella sua

prima versione nel 2012 e oggi tradotta in cinque lingue.

L'apertura del primo punto vendita diretto nel 2016 e la creazione di una rete di 700 punti vendita affiliati segnano l'espansione nel retail.

Durante la pandemia, con la chiusura forzata dei punti vendita, PhotoSi si attiva in pochissimo tempo per rafforzare il servizio di consegna dei prodotti a domicilio, business che cresce fino a rappresentare il 75% del fatturato.

Nel 2023 PhotoSi ha raggiunto un fatturato di oltre 42 milioni di euro e accoglie nella compagine societaria Manuel Mainetti.

Nel 2024 introduce l'intelligenza artificiale nella creazione dei suoi prodotti, avvia un piano di internazionalizzazione e pubblica il primo Bilancio di Sostenibilità, segnando un nuovo capitolo nella sua storia di innovazione e crescita sostenibile.

## 1.1

### Informazioni sulla società e sulle sue attività

[ESRS 1-5.1] [GRI 2 [2-6]]

PhotoSi S.p.A è un'importante realtà italiana del settore fotografico specializzata nelle stampe digitali, tra i più importanti attori a livello nazionale e internazionale, che a oggi ha fidelizzato più di 3 milioni di clienti.

Uno dei segreti del successo di PhotoSi consiste nel costante processo di innovazione aziendale che ha permesso di adeguarsi e anticipare le richieste del mercato, con prodotti in grado di soddisfare le esigenze della clientela.

### Organigramma aziendale

PhotoSi è una società di capitali in cui la partecipazione dei soci è espressa in azioni. L'azienda è dotata di Consiglio di Amministrazione composto da 5 persone:

**Mainetti Andrea** - Presidente del CdA (Legale Rappresentante)

**Bronzetti Catia** - Consigliera delegata

**Montanari Walter** - Consigliere delegato

**Cofrancesco Alberto** - Consigliere delegato

**Mainetti Manuel** - Consigliere delegato

Il CdA ha i più ampi poteri ai fini dell'amministrazione ordinaria e straordinaria dell'azienda, con la capacità di attuare gli indirizzi di governo.

PhotoSi è soggetta al controllo di una società di revisione indipendente.

L'azienda possiede un sistema di responsabilità che coinvolge funzioni aziendali con autonomia gestionale.

L'organigramma aziendale ha diverse aree di operatività, che fanno capo a funzioni apicali che si occupano della loro gestione e organizzazione.

Ogni mese le funzioni apicali producono un report che monitora rischi, opportunità e andamento delle attività.

L'analisi degli impatti, positivi e negativi, contribuisce all'analisi della strategia aziendale e alle azioni conseguenti per garantire la business continuity e ridurre o eliminare eventuali criticità.

### I prodotti principali di PhotoSi sono:

- Stampe
- FotoLibri e Album foto
- FotoQuadri
- Calendari
- Prodotti fotografici per la casa e l'arredo
- FotoRegali
- Biglietti e inviti

Il prodotto maggiormente richiesto è la Stampa amatoriale (fino al 13x)

Mercato	Canale	Fatturato AF 2023	% su totale
Italia	B2C	32.649.542 €	75,99%
Estero	B2C	1.007.897 €	2,35%
Italia	Album Epoca	2.068.150 €	4,81%
Estero	Album Epoca	867.916 €	2,02%
Italia	B2B	6.370.764 €	14,83%
<b>Totale</b>		<b>42.964.269 €</b>	

## Ambiente

La nostra azienda si impegna a ridurre l'impatto ambientale delle operazioni. Di seguito, i dettagli sulle stime delle emissioni di CO2 generate dalle nostre attività di spedizione e le azioni intraprese per la loro compensazione.

### Dati sulle spedizioni

- Numero medio di spedizioni annue gestite: 1.355.000 (suddivisi in B2B Italia, B2C Italia, B2B AE estero, B2C estero)
- Peso medio dei pacchi: maggioranza nella fascia 0-5 Kg
- Distanza media di spedizione: 946 km

### Metodologia di calcolo

In collaborazione con ZeroCO2 abbiamo sviluppato un modello per quantificare le emissioni totali derivanti dalle nostre consegne considerando numero di spedizioni, mezzo di trasporto, peso dei pacchi e distanza percorsa.

### Risultati emissioni di CO2

Totale emissioni CO2 per il 2023: 536,21 tonnellate.

### Azione di compensazione

Per neutralizzare tale impatto, abbiamo fatto piantare 1.280 alberi in collaborazione con iniziative di riforestazione in Guatemala. Ciascun albero assorbe in media 450 kg di CO2.

### Chiusura/Impegno futuro

Continueremo a monitorare, ridurre e compensare le nostre emissioni di CO2, impegnandoci in un percorso sostenibile per il futuro del nostro pianeta.

N° di stampe fotografiche prodotte nel 2023

**86.903.169**

Fatturato commerciale anno fiscale 2023:

**42,964 MIL**

## Valori che guidano ogni nostra scelta

### Miglioramento continuo

Il miglioramento continuo è la ricerca del problema, la cura del dettaglio, l'idea che tutto può essere migliorato, la ricerca continua di metriche che evidenziano potenziali rischi, il coraggio dell'innovazione, il rifiuto del proprio ego.

### Fiducia

La fiducia è dare e ricevere chiarezza, perché dove non c'è chiarezza non ci può essere fiducia. Questa fiducia deve essere conquistata e riaffermata ogni giorno.

### Passione

La passione si misura attraverso l'intensità delle nostre azioni di ogni giorno. È l'energia che diamo agli altri in modo naturale, grazie a un motore che pulsa in ogni battito del nostro cuore. La passione si misura da cosa facciamo quando siamo stanchi, da come reagiamo dopo una sconfitta, da come ci comportiamo dopo un errore, dopo un infortunio, dopo un gesto sleale che ha rischiato di farci perdere tutto. Dopo tutto questo, se la voglia di continuare è ancora più forte di prima, allora sappiamo che quello che proviamo per ciò che facciamo è "passione".

### Coraggio

Il coraggio è la capacità di affrontare la paura o l'incertezza, agendo con determinazione, forza e fiducia.

N° dipendenti

**180**

% assunti a tempo indeterminato

**92,7**



## 1.2

### Mission e vision della società

[SDGs]

**Mission:** rendere facile e divertente la personalizzazione di prodotti fotografici di qualità, ideali per regalare un'emozione e raccontare la propria storia.

In PhotoSì vogliamo rendere il processo di personalizzazione dei prodotti fotografici non solo semplice ma anche divertente, trasformando ogni creazione in un'esperienza unica. Ci impegniamo a offrire prodotti di alta qualità che non siano solo oggetti, ma veri e propri vettori di emozioni, perfetti per raccontare storie personali e regalare momenti indimenticabili.

In un mondo in cui l'espressione personale e la condivisione delle proprie esperienze sono diventate fondamentali, crediamo fortemente nel potere della personalizzazione. Ogni persona ha una storia da raccontare, ricordi da condividere, momenti da celebrare. E cosa c'è di più bello che poterlo fare attraverso un prodotto fotografico creato su misura? La facilità d'uso è al centro di tutto ciò che facciamo. Attraverso piattaforme e-commerce efficienti e un'app intuitiva guidiamo i nostri clienti passo dopo passo nella creazione dei loro prodotti, rendendo il processo accessibile a tutti, indipendentemente dalla propria esperienza o abilità tecnica. Ma non ci fermiamo qui: vogliamo anche che questo processo sia divertente. Perché la creazione di qualcosa di così personale e significativo dovrebbe essere un'esperienza gioiosa, un'opportunità per rivivere i ricordi più cari mentre si dà vita a un prodotto unico.



La qualità è un altro pilastro fondamentale della nostra mission. Utilizziamo solo i migliori materiali e le tecnologie di stampa più avanzate per garantire che ogni prodotto non solo racconti una storia, ma lo faccia in modo splendido. I nostri prodotti sono pensati per durare nel tempo, permettendo alle emozioni e ai ricordi di essere condivisi e ammirati per anni a venire.

In PhotoSì vogliamo rendere la personalizzazione dei prodotti fotografici un'esperienza straordinaria. Siamo qui per aiutare i nostri clienti a trasformare le loro fotografie in regali che toccano il cuore o in capolavori personali che narrano storie uniche.

Infine, aspiriamo a essere leader nel mercato dei regali fotografici e della narrazione personale, estendendo il nostro impatto oltre i confini nazionali per abbracciare un pubblico europeo. Siamo determinati a guidare l'industria con innovazione, eccellenza e una forte cultura di ownership, assicurando che ogni team contribuisca in maniera significativa al nostro successo collettivo.

La nostra missione include anche un impegno profondo verso la Sostenibilità, mirando a ridurre le emissioni e a promuovere un utilizzo responsabile delle risorse.

**Vision:** consentire alle persone di rivivere e celebrare le emozioni della propria vita grazie alla stampa fotografica

La nostra vision è semplice ma profondamente significativa: vogliamo rendere possibile per tutti rivivere e celebrare le emozioni più belle della propria vita attraverso la stampa fotografica. In un mondo sempre più digitale, dove le immagini scorrono veloci su schermi luminosi, noi crediamo nel valore tangibile e intramontabile di una fotografia stampata.

La fotografia ha il potere unico di catturare non solo immagini, ma momenti, emozioni, ricordi. Una foto stampata non è semplicemente un'immagine: è un ponte verso un momento passato, una chiave che apre cassetti pieni di ricordi, sorrisi, lacrime di gioia. È tenere in mano un pezzo della propria storia, è avere la possibilità di condividere un'emozione senza tempo, è un invito a fermarsi un attimo, in un'epoca in cui tutto sembra correre troppo velocemente.

Noi di PhotoSì ci impegniamo a fornire soluzioni di stampa fotografica all'avanguardia, che combinano la qualità eccellente con la facilità d'uso, permettendo a chiunque di trasformare i propri ricordi digitali in tesori fisici. Che si tratti di un FotoLibro per commemorare un viaggio indimenticabile, di una stampa da regalare a chi si ama o di un quadro per decorare la propria casa, il nostro obiettivo è di rendere la magia della



fotografia accessibile a tutti.

Perseguendo questa vision, non solo offriamo un servizio, ma contribuiamo a costruire un mondo in cui i momenti preziosi vengono conservati e celebrati, dove ogni foto stampata può diventare un'eredità emotiva da passare alle generazioni future. In PhotoSì crediamo che rivivere e celebrare le proprie emozioni non sia solo un desiderio, ma un diritto: il diritto di tenere stretti i propri ricordi, il diritto di sorridere di fronte a una foto, il diritto di sentirsi connessi con chi siamo stati, con chi siamo e con chi saremo.

Ecco perché la nostra missione va oltre la semplice stampa di fotografie: siamo qui per creare ponti tra passato e presente, per colorare di emozioni il futuro, per ricordare a tutti che, in fondo, sono i piccoli momenti a fare la grande storia della nostra vita. Con PhotoSì ogni fotografia stampata è un tassello di quel meraviglioso mosaico chiamato vita, un invito a fermarsi, a guardare indietro con affetto e a guardare avanti con speranza.

PhotoSi ha già intrapreso un percorso di Sostenibilità, ancora prima di avviare la prima rendicontazione non finanziaria.

Raggruppando gli elementi materiali all'interno degli SDG, questi sono gli obiettivi che caratterizzano gli impegni aziendali.



**3** Welfare aziendale, benessere dei dipendenti, basse condizioni di stress lavorativo, questionari interni per la soddisfazione dei dipendenti



**7** Impianto fotovoltaico, colonnina ricarica veicoli



**5** Rispetto della parità retributiva di genere, 50% del personale dipendente è donna



**8** Progetti per la conciliazione vita-lavoro



**6** Attenzione ai consumi idrici e applicazione dei sistemi a basso consumo. Gestione delle acque nel processo produttivo



**9** Investimento su Cybersecurity, investimenti su R&D



**12** Packaging monomateriale e riciclabile, con certificazione FSC



**13** Compensazione della CO2 nei trasporti



**17** Collaborazione con scuole, università e territorio per obiettivi

Fondazione Cetacea Riccione



Associazione Riminese Oncoematologia Pediatrica



## 1.3

### La missione della società per la Sostenibilità

[ESRS 1-1.2] [GRI 3 [3-3]]

PhotoSì ha intrapreso un percorso di Sostenibilità caratterizzato da una solida Governance, essenziale per integrare e orientare le nuove direttive aziendali. Riconoscendo l'importanza di un processo di valore condiviso, abbiamo iniziato coinvolgendo le figure chiave nella comprensione e nell'adozione dei principi dell'Agenda ONU2030, un'iniziativa che crescerà nel tempo fino a permeare ogni livello dell'azienda.

Ci impegniamo a sviluppare una strategia di miglioramento aziendale che sia tangibile, misurabile e allineata agli obiettivi commerciali, estendendosi anche alla nostra catena del valore. Questo include l'integrazione di modelli organizzativi e gestionali avanzati, nonché sistemi e procedure per monitorare l'impatto ambientale e potenziare la nostra competitività e posizionamento nel mercato.

Nel 2023, abbiamo avviato un'ambiziosa iniziativa di Sostenibilità, mirata non solo a comunicare le nostre azioni ma a gestire il tema con una consapevolezza e una strutturazione maggiori. Ciò comporta la pianificazione strategica di obiettivi e azioni future, tenendo conto anche del contesto esterno all'azienda, in linea con la nostra mission e vision.

Questo percorso ha preso il via con un'analisi iniziale di materialità, seguita dall'identificazione degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile pertinenti (SDGs) e dalla definizione di una strategia di Sostenibilità concreta e mirata.

