

CASTADIVAGROUP

RELAZIONE DI IMPATTO

Redatta ai sensi ex art. 1 c.382 L. 208/2015
Esercizio dal 01/01/2025 al 31/12/2025

2025

Casta Diva Group S.p.A.

Capitale Sociale 9.785.898,50€ sottoscritto e versato.

C.F. e P.I. 03076890965

Iscritta al Registro delle Imprese di Milano nr. 13085870155.

SOMMARIO

SOMMARIO	5
LETTERA AGLI STAKEHOLDER	6
1. INTRODUZIONE	8
La relazione di impatto	8
Metodologia, strumenti e perimetro di analisi	10
Chi siamo	14
La scelta di Società Benefit e lo statuto	16
Governance sostenibile	18
La governance del gruppo e la governance sostenibile	19
Le certificazioni del gruppo al 31 dicembre 2025	22
Le associazioni di appartenenza	24
L'approccio al coinvolgimento degli stakeholder	25
2. L'IMPATTO	26
Impact statement	26
Impact value chain	28
I beneficiari dell'impatto	30
3. FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE	32
Finalità 1: Cultura aziendale dell'inclusione e della valorizzazione	34
Obiettivo 1: Valorizzare le risorse	35
Obiettivo 2: Wellbeing aziendale e benessere su misura	40
Sintesi dello stato delle attività di cultura aziendale dell'inclusione e della valorizzazione	44
L'impatto misurato della cultura aziendale dell'inclusione e della valorizzazione	46
GRI 404-1 Numero medio di ore di formazione all'anno per dipendente	46
GRI 401-3 Congedo parentale	47
GRI 405-1 Diversità negli organi di governance e tra i dipendenti	48
Finalità 2: evoluzione interna ed esterna per il sociale e per l'ambiente	50
Obiettivo 1: promuovere una cultura della sostenibilità	51
Obiettivo 2: riduzione dell'impronta carbonica e tutela degli ecosistemi	57
Obiettivo 3: Sviluppo sostenibile del territorio	65
Obiettivo 4: Comunicare le tematiche della sostenibilità	67
Sintesi dello stato delle attività di evoluzione interna ed esterna per il sociale e per l'ambiente	70
L'impatto misurato dell'evoluzione interna ed esterna per il sociale e per l'ambiente	72
GRI 406-1 episodi di discriminazione e misure correttive adottate	72
GRI 305-1 e GRI 305-2 emissioni di gas a effetto serra Scope 1 e Scope 2	73
GRI 201-1 valore economico generato e distribuito	74
GRI 417-3 casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing	74
CONCLUSIONE	76

LETTERA AGLI STAKEHOLDER



Care lettrici e cari lettori,

vi presento la nostra Relazione d’Impatto 2025, un documento che racconta in modo trasparente e partecipato l’impegno di Casta Diva Group – Società Benefit nel perseguire non solo risultati economici, ma anche un impatto positivo sulle persone, sulla società e sull’ambiente.

Le persone rappresentano da sempre il motore della crescita di Casta Diva Group. Per questo, nel corso dell’anno, abbiamo investito in un importante percorso di ascolto e co-creazione finalizzato a definire e diffondere, in modo condiviso, i valori che guidano il nostro modo di lavorare e di costruire il futuro del Gruppo. Un progetto che ha rafforzato il senso di appartenenza e contribuito a rendere ancora più solida e riconoscibile la nostra cultura aziendale.

Questo percorso rappresenta l’inizio di

un’evoluzione continua verso una cultura aziendale sempre più partecipata, dove i

valori entreranno nella quotidianità aziendale grazie a contenuti, iniziative, challenge e attività pensate per renderli sempre più concreti, condivisi e vissuti.

Il nostro impegno è quello di continuare a generare valore condiviso, trasformando la creatività in uno strumento di cambiamento positivo. Attraverso le nostre attività, vogliamo contribuire a costruire un futuro in cui il successo aziendale sia strettamente connesso al benessere delle persone, alla tutela dell’ambiente e allo sviluppo delle comunità in cui operiamo.

Ogni progetto che realizziamo rappresenta un’opportunità per lasciare un segno concreto e trasformare le idee in valore duraturo.

Andrea De Micheli
Presidente e CEO

1. INTRODUZIONE

LA RELAZIONE DI IMPATTO

La Relazione di Impatto è il documento annuale con cui Casta Diva Group s.p.a misura e presenta agli stakeholder i principali risultati ottenuti nella generazione di impatto positivo durante l'esercizio di riferimento. Per il gruppo rappresenta uno strumento fondamentale per accrescere la propria trasparenza e per comunicare ufficialmente l'impegno assunto in qualità di Società Benefit verso persone, comunità, territori e ambiente, in coerenza con quanto previsto dalla Legge 28 dicembre 2015 n. 208 ai commi 376 e seguenti dell'articolo 1.

LA STRUTTURA

Il presente report si articola in tre capitoli concepiti per accompagnare il lettore in un percorso ordinato di lettura del gruppo, del suo modello di impatto e dei risultati conseguiti.

La Struttura
Primo Capitolo
Secondo Capitolo
Terzo Capitolo

01.

PRIMO CAPITOLO

Il primo capitolo è finalizzato a descrivere l'identità dell'organizzazione, le attività svolte e il modello di governance attraverso cui sono gestite le finalità di beneficio comune indicate nello Statuto, includendo il dettaglio della metodologia adottata, del perimetro di rendicontazione e dell'architettura organizzativa del gruppo.

02.

SECONDO CAPITOLO

Il secondo capitolo illustra l'approccio strategico all'impatto, attraverso l'impact statement che orienta l'azione di Casta Diva Group, la rappresentazione della catena del valore d'impatto e l'identificazione delle categorie di beneficiari verso cui il gruppo dirige il proprio operato.

03.

TERZO CAPITOLO

Il terzo capitolo costituisce il cuore del documento e raccoglie la rendicontazione delle attività realizzate nel 2025 per le due finalità di beneficio comune. Per ciascuna finalità sono descritte le azioni svolte, lo stato di avanzamento degli obiettivi prefissati, la sintesi valutativa dei dati considerati per l'analisi dell'impatto e gli obiettivi che il gruppo si propone di sviluppare nell'esercizio 2026 e negli anni successivi.

METODOLOGIA, STRUMENTI E PERIMETRO DI ANALISI

La metodologia utilizzata per valutare l'impatto delle attività di Casta Diva Group si basa su un approccio integrato, orientato a garantire trasparenza, misurabilità e continuità nel processo di miglioramento. In conformità a quanto previsto dall'art. 1, comma 380, della Legge 28 dicembre 2015, n. 208, Casta Diva Group ha individuato Giulia Pasca quale soggetto responsabile delle funzioni e dei compiti connessi al perseguimento delle finalità di beneficio comune, nonché al coordinamento delle attività di monitoraggio e rendicontazione degli impatti generati.

Questo approccio consente di analizzare e comprendere in che modo le azioni del Gruppo contribuiscano alla creazione di valore sostenibile per gli stakeholder, la società e l'ambiente. Attraverso la costruzione dell'Impact Value Chain, sono state esaminate le diverse fasi delle attività aziendali, dalle risorse impiegate alle azioni realizzate, fino ai risultati prodotti e ai benefici generati, con l'obiettivo di valutare gli impatti che Casta Diva Group

intende produrre a favore delle persone, delle comunità e dell'ambiente.

Per realizzare le proprie attività a impatto positivo, il gruppo impiega un insieme di risorse interne (competenze professionali, programmi di formazione, strumenti di monitoraggio) e di risorse esterne (partnership con enti del terzo settore, collaborazioni con associazioni di settore). Queste risorse alimentano le iniziative descritte nei capitoli successivi e ne sostengono la continuità nel tempo.

Le risorse e le competenze di Casta Diva Group si traducono in un insieme articolato di iniziative orientate alla creazione di valore sociale e ambientale. Tra queste rientrano la produzione di contenuti audiovisivi e branded content, la progettazione di eventi live e digitali, lo sviluppo di campagne anche pro bono a supporto di organizzazioni non profit, nonché attività di sensibilizzazione rivolte sia all'interno sia all'esterno dell'organizzazione sui temi ESG e di diversità, equità e in-

clusione. A queste azioni si affiancano le giornate di volontariato aziendale, gli interventi a tutela della biodiversità e le iniziative dedicate al recupero della plastica dagli oceani.

L'efficacia di tali attività viene monitorata attraverso indicatori concreti, tra cui:

Numero delle persone coinvolte e formate

Partecipazione al volontariato aziendale

Emissioni di CO₂ equivalente quantificate

Chilogrammi di plastica recuperati

Alveari di biomonitoraggio attivi

Questi risultati contribuiscono a generare cambiamenti più profondi e duraturi, rafforzando la cultura interna del gruppo e producendo effetti positivi nelle comunità e nei territori in cui opera.

L'obiettivo della valutazione di impatto di Casta Diva Group non è soltanto quello di

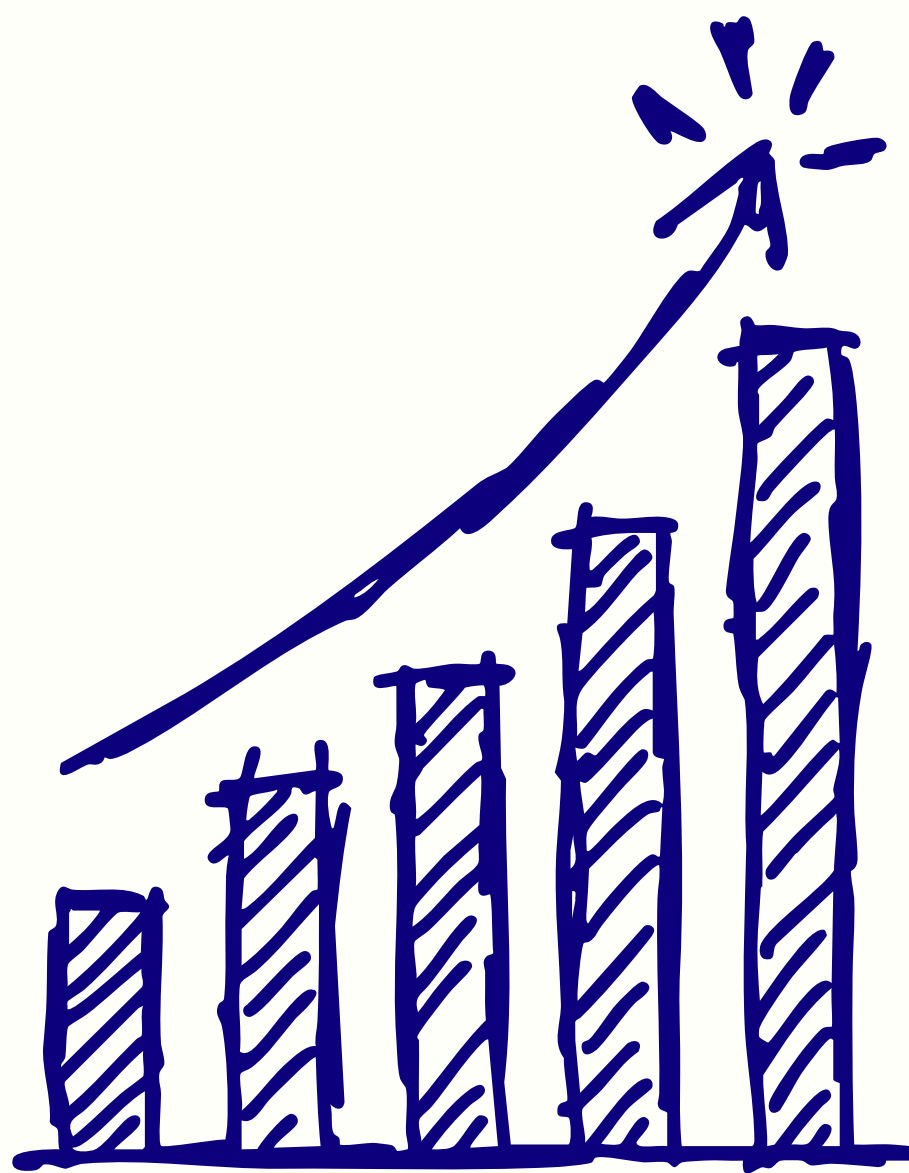
mostrare all'esterno quali siano le attività ad alto impatto del gruppo, ma anche e soprattutto innescare un processo di revisione delle attività stesse, in grado di attivare percorsi di apprendimento interno utili a migliorare continuamente la nostra proposta di valore e a creare impatti sempre più significativi. La costruzione del metodo di valutazione ha previsto l'elaborazione di una impact value chain, attraverso la quale sono state evidenziate le relazioni fra le diverse attività del gruppo, gli stakeholder individuati come strategici e gli esiti per ciascuno di essi. Tale procedimento riflette il fatto che la generazione di beneficio comune è una scelta intenzionale e strutturata della proposta di valore promossa da Casta Diva Group come Società Benefit.

Per la valutazione degli impatti e il monitoraggio degli indicatori elaborati, l'analisi si è basata su dati quantitativi e qualitativi raccolti attraverso il coinvolgimento degli stakeholder interni e la piattaforma Choral di Up2You. Questo approccio consente al gruppo di monitorare costantemente i progressi nelle proprie aree prioritarie e di confrontarsi regolarmente per identificare opportunità di miglioramento. Per assicurare un quadro di riferimento rigoroso e riconosciuto, l'attività del gruppo è ispirata anche agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite, in coerenza con il mandato attribuito alla unit interna ESGPact dal 2022. In questo contesto, nel 2025 le iniziative del gruppo hanno contribuito attivamente al raggiungimento di 10 dei 17 SDGs.

MODELLO DI VALUTAZIONE

Lo standard di valutazione adottato da Casta Diva Group è costituito dai GRI Sustainability Reporting Standards nella versione 2021, scelti a partire dall'esercizio 2024 in sostituzione del precedente metodo SABI e confermati per l'esercizio 2025 attraverso la struttura degli indicatori utilizzati nei sistemi di rilevazione del gruppo. L'adozione del GRI risponde a quanto previsto dalla Legge 28 dicembre 2015 n. 208 in materia di Società Benefit, che richiede una rendicontazione trasparente e completa dell'impatto generato dall'azienda nel perseguimento delle proprie finalità di beneficio comune.

Il modello di valutazione è strutturato per fornire una valutazione esauriente e articolata dell'impatto del gruppo e delle sue azioni nel perseguimento delle finalità di beneficio comune, è basato su uno standard costruito attraverso un approccio scientifico e multidisciplinare e si presenta in modo trasparente, poiché i criteri, gli strumenti e la metodologia utilizzati sono oggetto di analisi all'interno della presente Relazione.



STRUMENTI E PERIMETRO DI ANALISI

Per l'analisi delle aree di impatto di Casta Diva Group abbiamo adottato un approccio che unisce il coinvolgimento diretto degli stakeholder principali, come management e dipendenti, e una valutazione approfondita degli effetti generati lungo l'intera catena del valore aziendale.

IL PRIMO STRUMENTO

Il primo strumento è l'impact value chain. Abbiamo mappato le risorse iniziali, le attività svolte grazie a esse, i risultati prodotti e i cambiamenti generati, creando una catena logica che ci consente di comprendere la relazione fra i nostri interventi e gli impatti desiderati. La mappatura è stata effettuata includendo i dati relativi alla realtà aziendale rilevati attraverso la piattaforma Choral di Up2You, per assicurare una rendicontazione trasparente e rappresentativa del gruppo.

IL SECONDO STRUMENTO

Il secondo strumento è il calcolo della carbon footprint del gruppo allineato al GHG Protocol. Le emissioni di Scope 1 e di Scope 2 sono state oggetto di rilevazione strutturata nel periodo di riferimento 1 Gennaio 2025 e 31 Dicembre 2025. I dati sono stati raccolti e processati attraverso la piattaforma CliMax di Up2You, validata dall'ente di certificazione RINA.

La presente Relazione copre l'esercizio compreso fra il 1 gennaio 2025 e il 31 dicembre 2025 e rendiconta in forma consolidata l'operato di Casta Diva Group S.p.A. in qualità di Capogruppo e delle società controllate elencate nelle pagine successive.

INTRODUZIONE

Casta Diva Group S.p.A. è una società italiana fondata nel 2005 e attiva nei settori della comunicazione, della produzione di contenuti digitali e audiovisivi e degli eventi live e digitali. Il gruppo opera tramite un network di società specializzate che offrono servizi articolati lungo tre macroaree operative, ovvero Video Content Production, Live Communication and Entertainment e Service. La proposta complessiva comprende la produzione di spot pubblicitari, branded content, music entertainment, film corporate e format televisivi, oltre alla progettazione e realizzazione di eventi esperienziali e di campagne integrate per brand di rilevanza nazionale e internazionale. L'approccio creativo e tecnologicamente avanzato del gruppo ha consentito di affermarsi come riferimento per le aziende che cercano una comunicazione multicanale e capace di generare connessione.

Il gruppo è organizzato attorno a una pluralità di brand organizzati in legal entities e specializzati, ognuno con una propria identità e con un'area di competenza distintiva. Fanno parte di Casta Diva Group le società Casta Diva Pictures, G.2 Eventi, Artificio Italiano Srl (denominata Casta Diva Art&Show), Genius Progetti, Blue Note, First Class, E-Motion, Service Zero, Akita Film, oltre alle sedi internazionali presenti in quattro continenti.

CHI SIAMO



LA SCELTA DI SOCIETÀ BENEFIT E LO STATUTO

Le Società Benefit costituiscono l'espressione di un paradigma di impresa evoluto rispetto al modello tradizionale. Sono società a scopo di lucro che, nel perseguire la massimizzazione del proprio profitto, integrano nel proprio oggetto sociale anche la finalità di generare un impatto positivo e misurabile sulla società e sull'ambiente. Una Società Benefit si pone quindi volontariamente nell'ottica di creare e restituire valore al contesto in cui opera, bilanciando gli interessi degli shareholder con quelli di tutti gli altri portatori d'interesse.

La forma giuridica della Società Benefit è stata introdotta in Italia a partire dal 2016, in qualità di primo Paese al mondo dopo gli Stati Uniti ad averla adottata. Tale forma giuridica non comporta alcun tipo di incentivo economico o fiscale e ha dato vita a ruoli organizzativi specifici, incaricati di assicurare che la Società persegua le finalità di beneficio comune dichiarate nel proprio Statuto.

Per assumere la forma di Società Benefit l'impresa è chiamata a:

Esplicitare nel proprio Statuto sia lo scopo dell'attività sia il modo in cui gli interessi degli azionisti vengono bilanciati con quelli di tutti gli altri portatori d'interesse.

Realizzare ogni anno una misurazione completa dei propri impatti sull'ambiente e sulla società comunicandoli attraverso una Relazione di Impatto integrata con la reportistica tradizionale.

Dotarsi di una governance interna in grado di posizionare l'azienda come vettore di sostenibilità e di innovazione all'interno dell'ecosistema in cui opera.

La normativa prescrive che le Società Benefit presentino annualmente un resoconto delle loro prestazioni relativamente a quattro ambiti fondamentali di sostenibilità.

GOVERNO D'IMPRESA

La responsabilità e la trasparenza della società nel perseguimento degli obiettivi di beneficio comune, con attenzione allo scopo dichiarato, al coinvolgimento dei portatori d'interesse e al grado di trasparenza delle regole organizzative.

LE PERSONE

La valutazione delle interazioni con dipendenti e collaboratori in materia di compensi e benefit, formazione e sviluppo, qualità dell'ambiente lavorativo, comunicazione interna, flessibilità e sicurezza sul lavoro.

PORTATORI D'INTERESSE

Interazioni della Società con clienti, fornitori e comunità locali, incluse le attività di volontariato, le donazioni, le attività culturali e sociali e ogni iniziativa che contribuisca allo sviluppo locale e della catena del valore.

AMBIENTE

Da intendersi come impronta ambientale lungo il ciclo di vita di prodotti e servizi sia come insieme delle azioni svolte dalla Società per finalità ecologiche.

GOVERNANCE SOSTENIBILE

In data 22 dicembre 2023 Casta Diva Group S.p.A. ha modificato il proprio Statuto sociale per assumere la veste di Società Benefit, riconoscendo formalmente che la propria attività imprenditoriale è rivolta non solo alla creazione di profitto ma anche al perseguimento di un beneficio comune misurabile a vantaggio di persone, comunità, territori e ambiente. La scelta ha rappresentato la naturale evoluzione di un percorso già in corso da diversi anni e ha permesso al gruppo di sancire la propria visione attraverso uno strumento giuridico riconosciuto a livello nazionale.

Le finalità di beneficio comune individuate nello Statuto sono due.

1

La prima consiste nella costruzione di una cultura aziendale che valorizzi l'inclusione e i talenti delle singole persone, con l'obiettivo di sostenere lo sviluppo pieno del loro potenziale.

2

La seconda consiste nell'innovare attraverso la digitalizzazione, anche al fine di generare un impatto ambientale positivo e favorire un'evoluzione progressiva del modello di business in linea con gli obiettivi europei di neutralità climatica e con quelli nazionali di transizione ecologica.

Tali finalità trovano traduzione concreta negli obiettivi descritti nel Capitolo 3 e indirizzano la pianificazione delle iniziative del gruppo.

LA GOVERNANCE DEL GRUPPO E LA GOVERNANCE SOSTENIBILE

Casta Diva Group S.p.A si è dotata di una governance articolata, costruita per coniugare la direzione strategica con il presidio operativo della sostenibilità. Il Consiglio di Amministrazione è investito dei più ampi poteri di gestione ordinaria e straordinaria della Società ed è composto da figure attente alle finalità di beneficio comune indicate nello Statuto. Il Presidente, Andrea De Micheli, ricopre anche la funzione di Co-founder, Chairman & CEO di Casta Diva Group e guida l'indirizzo strategico del gruppo, garantendo la coerenza fra business, innovazione e cultura aziendale. Al CdA si affianca la funzione di Revisore Legale affidata al dottor Giovanni Rovelli, Partner di BDO Italia.

CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE - FINO AL 30.06.2025

Andrea De Micheli

Presidente

Pietro Candela

Consigliere indipendente

Vittorio Meloni

Consigliere indipendente

Francesco Savelli

Consigliere indipendente

Mauro Lorini

Consigliere indipendente

Andrea Conso

Consigliere indipendente

REVISORE

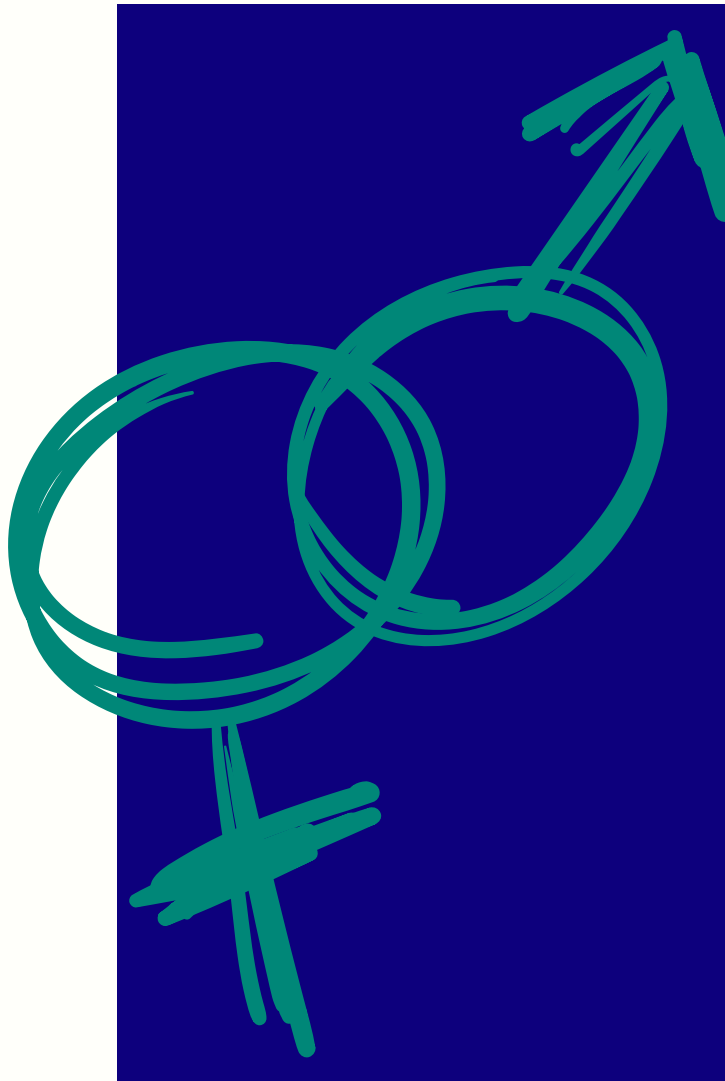
Giovanni Rovelli

Revisore Legale, Partner di BDO Italia

INTRODUZIONE

Con riferimento alle società direttamente controllate da Casta Diva Group, l'analisi effettuata sui Consigli di Amministrazione al 31 dicembre 2025 riporta una composizione pari al 30% di Consigli a maggioranza femminile e al 70% a maggioranza maschile. Alla data della presente Relazione, il dato risulta in miglioramento, avendo raggiunto una distribuzione equilibrata: il 50% dei Consigli di Amministrazione presenta una maggioranza femminile e il restante 50% una maggioranza maschile.

Con riferimento ai quadri direttivi, di tutte le società controllate, comprendendo le risorse assunte con qualifica di Dirigente e Quadro aziendale, la composizione evidenzia una prevalenza femminile pari al 58%, rispetto al 42% rappresentato dalla componente maschile. Tali dati confermano l'impegno del Gruppo nel promuovere una governance e una struttura manageriale sempre più orientate ai principi di equilibrio e inclusione.



Nel 2025 il gruppo ha adottato un nuovo modello di governance volto a rafforzare l'integrazione tra obiettivi aziendali e finalità di beneficio comune. La nuova struttura prevede il presidente al vertice del sistema organizzativo, con riporto diretto delle funzioni CFO, Growth marketing, Cross selling, Comunicazione esterna, Comunicazione interna e Sustainability manager.

Un ruolo centrale è affidato allo steering committee, organo trasversale di coordinamento che raccoglie gli input aziendali, affianca e favorisce le diverse aree operative del gruppo, tra cui sostenibilità, risorse umane, amministrazione, sviluppo business e comunicazione nel loro sviluppo.

Questa architettura consente di presidiare in modo integrato le priorità strategiche e gli impegni di impatto, favorendo una distribuzione diffusa della responsabilità di sostenibilità all'interno dell'organizzazione e assicurando coerenza tra le

ESGPACT

L'insieme delle azioni concrete di natura ambientale, sociale e di governance dell'azienda.

attività d'impresa e il perseguimento delle finalità di beneficio comune.

Il presidio strutturato della sostenibilità è affidato alla unit interna ESGPact, costituita nel 2022 con il mandato di promuovere i valori del gruppo in ambito ambientale, sociale e di governance. La unit opera sotto la supervisione della Sustainability Manager, che risponde al Presidente del gruppo, e coordina le attività trasversali di sostenibilità con il supporto del People Lead e della funzione HR.

A completamento di questa struttura, il gruppo ha individuato all'interno di ciascuna società controllata delle figure di riferimento, denominate Ambassador, con il compito di facilitare la raccolta dei dati, promuovere le iniziative e favorire il dialogo fra la capogruppo e le singole unit. Sul piano della legalità e della trasparen-

za, nel 2025 Casta Diva Group ha adottato il Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo previsto dal Decreto Legislativo 8 giugno 2001 n. 231, con l'obiettivo di rafforzare i presidi interni e prevenire la commissione di reati nell'ambito dell'attività aziendale. Contestualmente è stato nominato l'Organismo di Vigilanza, con il compito di verificare l'efficacia del Modello, monitorarne il funzionamento e proporre eventuali aggiornamenti. Il codice etico, approvato dal consiglio di amministrazione il 23 maggio 2022, si applica a tutti i destinatari dell'azienda, inclusi amministratori, responsabili di settore, dipendenti, collaboratori e soggetti esterni. Il documento continua a rappresentare il principale riferimento per orientare comportamenti e relazioni con clienti, fornitori, soci, dipendenti e istituzioni pubbliche, secondo principi di correttezza, responsabilità e trasparenza.

LE CERTIFICAZIONI DEL GRUPPO AL 31 DICEMBRE 2025

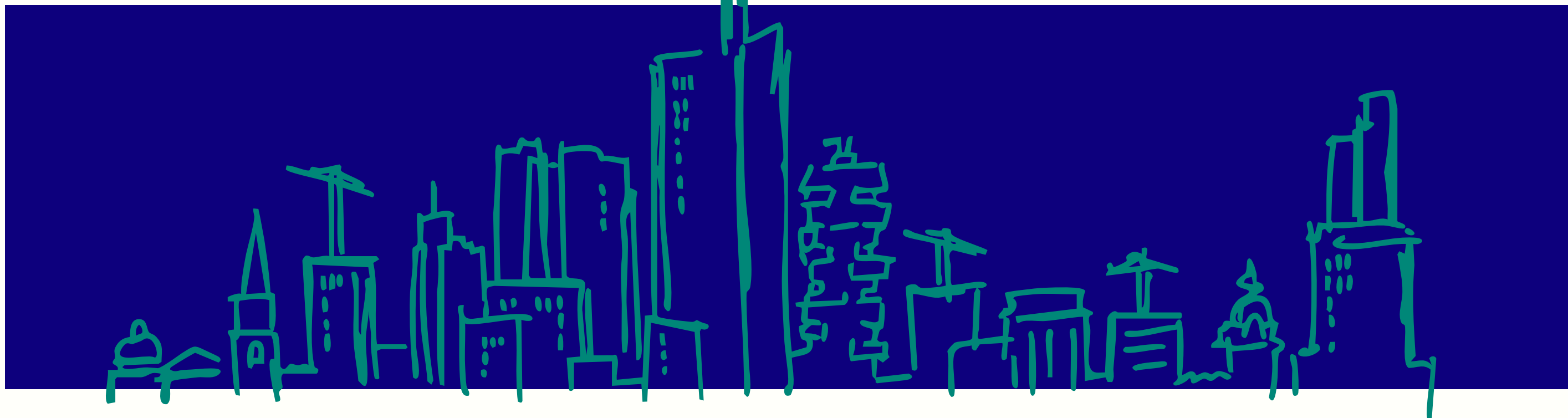
Le società del gruppo hanno scelto nel tempo di sottoporsi a certificazioni di terza parte come strumento per rendere verificabili in modo indipendente le politiche e le prassi adottate. Il quadro delle certificazioni in essere al 31 dicembre 2025 si è ampliato rispetto all'esercizio precedente.