## 1.4

### Metodologie e standard utilizzati

[ESRS 1-1-1.1 6.1 6.4 7.1 7.2] [GRI 1 [1-4] [1-5]]

Il primo Bilancio di Sostenibilità di PhotoSì evidenzia l'impegno che l'azienda ha intrapreso nell'adottare un modello di business più sostenibile e la volontà di mettersi a nudo nei confronti delle parti interessate, mostrando le azioni portate avanti durante l'ultimo bilancio di esercizio.

I dati ambientali, sociali ed economici riportati nel report, permettono di comprendere come l'azienda stia evolvendo, quali sono i risultati e qual è l'impatto generato sia sull'azienda che nel contesto di riferimento.

Il documento è stato redatto, pur non essendo obbligato, utilizzando le nuove metriche introdotte dalla direttiva (UE) 2022/2464, gli ESRS elaborati dall'EFRAG.

Gli ESRS specificano le informazioni che un'impresa deve comunicare in merito ai suoi impatti, rischi e opportunità sostanziali in relazione alle questioni di Sostenibilità ambientale, sociale e di Governance.

Le informazioni comunicate conformemente agli ESRS consentono ai fruitori della dichiarazione sulla Sostenibilità di comprendere gli impatti rilevanti dell'impresa sulle persone e sull'ambiente e gli effetti rilevanti delle questioni di Sostenibilità sullo sviluppo, sui risultati e sulla situazione dell'impresa.

Nel redigere la dichiarazione sulla Sostenibilità, PhotoSì ha applicato le caratteristiche qualitative fondamentali di pertinenza, rappresentazione fedele, comparabilità, verificabilità e comprensibilità.

Il perimetro di rendicontazione dei dati e delle informazioni si riferisce a PhotoSì. Il Bilancio di Sostenibilità verrà redatto con cadenza annuale, il cui esercizio fiscale decorre da novembre a ottobre, attraverso il coinvolgimento delle funzioni apicali aziendali.

## 1.5

### Termini e definizioni

[Appendice A di ogni ESRS]

Il presente bilancio, elaborato su base volontaria da parte di PhotoSi, rappresenta il primo report di Sostenibilità della società.

Si è scelto di utilizzare le modalità introdotte con gli ESRS per descrivere il Bilancio di Sostenibilità e acquisire una rappresentazione più fedele e paragonabile con gli stakeholder. Questa metodologia verrà implementata nei bilanci successivi, costituendo il documento di riferimento per le performance di Sostenibilità di PhotoSi.

ESRS: principi europei di rendicontazione di Sostenibilità. Descrivono le informazioni che un'impresa deve comunicare in merito ai suoi impatti, rischi e opportunità sostanziali in relazione alle questioni di sostenibilità ambientale, sociale e di Governance.

GRI: Global Reporting Initiative. Metriche adottate per la redazione dei bilanci di sostenibilità prima degli ESRS.

Impatti: si riferisce agli impatti positivi e negativi collegati alla Sostenibilità della società e sono individuati attraverso una valutazione della rilevanza dell'impatto (analisi di materialità).

Rischi e opportunità: si riferiscono ai rischi e alle opportunità che gravitano attorno alla società, con particolare riferimento ai temi ambientali, sociali e di Governance

ESG: Environmental, Social & Governance. Sono le 3 sfere della sostenibilità che raggruppano le informazioni per categorie omogenee.

Stakeholder: portatori di interesse. Tutte le parti interessate coinvolte nell'analisi di materialità.

Analisi di materialità: matrice che definisce i temi rilevanti per la società e per gli stakeholder, definendo le priorità di intervento.

## 1.6

### Riferimenti normativi e fonti utilizzate

[ESRS 1-5.2] [GRI 1 [1-3] [1-4]]

- Direttiva UE 2022/2464
- Regolamento delegato UE 2023/2772
- <https://www.globalreporting.org>
- <https://asvis.it>
- <https://sdgcompass.org>

## 2.1

### Analisi del contesto interno ed esterno in cui opera la società

[ESRS 2 - SBM1 SBM2 SBM3] [GRI 2 [2-22, 2-29] GRI 3 [3-1]]

PhotoSi ha sviluppato un'analisi interna ed esterna per individuare i temi strategici, che definiscono la cornice operativa dell'analisi di materialità con l'obiettivo di far emergere gli elementi chiave della strategia generale dell'impresa che influenzano le questioni di Sostenibilità,

nonché gli elementi chiave del modello aziendale e della catena del valore dell'impresa, in maniera tale da fornire una comprensione della sua esposizione agli impatti, ai rischi e alle opportunità e della loro origine.

Da gennaio 2023 il servizio di assistenza clienti ha gestito le seguenti richieste di assistenza da parte di clienti italiani, per i quali è stata valutata la soddisfazione:

Numero richieste gestite	Clienti B2C	Clienti B2B	Clienti AE
Telefonate	23.761	6.801	214
E-mail	148.977	6.801	7.714
Chat	14.828	2.864	1.450
Percentuale media di clienti che hanno risposto al questionario	Clienti B2C	Clienti B2B	Clienti AE
Assistenza valutata	23,68%	20,86%	13,88%
Percentuale di soddisfazione	tra il 21% e il 28%	tra il 10% e il 16%	tra il 7% e il 18%

### Valutazione B2C

Metrica	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno	luglio	agosto	settembre	ottobre	novembre	dicembre
% punteggio di soddisfazione	79,28%	77,85%	78,30%	79,84%	77,43%	76,65%	74,11%	78,95%	79,97%	75,00%	81,47%	73,09%
% punteggio di soddisfazione negativa	20,72%	22,15%	21,70%	20,16%	22,57%	23,35%	25,89%	21,05%	20,03%	21,85%	18,53%	26,91%

### Valutazione B2B

Metrica	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno	luglio	agosto	settembre	ottobre	novembre	dicembre
% punteggio di soddisfazione	78,57%	100,00%	64,29%	100,00%	85,71%	100,00%	100,00%	80,00%	50,00%	75,00%	44,44%	40,00%
% punteggio di soddisfazione negativa	21,43%	0,00%	35,71%	0,00%	14,29%	0,00%	0,00%	20,00%	50,00%	25,00%	55,56%	60,00%

### Valutazione Album Epoca

Metrica	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno	luglio	agosto	settembre	ottobre	novembre	dicembre
% punteggio di soddisfazione	100,00%	90,48%	100,00%	90,48%	89,47%	88,89%	100,00%	80,00%	83,33%	73,33%	90,00%	84,62%
% punteggio di soddisfazione negativa	0,00%	9,52%	0,00%	9,52%	10,53%	11,11%	0,00%	20,00%	16,67%	26,67%	10,00%	15,38%

## Scenario economico di riferimento

Mercato	Canale	Fatturato AF 2023	% su totale
Italia	B2C	32.649.542 €	75,99%
Estero	B2C	1.007.897 €	2,35%
Italia	Album Epoca	2.068.150 €	4,81%
Estero	Album Epoca	867.916 €	2,02%
Italia	B2B	6.370.764 €	14,83%
<b>Totale</b>		<b>42.964.269 €</b>	

N° di dipendenti per area geografica al 31.10.2023

**nord**  
**159**

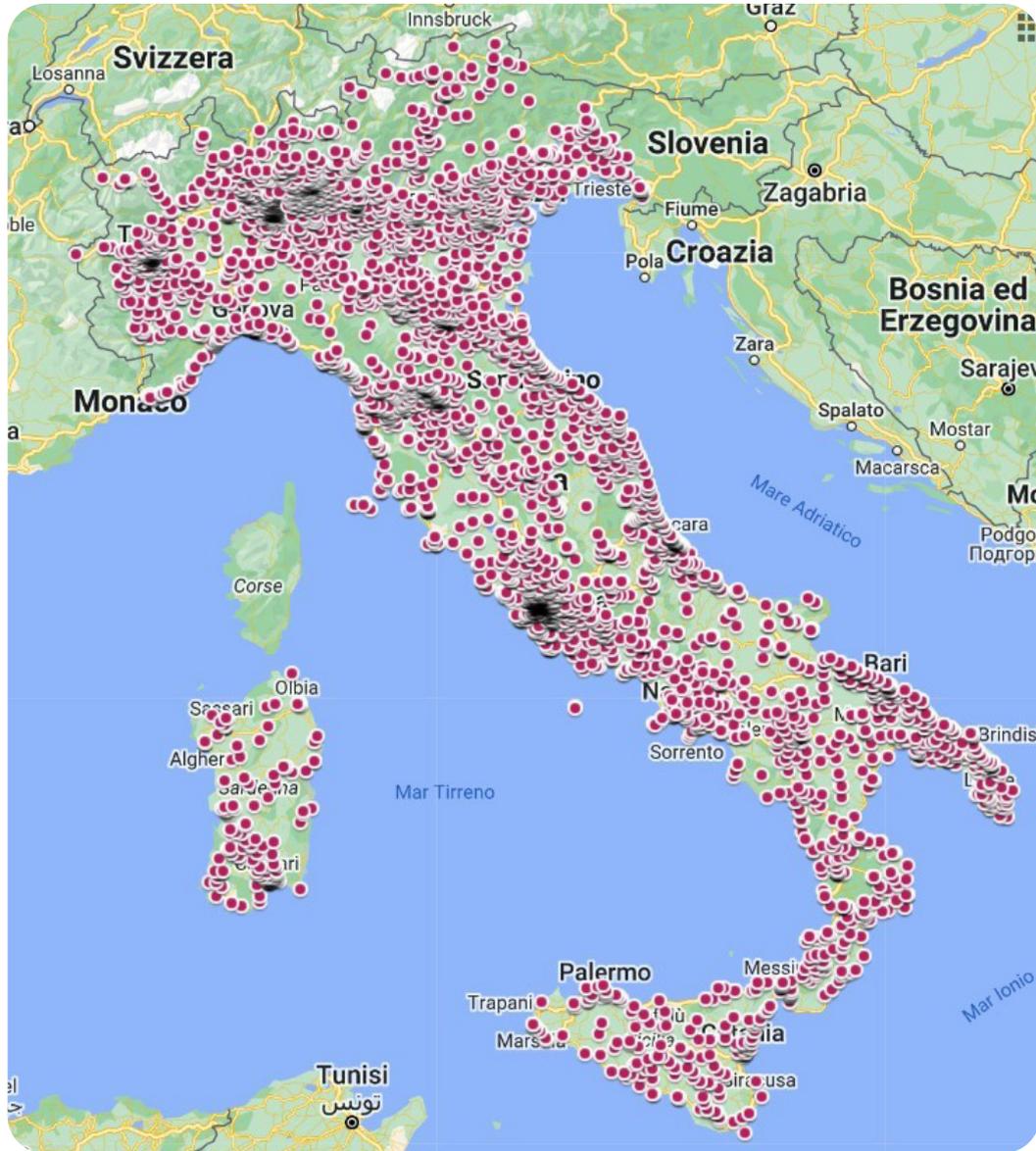
**centro**  
**17**

**sud**  
**4**

## Obiettivo di risposta al cliente

	% presa live PhotoSi	MAIL B2C	% presa live PhotoSi	MAIL B2B consumer
<b>Anno fiscale 2022/2023</b>	B2C KPI 70% live	tempi medio risposta Interazioni (SLA) KPI <4 ore	GDO KPI 70% live	tempi medio risposta Interazioni KPI <4 ore
Ottobre	88,39%	98,00%	95,94%	98,09%
Settembre	92,31%	79,95%	84,00%	99,26%
Agosto	89,16%	90,73%	92,55%	97,22%
Luglio	89,06%	97,35%	91,67%	97,94%
Giugno	90,37%	97,01%	91,67%	98,90%
Maggio	86,66%	95,14%	96,21%	97,46%
Aprile	86,66%	95,14%	96,21%	97,46%
Marzo	86,66%	95,14%	96,21%	97,46%
Febbraio	86,66%	95,14%	96,21%	97,46%
Gennaio	89,42%	97,79%	96,38%	98,98%
Dicembre	73,70%	92,30%	73,00%	97,24%
Novembre	84,81%	96,70%	88,03%	90,33%
<b>Indicatore media SLA</b>	<b>86,99%</b>	<b>94,20%</b>	<b>91,51%</b>	<b>97,32%</b>

## Punti vendita PhotoSi Italia



Fotonegozianti

**4.667**

di cui Official Dealer

**217**

GDO

**2.311**

### Il valore generato da PhotoSì e la sua redistribuzione

Il valore economico generato consiste nella capacità di una società di produrre ricchezza durante il suo esercizio. La ricchezza prodotta remunera tutti coloro che, in base alle differenti interazioni hanno legami con la società e hanno generato risorse, ma anche beni o servizi, oppure programmi di pubblica utilità (incluse le ricadute sociali), cui la società ha aderito.

Per il primo Bilancio di Sostenibilità, la quota di ricchezza che PhotoSì ha distribuito agli stakeholder è del 91,2%.

Il valore economico generato ha superato i 43 milioni di euro, con un incremento del 15% rispetto all'esercizio precedente, prevalentemente riconducibile ai maggiori ricavi registrati nelle vendite.

La ricchezza distribuita, che supera i 39 milioni di euro e corrisponde al 91,2% del valore economico è stata distribuita nel seguente modo:

- per il 70% circa i fornitori di beni e servizi
- per il 17% circa i lavoratori di PhotoSì.