9 CERTIFICAZIONI ATTIVE

2 NUOVE CERTIFICAZIONI NEL 2025

3 SOCIETÀ CERTIFICATE UNI/PDR 125

CERTIFICAZIONE		SOCIETÀ DEL GRUPPO
ISO 9001: 2015	Qualità	G.2 Eventi Genius Progetti Casta Diva Pictures
ISO 20121	Eventi sostenibili	G.2 Eventi Genius Progetti
UNI/Pdr 125	Parità di Genere	G.2 Eventi Genius Progetti Casta Diva Pictures
ISO 14001: 2015	Sistema di Gestione Ambientale	G.2 Eventi
ISO 37001	Anticorruzione	G.2 Eventi
ISO 37301	Compliance Managment	G.2 Eventi Genius Progetti
ISO 45001	Salute e Sicurezza sul lavoro	Genius Progetti
ECOVADIS	Responsabilità Sociale d'Impresa	G.2 Eventi Akita films Casta Diva Pictures
GREEN THE BID	Produzione audiovisiva sostenibile	G.2 Eventi Casta Diva Pictures



LE ASSOCIAZIONI DI APPARTENENZA

Nel 2025 Casta Diva Group conferma la propria partecipazione a diverse associazioni, network e organizzazioni attive in ambiti rilevanti per il settore e per il percorso di sostenibilità del gruppo. Tra queste rientrano Valore D, Fondazione Libellula, UNA, Club degli Eventi, Le Village by CA, Elis, Web3 Alliance, CPA e AssoNext.

L'adesione a tali realtà consente al gruppo di accedere a network qualificati, favorendo il confronto con altri operatori, la condivisione di buone pratiche e lo svi-

luppo di nuove opportunità di business. Al tempo stesso, la partecipazione a organizzazioni impegnate su temi quali diversità, equità e inclusione e contrasto alla violenza di genere contribuisce a rafforzare il posizionamento strategico del gruppo su ambiti coerenti con le proprie finalità di beneficio comune e con il proprio impegno sociale.

L'APPROCCIO AL COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER

Il coinvolgimento degli stakeholder è un elemento costitutivo dell'operare del gruppo come Società Benefit. Nel 2025 le modalità di ascolto e di aggiornamento si articolano attraverso diversi canali: l'invio di questionari di soddisfazione, newsletter periodiche e la comunicazione costante delle attività e delle iniziative del gruppo attraverso i canali social e il sito web istituzionale.

Il dialogo con gli stakeholder interni è alimentato dalla piattaforma intranet aziendale, utilizzato come strumento di comunicazione interna e di condivisione dei valori aziendali. Il modello prevede un'evoluzione progressiva verso forme di engagement più strutturate, in coerenza con l'ambizione del gruppo di rendere ancora più rilevante e tracciabile l'interlocazione con i propri portatori d'interesse.

2. L'IMPATTO

IMPACT STATEMENT

Casta Diva Group riconosce nella creatività uno strumento capace di generare trasformazione sociale e ambientale. Lo statement di impatto del gruppo esprime la convinzione che ogni progetto, produzione, evento o campagna possa contribuire a creare valore oltre il risultato economico, favorendo il benessere delle persone, l'apertura culturale delle organizzazioni coinvolte e la tutela degli ecosistemi naturali.

Questa visione viene tradotta in pratica attraverso iniziative che integrano obiettivi commerciali, sociali e ambientali, con risultati monitorati mediante metriche verificabili e comunicati secondo principi di trasparenza.

Nel 2025 tale approccio ha orientato le principali aree di intervento del gruppo.

FRONTE INTERNO

Sono state promosse opportunità di crescita, ascolto e benessere, anche attraverso attività di mentorship, formazione e supporto psicologico.

AMBIENTE

È proseguito il percorso di riduzione della carbon footprint insieme ad azioni a tutela della biodiversità e di contrasto all'inquinamento marino.

TERRITORIO E COMUNITÀ

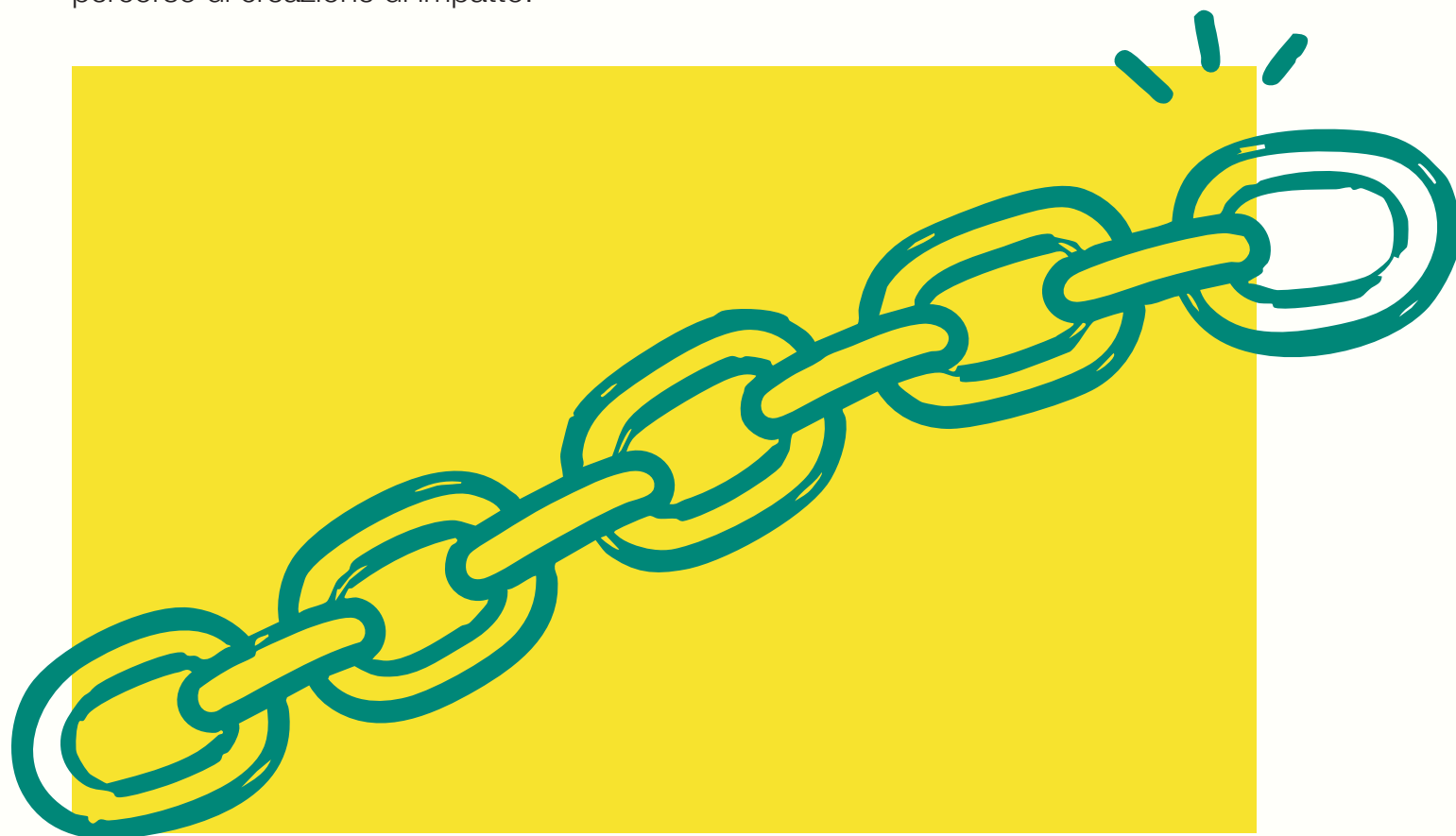
Sono state sviluppate iniziative di volontariato aziendale, collaborazioni con enti del terzo settore e campagne pro bono dedicate a temi sociali rilevanti, tra cui il contrasto alla violenza di genere e la promozione dell'inclusione.

IMPACT VALUE CHAIN

La catena del valore d'impatto permette di rappresentare in modo chiaro come le risorse impiegate dal gruppo si traducano in azioni concrete, risultati misurabili e cambiamenti generati per i beneficiari.

La metodologia adottata segue cinque livelli: input, attività, output, outcome e impatto finale.

Questo approccio consente di comprendere la relazione tra le risorse utilizzate, le iniziative realizzate e gli effetti prodotti, offrendo una lettura integrata e coerente del percorso di creazione di impatto.



INPUT

Sul fronte degli input, Casta Diva Group immette nei propri programmi risorse economiche derivate dalle attività di business, competenze professionali distribuite fra le funzioni operative e di sostenibilità, certificazioni e processi qualificati di terza parte, oltre alla rete di partnership istituzionali e associative.

ATTIVITÀ

Le risorse del gruppo si trasformano in valore attraverso un insieme di attività integrate, che riflettono la natura creativa, sociale e ambientale del suo operato. Le produzioni audiovisive, gli eventi live e digitali e le campagne di comunicazione rappresentano il cuore operativo di questo percorso. A queste si affiancano iniziative rivolte alle persone e alla comunità, come la formazione interna, il volontariato aziendale e le collaborazioni con realtà non profit, oltre a progetti dedicati alla tutela ambientale sviluppati direttamente dal gruppo o attraverso le sue società.

OUTPUT

Sul piano degli output, il gruppo genera contenuti, esperienze, percorsi formativi e campagne pro bono, descritti in modo più approfondito nelle pagine successive.

OUTCOME

Gli outcome rappresentano il valore e il cambiamento generati dalle attività del gruppo sui propri beneficiari. Per le persone, si traducono nello sviluppo delle competenze professionali, nel rafforzamento del senso di appartenenza e nel miglioramento del benessere individuale. Per le comunità locali, si concretizzano nella diffusione di una cultura della sostenibilità, della diversità e dell'inclusione, nonché nel sostegno diretto attraverso il volontariato e le iniziative pro bono. Per l'ambiente, si misurano nella progressiva riduzione dell'impronta carbonica e nella tutela degli ecosistemi attraverso le partnership attivate.

IMPATTO FINALE

L'impatto finale che il gruppo persegue consiste in un avanzamento progressivo nelle finalità di beneficio comune indicate nello Statuto, ovvero in una cultura aziendale realmente inclusiva e capace di valorizzare le persone, e in un modello di business che evolve in direzione di una maggiore neutralità climatica e di una protezione attiva degli ecosistemi. La misurazione dell'impatto è affidata agli indicatori GRI riportati nei paragrafi dedicati di Capitolo 3, completati dai sistemi di rilevazione interni e dai monitoraggi forniti dai partner tecnologici, con particolare riferimento al sistema 3Bee Hive-Tech per il presidio della biodiversità.

I BENEFICI DELL'IMPATTO

Coerentemente con i quattro ambiti fondamentali individuati dalla normativa sulle Società Benefit, ossia Lavoratori, Governo d'Impresa, Ambiente e Altri Portatori d'Interesse, l'impatto generato da Casta Diva Group nel 2025 ha riguardato in particolare quattro grandi categorie di beneficiari. Per ciascuna categoria il gruppo ha attivato specifici programmi descritti nel Capitolo 3 e ne ha misurato i risultati attraverso indicatori dedicati.

1

Prima Categoria: le persone del gruppo

La prima categoria di beneficiari è quella delle persone che lavorano nel gruppo. Comprende dipendenti e collaboratori, ai quali il gruppo offre percorsi di crescita professionale, programmi di mentorship, opportunità di formazione su temi tecnici e su tematiche di inclusione e benessere, servizi di supporto psicologico, strumenti di partecipazione e segnalazione, oltre a iniziative legate alla cultura della gentilezza e al rispetto delle differenze.

2

Seconda Categoria: le comunità

La seconda categoria riguarda le comunità in cui il gruppo opera, in particolare le città di Milano, Roma, Genova e Sassuolo nelle quali si sono svolte le giornate di volontariato aziendale del 2025, e i territori interessati dai programmi di partnership con DonnexStrada, Fondazione Libellula, Opera San Francesco, Legambiente e Croce Rossa Italiana.

3

Terza Categoria: l'ambiente

La terza categoria comprende l'ecosistema e l'ambiente naturale, beneficiario diretto del programma di decarbonizzazione del gruppo, del progetto Oasi della Biodiversità realizzato con 3Bee, della partnership con Ogyre per la pulizia degli oceani e delle pratiche quotidiane di riduzione dell'impatto ambientale negli uffici.

4

Quarta Categoria: altri portatori d'interesse

La quarta categoria comprende altri portatori d'interesse come le associazioni di settore, gli enti del terzo settore, i partner istituzionali e il pubblico finale raggiunto dalle campagne istituzionali del gruppo.

3. FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE

Il beneficio comune perseguito da Casta Diva Group si declina in due finalità statutarie che riconducono ai quattro ambiti previsti dalla normativa sulle Società Benefit, ossia Governo d'Impresa, Persone, Comunità, Fornitori, Clienti e Innovazione e Ambiente.

FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE

FINALITÀ 1: CULTURA AZIENDALE DELL'INCLUSIONE E DELLA VALORIZZAZIONE

Costruire una cultura aziendale che valorizzi l'inclusione e i talenti dei singoli per lo sviluppo del pieno potenziale delle persone.

FINALITÀ 2: EVOLUZIONE INTERNA ED ESTERNA PER IL SOCIALE E PER L'AMBIENTE

Innovare tramite la digitalizzazione anche al fine di generare impatto ambientale positivo favorendo un'evoluzione progressiva del modello di business della Società in linea con gli obiettivi europei di neutralità climatica e quelli nazionali di transizione ecologica.

AMBITI DA NORMATIVA



PERSONE



GOVERNO D'IMPRESA



PERSONE



AMBIENTE

ALTRI PORTATORI
D'INTERESSE

Per ciascuna finalità le pagine seguenti descrivono gli obiettivi statutarie, le azioni e i progetti realizzati nel corso del 2025, lo stato di avanzamento dei target prefissati per l'esercizio in corso e gli obiettivi indicati per l'esercizio 2026. Ogni finalità si chiude con la sezione dedicata all'impatto misurato attraverso gli indicatori GRI selezionati.

FINALITÀ 1

CULTURA AZIENDALE DELL'INCLUSIONE E DELLA VALORIZZAZIONE



Per Casta Diva Group la valorizzazione delle persone è una scelta strategica che si traduce in pratiche organizzative continuative, in percorsi di crescita professionale, in opportunità di confronto intergenerazionale e in un'attenzione costante al benessere fisico, psicologico e relazionale dei collaboratori. Il 2025 ha visto il con-

solidamento delle iniziative lanciate nel 2024 e l'attivazione di nuovi programmi che ne ampliano la portata, fra cui il programma di mentorship circolare Talento Condiviso e l'attivazione del network Valore D con accesso alla piattaforma Yunicity dedicata ai temi di diversità, equità e inclusione.

OBIETTIVO 1

VALORIZZAZIONE DELLE RISORSE



La valorizzazione delle risorse umane rappresenta uno dei pilastri della crescita sostenibile di Casta Diva Group. Le iniziative attivate in questo ambito muo-
vono dalla convinzione che ogni persona porti con sé competenze, prospettive e potenzialità uniche e che l'investimento in percorsi di sviluppo, ascolto e riconosci-

mento sia la via più solida per costruire un'organizzazione capace di adattarsi e di crescere insieme alle persone che la compongono.

FINALITÀ 1

GENZ PACT

Avviato nel novembre 2024 con una video challenge promossa dal Presidente Andrea De Micheli e rivolta ai collaboratori della Generazione Z, il programma GenZ Pact ha trovato nel 2025 piena operatività come patto continuativo del gruppo per favorire il dialogo intergenerazionale e la crescita delle nuove generazioni.

Il programma si è articolato in quattro filoni principali:

1 Corsi di lingua inglese, di vari livelli, finanziati interamente dall'azienda e svolti durante l'orario di lavoro, rivolti in particolare ai collaboratori delle generazioni Z e Millennials per sostenere la crescita professionale.

2 Contest creativo per la campagna corporate annuale, aperto a tutti i team creativi delle agenzie del gruppo, dal quale è scaturita la proposta che ha rappresentato l'identità di Casta Diva Group nella comunicazione ufficiale del 2025.

3 ZEDTalks, costruito come spazio ispirazionale in cui collaboratori di diverse generazioni dialogano con professionisti del mondo della comunicazione su temi di evoluzione del settore.

TALENTO CONDIVISO LA MENTORSHIP CIRCOLARE

Una delle novità del 2025 è il programma Talento Condiviso, un format di mentorship circolare aziendale concepito per favorire lo scambio intergenerazionale fra Generazione Z, Generazione X, Millennials e Boomer. Il programma supera la logica della mentorship lineare per costruire un sistema in cui i talenti del gruppo si mettono in gioco come mentor nelle aree in cui si sentono più solidi, condividendo competenze e know-how

a beneficio dei colleghi e contribuendo a costruire un'identità aziendale coesa capace di adattarsi al cambiamento senza perdere coerenza interna. I primi mentor sono stati selezionati all'interno di Casta Diva Pictures e nel corso del 2025 sono state realizzate dieci sessioni di mentorship con una partecipazione media di cinque persone per incontro per un totale di cinquanta persone coinvolte.

PIANO DI ASSESSMENT E CRESCITA FORMATIVA PER UNIT

Nel 2025 Casta Diva Group ha avviato la definizione, per ogni Unit del gruppo, di un piano di crescita formativa delle proprie risorse. Il piano è risultato in fase di sviluppo al momento dell'estrazione dei dati di rendicontazione e troverà ulteriore articolazione nel corso degli esercizi suc-

cessivi. Il programma si colloca nell'alveo dei percorsi formativi che il gruppo promuove sia per il management che per tutto il personale, con attenzione alle tematiche utili alla costruzione di un ambiente di lavoro inclusivo e consapevole.

FINALITÀ 1

UNA CULTURA AZIENDALE COSTRUITA INSIEME: I WORKSHOP DI CO-CREATION

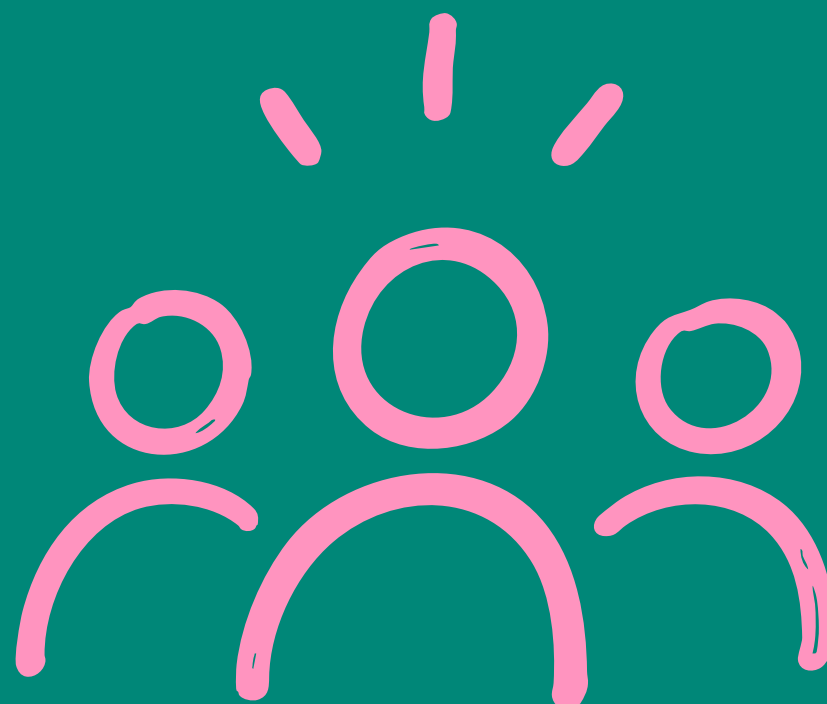
Nel corso del 2025 Casta Diva Group ha avviato un percorso di co-creazione di una cultura aziendale condivisa, nella convinzione che identità, valori e comportamenti di un Gruppo internazionale e multigenerazionale non possano essere definiti unicamente dall'alto, ma debbano essere costruiti attraverso il coinvolgimento diretto delle persone che lo animano ogni giorno.

Il progetto ha preso avvio con un percorso strutturato di co-creation che ha coinvolto 16 manager in 4 workshop, realizzati nell'arco di 5 mesi, con l'obiettivo di identificare i valori comuni del Gruppo e tradurli in comportamenti concreti e riconoscibili. Gli esiti del percorso sono stati successivamente rielaborati in un linguaggio semplice, accessibile e vicino alla quotidianità aziendale, per favorirne la comprensione e l'appropriazione da parte di tutte le persone del Gruppo.

I valori individuati sono stati poi trasformati in elementi grafici dedicati e lanciati durante la convention aziendale attraverso un'attività collettiva di engagement, che ha coinvolto 250 tra dipendenti e collaboratori, pensata per rendere il nuovo quadro valoriale immediatamente visibile, condiviso e partecipato. A supporto della diffusione interna, i valori sono stati inoltre

tradotti in una collection di t-shirt, diventando così un segno tangibile di appartenenza e riconoscimento comune.

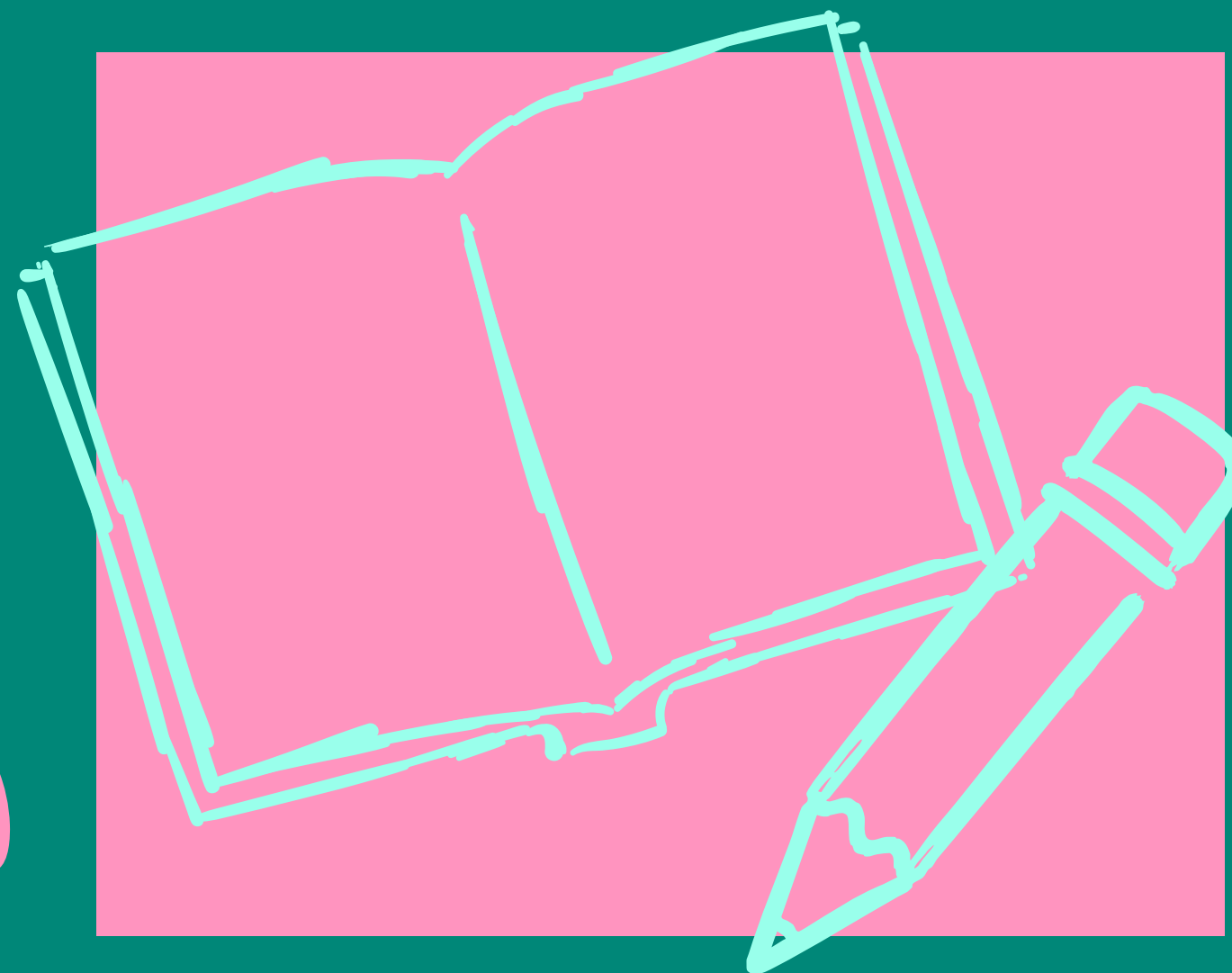
Nel 2026 il progetto si è ulteriormente evoluto attraverso l'attivazione di un Gruppo WhatsApp dedicato, pensato per mantenere vivi i valori nella quotidianità aziendale attraverso contenuti, iniziative, challenge e attività dedicate. In questo modo, il percorso avviato nel 2025 non si esaurisce nella definizione dei valori, ma diventa un processo continuativo di coinvolgimento, comunicazione interna e traduzione della cultura aziendale in pratiche quotidiane riconoscibili.



I PERCORSI FORMATIVI DEL 2025

Le tematiche formative individuate per il 2025 comprendono il public speaking, la comunicazione assertiva e inclusiva, le mentorship intergenerazionali, il fitness, i corsi di inglese, la formazione sui temi di Diversity & Inclusion attraverso la piattaforma Yunicity e percorsi dedicati al linguaggio non violento. Queste iniziative si inseriscono in modo coerente nella vi-

sione di formazione continua promossa dal Gruppo, rivolta a tutte le persone di Casta Diva con l'obiettivo di rafforzare competenze trasversali, consapevolezza relazionale, benessere e capacità di collaborazione all'interno di un contesto aziendale sempre più internazionale, inclusivo e multigenerazionale.



OBIETTIVO 2

WELLBEING AZIENDALE E BENESSERE SU MISURA

Il benessere delle persone è una priorità strategica e culturale per Casta Diva Group. Il 2025 ha visto la conferma e l'evoluzione dei programmi avviati negli anni precedenti, con un focus particolare sulla salute mentale, sulla flessibilità organizzativa e sull'ascolto attivo dei collaboratori.



FINALITÀ 1

CONVENZIONE CON SERENIS

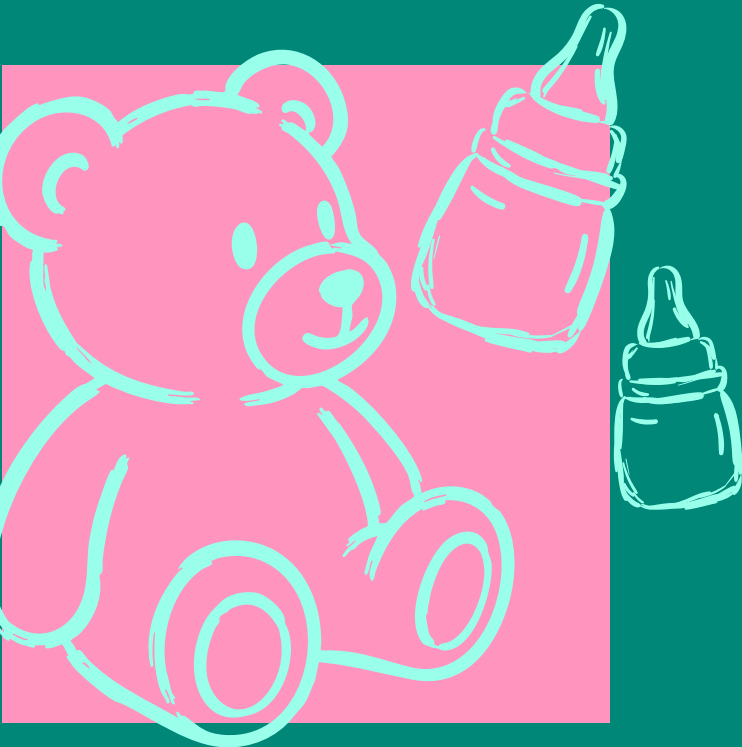
La convenzione con Serenis, attivata nel 2024, è stata confermata e proseguita per tutto il 2025 nella sua configurazione originaria, ossia con la possibilità per ciascun dipendente di usufruire di tre sedute gratuite di supporto psicologico e psicoterapeutico online. Nel corso del 2025 sono state fruite complessivamente novantuno sedute da parte di quarantasei dipendenti, dato che certifica un utilizzo importante del servizio e conferma la rilevanza del bisogno di supporto psicologico fra le persone del gruppo.

La convenzione si è accompagnata, in occasione della Giornata Mondiale della Salute Mentale del dieci ottobre, a una campagna di comunicazione che ha messo a tema il rapporto fra intelligenza artificiale e supporto psicologico, sensibilizzando i collaboratori sull'importanza di affidarsi a percorsi specialistici qualificati anche quando l'opzione apparente è quella di rivolgersi a strumenti automatici.

HELP DESK GENITORIALITÀ

L'Help Desk Genitorialità, in collaborazione con Fondazione Libellula e Zeta Service. Il servizio nasce come sportello di supporto per i genitori che lavorano nel gruppo, offrendo assistenza su aspetti burocratici e normativi legati alla genitorialità, tra cui congedi parentali, bonus per i figli e procedure dedicate.

La continuità del servizio si inserisce nel più ampio impegno del gruppo a favore della parità di genere e della conciliazione tra vita privata e professionale, in coerenza con la certificazione UNI PdR 125 ottenuta da tre società del gruppo.



TALKING BOX E LA NUOVA INTERNET AZIENDALE

Il canale Talking Box, attivato come spazio sicuro e riservato per raccogliere segnalazioni, suggerimenti di miglioramento, idee e opinioni, è operativo anche nel 2025 e continua a rappresentare uno strumento strutturato di ascolto.