### Il 91 % del valore generato distribuito agli stakeholder

	Anno fiscale 2022/2023	
Totale valore economico generato	43.547.751 €	100%
Costi operativi	30.786.680 €	70,7%
Remunerazione del personale	7.628.497 €	17,5%
Capitale di credito	93.686 €	0,2%
Imposte e tasse	1.079.876 €	2,5%
Donazioni e contributi ad associazioni	130.091 €	0,3%
Totale valore economico redistribuito agli stakeholder	39.781.830 €	91,2%

#### Analisi del contesto di riferimento

PhotoSì ha eseguito un benchmark tramite una piattaforma preesistente per valutare l'importanza di specifici elementi materiali nel proprio settore. Questo passo ha permesso di affinare la comprensione del paesaggio in cui l'azienda opera e di identificare i fattori critici per il successo e la Sostenibilità nel contesto di mercato attuale.

#### Analisi interna

Abbiamo condotto un'analisi dettagliata delle attività e dei progetti intrapresi da PhotoSì, mirando a delineare le priorità strategiche e a valutare il loro impatto sulla Sostenibilità aziendale. Questo processo interno ha consentito di riflettere sulla nostra performance attuale e di individuare aree di potenziale miglioramento e innovazione.

#### Individuazione dei temi rilevanti

L'analisi del contesto esterno e interno ha aiutato a individuare i temi materiali essenziali per PhotoSì. Questo ha permesso di allineare le iniziative e le strategie aziendali con gli aspetti più rilevanti e impattanti per il nostro settore, garantendo che le risorse siano concentrate sulle aree di massima importanza.

#### Ricerca dei portatori di interesse

Il processo ha incluso un'attenta selezione degli stakeholder rappresentativi di PhotoSì lungo la catena del valore. Questo ha consentito non solo di comprendere meglio le aspettative e le necessità legate alla Sostenibilità da parte di chi interagisce direttamente o indirettamente con l'azienda, ma anche di promuovere un dialogo costruttivo e di integrare queste prospettive nel nostro percorso di Sostenibilità.

## 2.2

### Identificazione degli stakeholder e delle loro esigenze e aspettative

[ESRS 2 - SBM1 SBM2 SBM3] [GRI 2 [2-22, 2-29] GRI 3 [3-1]]

I risultati del processo di stakeholder engagement consentono di individuare le priorità all'interno della matrice di materialità, intersecando la significatività degli impatti di PhotoSi con quella riconosciuta dagli stakeholder coinvolti.

I temi materiali inclusi all'interno della matrice sono quelli sui quali viene riconosciuto il maggior grado di attenzione e interesse da parte dell'azienda e dei portatori di interesse coinvolti.

### Stakeholder coinvolti

#### Esterni (15)

- Fujifilm Holdings Corporation
- Imaging Solution
- Poste Italiane - SDA
- Fustelgraf
- Fedrigoni S.p.A
- Coop Italia
- Esselunga S.p.A.
- Associazioni di Categoria Confindustria Rimini
- Banca Nazionale del Lavoro (BNL)
- HP Inc
- Wind 3
- Studio Gnudi
- Comune Riccione
- Fondazione Cetacea Onlus. Riccione
- Arop reparto pediatria di Rimini

#### Interni (16)

- **Andrea Mainetti**  
(CEO) - (CdA)
- **Catia Bronzetti**  
(CFO) - (CdA)
- **Alberto Cofrancesco**  
(Head of Supply Chain Officer) - (CdA)
- **Manuel Mainetti**  
(Head of Business B2C) - (CdA)
- **Alessandro Musto**  
(CTO)
- **Cristina Coscia**  
(HR)
- **Marco Mainetti**  
(HSE)
- **Erika Cavezzale**  
(Legal)
- **Walter Montanari**  
(CdA)
- **Camporesi Monica**  
(RLS)
- **Michele Amori**  
(CIO - COO)
- **Lucio Carboni**  
(Head of Business B2B)
- **Pablo Rodriguez**  
(Digital Product Owner)
- **Eleonora Ragnetti**  
(Product Owner)
- **Serena Cesco**  
(Content Factory Manager)
- **Camilla Magnani**  
(Head of Customer Service)

#### Quantità risposte

Abbiamo ricevuto 15 risposte dagli stakeholder interni e 7 risposte da quelli esterni, ovvero il 70% degli invii. Queste risposte hanno determinato gli elementi di ingresso per l'analisi di materialità.

#### Tempi risposte

È stato fornito un tempo di 14 giorni per gli stakeholder interni e 21 per gli stakeholder esterni.

#### Qualità delle risposte

Non abbiamo riscontrato risposte incoerenti, serietà anche sulle risposte aperte.

## Creazione dei questionari online

Sono stati creati dei questionari in base all'analisi del profilo aziendale e ai goal dell'Agenda ONU 2030 maggiormente significativi.

### Questionario stakeholder interni

Tre questionari divisi per ambito ESG. Tempo di svolgimento totale: circa 20 minuti.

### Questionario stakeholder esterni

Un unico questionario diviso a sua volta in tre sezioni per ambito ESG. Tempo di svolgimento: 5 minuti.

I questionari erano correlati tra loro per garantire la sovrapposibilità e validità delle informazioni.

Analisi di Materialità

**Governance**

**Economia**

La qualità del tuo lavoro influenza la crescita della tua azienda?

1   2   3   4   5

Poco                  Molto

Quanto è importante analizzare i seguenti rischi nella tua azienda? (1-poco, 5-molto)

	1	2	3	4	5
Eventi naturali	<input type="radio"/>				
Conflitti geopolitici	<input type="radio"/>				
Conflitti sindacali	<input type="radio"/>				
Finanziari	<input type="radio"/>				
Sicurezza digitale	<input type="radio"/>				
Sicurezza sul luogo di lavoro	<input type="radio"/>				
Corruzione	<input type="radio"/>				
Rispetto delle leggi	<input type="radio"/>				

Analisi di Materialità

**Ambiente**

**Tutela delle risorse**

Conosci l'Agenda ONU 2030 e i suoi obiettivi?

1   2   3   4   5

Non la conosco                  La conosco bene

Quanto reputi importante: (1-poco, 5-molto)

	1	2	3	4	5
Riduzione plastica monouso (usa e getta)	<input type="radio"/>				
Porre attenzione al consumo d'acqua	<input type="radio"/>				
Garantire una buona qualità dell'acqua emessa dallo stabilimento	<input type="radio"/>				
Rispettare gli adempimenti normativi sulla tutela dell'ambiente	<input type="radio"/>				
Contrastare i cambiamenti climatici riducendo le	<input type="radio"/>				

Analisi di Materialità

**Sociale**

**Etica professionale**

Quanto ti senti rispettato nel tuo luogo di lavoro?

1   2   3   4   5

Poco                  Molto

I tuoi diritti in qualità di persona e di lavoratore quanto sono rispettati?

1   2   3   4   5

Poco                  Molto

Ti sarebbe utile un welfare aziendale?

Sì

No

In che misura riterresti utili questi servizi di welfare aziendali? (1-poco utile, 5-molto utile)

	1	2	3	4	5
Sanitari	<input type="radio"/>				
Formativi	<input type="radio"/>				
Sportivi e di benessere	<input type="radio"/>				

## 3.1

### La Governance della società

[ESRS 2 - GOV 1] [GRI 2 [2-9, 2-10, 2-12, 2-13, 2-17]]

PhotoSi è sempre rimasta ancorata alle sue radici e al suo territorio.

Uno dei “mantra” della società è quello di sostenere il territorio in cui si vive attraverso:

- il consolidamento dei livelli occupazionali e una crescita sostenibile del capitale umano;
- vicinanza e prossimità alle comunità locali per creare collaborazioni;
- garanzia di business e valore condiviso.

Donne nel Cda  
(1 su 5)

**20%**

Membri indipendenti  
del Cda (1 su 5)

**30-50 anni - 1  
>50 anni - 4**

Percorso di adozione  
Modello 231

**obiettivo  
2024 in corso**

Membri indipendenti  
del Cda (1 su 5)

**20%**

Dati su remunerazione  
Cda o Ceo

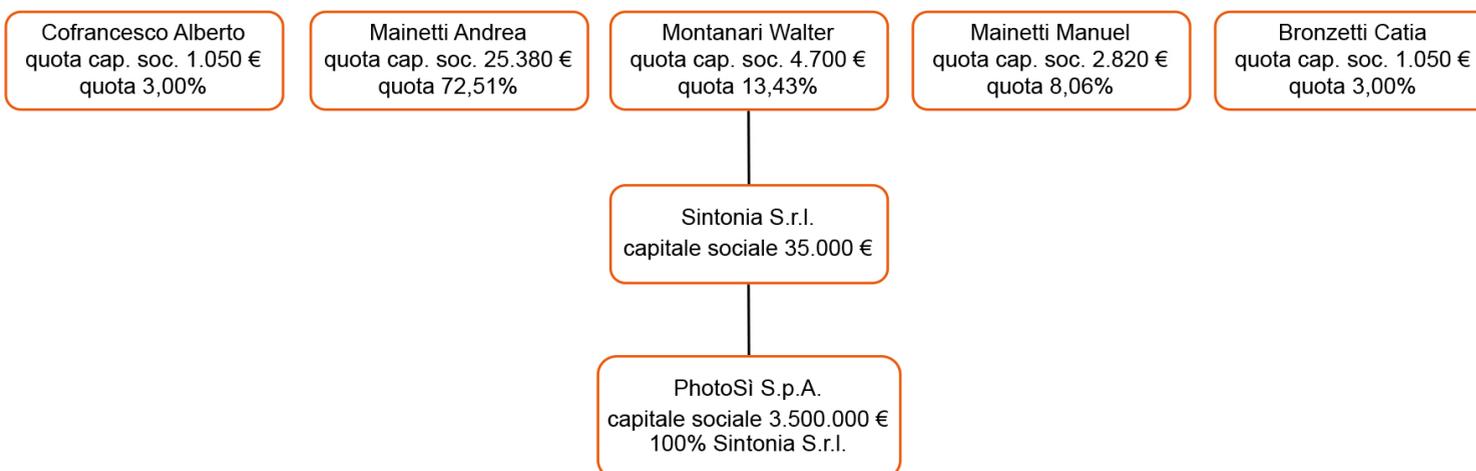
**75%**

Il sistema di Governance di PhotoSi è orientato al perseguimento del successo dell'impresa che oggi amplia gli orizzonti integrando la Sostenibilità nella vision aziendale. In questo modo, genera valore per gli azionisti in un orizzonte di medio-lungo periodo con un adeguato bilanciamento e riconoscimento di tutti le parti interessate.

La struttura di Governance è quella prevista dall'ordinamento italiano, che ferme le attribuzioni riservate ai sensi di legge e dello Statuto dell'Assemblea, attribuisce la gestione strategica e operativa della società al Consiglio di Amministrazione e la funzione di vigilanza al Collegio Sindacale.

La revisione legale dei conti è svolta dalla società di revisione: BDO Italia S.p.a. con sede a Bologna.

### Organigramma con Assemblea degli Azionisti di PhotoSi al 31.10.2023



### Principali competenze dei consiglieri del Cda

- Conoscenza del business di PhotoSi
- Analisi e gestione dei rischi
- Legal
- Finanza
- Risorse umane
- Strategia
- Relazioni istituzionali
- Sostenibilità
- Governance
- IT, digital
- Risk management

## 3.2

### Strategia e modello di business

[ESRS 2 - SBM1 SBM2 SBM3] [GRI 2 [2-22, 2-29] GRI 3 [3-1] ]

PhotoSì si impegna a garantire la continuità operativa del business attraverso un approccio olistico che integra Sostenibilità, innovazione e responsabilità a tutti i livelli aziendali. Riconosciamo che la resilienza aziendale non è solo una questione di mitigare rischi, ma anche di cogliere opportunità per una crescita sostenibile.

### Impatti e rischi gestiti

- Tecnologici: assicuriamo operatività ininterrotta attraverso sistemi IT avanzati e soluzioni di stampa all'avanguardia.
- Supply Chain: garantiamo resilienza attraverso diversificazione dei fornitori e SLA robusti, minimizzando interruzioni.
- Domanda dei consumatori: adattiamo offerte in tempo reale, allineandoci alle tendenze di mercato per massimizzare la soddisfazione del cliente.
- Legalità e conformità: siamo impegnati nel rispetto delle normative, con un occhio particolare alla privacy dei dati e ai diritti di proprietà intellettuale.

### Opportunità e innovazione

- Digitalizzazione e Automazione: Miglioriamo costantemente i processi produttivi per efficienza e precisione.
- Personalizzazione e Analisi dei Dati: Utilizziamo dati per offrire prodotti su misura, anticipando le esigenze del cliente.
- Sostenibilità Ambientale: Adottiamo pratiche eco-sostenibili, riducendo l'impatto ambientale e rispondendo alle aspettative dei consumatori.

### Coinvolgimento e monitoraggio

- Il nostro modello di gestione coinvolge ogni dipartimento, assicurando che ogni azione contribuisca agli obiettivi aziendali. Un sistema di monitoraggio sofisticato segue i nostri principali KPI, permettendoci di mantenere un polso costante sulle performance aziendali, assicurando trasparenza e responsabilità in ogni aspetto del nostro lavoro.

In PhotoSì, crediamo che un'azienda sostenibile sia quella che ascolta, si adatta e innova, garantendo non solo la propria crescita ma anche il benessere delle comunità con cui interagisce e dell'ambiente che ci circonda.

### 3.3

#### Cultura, politica e obiettivi della società

[ESRS 2 - G1-1] [GRI 2 [2-12, 2-23, 2-24, 2-26] GRI 3 [3-1] ]

PhotoSì si impegna attivamente nella comunicazione e nella promozione di una cultura d'impresa basata su trasparenza, responsabilità e integrità. La strategia di comunicazione interna ed esterna è radicata nei nostri valori fondamentali e nel nostro impegno verso la Sostenibilità, l'innovazione e l'eccellenza.