Attraverso il form online, il gruppo intende:

- 1 Migliorare la qualità della vita lavorativa
- 2 Rafforzare le pratiche di governance
- 3 Intercettare tempestivamente eventuali episodi di molestie, mobbing o discriminazione

Nel 2025 è stata creata la piattaforma intranet aziendale, pensata come spazio unico di raccolta e consultazione delle partnership, dei servizi e delle iniziative attivati a beneficio dei dipendenti. Al suo interno trovano spazio, tra gli al-

tri, il piano di welfare aziendale, il servizio Serenis e il canale Talking Box. A supporto della comunicazione interna si affiancherà anche il gruppo WhatsApp CDG Inside, utilizzato come canale informale e immediato di scambio tra colleghi.

SMART WORKING

La normalizzazione dello smart working è indicata come impegno del Gruppo già a partire dal target 2025 contenuto nel Report 2024, con l'obiettivo di garantire ai collaboratori e alle collaboratrici l'accesso a modalità di lavoro capaci di favorire un migliore equilibrio tra esigenze personali e professionali. Nel corso del 2025, le società del Gruppo hanno consolidato que-

sta modalità organizzativa, prevedendo in media la possibilità di usufruire di 6 giorni al mese di smart working. Il dettaglio operativo dell'organizzazione dello smart working per singola società è in fase di mappatura sistematica e sarà oggetto di rendicontazione strutturata negli esercizi successivi, una volta consolidato il dato per ciascuna società del Gruppo.

Sintesi dello stato delle attività di cultura aziendale dell’inclusione e della valorizzazione e inclusione.

ATTIVITÀ	STATO 2025	TARGET 2026
OBIETTIVO 1: VALORIZZARE LE RISORSE		
GENZ PACT	Operativo come impegno continuativo del gruppo, con i quattro filoni in piena attività	Mantenimento e ampliamento delle attività di scambio intergenerazionale
TALENTO CONDIVISO	10 mentorship realizzate con media di 5 partecipanti nei primi mesi di attivazione in Casta Diva Pictures	Estensione del programma alle tutte le società del gruppo
PIANO DI CRESCITA PER UNIT	Piano in fase di definizione, primi step avviati	Chiusura del piano e avvio dell’assessment
WORKSHOP DI CO-CREATION	Avviati con coinvolgimento di funzioni differenti	Definizione formale di valori e comportamenti condivisi e lancio della campagna interna
CORSI DI LINGUA INGLESE	Attivi per Gen Z e Millennials	Mantenimento dei corsi e ampliamento delle lezioni a tutte le generazioni
ZEDTALKS	Format mensile attivo	Sviluppo di nuove attività per la GenZ

ATTIVITÀ	STATO 2025	TARGET 2026
OBIETTIVO 2: WELLBEING E BENESSERE DEI DIPENDENTI		
CONVENZIONE SERENIS	91 sedute fruite da 46 dipendenti nel 2025	Mantenimento dell’attività e nuova campagna di sensibilizzazione sulla salute mentale
HELPDESK GENITORIALITÀ	Servizio attivo via WhatsApp durante l’orario di lavoro	Predisposizione di una guida informativa con policy e domande frequenti in sostituzione del servizio di help desk
TALKING BOX E INTERNET	Canale operativo, intranet in evoluzione	Lancio della piattaforma interna che integra tutti i servizi
SMARTWORKING E ORARIO FLESSIBILE	Garantiti da ogni Unit	Mappatura sistematica e linee guida di gruppo garantite da ogni unit
FITNESS E MINDFULNESS	In corso	In continuità

L'IMPATTO MISURATO DELLA CULTURA AZIENDALE DELL'INCLUSIONE E DELLA VALORIZZAZIONE

L'impatto della cultura aziendale dell'inclusione e della valorizzazione è misurato attraverso un insieme di indicatori GRI che coprono le aree previste dalla normativa sulle Società Benefit per quanto riguarda Lavoratori e Governo d'Impresa. Gli indicatori selezionati sono GRI 404-1 sulle ore medie di formazione, GRI 401-3 sul congedo parentale e GRI 405-1 sulla diversità negli organi di governance e fra i dipendenti.

GRI 404-1 NUMERO MEDIO DI ORE DI FORMAZIONE ALL'ANNO PER DIPENDENTE

Nel 2025 la metodologia di calcolo delle ore medie di formazione del gruppo è stata aggiornata rispetto all'anno precedente. Il dato viene ora rilevato come valore medio annuo per dipendente e distinto per genere.

Dalla rilevazione emerge che le ore di formazione hanno lo stesso ammontare per uomini e donne, con una media pari a 30 ore annue per dipendente sia per le risorse di genere femminile sia per quelle di genere maschile.

GRI 401-3 CONGEDO PARENTALE

INDICATORE CONGEDO PARENTALE	UOMINI	DONNE	ALTRO GENERE	TOTALE
DIPENDENTI CHE HANNO AVUTO DIRITTO AL CONGEDO PARENTALE	2	12	N.R.	14
DIPENDENTI CHE HANNO USUFRUITO DEL CONGEDO PARENTALE	N.R.	9	N.R.	9
DIPENDENTI RIENTRATI AL TERMINE DEL CONGEDO	N.R.	6	N.R.	6
DIPENDENTI ANCORA IN AZIENDA DOPO 12 MESI DAL RIENTRO	N.R.	4	N.R.	4

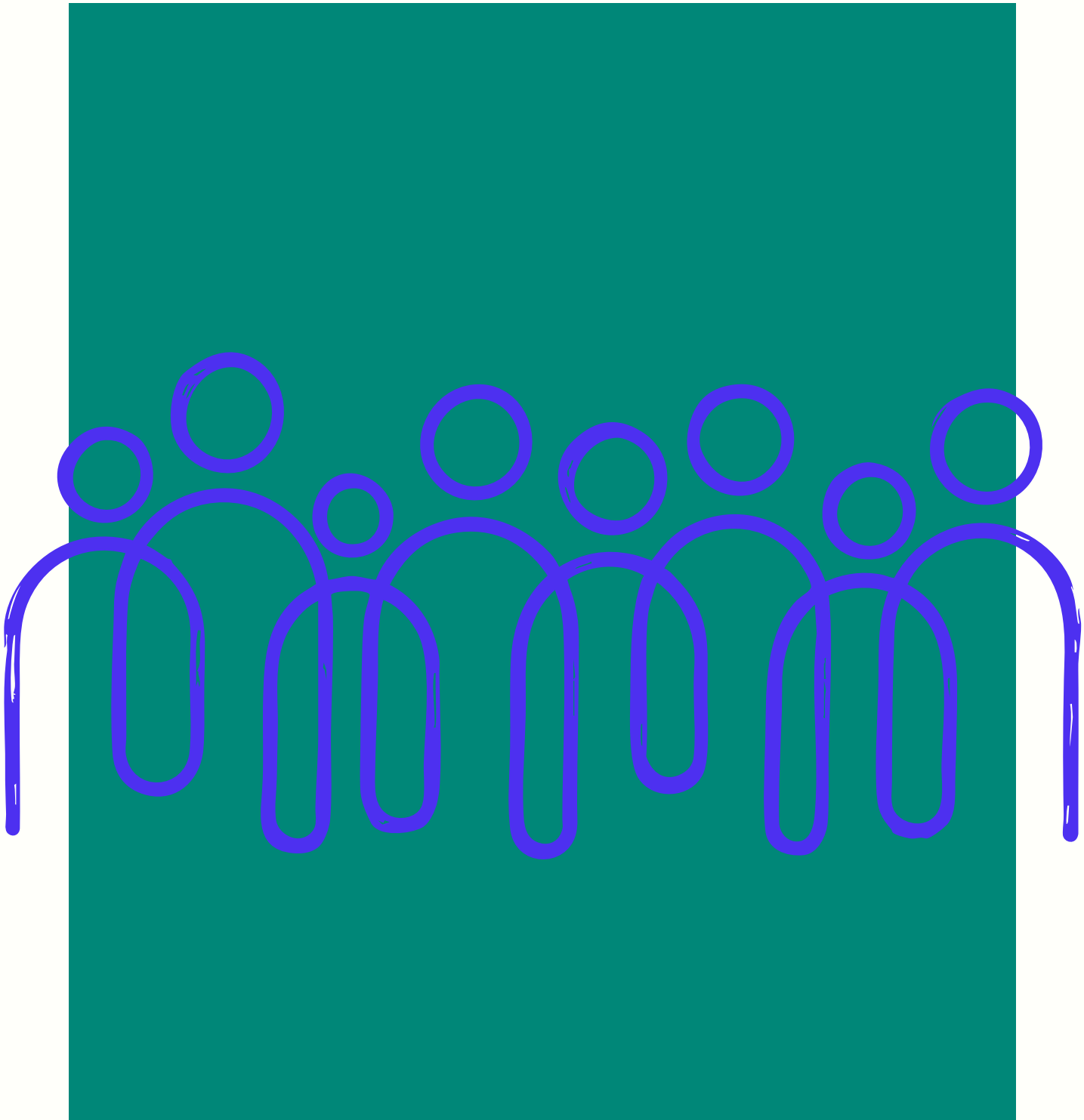
Il quadro 2025 mostra una continuità nell'attenzione del gruppo al supporto della genitorialità. Confrontando il dato con il 2024, in cui avevano avuto diritto al congedo parentale diciotto persone e ne avevano usufruito sei, si osserva un perimetro più contenuto degli aventi diritto ma un tasso di adesione più alto fra le donne, dove nove fruitrici su dodici aventi diritto rappresentano un livello di utilizzo significativo.

GRI 405-1

DIVERSITÀ NEGLI ORGANI DI GOVERNANCE E TRA I DIPENDENTI

La rendicontazione 2025 del personale del gruppo Casta Diva conferma una base occupazionale pari a 180 dipendenti, distribuiti tra quattro figure professionali e con una significativa presenza femminile. La composizione dell’organico evidenzia una prevalenza di profili impiegatizi, particolarmente marcata nella componente femminile.

DIPENDENTI PER CATEGORIA E FASCIA DI ETÀ	SOTTO I 30 ANNI	DA 30 A 50 ANNI	SOTTO I 50 ANNI
DIRIGENTI	0	1	7
QUADRI	0	7	11
IMPIEGATI	29	81	19
OPERAI	5	15	5



FINALITÀ 2

EVOLUZIONE INTERNA ED ESTERNA PER IL SOCIALE E PER L'AMBIENTE



La seconda finalità di beneficio comune del gruppo si articola in quattro obiettivi, orientati a promuovere la cultura della sostenibilità all'interno dell'organizzazione, ridurre l'impronta carbonica e contribuire alla tutela degli ecosistemi, sostenere lo sviluppo del territorio e comunicare all'esterno i temi legati alla sostenibilità.

Nel 2025 il gruppo ha consolidato gran parte dei programmi avviati nell'anno precedente e ha introdotto nuove iniziative significative. Tra queste rientrano, in particolare, il programma di volontariato aziendale retribuito e l'ampliamento del network associativo, con l'ingresso in Valore D.

OBIETTIVO 1

PROMUOVERE UNA CULTURA DELLA SOSTENIBILITÀ

Il primo obiettivo riguarda le iniziative, le partnership e le strategie attivate dal gruppo per diffondere una cultura della sostenibilità capace di generare valore sia all'interno dell'organizzazione sia nella società. Nel 2025 Casta Diva Group ha continuato a rafforzare un approccio

fondato su partecipazione, responsabilità condivisa e attenzione agli impatti sociali e ambientali, traducendo questo impegno in campagne di sensibilizzazione rivolte alle persone del gruppo e, in alcuni casi, anche al pubblico esterno.

LE CAMPAGNE DI SENSIBILIZZAZIONE DEL 2025

In occasione della Giornata Internazionale dei Diritti delle Donne dell'8 marzo, Casta Diva Group ha lanciato la campagna "Ai diritti delle donne serve attenzione", con l'obiettivo di richiamare l'attenzione su diritti ancora non pienamente garantiti, come la parità salariale, la sicurezza negli spazi pubblici, la rappresentanza sociale e la libertà di autodeterminazione. L'iniziativa è stata realizzata presso il mercato di via Fauché a Milano, dove sono state distribuite gratuitamente shopper con messaggi educativi e di denuncia, accompagnate dall'hashtag #AiDirittiDelleDonneServeAttenzione. Attraverso questa azione, il gruppo ha scelto di portare il proprio impegno per l'equità di genere in uno spazio pubblico e quotidiano, valorizzando la comunicazione come strumento di consapevolezza e impatto.

Nel mese di ottobre, in occasione della Giornata Mondiale della Salute Mentale, è stata promossa una campagna interna dedicata al rapporto tra intelligenza artificiale e supporto psicologico. L'iniziativa ha sensibilizzato le persone del gruppo sui rischi legati all'utilizzo dell'IA come sostituto di un percorso specialistico, ricordando al tempo stesso la possibilità di accedere alle sedute gratuite offerte attraverso la convenzione con Serenis.

Con la campagna "To have beauty, we need colour. We need pride", il gruppo ha rinnovato la propria vicinanza alla comunità LGBTQIA+, valorizzando il pluralismo come fonte di ricchezza culturale e bellezza. L'iniziativa ha riscosso un forte riscontro interno e un'importante copertura da parte della stampa nazionale.

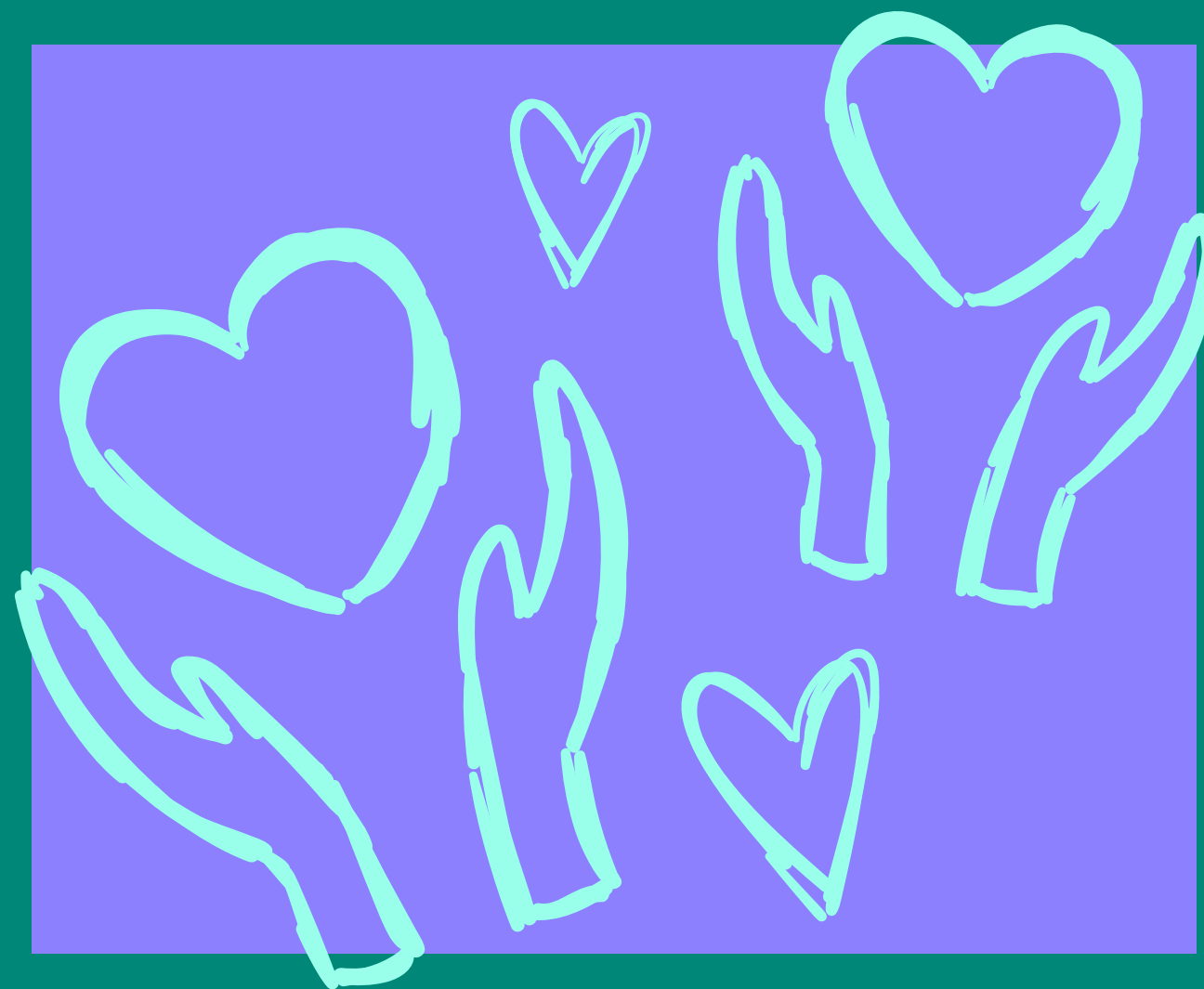
Sul piano ambientale, è stata realizzata la campagna interna "È solo un bicchierino", pensata per ridurre l'utilizzo di carta monouso negli uffici. Installata presso le macchinette del caffè, la campagna ha reso visibile l'impatto dei consumi quotidiani attraverso una comparazione immediata, evidenziando che 80.000 bicchierini di carta consumati ogni anno corrispondono alla superficie di una balena. L'iniziativa è stata accompagnata da sticker di sensibilizzazione collocati in punti strategici degli uffici, con messaggi dedicati alla riduzione dello spreco d'acqua e al contenimento dei consumi energetici.

ACTIVE LISTENER FOR GENDER-BASED VIOLENCE

Nel 2025 è proseguito l'impegno del gruppo nello sviluppo della figura di Active Listener for Gender-based Violence, nata per offrire ascolto attivo e orientamento a chi si trovi ad affrontare situazioni di violenza al di fuori del contesto lavorativo, o sospetti di esserne coinvolto. Le persone incaricate di questo ruolo hanno acquisito competenze specifiche attraverso due

percorsi formativi certificati: Ambassador Libellula, promosso da Fondazione Libellula, e Referenti dei Punti VIOLA, organizzato da DonnexStrada.

Al 31 dicembre 2025 il gruppo conta 4 risorse formate, tutte qualificate nel corso dell'anno. Nel 2025 non sono state registrate attività o richieste di intervento riconducibili a questo servizio.



FINALITÀ 2

VOLONTARIATO AZIENDALE

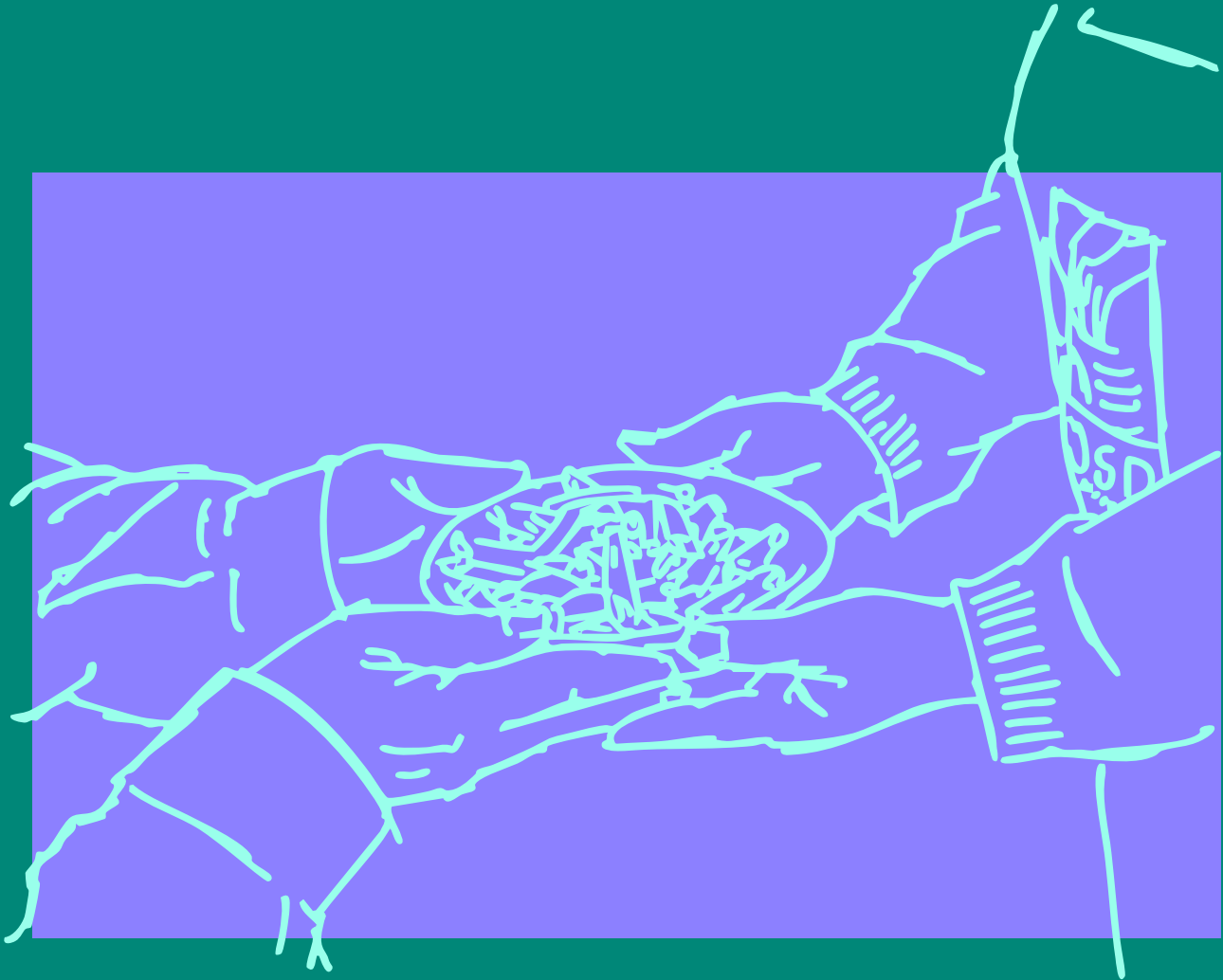
Una delle novità più significative del 2025 è stata l'introduzione del programma di volontariato aziendale retribuito. Il Gruppo ha messo a disposizione di ogni collaboratore quattro ore di lavoro retribuite da dedicare, nel corso dell'anno, ad attività di volontariato, dando vita a un progetto collettivo con un potenziale complessivo di circa 800 ore di aiuto concreto. Nel corso dell'anno sono state organizzate tre giornate di volontariato in collaborazione con Legambiente, nelle città di Milano, Roma e Sassuolo, che hanno

coinvolto complessivamente 29 partecipanti. Altre 53 persone di Casta Diva hanno offerto il proprio contributo alle attività di Opera San Francesco per i Poveri e della Croce Rossa Italiana. Il programma ha coinvolto complessivamente 82 partecipanti, per un totale di oltre 300 ore di volontariato, permettendo al Gruppo di sostenere iniziative concrete dedicate al contrasto della povertà, alla tutela dell'ambiente e al supporto alimentare delle persone in condizioni di vulnerabilità.

GIORNATA	ASSOCIAZIONE COINVOLTA	TIPOLOGIA DI ATTIVITÀ	PARTECIPANTI
2025	OPERA SAN FRANCESCO	VOLONTARIATO IN MENSA O PRESSO IL CENTRO RACCOLTA PER IL CONTRASTO ALLA POVERTÀ	21
2025	LEGAMBIENTE	PULIZIA DI UN PARCO CON RACCOLTA RIFIUTI NELLE CITTÀ DI MILANO, ROMA E SASSUOLO	29
2025	CROCE ROSSA ITALIANA	PREPARAZIONE E DISTRIBUZIONE DI PACCHI ALIMENTARI E GENERI DI PRIMA NECESSITÀ	32

Le tre giornate hanno coinvolto complessivamente 82 partecipanti per un totale di più di 300 ore e hanno permesso al gruppo di sostenere attività concrete su temi

di contrasto alla povertà, tutela ambientale e supporto alimentare alle persone in condizione di vulnerabilità.



ADESIONE A VALORE D E ACCESSO ALLA PIATTAFORMA YOUNICITY

Nel 2025 Casta Diva Group ha aderito a Valore D, principale associazione italiana impegnata nella promozione della diversità, dell'equità e dell'inclusione nelle organizzazioni. L'ingresso nel network ha favorito la partecipazione a tavole rotonde, momenti di sensibilizzazione, webinar e talk dedicati ai temi DEI.

L'adesione ha inoltre consentito di attivare, per tutte le persone del gruppo, l'accesso alla piattaforma Yunicity, uno spazio digitale on demand che raccoglie

video e approfondimenti sui diversi ambiti dell'inclusione. I contenuti, organizzati all'interno della sezione "ABC della diversità, equità e inclusione", permettono di approfondire in autonomia temi legati alla cultura DEI.

Questo percorso si affianca alla collaborazione con Fondazione Libellula, avviata nel 2024, attraverso cui il gruppo continua a promuovere iniziative di formazione, prevenzione della violenza di genere e contrasto al gender gap.

FINALITÀ 2

LE INIZIATIVE DI CULTURA DELLA GENTILEZZA E GLI SPAZI INCLUSIVI

Nel 2025 il gruppo ha dato continuità alle iniziative dedicate alla cultura della gentilezza, avviate negli anni precedenti.

Restano attivi:

PUNTO ABBRACCI

Pensato come spazio quotidiano per condividere un gesto semplice e simbolico.

PUNTO FIORI

Disponibile l'ultimo martedì di ogni mese come occasione di benessere e relazione.

Per accompagnare i nuovi ingressi, prosegue inoltre la consegna di un kit di benvenuto, che include una sintesi delle attività e dei progetti attivi insieme ad alcuni gadget aziendali. In occasione della Giornata della Gentilezza, il Decalogo della Gentilezza continua a essere promosso tra il personale e i fornitori, con l'obiettivo di diffondere comportamenti positivi

e contribuire a un clima di lavoro sano e collaborativo.

In continuità con quanto rendicontato nel Report 2024, le sedi del gruppo dispongono di servizi igienici genderless, dotati di un kit di assorbenti e progettati per garantire un accesso paritario, inclusivo e non discriminatorio.



OBIETTIVO 2 RIDUZIONE DELL'IMPRONTA CARBONICA E TUTELA DEGLI ECOSISTEMI

La tutela dell'ambiente è per Casta Diva Group una scelta che riflette il modo di essere impresa. Il 2025 ha visto la prosecuzione delle attività di calcolo, monitoraggio e riduzione dell'impronta carbonica

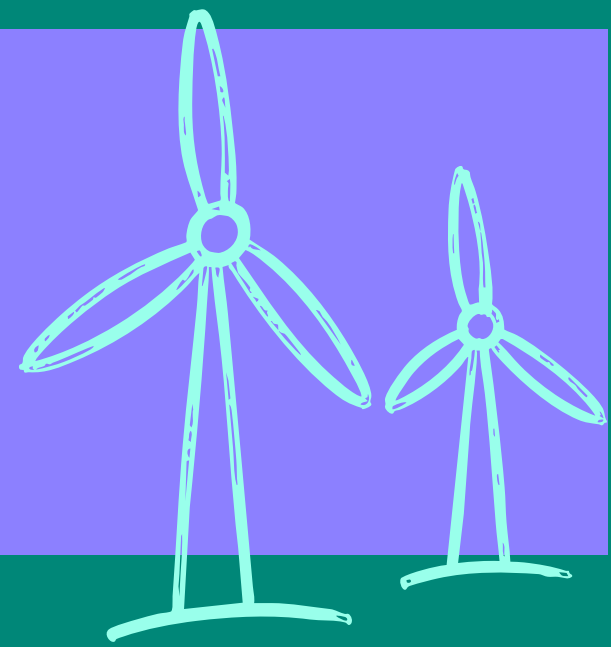
avviate nel 2024, insieme al consolidamento delle partnership con realtà di riferimento per la tutela della biodiversità e per il contrasto all'inquinamento marino.

FINALITÀ 2

CALCOLO DELLE EMISSIONI GHG E PIANO DI DECARBONIZZAZIONE

Nel 2025 Casta Diva Group ha aggiornato la rilevazione delle proprie emissioni di gas a effetto serra attraverso uno studio dedicato, finalizzato a quantificare in modo strutturato l'impronta carbonica del Gruppo e a dare continuità al percorso volontario di riduzione avviato negli anni precedenti.

L'analisi è stata condotta in conformità al GHG Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard, riferimento internazionale per il calcolo e la rendicontazione delle emissioni climalteranti. Il calcolo è stato effettuato tramite la piattaforma CliMax di Up2You, validata da RINA per l'aderenza al GHG Protocol, che ha supportato la raccolta dei dati primari e la successiva elaborazione della carbon footprint aziendale.



Dal punto di vista organizzativo, è stato adottato il control approach previsto dal GHG Protocol, secondo il criterio dell'operational control. In base a tale approccio, il Gruppo contabilizza il 100% delle emissioni generate dalle attività sulle quali esercita un controllo operativo. Il perimetro di calcolo include le emissioni dirette di Scope 1 e le emissioni indirette di Scope 2 legate ai consumi energetici, mentre le emissioni di Scope 3 non sono state comprese nell'analisi.

Il perimetro di rendicontazione comprende 11 sedi del Gruppo, tra cui le sedi di Roma, Milano, Sassuolo.

Nell'ambito del percorso di misurazione e riduzione delle proprie emissioni climalteranti, Casta Diva Group ha definito un piano di decarbonizzazione collegato anche agli accordi assunti con Crédit Agricole in relazione al sustainability linked bond sottoscritto nel 2025. Tale impostazione rafforza il legame tra strategia ESG, monitoraggio delle performance ambientali e sociali e impegni finanziari del Gruppo, introducendo indicatori quantitativi misurabili e verificabili nel medio-lungo periodo. In particolare, gli accordi collegati allo strumento sustainability linked prevedono due KPI: un KPI ambientale, relativo alla riduzione delle emissioni GHG, e un

KPI sociale, relativo al conseguimento della certificazione Uni/pdr 125 per la parità di genere.