#### Codice etico e Modello di Società e Gestione (MOG)

L'adozione del MOG testimonia il nostro impegno a operare in modo etico e responsabile. Stiamo redigendo un codice etico che riflette i nostri valori fondamentali e stabilisce standard di comportamento per i membri degli organi sociali, i dipendenti, i clienti, i fornitori e tutti i portatori di interesse coinvolti nella catena del valore. Questo codice è la pietra angolare della nostra cultura aziendale e guida ogni decisione e azione all'interno dell'azienda.

#### Comunicazione e coinvolgimento aziendale

Abbiamo definito una documentazione aziendale dettagliata che include epic e obiettivi condivisi a tutti i livelli aziendali. Questo assicura che ogni membro del team sia pienamente consapevole della direzione strategica dell'azienda e del proprio ruolo nel contribuire al nostro successo collettivo.

Il nostro codice di valori, basato su principi di miglioramento continuo, fiducia,

passione e coraggio, viene promosso attivamente per ispirare e guidare il comportamento di tutti.

#### Strategia e obiettivi di business

La nostra strategia è incentrata sull'eccellenza in ogni area aziendale.

Ci impegniamo a:

- alzare gli standard in tutte le aree aziendali
- creare e promuovere una forte cultura di ownership, iniziando dalle risorse chiave e diffondendola in tutta l'azienda
- pensare alla società in modo scalabile, ottimizzando ogni processo
- integrare completamente l'ERP per semplificare la gestione
- mantenere il controllo completo dell'esperienza cliente
- ridurre le dipendenze in ogni team
- attivare un processo di Sostenibilità aziendale per ridurre e compensare le emissioni e certificare l'impegno dell'azienda verso l'ambiente
- espandere il mercato e aumentare la base clienti
- incrementare la frequenza di acquisto attraverso la comprensione dei bisogni dei clienti e attività di CRM mirate
- crescere attraverso una generazione di cassa autonoma.

Attraverso queste azioni, PhotoSì si impegna a costruire un futuro sostenibile, a valorizzare le relazioni con tutti i suoi stakeholder e a promuovere una cultura d'impresa che sia fonte di ispirazione per l'eccellenza, l'innovazione e l'integrità;

### 3.4

#### 3.4. Descrizione dei processi di Governance per la Sostenibilità

[ESRS 2 - 2 - MDR-A]

Il Consiglio di Amministrazione (CdA) di PhotoSì gioca un ruolo cruciale nel guidare e sostenere l'azienda nel suo impegno verso la Sostenibilità e la responsabilità aziendale. Riconoscendo l'importanza delle tematiche ESG (Environmental, Social e Governance), il CdA ha avviato un percorso strutturato per integrare queste dimensioni fondamentali nella strategia e nelle operazioni aziendali.

#### Iniziativa e leadership

Il CdA ha preso l'iniziativa di enfatizzare l'importanza delle pratiche sostenibili, ponendo le basi per un impegno a lungo termine verso la Sostenibilità. Questo dimostra il ruolo del CdA non solo come organo di Governance, ma anche come catalizzatore del cambiamento e dell'innovazione sostenibile all'interno dell'azienda.

#### Team di riferimento per la Sostenibilità

Sotto la guida del CdA, è stato identificato un Team di riferimento dedicato, con il compito di strutturare, monitorare e promuovere attivamente il percorso di Sostenibilità aziendale.

Questo team è incaricato di:

- definire obiettivi sostenibili
- stabilire obiettivi chiari e misurabili che allineano il percorso di sviluppo sostenibile con la visione e la strategia aziendale
- coordinare il piano di Sostenibilità

- gestire e coordinare l'evoluzione del piano di Sostenibilità aziendale, assicurando che sia dinamico, reattivo e in linea con gli obiettivi di business e le aspettative degli stakeholder
- monitorare e aggiornare
- sorvegliare attentamente l'attuazione del piano, assicurandone l'aggiornamento continuo e l'adattamento alle tendenze emergenti e alle best practice del settore.

#### Promozione della cultura della Sostenibilità.

Il Team, supportato dal CdA, si impegna a:

- inserire i principi di Sostenibilità nel cuore della strategia aziendale, assicurando che ogni decisione e azione aziendale rifletta questo impegno
- curare il reporting di Sostenibilità, garantendo trasparenza e responsabilità nel comunicare progressi, sfide e successi
- promuovere una cultura interna di Sostenibilità, sensibilizzando e coinvolgendo tutti i livelli dell'azienda attraverso formazione, comunicazione e iniziative

In conclusione, il CdA di PhotoSì, attraverso la creazione e il sostegno del team di riferimento per la Sostenibilità, dimostra un impegno autentico e proattivo verso una gestione aziendale che rispetti e promuova principi di Sostenibilità ambientale, sociale e di Governance, contribuendo così a un futuro più sostenibile e responsabile.

## 4.1

### Descrizione del processo per l'analisi di materialità

[ESRS 2 - IRO 1] [GRI 2 [2-14] GRI 3 [3-1]]

Sono stati individuati i principali impatti di PhotoSi in ambito ESG.

L'elenco riportato costituisce i temi materiali validati dalla società e dagli stakeholder.

#### Elementi materiali

- Gestione della risorsa idrica
- Cybersecurity
- Welfare aziendale
- Innovazione e digitalizzazione
- Benessere delle persone
- Compliance
- Trasparenza
- Energia pulita
- Salute e sicurezza dei lavoratori
- Economia circolare
- Qualità dei prodotti
- Agire per contrastare i cambiamenti climatici
- Cooperare
- Diversità e inclusione

## 4.2

### Analisi di materialità per la società e gli stakeholder

[ESRS 1 - 3.1 - 3.2 - 3.3] [GRI 1 [1-2] GRI 3 [3-3]]

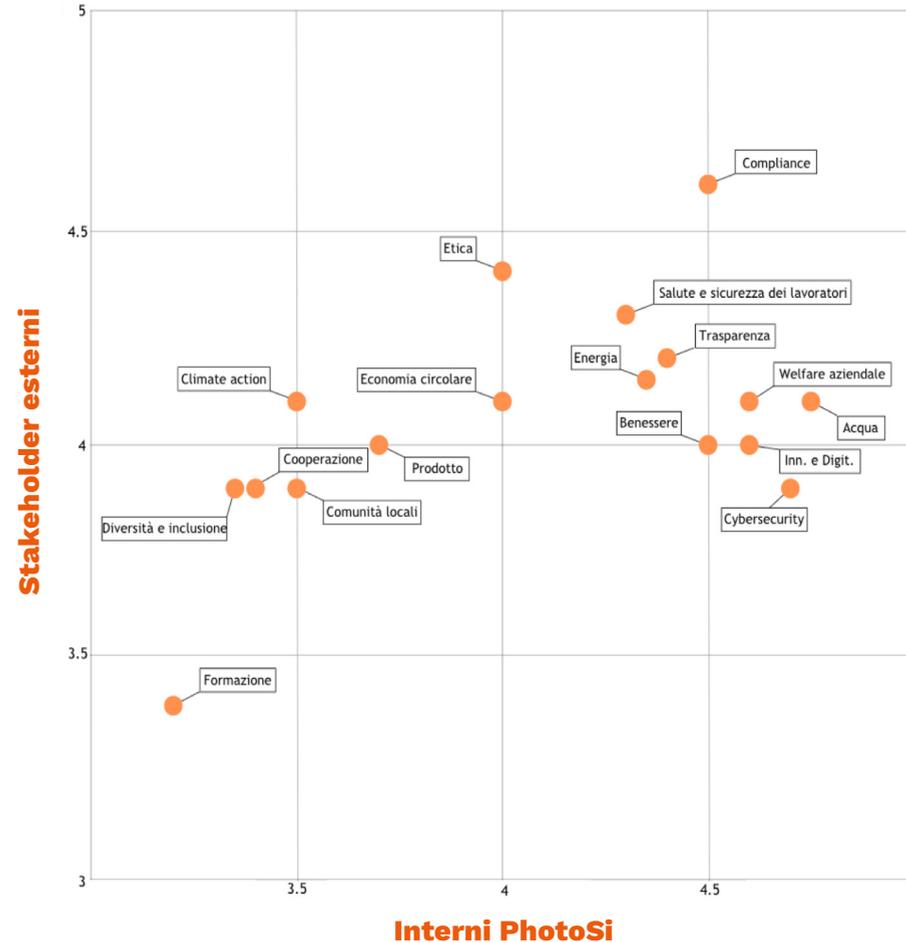
L'individuazione dei portatori di interesse all'interno di PhotoSi è stata condotta con il criterio della massima rappresentatività di tutte le aree aziendali, con un tasso di risposta quasi del 90%.

La scelta degli stakeholder esterni ha avuto una cernita altrettanto ampia e approfondita, con l'intento di selezionare i principali partner, garantendo tutte le categorie coinvolte.

Non è stato possibile intervistare, lato cliente, la moltitudine di singole persone del mercato B2C, quindi ci si è soffermati in particolare sui clienti della GDO. Il tasso di risposta è stato del 50%.

I questionari sono stati somministrati in forma anonima, con una finestra di compilazione pari a 2 settimane, prorogata di una ulteriore per acquisire maggiori risposte. Il coinvolgimento e il confronto con gli Stakeholder è un momento cruciale dell'analisi di materialità: se da un lato consente di comprendere esigenze, aspettative e valutazioni, dall'altro favorisce una migliore definizione delle strategie e degli obiettivi di business, considerando impatti, rischi e opportunità.

I livelli di coinvolgimento degli Stakeholder hanno previsto canali di dialogo preferenziali, in base alle differenti categorie, per raggiungere l'interlocutore e ottenere le informazioni materiali.





**Priorità livello 2**

All'interno di quest'area sono circoscritti elementi che hanno ricevuto punteggio maggiore di 3.75 su 5 sia per gli esterni che per gli interni. Ai temi materiali del livello 1 si aggiungono: innovazione e digitalizzazione, cybersecurity, benessere aziendale, energia pulita, etica.



**Priorità livello 3**

All'interno di quest'area sono circoscritti elementi che hanno ricevuto punteggio maggiore di 3.5 su 5 sia per gli esterni che per gli interni. Rispetto alle priorità del livello 1 e del livello 2 si aggiunge il tema dell'economia circolare.



**Dalla materialità alla significatività**

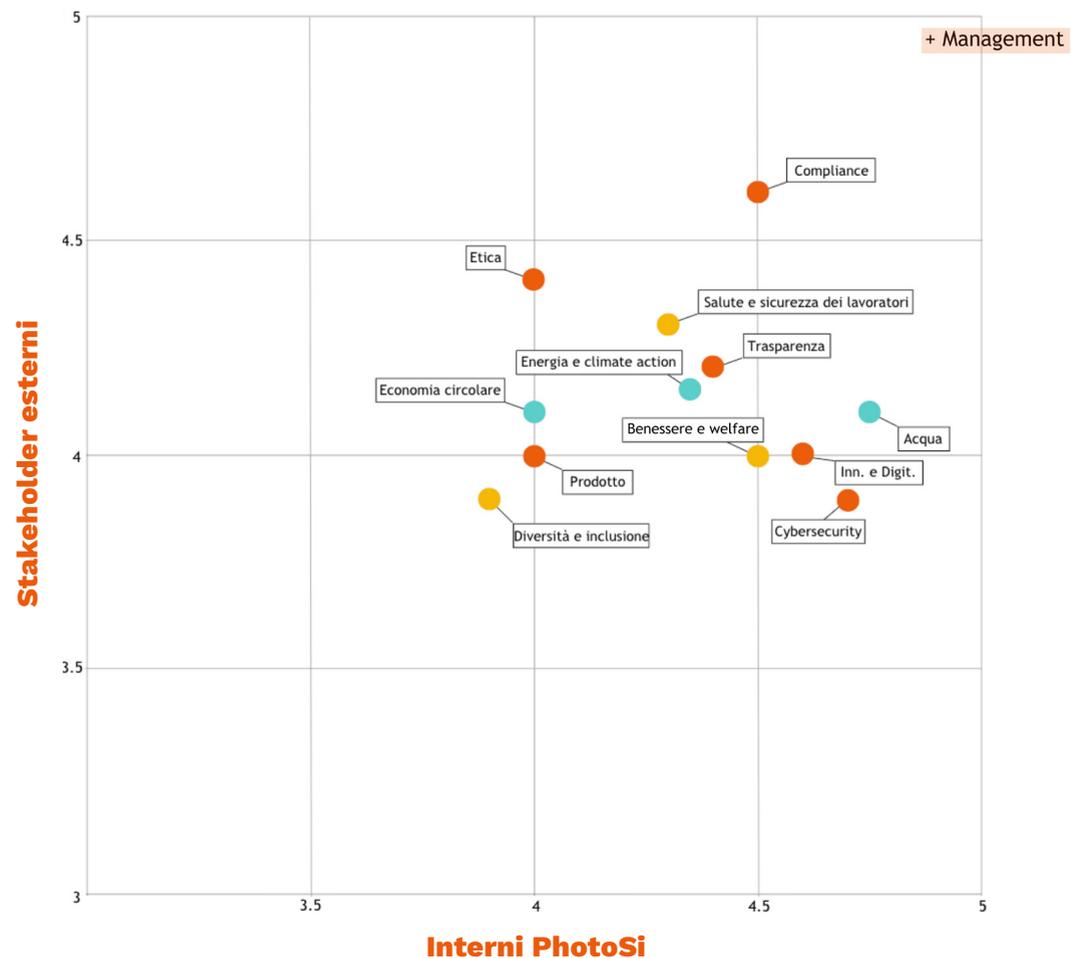
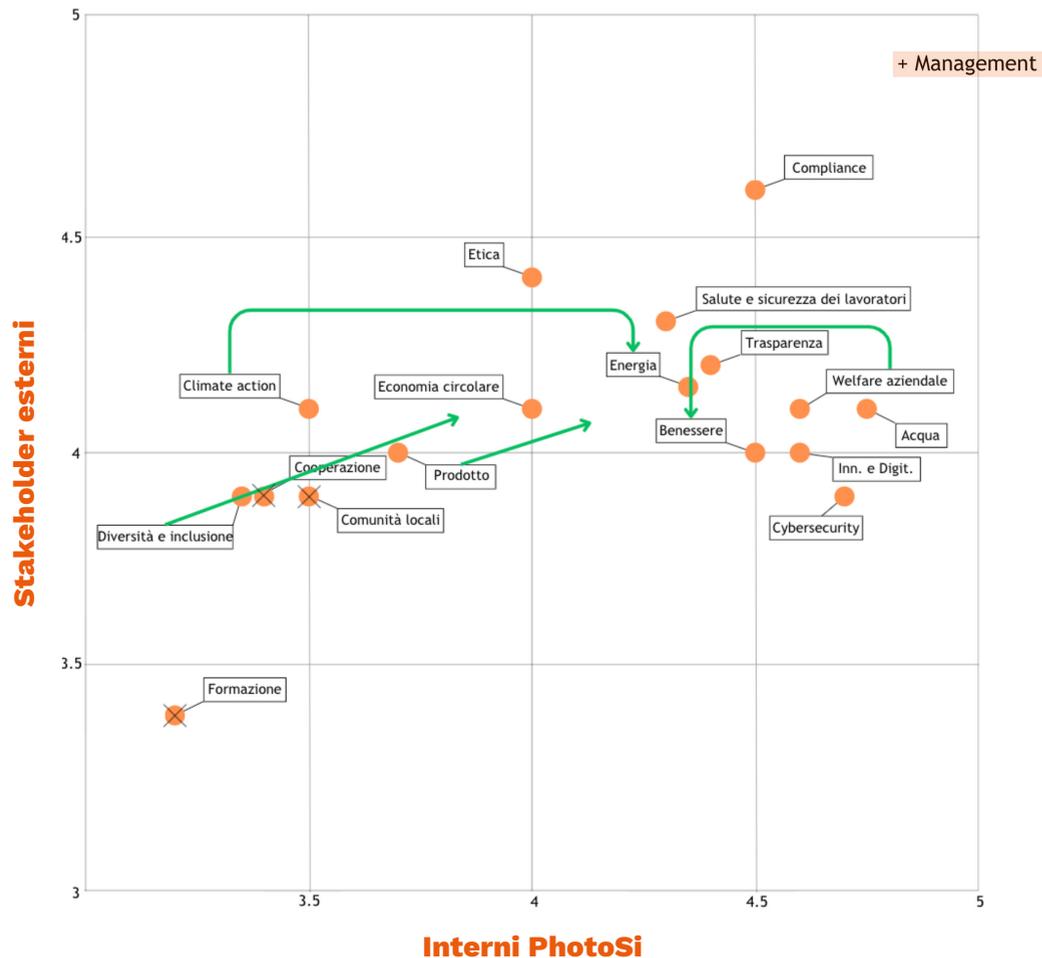
Alcune voci sono risultate poco importanti per gli stakeholder. Quando però vengono confrontate con la realtà e i dati degli impatti dell'azienda, queste vengono riallocate. Ecco gli argomenti a cui si è attribuita una variazione crescente di peso rispetto a quanto emerso dai questionari:

- climate action: era basso, ma energia (tema pratico) molto alto

- prodotto: importante per stakeholder esterni e imprescindibile vista la natura dell'azienda
- crescita economica e responsabile: può comprendere prodotto e processo produttivo (accorpati)
- diversità e inclusione: importante per stakeholder esterni e imprescindibile
- management: assente ma da valutare

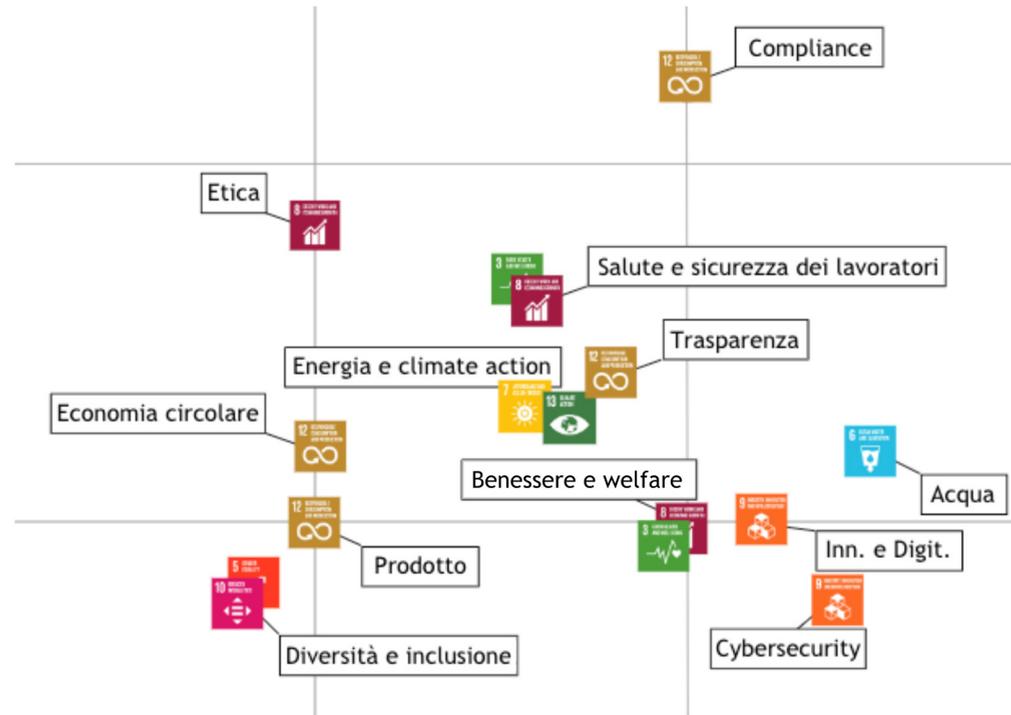
- benessere animale: assente ma non pertinente.

Si può vedere la matrice di significatività, che rappresenta un'elaborazione della matrice di materialità fondamentale per comprendere la rilevanza dei propri impatti, effettivi e potenziali, di breve e lungo termine. I colori corrispondono ai diversi ambiti ESG.



**SDG selezionati**

Sopra si può vedere la stessa matrice all'interno della quale i punti sono sostituiti con gli SDG corrispondenti. Da notare che sono gli stessi risultati del posizionamento iniziale.



**3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING**  
Benefit, 0 infortuni nell'ultimo anno, poco stress e questionari

**6 CLEAN WATER AND SANITATION**  
Trattamento acque, politiche riduzione consumi idrici

**8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH**  
Codice etico, conciliazione vita lavoro

**11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES**  
Attività promozione territorio

**13 CLIMATE ACTION**  
Sensibilizzazione, produzione energia e formazione, compensazione di CO2 dei trasporti

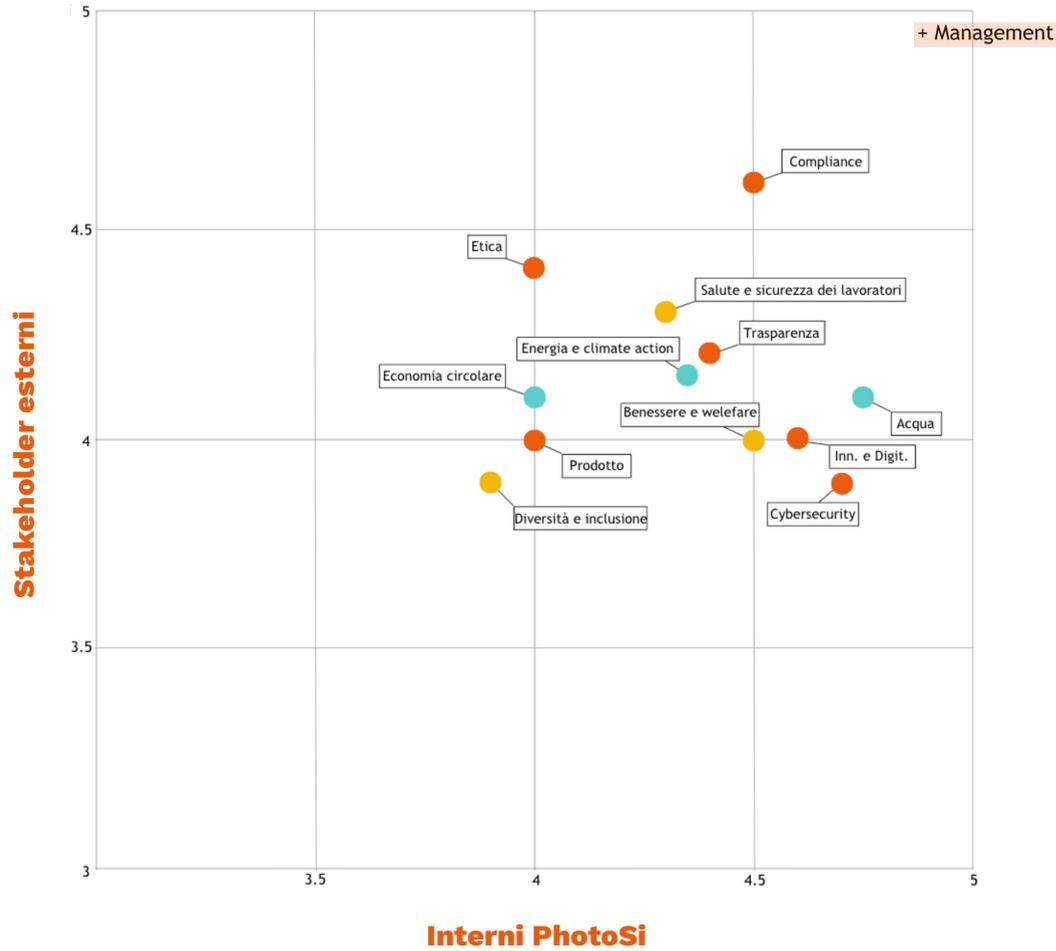
**5 GENDER EQUALITY**  
Parità retributiva e 50% dipendenti donne

**7 AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY**  
Fotovoltaico, colonnina, 50% rinnovabili

**9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE**  
Cybersecurity, >2% R&D, attività su internet

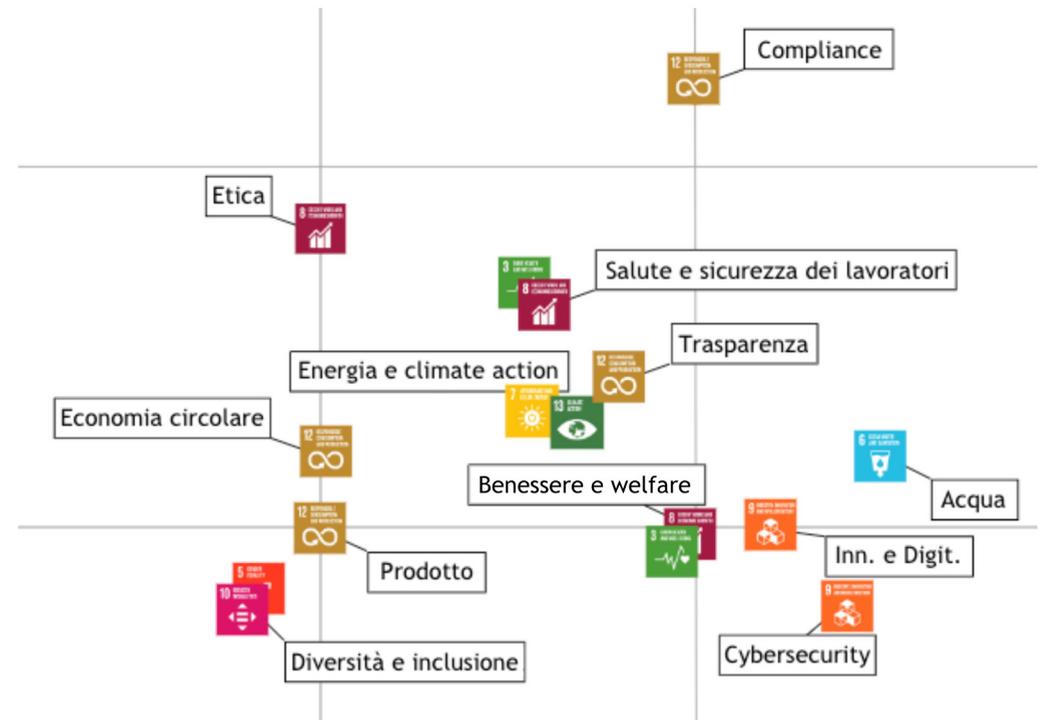
**12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION**  
Raccolta differenziata, packaging riciclabile e monomateriale, FSC

**17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS**  
Collaborazioni con le scuole e le università



### Analisi di significatività

Abbiamo tradotto i temi materiali in SDG per individuare in maniera speditiva gli obiettivi su cui avviare percorsi di miglioramento aziendale e, più in generale, definire la strategia per la Sostenibilità di PhotoSi.



### 4.3

**Descrizione degli aspetti e impatti ambientali, sociali e finanziari significativi**

PhotoSì segue un percorso di gestione dei processi volto a identificare, valutare e monitorare i rischi a livello aziendale. Inoltre, definisce e gestisce azioni per mitigarne gli effetti, allineandole ai valori condivisi e alla direzione. Questo percorso ha cadenza mensile ed è

strutturato da diversi anni. Ai diversi presidi organizzativi, operativi e di norme interne, si affianca un costante impegno alla diffusione e cultura del rischio e di una gestione “risk based” ai diversi livelli aziendali. La tabella seguente presenta gli aspetti

di impatto considerati per le tematiche ESG, l’impatto per PhotoSì e per i propri stakeholder, le principali azioni messe in campo per la gestione dei rischi.