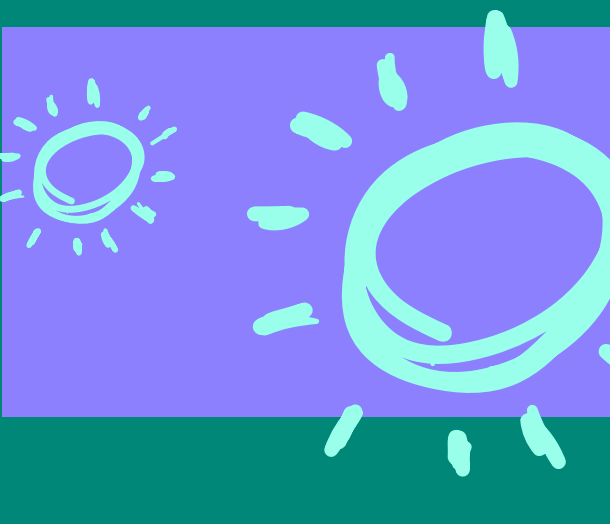
Ai fini della definizione del percorso di riduzione, è stata presa a riferimento la situazione emissiva "as is" relativa all'esercizio 2024. In tale anno, Casta Diva ha generato complessivamente 271 tCO₂e di emissioni Scope 1 e Scope 2, di cui 26 tCO₂e di Scope 1 e 245 tCO₂e di Scope 2, queste ultime calcolate secondo la metodologia Market-based.

A partire da tale baseline, Casta Diva ha avviato un impegno strutturato di monitoraggio delle emissioni di gas a effetto serra nel medio-lungo termine, con l'obiettivo di ridurle progressivamente. In particolare, il Gruppo intende adottare una strategia di riduzione delle emissioni Scope 1 e Scope 2, impegnandosi a conseguire una diminuzione annua pari al 7% in termini assoluti rispetto all'anno base 2024.

Il KPI ambientale di riferimento è rappresentato dalle tCO₂e emesse annualmente per le categorie Scope 1 e Scope 2 Market-based. Il target è stato individuato applicando la metodologia prevista dal Corporate Near-Term Tool – versione 2.4, sviluppato da Science Based Targets initiative – SBTi, assumendo il 2024 come anno base e il 2030 come anno target. Al termine del periodo di piano, la riduzione complessiva attesa è pari al 42% rispetto alla baseline 2024, con un obiettivo emissivo complessivo pari a circa 157 tCO₂e

al 2030. Il secondo KPI, di natura sociale, riguarda il rafforzamento delle politiche di diversità, equità e inclusione all'interno del Gruppo. In particolare, Casta Diva si è impegnata affinché almeno 6 società del Gruppo ottengano entro il 2030 la certificazione per la parità di genere UNI/PdR 125, con un punteggio minimo pari a 65/100. Alla data di rendicontazione, le tre società del Gruppo già certificate hanno ottenuto un punteggio pari a 100/100, confermando la solidità del percorso avviato e la rilevanza attribuita alla promozione di un ambiente di lavoro equo, inclusivo e orientato alla valorizzazione delle persone.

Il 2030 è l'anno di conclusione del piano di riduzione delle emissioni GHG e di raggiungimento degli obiettivi collegati al sustainability linked bond. Il percorso sarà oggetto di monitoraggio periodico, al fine di verificare l'allineamento tra le performance effettive, i target di decarbonizzazione e inclusione definiti e gli impegni assunti nell'ambito degli accordi con Crédit Agricole. La roadmap di decarbonizzazione è riportata nella tabella sottostante.



FINALITÀ 2

	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
SCOPE 1	26	25	23	21	19	17	15
SCOPE 2 MB	245	228	211	194	176	159	142
SCOPE 1+2	271	252	233	214	195	176	157
TREND (WRT ANNO PRECEDENTE)		7%	8%	8%	9%	10%	11%
TREND (WRT ANNO BASE 2024)		7%	7%	7%	7%	7%	7%

Nel 2025 le emissioni dirette di Scope 1 generate da Casta Diva Group ammontano a 70,92 tCO₂e. La principale fonte emissiva è rappresentata dal gas naturale utilizzato per il riscaldamento, pari a 45,72 tCO₂e. Seguono i gas refrigeranti

degli impianti, con 16,22 tCO₂e, e i carburanti dei veicoli aziendali, con 8,98 tCO₂e. Gli altri consumi diretti non hanno invece generato emissioni rilevanti nel periodo considerato.

FONTE DI EMISSIONE SCOPE 1	QUANTITÀ IN TON CO2 EQ.	INCIDENZA
GAS NATURALE	45,72	64%
GAS REFRIGERANTI	16,22	23%
CARBURANTE VEICOLI AZIENDALI	8,98	13%
ALTRI CONSUMI DIRETTI	0,00	0%
TOTALE SCOPE 1	70,92	

Le emissioni indirette di Scope 2 sono state calcolate secondo i due approcci previsti dal GHG Protocol.

Con il metodo location-based, che utilizza il fattore di emissione medio del mix energetico nazionale italiano, le emissioni risultano pari a 102 tCO₂e. Con il metodo market-based che considera l'energia acquistata direttamente dall'azienda e certificata, se presente, tramite certificati d'ori-

gine/GSE, il valore è pari a 180,60 tCO₂e. Questo risultato riflette la scelta di alcune società del gruppo di approvvigionarsi di energia elettrica coperta da Garanzie di Origine (GO), contribuendo alla riduzione delle emissioni indirette calcolate con l'approccio market-based. A partire dal 2026 il gruppo ha avviato un percorso di progressiva estensione della fornitura di energia da fonti rinnovabili certificate a tutte le società controllate.

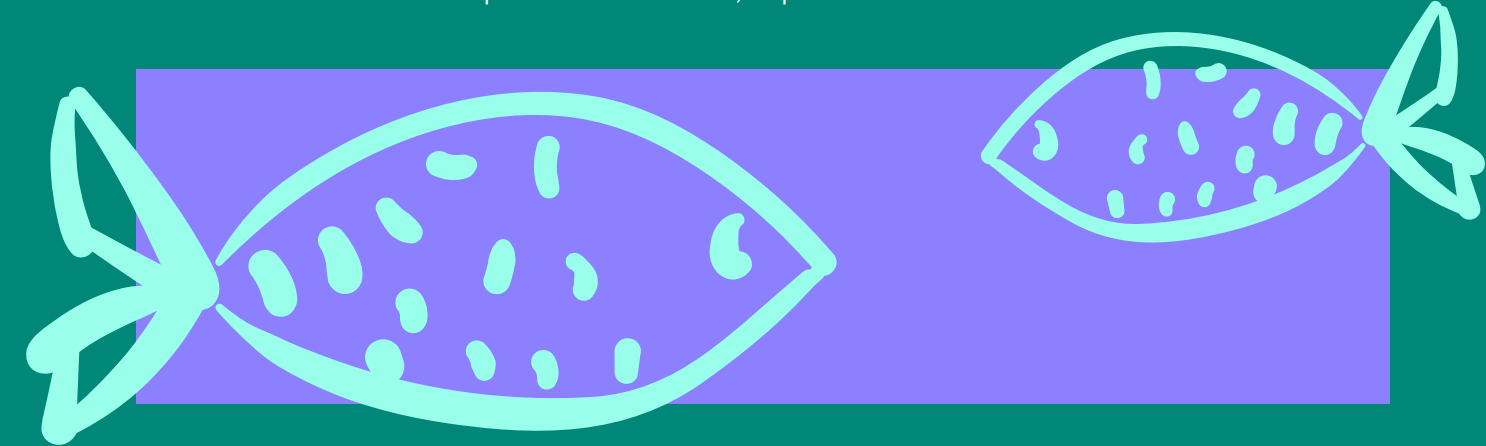
FINALITÀ 2

MODALITÀ DI CALCOLO SCOPE 2	QUANTITÀ IN TON CO2 EQ.
MARKET-BASED	180,60
LOCATION-BASED	102,34

Considerando l’approccio market-based per il calcolo dello Scope 2, nel 2025 le emissioni complessive di Casta Diva Group ammontano a 251,52 tCO₂e. Di queste, il 28% è riconducibile alle emissioni dirette di Scope 1, mentre il restante 72% deriva dalle emissioni indirette di Scope 2 legate ai consumi energetici.

ANNO	TOTALE SCOPE 1 E 2 MB	VARIAZIONE %
2024	271	
2025	252	-7,2%

La rilevazione 2025 rappresenta quindi il primo passaggio di un monitoraggio strutturato della traiettoria di decarbonizzazione. I dati raccolti consentiranno di orientare le azioni dei prossimi esercizi, dando continuità alle buone pratiche già attive e individuando interventi mirati sulle fonti emissive più rilevanti, con particolare attenzione al consumo di gas naturale per il riscaldamento.



L’OASI BIODIVERSITÀ 3BEE DI CASTA DIVA GROUP

Nel 2025 è proseguita la partnership con 3Bee per la tutela della biodiversità, attraverso l’Oasi Biodiversità attivata dal gruppo. Il progetto prevede il monitoraggio di un alveare tramite tecnologia 3Bee Hive-Tech e la presenza di alberi nettariferi a supporto degli impollinatori. I dati rilevati per il 2025 confermano il monitoraggio di 30.000 api, in linea con il dato 2024. La produzione di nettare si attesta a 2,5 kg, rispetto ai 2,7 kg dell’anno precedente, mentre gli alberi nettariferi attivi sono 50, rispetto ai 60 registrati nel 2024. Il dato relativo al numero di fiori impollinati non risulta valorizzato nella tabella di rilevazione.

PARTNERSHIP CON OGYRE PER IL RECUPERO DELLA PLASTICA DAGLI OCEANI

Nel 2025 è proseguita anche la collaborazione con Ogyre, finalizzata al recupero e allo smaltimento dei rifiuti plastici dagli oceani. Nell’anno di rendicontazione sono stati recuperati 500 kg di plastica, in crescita rispetto ai 450 kg registrati nel 2024. 2025. Attraverso questa partnership, il gruppo contribuisce non solo alla riduzione dell’inquinamento marino, ma anche al sostegno delle comunità di pescatori coinvolte nelle attività di raccolta, grazie alla fornitura di attrezzature, formazione e compensi economici.

Nel complesso, il programma ha permesso di sottrarre agli ecosistemi marini 950 kg di plastica nel biennio 2024-

FINALITÀ 2

BUONE PRATICHE AMBIENTALI NEGLI UFFICI

L'impegno ambientale del gruppo si traduce in una serie di pratiche operative quotidiane finalizzate alla riduzione dell'impatto. La plastica monouso è stata progressivamente ridotta e nelle sale riunioni del gruppo sono utilizzate caraffe di vetro e bicchieri di vetro al posto delle bottiglie usa e getta, in coerenza con la campagna di sensibilizzazione interna sulla riduzione dei bicchierini di carta. In ogni angolo degli uffici sono presen-

ti cestini per la raccolta differenziata. In coerenza con quanto già rendicontato nel 2024, continuano a essere distribuite borracce a ogni dipendente per disincentivare l'uso della plastica monouso, a fianco dei boccioni e dei depuratori d'acqua in dotazione, mentre l'utilizzo di carta stampata è ridotto al minimo e la carta utilizzata è riciclata al cento per cento.



OBIETTIVO 3 SVILUPPO SOSTENIBILE DEL TERRITORIO



Casta Diva Group contribuisce allo sviluppo sostenibile dei territori in cui opera attraverso progetti capaci di generare valore culturale, sociale ed economico a livello locale. Questo impegno si traduce nella collaborazione con fornitori e part-

ner del territorio, nella valorizzazione delle competenze locali e nella realizzazione di iniziative orientate a promuovere inclusione, occupazione e rigenerazione urbana e sociale.

FINALITÀ 2

IMPEGNO CONTRO LA VIOLENZA DI GENERE E PUNTI VIOLA

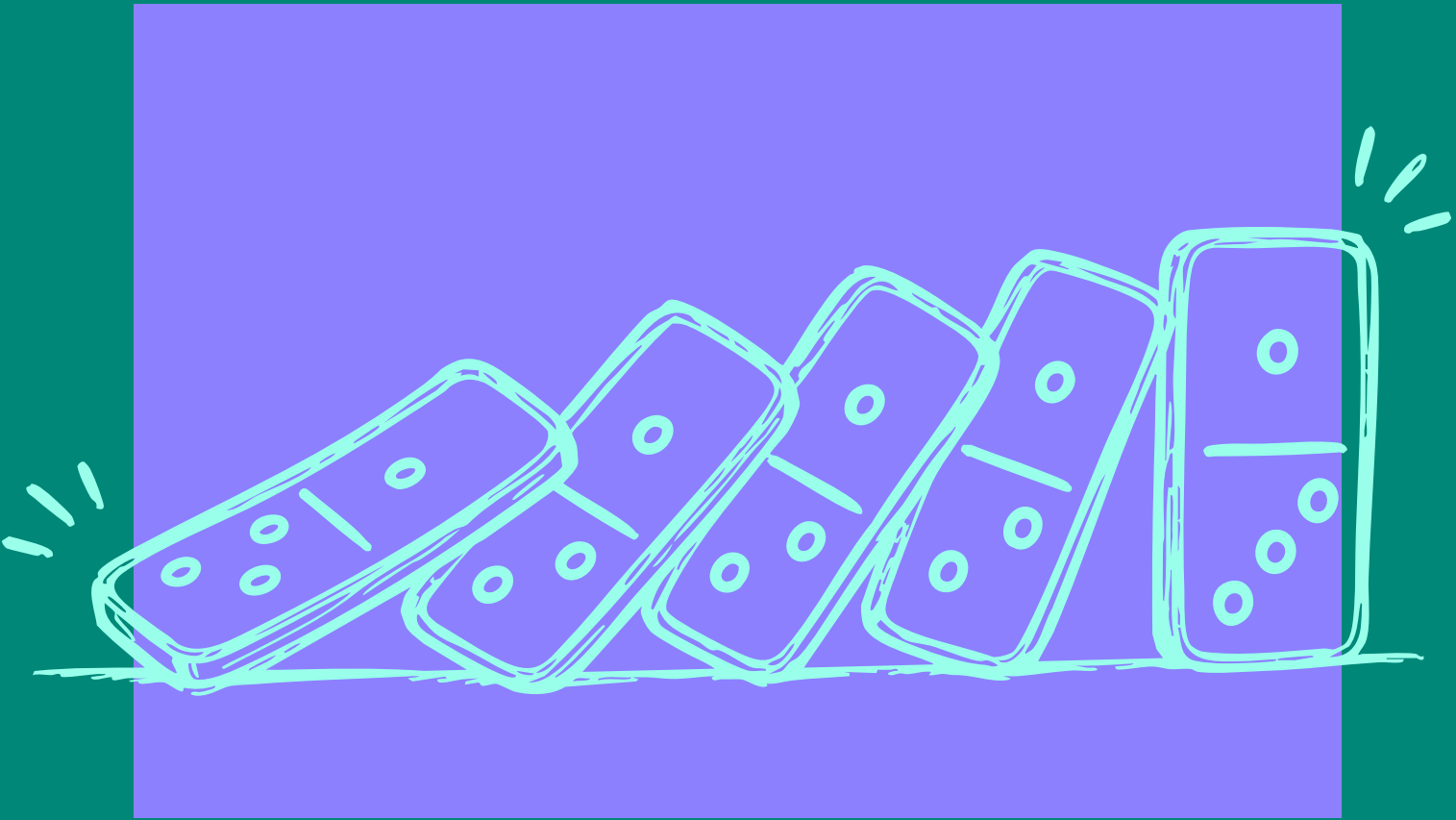
Nel 2025 è proseguito il sostegno di Casta Diva Group a DonnexStrada, associazione non profit impegnata nella prevenzione della violenza di genere e nella promozione di una cultura fondata su sicurezza, rispetto e supporto reciproco.

La collaborazione contribuisce:

1. SVILUPPO DI UNA RETE
TERRITORIALE DI LUOGHI SICURI
2. SENSIBILIZZAZIONE DELLA
COMUNITÀ
3. RAFFORZAMENTO DEL
BENESSERE COLLETTIVO

In questo percorso, tutte le sedi di Casta Diva Group sono diventate Punti Viola, ovvero spazi sicuri in cui personale formato può offrire una prima accoglienza a persone che si trovino in situazioni di pericolo o vulnerabilità in strada. Un impegno che ha già dimostrato il suo valore nella pratica: presso la sede di Sassuolo, infatti, l'intervento tempestivo del personale ha consentito di prestare aiuto a una donna coinvolta in una situazione di presunta violenza domestica, avvenuta nelle immediate vicinanze degli uffici, confermando l'importanza di poter contare su luoghi di ascolto e supporto sul territorio.

OBIETTIVO 4 COMUNICARE LE TEMATICHE DELLA SOSTENIBILITÀ



Per Casta Diva Group la sostenibilità rappresenta non solo un principio da integrare nelle proprie attività, ma anche un contenuto da comunicare in modo chiaro, accessibile e coinvolgente. Nel 2025 il gruppo ha rafforzato le iniziative di comunicazione dedicate ai temi ambientali, sociali e culturali, attraverso campagne istituzionali, contenuti editoriali, eventi e attivazioni multicanale rivolte a pubblici differenti.

FINALITÀ 2

SOSTEGNO ALLA COMUNITÀ LGBTQIA+

Nel 2025 il sostegno alla comunità LGBTQIA+ si è espresso principalmente attraverso la campagna di comunicazione ‘To have beauty, we need colour. We need pride’, diffusa sulle principali testate giornalistiche nazionali, veicolata sui canali social del gruppo e condivisa internamente con tutti i collaboratori. La campagna ha ribadito il valore della diversità come elemento costitutivo dell’identità del gruppo e ha contribuito a rafforzare il posizionamento di Casta Diva Group su temi di inclusione anche al di fuori del perimetro aziendale.



CANALI DI COMUNICAZIONE E METRICHE SOCIAL AL 31 DICEMBRE 2025

Le attività di comunicazione del gruppo si sviluppano attraverso diversi canali ufficiali, tra cui Instagram, Facebook, LinkedIn e TikTok, account aperto nel corso del 2025. A questi si aggiungono comunicati stampa, attività di PR, aggiornamenti nella sezione dedicata del sito web e invii mirati agli stakeholder. Nel corso dell’anno, la crescita delle community digitali ha evidenziato un ampliamento dell’audience raggiunta dal gruppo e un crescente interesse verso i temi sociali, ambientali e culturali promossi attraverso le sue attività di comunicazione.

CANALE SOCIAL	FOLLOWER AL 31 DICEMBRE 2025	VARIAZIONE RISPETTO AL 2024	ENGAGEMENT RATE
INSTAGRAM	2.293	+1.469	5,7%
FACEBOOK	2.588	+107	0,3%
LINKEDIN	6.951	+1.550	11,2%
TIKTOK	AVVIO NEL 2025	CRESCITA NEL PERIODO DI LANCIO	DATO IN FASE DI CONSOLIDAMENTO

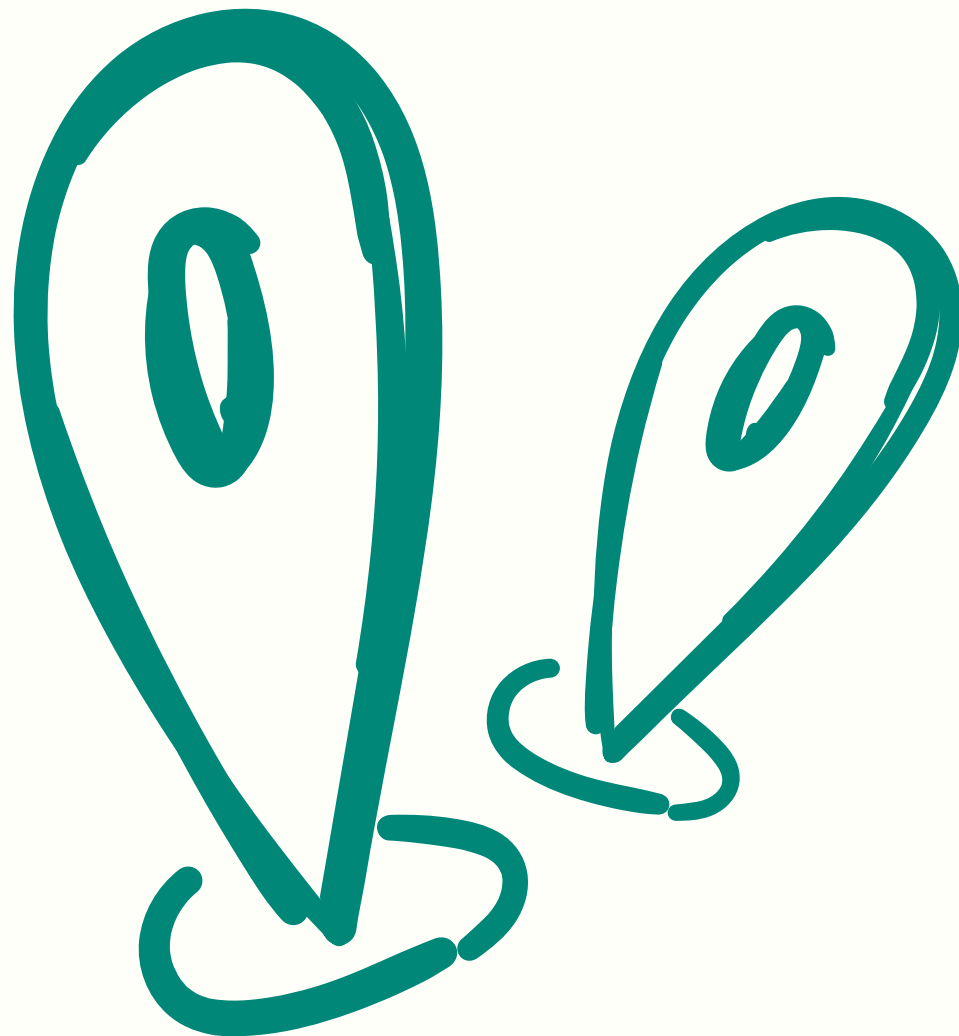
Sintesi dello stato delle attività di evoluzione interna ed esterna per il sociale e per l'ambiente

ATTIVITÀ	STATO 2025	TARGET 2026
CAMPAGNE DI SENSIBILIZZAZIONE (8 MARZO, SALUTE MENTALE, AMBIENTE, LGBTQIA+)	REALIZZATE NEL CORSO DEL 2025	AMPLIAMENTO DEL PUBBLICO E DIVERSIFICAZIONE DELLE TEMATICHE D&I
ACTIVE LISTENER FOR GENDER-BASED VIOLENCE	4 RISORSE FORMATE NEL 2025	ESTENSIONE DEL PROGRAMMA AD ALTRE SOCIETÀ DEL GRUPPO
VOLONTARIATO AZIENDALE RETRIBUITO	4 ORE RETRIBUITE PER DIPENDENTE, 82 PARTECIPANTI	MANTENIMENTO
ADESIONE VALORE D E PIATTAFORMA YOUNICITY	ADESIONE ATTIVATA, PIATTAFORMA DISPONIBILE A TUTTO IL PERSONALE	PROMOZIONE DELL'UTILIZZO DELLA PIATTAFORMA
BAGNI GENDERLESS E MISSIONE GENTILEZZA	INIZIATIVE MANTENUTE CON CONTINUITÀ RISPETTO AL REPORT 2024	MANTENIMENTO DELLE INIZIATIVE
CALCOLO EMISSIONI GHG SCOPE 1 E SCOPE 2	SCOPE 1 170,92 tCO2eq, SCOPE 2 MARKET-BASED 180,60 tCO2EQ. TOTALE 251,52 tCO2EQ	RIDUZIONE PROGRESSIVA SECONDO PIANO SBTI (-7% ANNUO)
PIANO DI DECARBONIZZAZIONE	STRATEGIA CONFERMATO, RIDUZIONE ANNUA 7%	MONITORAGGIO DELLO STATO DI AVANZAMENTO

ATTIVITÀ	STATO 2025	TARGET 2026
OASI 3BEE PER LA BIODIVERSITÀ	30.000 API MONITORATE, 2,5 KG DI NETTARE, 50 ALBERI	MANTENIMENTO DELL'ATTIVITÀ
PARTNERSHIP OGYRE	500 KG DI PLASTICA RECUPERATI NEL 2025, 950 KG CUMULATI	ULTERIORE INCREMENTO DEL TARGET
DONNEXSTRADA E PUNTI VIOLA	PUNTI VIOLA OPERATIVI, PROGRAMMA NON AMPLIATO NEL 2025	CIASCUNA SEDE DIVENTA PUNTO VIOLA
SPONSORIZZAZIONE MILANO PRIDE 2025	REALIZZATA	MANTENIMENTO DEL SOSTEGNO ALLA COMUNITÀ LGBTQIA+ CON ALTRE INIZIATIVE
CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE ALLE DIVERSITÀ 2025	REALIZZATA	NUOVA MOSTRA PER COINVOLGERE STAKEHOLDER SUL TEMA
CAMPAGNE PRO BONO	NON REALIZZATE	RIPRESA DEI PROGETTI
APERTURA TIKTOK E CRESCITA SOCIAL	TIKTOK APERTO, +1.469 INSTAGRAM, +1.550 LINKEDIN	CONSOLIDAMENTO ENGAGEMENT

L'IMPATTO MISURATO DELL'EVOLUZIONE INTERNA ED ESTERNA PER IL SOCIALE E PER L'AMBIENTE

L'impatto dell'evoluzione interna ed esterna per il sociale e per l'ambiente viene monitorato attraverso un set di indicatori GRI coerente con le aree previste dalla normativa sulle società benefit, con particolare riferimento a lavoratori, ambiente e altri portatori d'interesse. Gli indicatori considerati riguardano gli episodi di discriminazione, le emissioni di gas a effetto serra, il valore economico generato e distribuito e gli eventuali casi di non conformità nelle comunicazioni di marketing.



GRI 406-1 EPISODI DI DISCRIMINAZIONE E MISURE CORRETTIVE ADOTTATE

Nel 2025 il gruppo ha proseguito il monitoraggio degli episodi di discriminazione attraverso il canale Talking Box e gli altri strumenti di ascolto previsti dalle policy interne. Il dato quantitativo relativo all'esercizio 2025 sarà oggetto di consolidamento nel corso del 2026, nell'ambito del processo di chiusura definitiva della Relazione d'impatto. Nel 2024 non erano stati registrati episodi di discriminazione nel periodo di riferimento.

GRI 305-1 E GRI 305-2 EMISSIONI DI GAS A EFFETTO SERRA SCOPE 1 E SCOPE 2

Le emissioni di Scope 1 comprendono i consumi di gas naturale, i gas refrigeranti, i carburanti dei veicoli aziendali e gli altri consumi diretti. Le emissioni di Scope 2 fanno invece riferimento all'energia elettrica acquistata dalla rete nazionale.

Il dettaglio per fonte emissiva e la doppia rendicontazione dello Scope 2, secondo gli approcci location-based e market-based, sono riportati nel paragrafo dedicato al calcolo delle emissioni GHG e al piano di decarbonizzazione. Nei prossimi esercizi il gruppo proseguirà il monitoraggio della traiettoria definita secondo la metodologia SBTi, con anno base 2024 e orizzonte temporale 2030.

GRI 201-1

VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO

Il valore economico direttamente generato e distribuito rappresenta un indicatore utile a comprendere il contributo economico del gruppo verso i propri stakeholder. Nel 2025 il valore economico generato era pari a 138.217.155 euro, il valore economico distribuito a 131.626.905 euro e il valore economico trattenuto a 6.590.250 euro. Il dato relativo al 2025 sarà integrato nei successivi aggiornamenti della rendicontazione, una volta consolidato il bilancio dell'esercizio.

GRI 417-3

CASI DI NON CONFORMITÀ RIGUARDANTI COMUNICAZIONI DI MARKETING

Nel 2025 non sono stati rilevati episodi di non conformità a regolamenti o codici volontari in materia di comunicazioni di marketing, incluse pubblicità, promozioni e sponsorizzazioni. Il dato risulta in continuità con il 2024 e conferma l'attenzione del gruppo al rispetto degli standard etici e regolamentari che guidano le attività di comunicazione.

CONCLUSIONE

La Relazione di Impatto 2025 di Casta Diva Group, rivolta a tutti gli stakeholder, rappresenta un ulteriore passo nel percorso del gruppo verso un modello di impresa responsabile, orientato alla misurazione degli impatti generati e al rispetto delle persone, delle comunità e dell'ambiente. Il documento restituisce la continuità dell'impegno avviato negli anni precedenti e racconta l'evoluzione registrata nel corso del 2025, in coerenza con i valori fondanti del gruppo.

In qualità di Società Benefit, Casta Diva Group intende affermarsi come realtà di riferimento nel proprio settore, mantenendo un'attenzione costante verso le comunità in cui opera, la cultura, il benessere delle persone e la tutela dell'ambiente. Questo impegno contribuisce a promuovere un modo di fare impresa più sostenibile e a diffondere una cultura della responsabilità lungo l'intera catena del valore.

I risultati conseguiti nel 2025 confermano la solidità del percorso intrapreso e riflettono l'impegno concreto del gruppo rispetto alle due finalità di beneficio comune previste dallo Statuto. Tra i principali avanzamenti dell'anno rientrano il rafforzamento del sistema di governance, con l'adozione del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ai sensi del D.Lgs. 231/2001 e la nomina dell'Organismo di Vigilanza, l'ampliamento del portafoglio

certificazioni, l'attivazione del programma di volontariato aziendale retribuito, il lancio del percorso di mentorship circolare Talento Condiviso e l'ingresso nel network Valore D. A questi risultati si aggiunge il completamento del calcolo strutturato delle emissioni GHG di Scope 1 e Scope 2 tramite la piattaforma CliMax di Up2You, validata da RINA.

Questo percorso è sostenuto da una governance orientata alla trasparenza, all'etica e alla responsabilità nei rapporti con tutti i principali stakeholder. La nuova architettura organizzativa attribuisce un ruolo centrale allo Steering Committee e affida il coordinamento delle tematiche di sostenibilità al Sustainability Manager e alla unit interna ESGPact, con il coinvolgimento di un network di ESG Ambassador attivi nelle diverse società del gruppo.

Guardando al futuro, Casta Diva Group conferma la volontà di migliorare con continuità il proprio contributo al perseguimento delle finalità di beneficio comune, integrando la creazione di valore economico con la generazione di impatti positivi per le persone, le comunità e l'ambiente. In questa direzione si inserisce anche la traiettoria di decarbonizzazione costruita secondo la metodologia della Science Based Targets initiative, che guiderà il gruppo nei prossimi anni verso obiettivi sempre più misurabili e coerenti con la propria missione.