Tema	Evento di rischio	Impatto potenziale	Stakeholder coinvolti	Impatto sugli stakeholder	Gestione
Governance & compliance	Conformità degli impianti Gestione delle relazioni istituzionali Mancato rispetto della normativa ambientale Mancato rispetto del Reg. UE 679/2016 in materia di privacy Sicurezza sul lavoro Frode e corruzione Sicurezza delle informazioni	Strategico Operativo Compliance Reputazionale	Fornitori Dipendenti Azionisti	Fornitori: danno economico e sicurezza sul lavoro Dipendenti: sicurezza sul lavoro Azionisti: danno economico	Sistemi di gestione della qualità, della salute e sicurezza nei luoghi di lavoro Policy aziendali Strutture organizzative dedicate Sistema di gestione perw la prevenzione il contrasto alla corruzione.

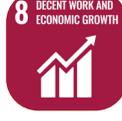
<b>Tema</b>	<b>Evento di rischio</b>	<b>Impatto potenziale</b>	<b>Stakeholder coinvolti</b>	<b>Impatto sugli stakeholder</b>	<b>Gestione</b>
Ambiente	<p>Conformità degli impianti</p> <p>Mancato rispetto della normativa ambientale</p> <p>Mancato rispetto dell'ambiente nella supply chain</p>	<p>Operativo</p> <p>Compliance</p> <p>Reputazionale</p>	<p>Fornitori</p> <p>Dipendenti</p> <p>Azionisti</p>	<p>Fornitori: reato ambientale</p> <p>Dipendenti: reato ambientale</p> <p>Azionisti: danno economico e procedimento penale</p>	<p>Sistemi di gestione ambientale</p> <p>Policy aziendali</p> <p>Strutture organizzative dedicate</p> <p>Mitigazioni specifiche</p>

<b>Tema</b>	<b>Evento di rischio</b>	<b>Impatto potenziale</b>	<b>Stakeholder coinvolti</b>	<b>Impatto sugli stakeholder</b>	<b>Gestione</b>
Sociale (personale e supply chain)	<p>Rischio di vertenze</p> <p>Sicurezza sul lavoro</p> <p>Adeguatezza delle risorse umane</p> <p>Turnover del personale</p> <p>Contenzioso del lavoro</p> <p>Mancato rispetto del Reg. UE 679/2016 su privacy</p> <p>Rispetto dei diritti umani (anche nella catena di fornitura)</p> <p>Diversity &amp; Inclusion</p> <p>Parità di genere</p>	<p>Operativo</p> <p>Compliance</p> <p>Reputazionale</p>	<p>Fornitori</p> <p>Dipendenti</p> <p>Azionisti</p>	<p>Fornitori: rispetto dei diritti umani e sicurezza sul lavoro</p> <p>Dipendenti: sicurezza sul lavoro, rispetto della persona e della parità di genere, contestazioni sindacali</p> <p>Azionisti: danno economico e reputazionale</p>	<p>Sistemi di gestione qualità, salute e sicurezza nei luoghi di lavoro, per la parità di genere, la diversità e l'inclusione</p> <p>Policy aziendali</p> <p>Strutture organizzative dedicate</p> <p>Mitigazioni specifiche</p>

### 4.4

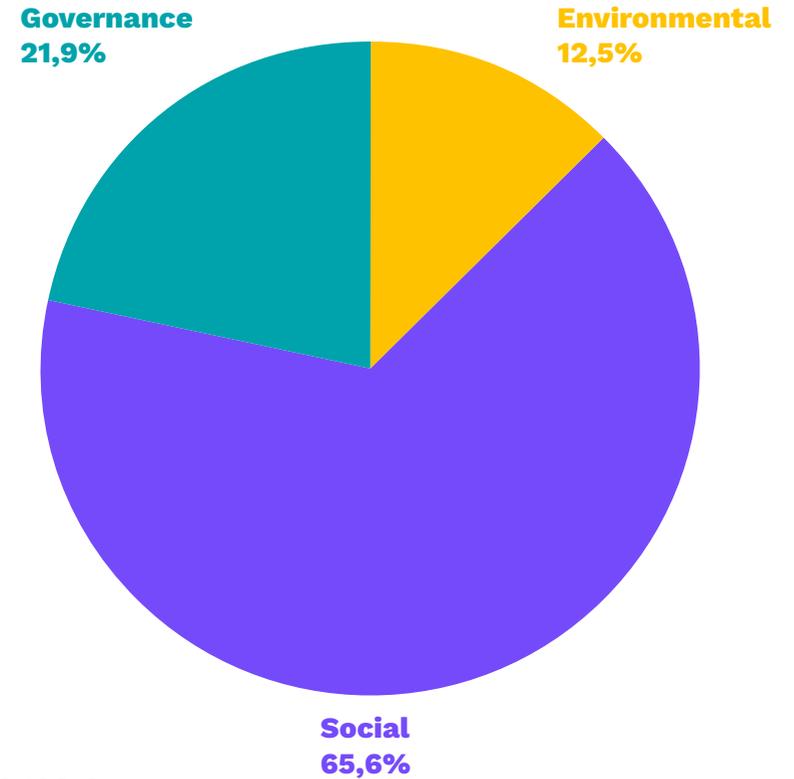
Identificazione degli obiettivi e delle strategie per gestire gli aspetti significativi che possono generare impatti.

Goal	Oggi	Domani
	Fotovoltaico	Acquisto energia 100% verde certificata, riduzione consumi energetici, ampliamento fotovoltaico
	Compensazione CO2 trasporti colonnina auto elettriche	Progetti di mobilità sostenibile, percorso di carbon neutrality
 	Riduzione della plastica negli imballaggi, politica di riduzione del consumo di acqua	Riduzione produzione imballaggi CFP o EPD, acquisti verdi di materie prime e materiale uffici
		Gestione chimica dei rifiuti
		ISO 14001

Goal	Oggi	Domani
	Benefit, Questionario stress, Whistleblowing	Welfare aziendale, ISO 45001
 	Parità retributiva e 50% donne	PDR - parità di genere, sito web accessibile e accessibilità edifici
	Attività di promozione del territorio	15h di formazione all'anno
		ISO 26000

### Le iniziative per l'ambiente, la salute e il sostegno al territorio

Goal	Oggi	Domani
	Bilancio di Sostenibilità	Codice etico, MOG 231, ISO 9001
	Prodotto orientato alla Sostenibilità	Cybersecurity >2% R&D
	Attività di promozione del territorio	Collaborazioni con le scuole e le università



Totale 23.100 €

## 5.1

### Obiettivi e programmi rilevanti per la Sostenibilità

[[ESRS 2 - [MDR-P MDR-A]]

Al fine di garantire il perfetto allineamento con gli orizzonti temporali del business aziendale, PhotoSì ha voluto intraprendere nuove sfide nel breve, medio e lungo periodo. Per questo sono state proposte un ventaglio di iniziative con l'obiettivo di accompagnare tutta la comunità di PhotoSì verso un cambiamento che deve essere socialmente desiderabile, in cui ciascuno degli stakeholder vuole fare la propria parte.

Il piano muove dai 17 obiettivi per lo sviluppo sostenibile e si orienta nel perimetro definito dalle linee di sviluppo strategiche, identificando azioni che prendono spunto da 4 ambiti:

- L'analisi di materialità
- I risultati dello stakeholder engagement
- Il posizionamento dell'azienda rispetto agli SDGs
- Un'analisi delle tematiche di sostenibilità
- Maggiormente perseguibili

La struttura è articolata su 6 pillars che sviluppano queste tematiche

- Strategia e Governance
- Politiche
- Innovazione tecnologica
- Climate change
- Benessere
- Comunicazione

Per quanto concerne le nuove progettualità previste per l'anno 2023-2024, PhotoSì si è data questi obiettivi:

- Strategia e Governance: predisposizione di un Modello Operativo e Gestionale ai sensi del D.Lgs. 231/01 per elevare gli aspetti di gestione e tutela del rischio aziendale
- Politiche: elaborazione di una policy sulla Sostenibilità attraverso un percorso di engagement con il management aziendale
- Innovazione tecnologica: riduzione dell'impronta ecologica dei prodotti attraverso un miglioramento del processo produttivo. Investimenti in Cybersecurity per elevare i livelli di protezione dei dati, dei brevetti e degli investimenti aziendali da minacce esterne
- Climate change: intensificare le azioni per ridurre le emissioni, fino ad arrivare ad un punto di neutralità. Garantire gli impegni per la compensazione delle emissioni dei trasporti
- Benessere: aumentare il benessere del capitale umano aziendale investendo in welfare aziendale e formazione
- Comunicazione: organizzare una strategia di comunicazione e partnership con il terzo settore per generare impatti positivi

## Elenco delle azioni condivise per il miglioramento

### Environmental



Acquisto energia 100% verde certificata

Riduzione consumi energetici

Progetti di mobilità sostenibile

Riduzione produzione imballaggi CFP o EPD

Acquisti verdi di materie prime e materiale uffici

Gestione chimica dei rifiuti ISO 14001

### Social



Inserire meccanismi welfare aziendale (con premi)

Accessibilità edificio

PDR - parità di genere

Whistleblowing

15h di formazione all'anno

Website accessibile da non vedenti (lettura)

ISO 26000

ISO 45001

### Governance



Sustainability Advising

Cybersecurity

Pubblicazione del codice etico, Bilancio di Sostenibilità e azioni sostenibili

Modello 231

Tavoli con istituzioni del territorio

ISO 9001

## 6.1

### Due diligence sulla Sostenibilità

Il dovere di diligenza sulle politiche di Sostenibilità prende spunto dalla Guida OCSE.

Le azioni possono verificarsi o no, ma il controllo costante permette di monitorare l'effettivo livello di applicazione.

- I Integrare la condotta d'impresa responsabile (Responsible Business Conduct - RBC) nell'ambito delle politiche e dei sistemi di gestione dell'impresa.

Azioni PhotoSi:

- a) Avviare un percorso di analisi sulla RBC per aggiornare le politiche aziendali sui principi delle Linee Guida OCSE su argomenti come occupazione, diritti umani, climate change, Governance, lotta alla Corruzione, trasparenza, ecc
- b) Includere le politiche aziendali su RBC all'interno dei sistemi di gestione e organizzazione avviando un percorso di consapevolezza e conoscenza tra le funzioni apicali su questi temi
- c) Integrare le aspettative e le politiche imprenditoriali sulla RBC all'interno della supply chain, avviando un percorso di comunicazione sia sui fornitori che sui clienti

- II Individuare e valutare gli impatti negativi, effettivi e potenziali, associati alle attività, ai prodotti o servizi dell'impresa.

Azioni PhotoSi:

- a) Avviare un percorso esplorativo di analisi per definire e circoscrivere le aree aziendali in cui i rischi negli elementi RBC possono essere più frequenti e significativi attraverso la cernita delle informazioni necessarie, anche per ciò che riguarda gli aspetti da valutare nella catena del valore
- b) Definire le aree che hanno priorità di analisi, in particolare per ciò che concerne la supply chain e approfondire gli aspetti di rischio con una mappatura costante
- c) Comprendere come l'impresa possa agire sulla creazione di un eventuale impatto negativo, indagando sulla possibilità che l'abbia causato direttamente, abbia contribuito a causarlo o possa essere semplicemente collegata all'impatto in virtù di relazioni attraverso il coinvolgimento di tutte le parti interessate
- d) Agire sempre seguendo un ordine degli impatti che deve essere stabilito e condiviso, individuando quelli che possono essere affrontati immediatamente

- III Porre fine, prevenire e mitigare gli impatti negativi.

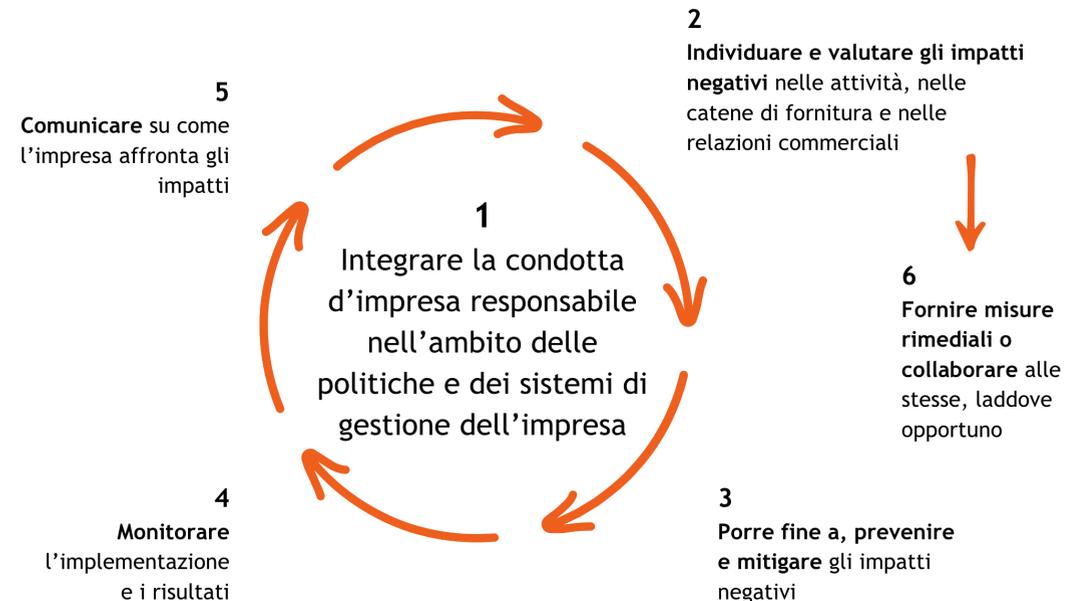
Azioni PhotoSi:

- a) Interrompere le attività che creano o contribuiscono a impatti negativi sulle tematiche RBC, attraverso indicazioni fornite dalla direzione aziendale e una road map di attuazione con scadenze condivise
- b) Definire piani in grado di prevenire gli impatti RBC che riguardano l'azienda, anche per ciò che concerne la supply chain, o piani in grado di mitigare e governare gli impatti attraverso l'individuazione di questi scenari e il loro monitoraggio da parte delle funzioni apicali

- IV Monitorare l'implementazione e i risultati.

Azioni PhotoSi:

- a) Costruire un sistema di monitoraggio che verifichi l'efficacia delle azioni intraprese e possa implementarle attraverso revisioni periodiche e confronti interni
- V Comunicare come l'impresa affronta gli impatti.
- Azioni PhotoSi:
- a) Descrivere il percorso svolto per l'analisi degli impatti e le azioni adottate, tenendo in giusta considerazione la riservatezza aziendale, all'interno della rendicontazione annuale di Sostenibilità



## 6.2

### Sistemi di controllo interno e di gestione dei rischi

[ESRS 2 - GOV 5 [G1-2]]

PhotoSì conduce degli Internal audit nel contesto di un percorso di gestione ed analisi dei rischi volto ad individuare potenziali criticità e intercettare immediate soluzioni.

Ha una cadenza mensile e coinvolge tutte le funzioni apicali che riportano alla direzione le soluzioni da attuare per rafforzare il business aziendale.

Quest'attività periodica ha il compito di tracciare e riconoscere gli impatti che agiscono sull'azienda e individuare le azioni di trattamento e miglioramento, orientare la gestione del capitale umano e degli investimenti aziendali, rafforzare l'immagine nei confronti degli stakeholder.

L'attività acquisirà ulteriore valore all'interno del Modello Organizzativo Gestionale che PhotoSì ha scelto di intraprendere.

### Gli strumenti attraverso i quali si garantisce il successo di PhotoSì

Cadenza mensile con le funzioni apicali

**Internal audit**

Il successo di PhotoSì è garantito

**Gestione e controllo**

Modello Organizzativo e Gestionale (ai sensi del Dlgs 231/01), percorso avviato all'interno del piano di miglioramento aziendale a fine dello scorso anno

**MOG 231**

## 6.3

### KPI e prestazioni ambientali, sociali e di Governance

[ESRS 1 [6.2 - 6.3]] [GRI 3 [3-3]]

PhotoSì ha individuato i seguenti KPI per descrivere e monitorare il proprio processo aziendale.

Indicatore	Unità di misura	Goals
Energia a fonti rinnovabili	% Energia pulita	
Compensazione CO2	Ton/anno	
Formazione facoltativa	H/anno	
Salute e sicurezza	Incidenti/anno	
Valore economico distribuito	% su valore economico generato	

Indicatore	Unità di misura	Goals
Economia circolare	% riciclabilità prodotto	
Impegni verso la comunità	% su fatturato	
Innovazione e sviluppo	% su fatturato	
Rispetto delle persone	N° segnalazioni	 

## 6.4

### Gestione dei rapporti con la catena del valore

[ESRS G1-2 G1-3 G1-6] [GRI 205 [205-1] GRI 2 [2-16, 2-26] GRI 3 [3-3]]

Possiamo influire anche sulla Sostenibilità della catena del valore?

La risposta è sì, partendo dalla convinzione che anche un piccolo cambiamento possa generare un grande impatto positivo.

Il cambiamento deve essere accompagnato, non può essere un'imposizione, soprattutto se si crede che le parti interessate debbano essere coinvolte nei vari livelli. Si deve ritenere che il cambiamento rappresenti un'opportunità per innovare, essere competitivi nel mercato, diventare sostenibili senza avere obblighi ma per una convinzione che cresce, lievita e diventa azione.

PhotoSì intende, attraverso il Bilancio di Sostenibilità, rompere un paradigma culturale, che è quello di guardare solo dentro il proprio orticello, abbattendo barriere, convinzioni e formule magiche come "si è sempre fatto così" per capire che il cambiamento deve essere alla portata di tutti.

Inizierà con una politica di qualifica dei fornitori.

**Gestione del personale orientata al rispetto dei diritti umani e della sicurezza nei luoghi di lavoro**

**Pari opportunità per tutte/i, senza barriere culturali, fisiche, materiali**

**Etica delle relazioni, della convivenza, del rispetto**

**Impegno per un risparmio nella gestione delle risorse, nell'eliminazione del superfluo**

**Trasparenza delle informazioni, tolleranza zero per Corruzione e molestie**

## 6.5

### Contributi, corruzione, concussione e sostegno alla politica

[ESRS G1-4 G1-5 1-7.7] [GRI 2 [2-26] GRI 3 [3-3] GRI 205 [205-3] GRI 415 [415-1]]

PhotoSì, attraverso il percorso di adozione del MOG, eleva i suoi standard di sicurezza nella lotta alla corruzione, applicando criteri di trasparenza e di condotta secondo il principio "Tolleranza zero".

In tale scenario, l'azienda si ispira alla più ampia compliance con le norme dettate in materia di contrasto ai fenomeni di corruzione, sia a livello nazionale che internazionale, e non tollera atti di corruzione, comportamenti fraudolenti e condotte illecite, sia internamente che con le realtà esterne con cui collabora.

Questi pilastri trovano applicazione nel sistema di segnalazione di presunti illeciti (whistleblowing), idoneo a garantire la tutela del segnalante assicurando che le attività di analisi dei fatti riportati siano condotte in osservanza dei principi in materia di riservatezza e anonimato prescritti dalla norma.

Altre segnalazioni, se ritenute rilevanti, sono oggetto di istruttoria da parte delle funzioni apicali coinvolte.

### Contributi erogati nell'esercizio 2022/2023

**Contributo per il terremoto in Siria e Turchia**

Abbiamo devoluto 5.000 € a Medici Senza Frontiere.

**Contributo per l'alluvione in Emilia Romagna**

Abbiamo donato 5.000 € alla Croce Rossa Italiana e 5.000 € alla Protezione Civile.

**Contributo per la Fondazione AROP (Associazione Riminese Oncoematologia Pediatrica)**

Abbiamo offerto regali e servizi per favorire il percorso di guarigione dei piccoli malati.

**Contributo per la Fondazione Cetacea**

Abbiamo regalato 150 Calendari per sostenere la nascita del centro polifunzionale di sensibilizzazione, ricerca e cura del mare.

## 6.6

### Riconoscimenti e premi ricevuti

[ESRS G1-4 E4-2 S1-14]

PhotoSi ha ricevuto questi riconoscimenti nel corso dell'esercizio 2022/2023:

- Menzione da parte di Diabete Romagna per il supporto al loro evento **Diabete in Music**
- Premio **Italy's Best Customer Service 2023/2024** nella categoria Servizio di stampa e stampa foto online
- **App Growth Awards** for the App Video 2022



## 7.1

### Politica, azioni e obiettivi ambientali della società

[ESRS E1-1 E1-2 E1-3 E1-4 E2-1 E2-2 E2-3 E5-1 E5-2 E5-3]



#### Piano

PhotoSì intende perseguire gli obiettivi dell'Accordo di Parigi, in un'ottica di neutralità carbonica futura. In particolare, per raggiungere questi obiettivi, è fondamentale la transizione energetica di PhotoSì verso un uso sempre maggiore di energie pulite.

#### Politiche

- PhotoSì riconosce l'importanza di agire per mitigare i cambiamenti climatici e indirizza le strategie aziendali integrando negli obiettivi di business il perseguimento degli obiettivi dell'agenda ONU 2030 (goal 13). Questi aspetti diventeranno oggetto di una politica della Sostenibilità che l'azienda intende redigere nell'anno seguente
- PhotoSì riconosce l'importanza di agire per la sicurezza, l'efficienza energetica e la promozione di energie rinnovabili e indirizza le strategie aziendali integrando negli obiettivi di business il perseguimento degli obiettivi dell'agenda ONU 2030 (goal 7). Anche questi aspetti costituiranno la base per la politica di sostenibilità futura

#### Azioni

- L'azienda ha già avviato il percorso di cambiamento, attraverso l'installazione di pannelli fotovoltaici sopra il tetto del proprio stabilimento per un totale di 288734,536 kW installati
- Il percorso prosegue attraverso la presenza di colonnine per la ricarica dei veicoli elettrici a sostegno di una mobilità rispettosa dell'ambiente
- Gli impianti sono oggetto di attenta analisi dei consumi per adottare soluzioni in grado di aumentare l'efficienza energetica e ridurre gli sprechi
- PhotoSì compensa le emissioni derivanti dai trasporti delle proprie merci attraverso la messa a dimora di 1.280 alberi

#### Obiettivi

##### 2024-2030

PhotoSì intende attuare politiche di mobility management e car pooling per ridurre l'impatto dei trasporti sui cambiamenti climatici. PhotoSì intende aprire un dialogo con la pubblica amministrazione per implementare la mobilità sostenibile della zona. Desidera inoltre aumentare l'efficienza energetica degli edifici e dei processi produttivi.

##### 2030-2035

PhotoSì intende ampliare la % di energie rinnovabili attraverso l'installazione di un nuovo impianto fotovoltaico. PhotoSì intende eliminare l'uso di gas naturale, elettrificare tutti i processi e acquistare energia elettrica 100% rinnovabile e certificata.

##### 2035-2040

PhotoSì ha l'obiettivo di calcolare le emissioni di prodotto e di produzione, per poi programmare politiche di efficientamento e riduzione di queste.

##### 2040-2050

PhotoSì intende compensare le emissioni di prodotto e di processo, laddove non fosse possibile eliminarle. PhotoSì intende arrivare al 2050 con un mix energetico 100% rinnovabile, attraverso una sempre maggiore autoproduzione di energia e l'acquisto di energia esclusivamente rinnovabile.





**Politica**

PhotoSì riconosce l'importanza di agire per:

- Utilizzare in modo virtuoso la risorsa idrica e ridurre il consumo
- Trattare le acque e prevenire l'inquinamento idrico
- Sviluppare ecodesign e progettare prodotti ad alta efficienza idrica e che utilizzino, quindi, sempre meno acqua

PhotoSì, visti questi principi, indirizza le strategie aziendali integrando negli obiettivi di business il perseguimento degli obiettivi dell'agenda ONU 2030 (goal 6 e 14). Questi aspetti diventeranno oggetto di una politica di Sostenibilità che l'azienda intende redigere nell'anno seguente.

**Azioni**

Le acque derivanti dalla produzione dei prodotti PhotoSì sono trattate in conformità con le normative e nel rispetto delle risorse idriche e marine.

Sono state attuate azioni di efficientamento e monitoraggio dell'uso di acqua all'interno degli stabilimenti di PhotoSì.

**Obiettivi**

PhotoSì non agisce in una zona a rischio di stress idrico, per questo motivo non ci sono obiettivi a riguardo.

PhotoSì intende progettare prodotti che utilizzino sempre meno acqua e tra i suoi obiettivi, vuole implementare l'ecodesign dei prodotti in questa ottica estendendo la certificazione FSC anche ai prodotti realizzati con componenti legnosi.



**Politica**

PhotoSì riconosce l'importanza di agire per:

- Ridurre e progressivamente abbandonare l'uso di risorse vergini
- Aumentare l'uso di risorse secondarie
- Approvvigionare e utilizzare in modo sostenibile le risorse rinnovabili
- Rispettare la gerarchia dei rifiuti, secondo la quale la prevenzione dei rifiuti è prioritaria

PhotoSì, visti questi principi, indirizza le strategie aziendali integrando negli obiettivi di business il perseguimento degli obiettivi dell'agenda ONU 2030 (goal 12). Questi aspetti diventeranno oggetto di una politica della Sostenibilità che l'azienda intende redigere nell'anno seguente.

**Azioni**

- PhotoSì fa la raccolta differenziata in tutti i propri stabilimenti
- Ha iniziato un percorso di sostituzione degli imballaggi in un'ottica di eliminazione della plastica e di creazione di imballaggi monomateriale riciclabili in carta. Al momento è stato eliminato l'80% della plastica contenuta nei packaging
- PhotoSì ha ottenuto la certificazione FSC per tutti i prodotti legati ad utilizzo di carta e cartone

**Obiettivi**

<p>Aumento della progettazione circolare, della durabilità e del tasso di utilizzo circolare dei materiali</p>	<p>PhotoSì intende progettare i prodotti in modo che utilizzino meno risorse (es: acqua) e in modo che le risorse utilizzate siano sempre più sostenibili (FSC). PhotoSì intende sostituire tutti i propri imballaggi con imballaggi riciclabili, monomateriali in carta. PhotoSì intende conseguire la certificazione ISO14001</p>
<p>Riduzione al minimo delle materie prime e approvvigionamento e uso sostenibile delle risorse rinnovabili</p>	<p>PhotoSì intende aumentare la quantità di carta riciclata utilizzata all'interno della produzione e la quantità di acquisti verdi per gli uffici</p>
<p>Gestione dei rifiuti</p>	<p>PhotoSì intende ridurre la quantità di rifiuti prodotti all'interno degli uffici attraverso una politica di riduzione del monouso e attuare una nuova politica di gestione chimica dei rifiuti in ottica di maggiore sensibilità</p>

## 7.2

### Aspetti e impatti ambientali delle attività, prodotti e servizi

[ESRS 2 IRO-1, ESRS2 SBM 3]

PhotoSì attiva un percorso di analisi delle proprie performance in termini di gestione delle risorse. Lo fa attraverso la verifica di alcuni parametri rilevanti che riguardano le condizioni cui è sottoposta l'azienda e con l'intento di migliorare il proprio processo produttivo improntato:



Alla riduzione di gas climalteranti e alla lotta ai cambiamenti climatici, all'incentivazione della mobilità sostenibile e all'adattamento ai cambiamenti climatici



All'uso sostenibile delle risorse idriche e marine



All'economia circolare e l'uso sostenibile delle risorse

### Focus: cambiamenti climatici

Tema	Impatti negativi	Rischi	Impatti positivi	Opportunità
Mitigazione dei cambiamenti climatici	Alti costi legati alla conversione energetica e dei trasporti in un'ottica di rinnovabili	Svincolamento dalle dinamiche del mercato energetico, coerenza con gli obiettivi dell'Agenda ONU 2030 e di PhotoSì	Dipendenza da un'unica fonte di energia	Sostenibilità, indipendenza e autonomia, coerenza con gli obiettivi, costi stabili
Adattamento ai cambiamenti climatici	Costi di conversione degli edifici in ottica di diverso clima	Non adeguamento della struttura agli stress cronici e acuti	maggior resilienza della struttura agli stress climatici cronici e acuti	Benessere dei dipendenti e capacità di lavoro
Efficienza energetica	Alti costi legati alla modifica delle infrastrutture	Obsolescenza degli impianti e dello stabilimento	riduzione delle emissioni complessive di CO2 nell'intera filiera di approvvigionamento energetico	Sostenibilità, indipendenza e autonomia, coerenza con gli obiettivi, costi stabili
Diffusione di energie rinnovabili	Alti costi legati alla creazione di un nuovo fotovoltaico	Svincolamento dalle dinamiche del mercato energetico, coerenza con gli obiettivi dell'Agenda ONU 2030 e di PhotoSì	Dipendenza da un'unica fonte di energia	Sostenibilità, indipendenza e autonomia, coerenza con gli obiettivi, costi stabili

## 7.3

## Utilizzo delle risorse e metriche

[ESRS E1-5 E1-6 E1-7 E1-8 E3-4 E5-4 E5-5]



Consumo di energia ed energy mix	Dato comparativo	Anno
Consumo totale di energia da fonti fossili (MWh)	982,4	2022/2023
Quota di fonti fossili sul consumo totale di energia	58,7%	2022/2023
Consumo di energia elettrica, calore, vapore e raffreddamento da rinnovabili acquistati (MWh)	401,1	2022/2023
Consumo di energia rinnovabile autoprodotta (MWh)	288,7	2022/2023
Consumo totale di energia da fonti rinnovabili (MWh)	689,8	2022/2023
% energia rinnovabile	41,3%	2022/2023
Consumo totale di energia (MWh)	1672,2	2022/2023

## Intensità energetica

- 167 2,2/ricavi netti per unità monetaria
- Emissioni GES legate ai trasporti: 439 tCO<sub>2</sub>
- Emissioni GES legate all'uso di energia: 439,7 tCO<sub>2</sub>
- Emissioni derivanti dalle spedizioni compensate attraverso un servizio di piantumazione di 1.280 alberi: 439 tCO<sub>2</sub>
- Prezzo interno di carbonio: non fissato



I prodotti di PhotoSì sono intrinsecamente durevoli e riutilizzabili. Non produce prodotti usa e getta. Nel 2022 l'azienda ha prodotto 579,9t di rifiuti. Tutti i rifiuti sono stati consegnati a parti terze che si occupano del loro corretto smaltimento.



## Intensità idrica sui ricavi

- 6053,3 mq su milione di € ricavi netti

## 8.1

### Politica, processi e obiettivi della società per la dignità e il rispetto delle persone

[ESRS S1-1 S1-2 S1-3 S1-5]

#### Politica

PhotoSì riconosce l'importanza di agire per gestire i suoi impatti rilevanti sui dipendenti. In particolare, è consapevole dell'importanza degli strumenti riconosciuti a livello internazionale, dell'importanza della lotta contro la tratta di esseri umani, il lavoro forzato e minorile e del rispetto dei diritti umani. PhotoSì rispetta le normative e le linee guida italiane ed europee.

La società indirizza le strategie aziendali integrando negli obiettivi di business il perseguimento degli obiettivi dell'agenda ONU 2030 (goal 6 e 14). Questi aspetti diventeranno oggetto di una politica di Sostenibilità che l'azienda intende redigere nell'anno seguente.

PhotoSì non dispone di una politica di prevenzione o di un sistema di gestione degli infortuni sul lavoro ma dispone di un documento di valutazione dei rischi.

La società non dispone di una politica volta a eliminare la discriminazione, molestie. Si adopera per promuovere le pari opportunità che includono aspetti legati alla razza ed etnia, colore della pelle, sesso, orientamento sessuale, identità di genere, disabilità, età, religione, opinioni politiche, ascendenza nazionale o estrazione sociale.

L'impresa, al momento, non ha assunto specifici impegni politici relativi all'inserimento in azienda di persone a rischio vulnerabilità, ma non esclude di farlo in futuro.

#### Processi

La società attua processi di coinvolgimento dei lavoratori e dei rappresentanti dei lavoratori attraverso riunioni periodiche e questionari.

Inoltre, conduce attività per porre rimedio agli impatti negativi e prevede canali che consentono ai lavoratori di sollevare preoccupazioni attraverso il whistleblowing e indaga sul loro benessere e stress attraverso i questionari. Infine, l'azienda applica la parità retributiva e distribuisce benefit.

#### Obiettivi

PhotoSì mira a eliminare sul luogo di lavoro ogni tipo di discriminazione, di genere o provenienza. Per fare questo desidera conseguire la PdR125. Nell'anno fiscale 2022/2023, abbiamo raggiunto una media di 15 ore di formazione per dipendente, superando così l'obiettivo di 8 ore che ci eravamo prefissati. È nostra intenzione mantenere lo stesso livello di formazione durante il prossimo anno.

L'azienda si è posta come obiettivo il conseguimento dell'ISO 45001 e 26000. Inoltre desidera aumentare sempre più il benessere dei dipendenti attraverso meccanismi di welfare aziendali.

## 8.2

### Aspetti e impatti relativi ai dipendenti

[ESRS 2 SBM - 3 S1-4]

PhotoSì è composta da 180 lavoratori dipendenti. Non sussistono rischi relativi al lavoro forzato o minorile, o il mancato rispetto di diritti umani. I lavoratori dipendenti lavorano tutti presso la sede di PhotoSì (Italia), in compliance con le normative italiane sul lavoro.

Rispetto ai potenziali impatti e relativi rischi/opportunità, l'azienda ha individuato gli impatti legati a:

- Salute e sicurezza
- Benessere e welfare
- Diversità e inclusione

Per ognuna di queste sono stati individuati i temi rilevanti e i relativi rischi e opportunità per PhotoSì.

L'azienda interviene periodicamente per evitare l'emergere di rischi ma non esiste un piano d'azione dedicato.

<b>Impatti</b>	<b>Tema</b>	<b>Rischi</b>	<b>Opportunità</b>
Salute e sicurezza	Salute e sicurezza	Infortuni	Implicazioni positive sul benessere
Benessere e welfare	Occupazione sicura	Relazioni con sindacati e rappresentanti dei lavoratori, motivazione dei lavoratori	Rapporti in azienda, clima e produttività, senso di appartenenza e collaborazione
	Orario di lavoro	Motivazione ridotta, stanchezza, minore efficienza, problemi di reputazione	Rapporti in azienda, clima e produttività, senso di appartenenza e collaborazione, conciliazione tra vita personale e lavoro
	Salari adeguati	Motivazione ridotta, problemi di reputazione, relazioni con sindacati e rappresentanti dei lavoratori	Produttività e motivazione dei dipendenti
	Dialogo Sociale	Demotivazione e cattivo clima in azienda, riduzione della motivazione e dell'efficienza	Rapporti in azienda, clima e produttività, senso di appartenenza e collaborazione
	Libertà di associazione	Relazioni con sindacati e rappresentanti dei lavoratori, motivazione dei lavoratori	Rapporti in azienda, clima e produttività, senso di appartenenza e collaborazione, migliori condizioni dei dipendenti
	Contrattazione collettiva	Relazioni con sindacati e rappresentanti dei lavoratori, motivazione dei lavoratori	Rapporti in azienda, clima e produttività, senso di appartenenza e collaborazione, migliori condizioni dei dipendenti
	Equilibrio tra vita professionale e vita privata	Motivazione ridotta, stanchezza, minore efficienza, problemi di reputazione	Rapporti in azienda, clima e produttività, senso di appartenenza e collaborazione
	Diritti connessi al lavoro	Relazioni con sindacati e rappresentanti dei lavoratori, motivazione dei lavoratori	Rapporti in azienda, clima e produttività, senso di appartenenza e collaborazione, migliori condizioni dei dipendenti
Diversità e inclusione	Parità di genere e di retribuzione	Reputazione e compliance	Coerenza con gli obiettivi, benessere, riduzione delle differenze
	Formazione e sviluppo delle competenze	Ridotta produttività e qualità del lavoro	Produttività e capacità dei dipendenti
	Occupazione e inclusione delle persone con disabilità	Reputazione e compliance	Coerenza con gli obiettivi, benessere, riduzione delle differenze
	Misure contro la violenza e le molestie sul luogo di lavoro	Reputazione e compliance	Benessere dei dipendenti
	Diversità	Reputazione e compliance	Coerenza con gli obiettivi, benessere, riduzione delle differenze, produttività e incrementato problem solving

## 8.3

### Metriche relative al personale interno alla società

[ESRS da S1-6 a S1-17]

#### Caratteristiche demografiche dei dipendenti

Anno 2022/2023					
	Donne	Uomini	Altro	Non comunicato	N° dipendenti
N° dipendenti	93	87	0	0	180
N° dipendenti tempo indeterminato	86	81	0	0	167
N° dipendenti tempo determinato	7	6	0	0	13
N° dipendenti orario variabile	0	0	0	0	0
N° dipendenti a tempo pieno	84	87	0	0	171
N° dipendenti a tempo parziale	9	0	0	0	9

Genere	N° dipendenti
Uomini	87
Donne	93
Altro	0
Non comunicato	0
Tot	180

Età	N° dipendenti
<30	21
30-50	95
>50	64
Tot	180

Genere	N° membri dell'alta direzione
Uomini	11
Donne	6
Altro	0
Non comunicato	0
Tot	17

Dipendenti con disabilità

**11 (6,11%)**

#### Diritti e tutele dei dipendenti

Tasso di copertura	Copertura della contrattazione collettiva		Dialogo sociale
	Lavoratori dipendenti SEE	Lavoratori dipendenti non SEE	Rappresentanza sul luogo di lavoro (soltanto SEE)
0-19%	0	0	0
20-39%	0	0	0
40-59%	0	0	0
60-79%	0	0	0
80-100%	180	0	180

Tutti i dipendenti percepiscono un salario adeguato, con un reddito superiore ai limiti di povertà calcolati dall'ISTAT.

Tutti i dipendenti sono coperti da protezione sociale per malattia, disoccupazione, infortunio sul lavoro, disabilità acquisita, congedo parentale e pensionamento.

Dipendenti che hanno diritto a congedi per motivi familiari: 7,78%.

Dipendenti aventi diritto che hanno

usufruito di congedi per motivi familiari e ripartizione per genere: 7,78%.

Il divario retributivo di genere corrisponde a 29,4%. Tale differenza è attribuibile alla diversa distribuzione dei ruoli: molte lavoratrici sono impegnate in lavori che non necessitano di qualifiche specialistiche e, di conseguenza, sono meno remunerate rispetto ad altre posizioni lavorative.

Rapporto tra la remunerazione totale annua della persona che percepisce il salario più elevato e la remunerazione di tutti i dipendenti (escluso il primo): 1,91%.

## Formazione

I dipendenti di PhotoSì partecipano regolarmente ad attività di formazione annuali.

La quantità di ore di formazione può variare a seconda del ruolo. In particolare, le ore medie di formazione sono:

- 55,3 per i quadri
- 21,75 per gli impiegati
- 5,36 per gli operai

<b>Salute e sicurezza</b>	<b>2022/2023</b>
% dei lavoratori propri coperti dal sistema di gestione della salute e sicurezza dell'impresa	0
Numero di decessi dovuti a lesioni e malattie connesse al lavoro	0
Numero e tasso di infortuni sul lavoro registrabili	0
Numero di casi riguardanti malattie connesse al lavoro registrabili	0
Numero di giornate perse causa lesioni e decessi sul lavoro, malattie connesse al lavoro e decessi a seguito di malattie	0

<b>Discriminazioni</b>	<b>2022/2023</b>
Numero totale di episodi di discriminazione e molestie per il periodo di riferimento	0
Numero di denunce attraverso i canali predisposti (meccanismi di reclamo)	0
Importo totale ammende, sanzioni e risarcimento danni risultanti dagli incidenti e denunce	0
Numero di incidenti gravi in materia di diritti umani connessi alla forza lavoro	0
Importo totale delle ammende, sanzioni e risarcimenti a causa del punto prima	0

3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING



4 QUALITY EDUCATION



5 GENDER EQUALITY



6 CLEAN WATER AND SANITATION



7 AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY



8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH



9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE



10 REDUCED INEQUALITIES



**PhotoSi**  
stampa le tue emozioni

11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES



12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION



13 CLIMATE ACTION



17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS

