

Report di sostenibilità 2025

pixartprinting



indice

01

3 Introduzione

- 4 Messaggio dell'Amministratore Delegato
- 5 Contesto e finalità del Report

02

6 Chi siamo

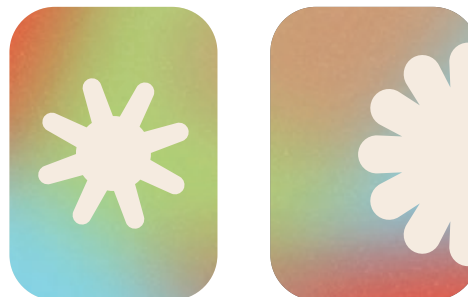
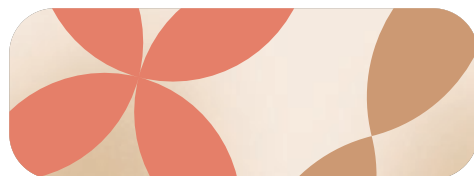
- 10 Il nostro percorso
- 13 Il Cuore di Pixartprinting
- 17 Cultura aziendale e principi guida
- 23 Il cliente al centro: esperienza, qualità e affidabilità del servizio



03

27 Governance e responsabilità

- 29 Il Modello di business e la strategia di sostenibilità
- 31 Analisi di materialità e temi prioritari
- 34 Un modello di governance orientato al valore
- 37 Etica, integrità e compliance
- 41 Gestione dei rischi di sostenibilità e governance della catena del valore
- 43 Digital Responsibility: privacy, contenuti e trasparenza



04

47 Il percorso verso la sostenibilità ambientale

- 51 Responsible Forestry
- 54 Plastic Transition
- 61 Decarbonizzazione e gestione delle emissioni
- 71 Gestione dei rifiuti e riduzione degli scarti

05

76 L'impegno per le nostre persone

- 82 Salute e sicurezza
- 86 Welfare, benessere e conciliazione vita lavoro
- 90 Formazione e sviluppo delle competenze
- 93 Pari opportunità, rispetto e inclusione

06

95 Nota metodologica

- 99 Indice dei Contenuti GRI



01

Introduzione

- Messaggio dell'Amministratore Delegato
- Contesto e finalità del Report



Messaggio dell'Amministratore Delegato

Questo primo Report di sostenibilità rappresenta per Pixartprinting un momento di riflessione e trasparenza.

Publicarlo è una scelta precisa: osservare il nostro impatto, dare conto dei progressi e rendere visibile il percorso intrapreso per integrare la sostenibilità nel nostro modello operativo. **Lo facciamo su base volontaria perché crediamo che la trasparenza sia alla base della fiducia nel tempo.** Condividerlo significa aprire un dialogo con i nostri stakeholder - clienti, dipendenti, partner, fornitori, investitori e comunità - e offrire una visione chiara delle sfide e delle opportunità che accompagnano la nostra crescita.

Pixartprinting è cresciuta unendo valore per il cliente, eccellenza produttiva e innovazione tecnologica. Ma soprattutto è cresciuta con una convinzione: le regole del mercato non sono qualcosa da accettare, ma qualcosa che si può - e si deve - migliorare. Il modello web-to-print ne è la prova. Abbiamo

reso accessibili processi industriali complessi, abilitando anche piccole tirature con alti livelli di efficienza e qualità. Questo ha significato meno sprechi, migliore utilizzo delle risorse e un sistema più sostenibile.

Per noi innovare significa mettere in discussione ciò che esiste e costruire soluzioni migliori. È parte del nostro DNA, insieme a tre valori che guidano ogni scelta: fiducia, passione e innovazione. Lavoriamo ogni giorno al fianco di imprese, professionisti e organizzazioni che utilizzano la stampa per crescere e sviluppare i propri progetti. Contribuire al loro successo significa contribuire, in modo concreto, alla vitalità economica e culturale dei territori in cui operano.

In questo contesto, la sostenibilità non è un ambito separato. È parte del nostro modo di fare impresa: nella gestione delle risorse, nell'attenzione alle persone, nella qualità delle relazioni lungo la catena del valore e

nella capacità di innovare con uno sguardo al lungo periodo. Questo report racconta i risultati raggiunti, ma anche il lavoro che resta da fare. **La sostenibilità è un percorso continuo, che richiede disciplina, miglioramento e responsabilità diffusa.**

Desidero ringraziare tutte le persone di Pixartprinting che, con il loro impegno quotidiano, rendono possibile questo percorso. Guardiamo al futuro con una convinzione chiara: **il valore di un'impresa non si misura solo nei risultati economici che raggiunge, ma nella qualità dell'impatto che genera nel tempo.** Ed è con questa responsabilità che continuiamo a innovare - non solo per migliorare ciò che esiste, ma per contribuire a ridefinirlo.

*Paolo Roatta
Amministratore Delegato
Pixartprinting S.p.A.*



Contesto e finalità del Report

Questo Report di sostenibilità nasce da una scelta volontaria di Pixartprinting. Non risponde a un obbligo normativo, ma alla volontà di offrire una rappresentazione chiara e organica del percorso che l'azienda ha avviato negli ultimi anni sui temi ambientali, sociali e di governance.

Nel tempo abbiamo sviluppato iniziative, definito obiettivi, introdotto strumenti e presidi che incidono concretamente sul nostro modo di operare. **Questo Report nasce dall'esigenza di dare coerenza e struttura a tali azioni, inserendole in una visione complessiva e rendendole leggibili in modo trasparente.**

La rendicontazione si rivolge a tutte le persone che entrano in relazione con Pixartprinting: chi lavora in azienda, i clienti che scelgono i nostri prodotti, i partner della catena di fornitura, il Gruppo Cimpres di

appartenenza e il territorio in cui operiamo. L'obiettivo è **rendere accessibile e comprensibile il significato concreto della sostenibilità in Pixartprinting**, favorendo una consapevolezza diffusa e valorizzando il contributo che ciascuno può offrire nel proprio ruolo.

Per noi questo documento rappresenta uno **strumento di responsabilità e di consapevolezza**: rende esplicito ciò che stiamo facendo, evidenzia le aree su cui intendiamo crescere e consolida l'integrazione dei temi di sostenibilità nelle scelte strategiche e operative. È un punto di partenza per rafforzare nel tempo un approccio sempre più strutturato, misurabile e condiviso.



02

Chi siamo

- Il nostro percorso
- Il Cuore di Pixartprinting
- Cultura aziendale e principi guida
- Il cliente al centro: esperienza, qualità e affidabilità del servizio



Pixartprinting è tra i principali player europei nella **stampa online** personalizzata e opera come **e-commerce** manifatturiero, con un modello industriale e digitale che integra piattaforme e-commerce, automazione produttiva e competenze specialistiche in un unico ecosistema.

Siamo nati nel 1994 come tipografia tradizionale a Mestre, in provincia di Venezia. Nel 2000 abbiamo compiuto una trasformazione radicale, evolvendo in una piattaforma **interamente digitale** e portando online - tra i primi in Italia - un

servizio che fino ad allora era offerto quasi esclusivamente offline. Questa scelta, pionieristica per il settore della stampa, ha segnato l'avvio di un percorso di industrializzazione, **innovazione tecnologica** e **crescita che continua** ancora oggi.



12

mercati: Italia, Francia, Spagna, Svizzera, Germania, Austria, Portogallo, Paesi Bassi, Svezia, Belgio, Regno Unito e Irlanda

35.000m²

di superficie produttiva tra Quarto d'Altino e Lavis con tecnologie di stampa e automazione di ultima generazione

+1.300

prodotti tra riviste, libri, cataloghi, packaging, adesivi, etichette, striscioni pubblicitari e supporti per la comunicazione visiva

+900

persone distribuite nei dipartimenti Production, Finance, IT, Customer Care, Sales & Marketing, e HR

Dal 2004 abbiamo intrapreso un percorso di internazionalizzazione, attivando piattaforme e-commerce dedicate in diversi Paesi europei. Oggi operiamo in **12 mercati di vendita - Italia, Francia, Spagna, Svizzera, Germania, Austria, Portogallo, Paesi Bassi, Svezia, Belgio, Regno Unito e Irlanda** - offrendo un'esperienza di acquisto localizzata e un servizio coerente su scala internazionale. Dal 2014 Pixartprinting fa parte di Cimpress, leader globale nella mass customisation.

Il nostro catalogo comprende **oltre 1.300 prodotti**, tra cui riviste, libri, cataloghi, packaging, adesivi, etichette, striscioni pubblicitari e numerosi supporti per la comunicazione visiva, tutti personalizzabili

in base a materiali, formati, quantità, finiture e tempi di consegna. Questo approccio consente ai clienti di ottenere prodotti su misura beneficiando dell'efficienza e delle economie di scala tipiche di un modello industriale avanzato.

Operiamo con un **team di oltre 900 persone**, distribuite tra l'headquarter di Quarto d'Altino (Venezia) e lo stabilimento produttivo di Lavis (Trento), organizzate in sei dipartimenti chiave: Production, Finance, IT, Sales & Marketing, Customer Care e HR. La produzione è concentrata principalmente nei nostri due stabilimenti, che occupano complessivamente **circa 35.000 m²** e sono dotati di tecnologie di stampa e automazione di ultima generazione; una

quota residuale di lavorazioni è affidata a partner esterni selezionati.

Per le caratteristiche del nostro modello industriale e digitale, la sostenibilità è parte integrante della gestione operativa. Il paradigma del web-to-print e della mass customisation ci permette di gestire anche ordini di piccole tirature in modo industriale: in questo contesto, presidiamo in modo responsabile gli impatti ambientali e sociali lungo l'intera catena del valore - dall'approvvigionamento dei materiali alla produzione, fino alla logistica e al servizio al cliente - ponendo le basi per uno sviluppo orientato all'efficienza, alla qualità e alla creazione di valore nel lungo periodo.

Focus

La divisione libri



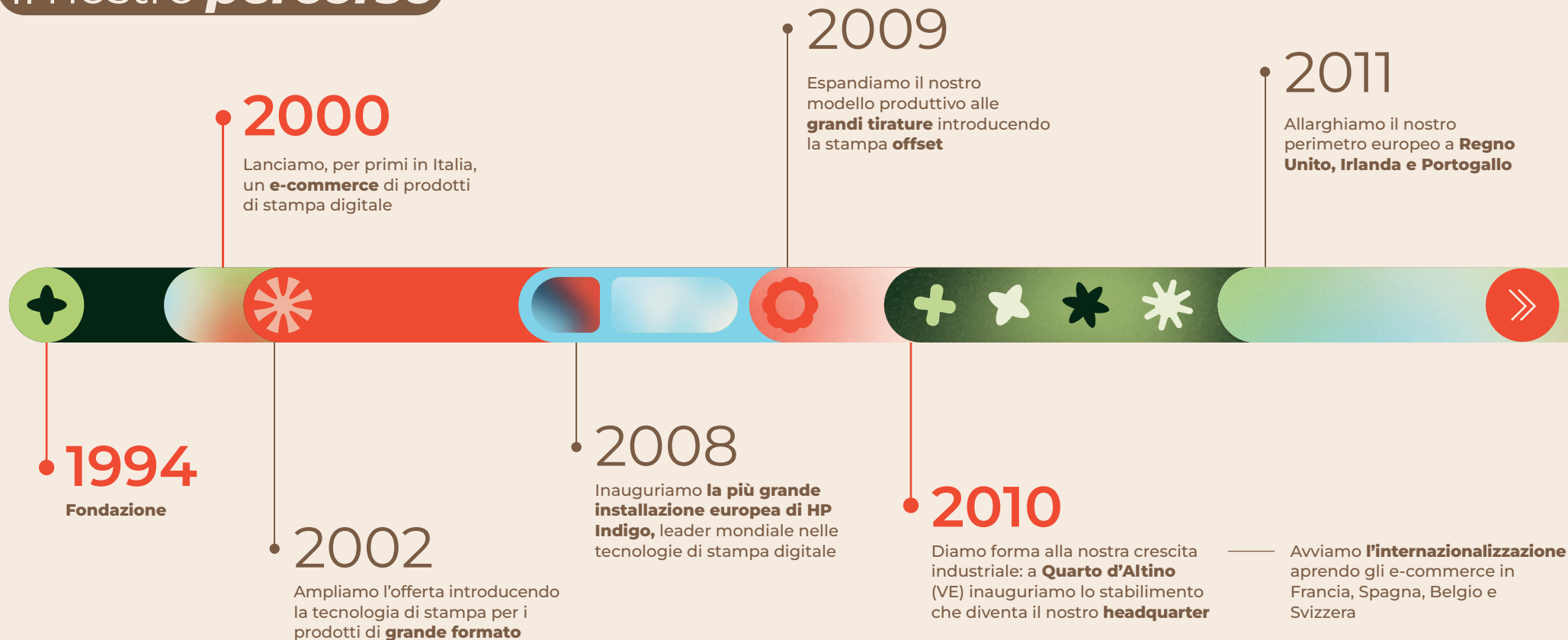
Abbiamo dedicato uno dei nostri stabilimenti produttivi e un presidio commerciale alle esigenze del **mondo editoriale** e di chi, per la stampa di libri e cataloghi, richiede un supporto più consulenziale e un contatto diretto. In questo ambito affianchiamo i clienti lungo l'intero processo, a partire dall'analisi del bisogno e dalla stampa, con verifiche tecniche dei file e strumenti di controllo che riducono errori e rilavorazioni.

La presenza di un reparto di legatoria interno nello stabilimento di Lavis ci consente di mantenere un presidio diretto sulla qualità e sui tempi, integrando fasi chiave del ciclo produttivo e garantendo maggiore affidabilità nelle consegne. Grazie a **tecnologie digitali e offset di ultima**

generazione, siamo in grado di gestire in modo efficiente sia basse sia alte tirature, con tempi certi e una proposta competitiva. La divisione libri rappresenta quindi un'estensione specializzata dell'offerta Pixartprinting, pensata per coniugare qualità editoriale, servizio e solidità industriale.



Il nostro *percorso*



2014

Entriamo nel **Gruppo Cimpres**, leader mondiale della mass customisation

2015

Aumentiamo la capacità produttiva con un secondo stabilimento a Lavis (TN), tramite l'acquisizione di **Litotipografia Alcione**

2017

Ampliamo i nostri team con un polo a **Mumbai**, a supporto dei progetti tecnologici

Potenziamo la stampa offset con la più grande flotta europea di sistemi **Komori H-UV/LED**

2013

Completiamo il percorso di internazionalizzazione in **Germania, Austria, Svezia e Paesi Bassi**, estendendo la nostra presenza a 12 mercati europei

2016

Superiamo i 100 milioni di euro di fatturato, diventando il **più grande ecommerce manifatturiero italiano**

2018

Rafforziamo la nostra infrastruttura organizzativa con **TunUp**, il nostro centro servizi a **Tunisi**

Entriamo a far parte del **Print Group**, divisione europea del Gruppo Cimpres (che include Exaprint, Tradeprint, Easyflyer)

Avviamo una trasformazione verso un **modello più sostenibile**: investiamo in energia da fonti rinnovabili e in carte certificate FSC®



2020

Rispondiamo alla pandemia di Covid-19 lanciando le mascherine protettive Ninja: convertiamo una linea produttiva e diamo il via, per il Gruppo Cimpres, a un business globale da oltre 10 milioni di mascherine

2023

Superiamo i **200 milioni** di euro di fatturato

Oggi

Includendo le nostre sedi di Quarto d'Altino, Lavis, Tunisi, Mumbai, Orléans e Warrendale, **siamo un team di 1316 persone che ogni giorno scrive nuove pagine di successo e innovazione**

2019

Iniziamo la nostra collaborazione strategica con la business unit francese **Easyflyer**

Lanciamo lo spin-off di **PackStyle**, inaugurando una nuova linea di business nella stampa di packaging flessibile

2022

Raggiungiamo **1 milione di clienti attivi** e produciamo fino a 15.000 ordini al giorno

2024

Lanciamo la prima collezione di abbigliamento **OGAT One Garment At a Time**

2025

Esportiamo il nostro modello negli **USA**, con l'apertura del terzo **stabilimento produttivo a Warrendale**, in Pennsylvania

Otteniamo la certificazione **Great Place To Work®**

Il **cuore** di Pixartprinting

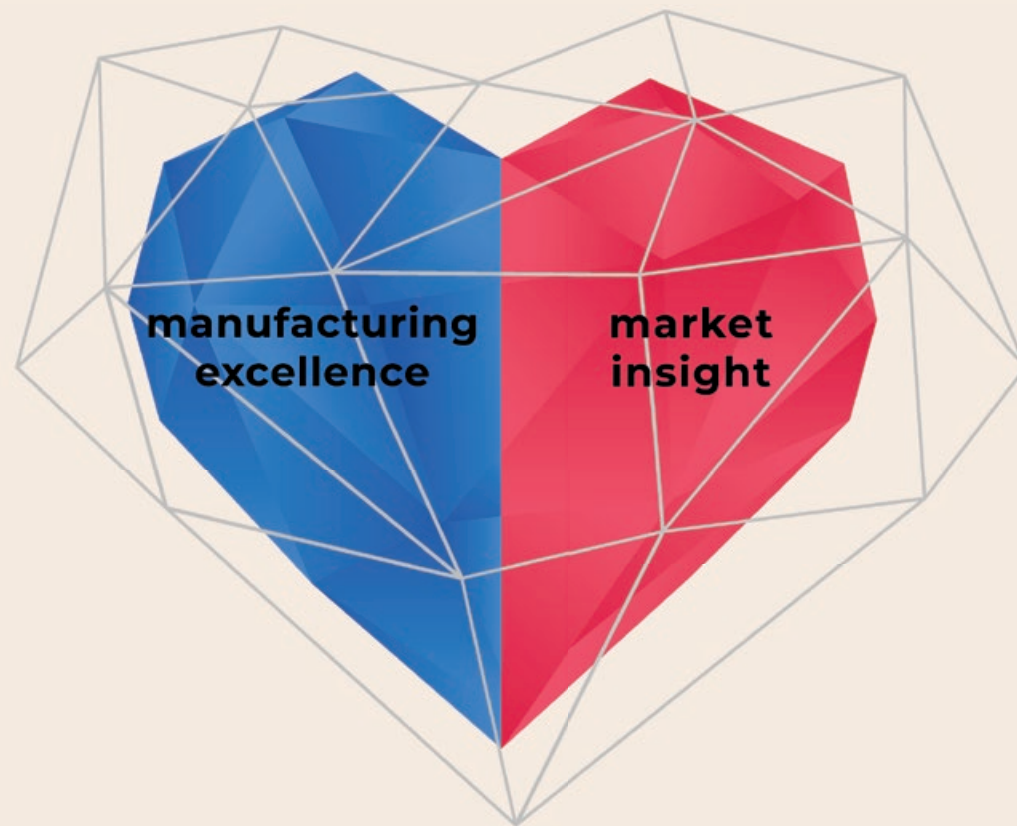
Il cuore di Pixartprinting rappresenta visivamente ciò che siamo: **un solo cuore, composto da due anime inscindibili.**

Da un lato l'**eccellenza produttiva (manufacturing excellence)**, costruita su tecnologie e processi che rendono possibile la mass customisation. Dall'altro, **la conoscenza profonda del mercato (market insight)** e la capacità di progettare un'esperienza digitale davvero centrata sul cliente.

A tenere insieme queste due anime – produzione e strategia go-to-market – c'è la nostra infrastruttura tecnologica (information technology) che, come un

vero e proprio sistema nervoso, **connette, integra e moltiplica** il valore di ogni parte, permettendo alle due anime del nostro cuore di battere all'unisono, ogni giorno.

Ed è proprio il continuo scambio dinamico tra queste due anime a costituire il nostro straordinario vantaggio competitivo: **saper offrire al mercato il miglior prodotto che si possa realizzare e, allo stesso tempo, saper produrre il migliore prodotto che il mercato possa richiedere.**



Focus



La mass customisation

La mass customisation è la **capacità di produrre prodotti personalizzati (anche in quantità molto piccole) con efficienza industriale.**

Unisce la flessibilità della personalizzazione alla velocità e all'affidabilità tipiche della produzione su larga scala, grazie a piattaforme digitali, automazione e processi standardizzati.

Per Pixartprinting significa **rendere accessibile la stampa su misura, riducendo sprechi legati a sovrapproduzione e magazzino** e abilitando una gestione più efficiente di materiali e risorse.





OGAT

One Garment at a Time

OGAT (One Garment at a Time) è il brand di Pixartprinting dedicato all'abbigliamento on demand, nato nel 2024, con l'obiettivo di portare nel settore fashion - incluso quello tecnico sportivo - un modello produttivo basato sulla produzione su richiesta: vendere prima, produrre dopo. In un'industria storicamente caratterizzata da sovrapproduzione e invenduto, **questo approccio consente di ridurre alla fonte il rischio di eccedenze e, di conseguenza, gli impatti associati allo smaltimento di capi non venduti.**

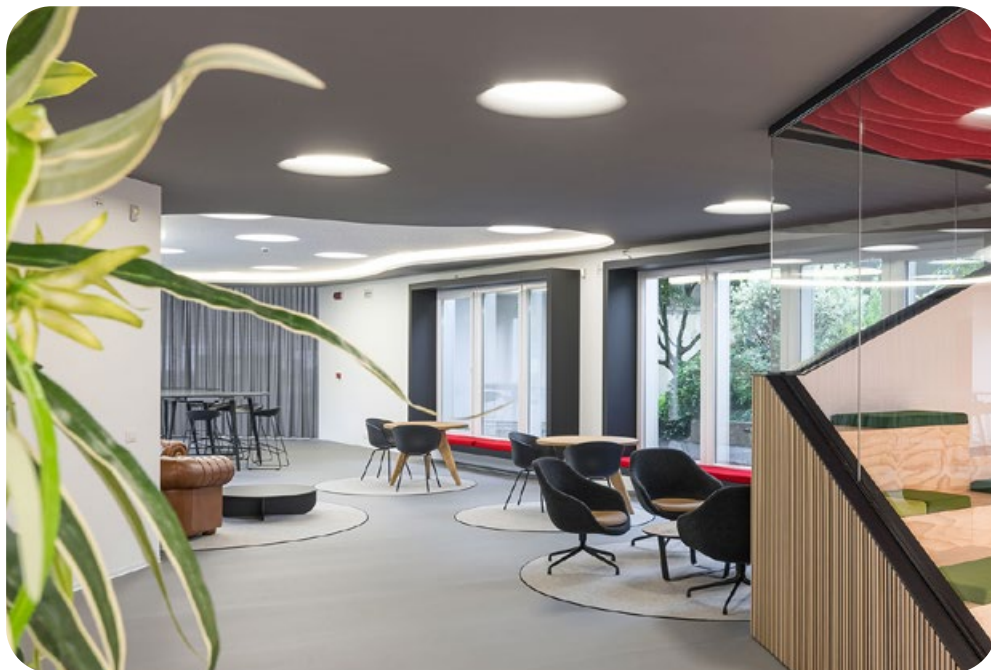
Il modello OGAT si fonda su una **catena produttiva "made to order" interamente Made in Italy** e su processi industriali progettati per combinare qualità, rapidità e flessibilità anche su volumi ridotti. Ogni capo viene realizzato solo a seguito dell'ordine, permettendo ai brand che scelgono di lavorare con noi di rispondere più rapidamente al mercato e riducendo la necessità di produzioni anticipate e stock.

Accanto al tema della sovrapproduzione, OGAT integra scelte orientate alla **riduzione dell'impatto dei materiali e dei processi**: impiego di inchiostri a base d'acqua e tecnologie di stampa digitale diretta che – a differenza delle tecniche tradizionali come la stampa serigrafica o rotativa - riducono in modo significativo il consumo d'acqua. A questo si aggiunge l'utilizzo di energia proveniente esclusivamente da fonti rinnovabili.

Con il suo modello di business, OGAT si propone come piattaforma produttiva per una moda più responsabile, in cui **efficienza industriale e sostenibilità convergono in un modello "one garment at a time"**.



Cultura aziendale e principi guida



Alla base della strategia di Pixartprinting c'è una **cultura aziendale solida**, che nel tempo ha orientato il nostro modo di lavorare, di innovare e di crescere.

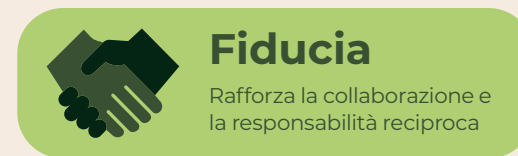
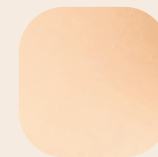
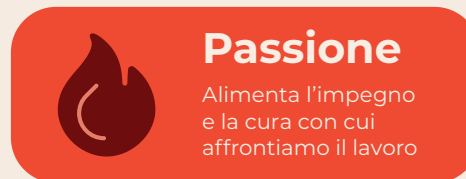
Nata oltre trent'anni fa con l'intuizione di portare online un settore tradizionale come la stampa, Pixartprinting ha costruito la propria identità sull'**audacia sperimentale**,

sulla capacità di adattarsi rapidamente al cambiamento e su un'idea chiara: la tecnologia è un abilitatore, ma sono le persone a trasformare la visione in risultati concreti. Questa cultura continua a guidare le scelte dell'organizzazione, in un contesto in cui **manifattura, digitale e servizio al cliente** devono procedere in modo integrato.

La nostra Mission esprime l'essenza di questo approccio: è una dichiarazione che parla di **empowerment** e di **fiducia nelle persone**, intese come motore principale della qualità, dell'innovazione e della creazione di valore. In modo coerente, la nostra Vision definisce l'orizzonte verso cui tendiamo.

I nostri tre valori fondamentali – Passione, Innovazione e Fiducia – rappresentano la base di ogni decisione e sono ***il filo conduttore che unisce le nostre persone*** in tutte le sedi e funzioni aziendali.

Questa cultura è ulteriormente arricchita dalla pluralità di esperienze e prospettive presenti in azienda, che favorisce un ambiente in cui **la diversità diventa una leva per migliorare i processi, risolvere problemi complessi e generare nuove idee.**



Ai nostri valori si affiancano i **Leadership Principles**, che traducono la nostra cultura in **comportamenti concreti e osservabili**

Integrity & Coherence rafforza la fiducia attraverso coerenza e trasparenza;

Aim for Excellence sostiene la ricerca continua di qualità e miglioramento;

Backbone, Disagree & Commit promuove confronto aperto e responsabilità nel sostenere le decisioni;

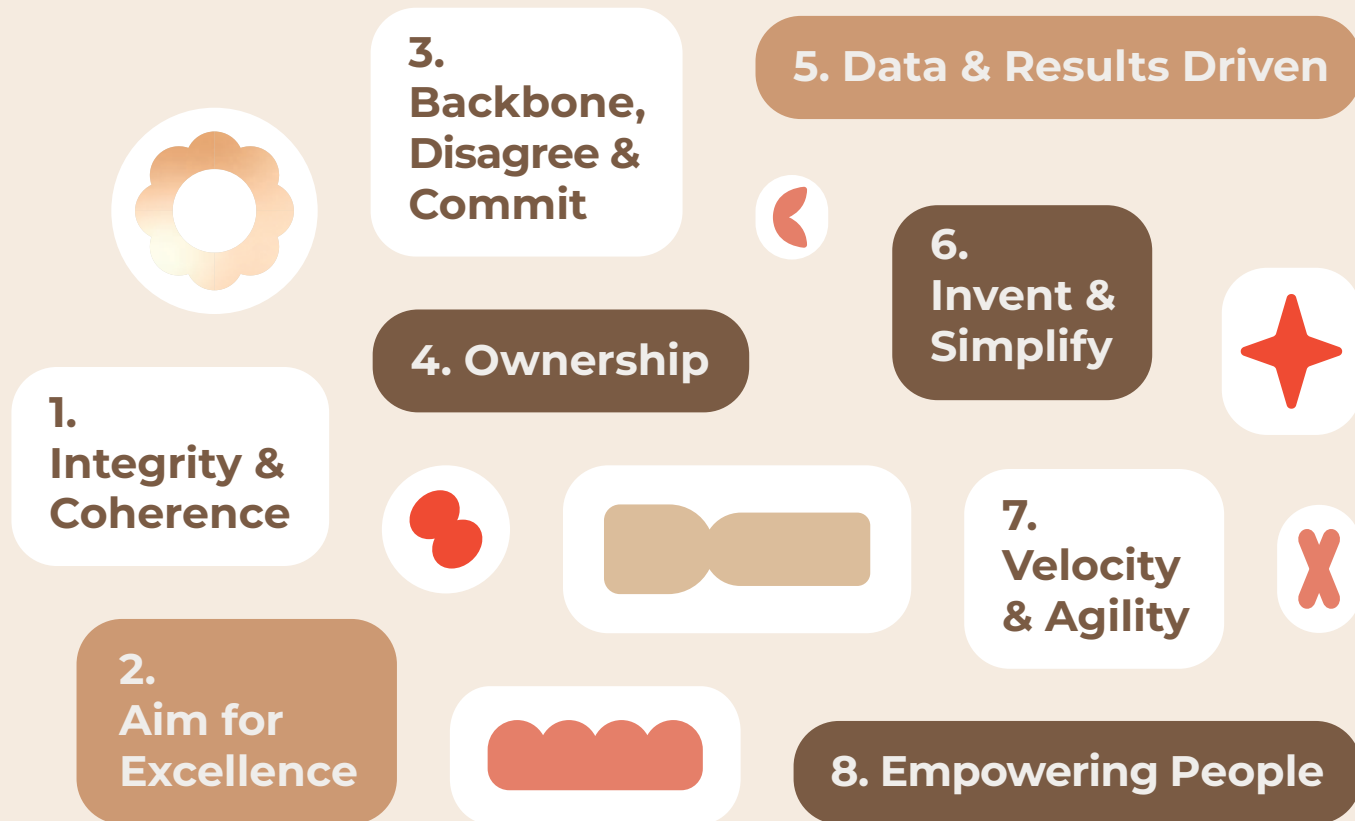
Ownership incoraggia intraprendenza e senso di responsabilità diffuso;

Data & Results Driven valorizza scelte basate su evidenze e orientate ai risultati;

Invent & Simplify alimenta creatività e semplificazione come metodo di lavoro;

Velocity & Agility sostiene pragmatismo, rapidità di esecuzione e adattabilità;

Empowering People consolida una leadership che valorizza e responsabilizza le persone, contribuendo a un ambiente inclusivo e collaborativo.



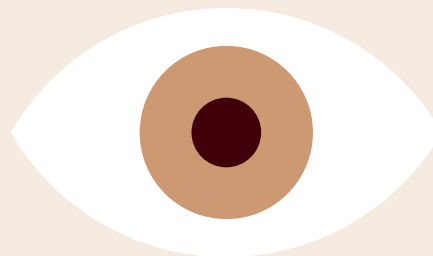


Insieme, ***Vision, Mission, Valori e Principi*** delineano un'identità organizzativa che punta a rendere l'innovazione un fatto quotidiano, a creare condizioni di lavoro basate su fiducia e ascolto e a far crescere l'organizzazione in modo coerente con il proprio scopo.

Questo fondamento culturale è anche la base su cui si costruisce la strategia di sostenibilità: ***un approccio che nasce dalle persone e si traduce in scelte e azioni misurabili nel tempo, con l'obiettivo di generare valore duraturo per l'azienda e per gli stakeholder.***

La nostra vision

Liberare il potenziale di ogni individuo e organizzazione nel mondo, dando loro il potere di **lasciare un'impronta distintiva e tangibile di cui andare fieri**, espressione del proprio lavoro, della propria creatività e del talento che li rende unici.



La nostra **mission**



Guidiamo la rivoluzione della **personalizzazione di massa**, superando i modelli tradizionali grazie all'**innovazione continua** e alla **tecnologia più evoluta**. Il nostro impegno è **crescere in modo sostenibile**, su scala internazionale, per la nostra azienda e per tutte le persone che la rendono straordinaria.

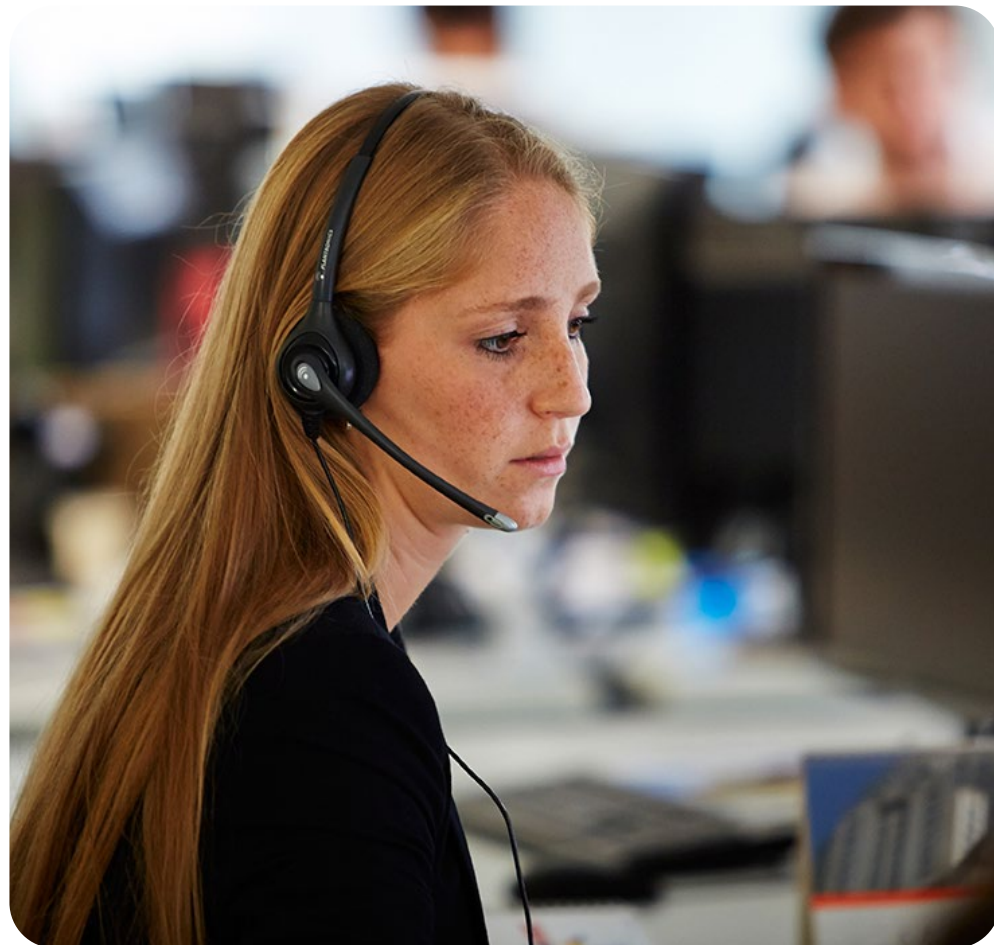
Il cliente al centro: esperienza, qualità e affidabilità del servizio

Pixartprinting nasce con l'obiettivo di **rendere la stampa professionale accessibile, semplice e affidabile**, riducendo la complessità che tradizionalmente caratterizza il settore.

Il nostro approccio mette il cliente al centro e si traduce in un'esperienza digitale progettata per **accompagnarlo in tutte le fasi del percorso**, dalla scelta del prodotto alla consegna, combinando qualità, velocità e convenienza.

I nostri clienti includono **realità B2B** (come rivenditori, tipografie, professionisti delle arti grafiche, agenzie di comunicazione

e grafici), **piccole e medie imprese** che scelgono Pixartprinting per gestire in modo rapido e flessibile le proprie esigenze di comunicazione. Accanto a queste realtà, serviamo anche **clienti privati**, che si rivolgono alla piattaforma per progetti personali o iniziative puntuali e che ricercano la stessa qualità professionale con un'esperienza semplice e guidata.





In contesti diversi, il bisogno è comune: **ottenere risultati professionali** attraverso un processo di acquisto chiaro, tempi certi e un servizio affidabile, anche in assenza di competenze tecniche o grafiche interne.

L'esperienza prosegue anche dopo l'acquisto: **ogni ordine è tracciabile** e **sono previsti meccanismi di reclamo**, attivabili attraverso diversi canali di contatto, con soluzioni che possono includere ristampa, sconto o rimborso. Ci assumiamo la responsabilità delle eventuali criticità e garantiamo sempre la possibilità di interagire con un operatore.

Il servizio clienti è attivo sette giorni su sette, dalle 8 alle 22 nei giorni feriali e dalle 8 alle 18 nel fine settimana, e opera in sei lingue. A supporto della continuità del servizio, è inoltre disponibile 24 ore su 24, 7 giorni su 7, Pixie, il nostro **assistente virtuale basato su intelligenza artificiale generativa**, che gestisce oggi circa il 40% delle sessioni di chat, con un tasso di soddisfazione superiore all'80%.

Monitoriamo costantemente questi indicatori per valutare la qualità dell'esperienza offerta e orientare l'evoluzione degli strumenti digitali a supporto dei clienti.

Raccogliamo in modo strutturato le recensioni dei clienti, sollecitandone il feedback al termine dell'esperienza di acquisto. Le valutazioni vengono gestite principalmente tramite Feefo, piattaforma indipendente basata esclusivamente su ordini reali, che consente di misurare in modo trasparente la qualità del

servizio sulla base di feedback verificati e pubblicamente consultabili. Accanto a questo sistema, monitoriamo e analizziamo anche le recensioni pubblicate su piattaforme aperte, come Google e Trustpilot, integrando tali evidenze nei processi di miglioramento continuo.

Oltre alle recensioni, utilizziamo **survey dedicate rivolte a clienti selezionati come strumento di ascolto attivo e approfondito**. Queste indagini non hanno una funzione meramente consultiva, ma contribuiscono in modo concreto allo sviluppo dell'offerta: **ci permettono di intercettare bisogni emergenti, validare nuove soluzioni di prodotto e raccogliere indicazioni puntuali** anche su aspetti legati alla sostenibilità dei materiali, dei processi e delle soluzioni proposte.

In questo modo, **il punto di vista del cliente diventa una leva reale di orientamento delle scelte**, rafforzando un modello di sviluppo che integra qualità del servizio, innovazione e attenzione agli impatti lungo l'intero ciclo di vita del prodotto.

Questo modello industriale e culturale richiede una **struttura di governance capace di garantire coerenza tra strategia, operatività e responsabilità nel tempo**.





03

Governance e responsabilità

- Il Modello di business e la strategia di sostenibilità
- Analisi di materialità e temi prioritari
- Un modello di governance orientato al valore
- Etica, integrità e compliance
- Gestione dei rischi di sostenibilità e governance della catena del valore
- Digital Responsibility: privacy, contenuti e trasparenza



Per Pixartprinting,
***la sostenibilità
è prima di tutto
una questione
di responsabilità
e di scelte.***

In un'organizzazione manifatturiera e digitale come la nostra, la qualità delle decisioni è un fattore determinante tanto quanto la qualità della produzione.

Per questo la governance non è un perimetro formale, ma **l'architettura che garantisce coerenza tra strategia, operatività e responsabilità.**

La governance non è quindi intesa come un insieme di regole formali, ma come **il sistema attraverso cui l'azienda orienta le proprie priorità, presidia i rischi, valorizza le opportunità e integra progressivamente i temi di sostenibilità nelle decisioni di business.** È in questo quadro che si inseriscono il modello di business, il coinvolgimento degli stakeholder, l'analisi di materialità e l'assetto dei ruoli e delle responsabilità.

Il capitolo che segue descrive come Pixartprinting ha strutturato questo percorso: **dal legame tra modello industriale e sostenibilità, al dialogo con gli stakeholder, fino ai presidi di governance, etica e controllo** che sostengono una gestione orientata al valore nel lungo periodo.

Il Modello di business e la strategia di **sostenibilità**



Pixartprinting opera come tech company della stampa: **un modello in cui l'innovazione tecnologica non è solo un fattore competitivo, ma anche un abilitatore diretto di efficienza e sostenibilità.** A differenza della stampa tradizionale, il nostro business si fonda su un paradigma di web-to-print evoluto, che consente di gestire ordini personalizzati a partire anche dalla singola copia.

Questa caratteristica incide in modo concreto sugli impatti lungo la catena del valore. In primo luogo, consente una riduzione degli sprechi alla fonte: **producendo esclusivamente su richiesta, eliminiamo il concetto di giacenza e riduciamo il rischio di obsolescenza dei materiali per i clienti.**

Allo stesso tempo, gli investimenti costanti in tecnologie di stampa digitale e in software di automazione proprietari permettono di **rendere economicamente sostenibile la produzione di basse tirature**, ottimizzando il consumo di energia e supporti per ogni singolo lavoro. Infine, l'infrastruttura tecnologica consente di aggregare migliaia di ordini personalizzati in flussi produttivi ottimizzati, garantendo un livello di efficienza tipico della grande tiratura anche su volumi ridotti.

In questo contesto, la sostenibilità non rappresenta un elemento accessorio, ma un risultato diretto del nostro modello industriale: **stampare solo ciò che serve, quando serve, con processi progettati per ridurre inefficienze e sprechi.** Per rendere questa visione misurabile e orientare in modo più strutturato le scelte di rendicontazione e di priorità, nel 2025 abbiamo avviato un processo formale di analisi di materialità.



Stakeholder rilevanti e modalità di coinvolgimento

Per Pixartprinting, **la sostenibilità è strettamente connessa alla capacità di comprendere e gestire le aspettative dei principali stakeholder lungo l'intera catena del valore.** Le decisioni strategiche e operative dell'azienda hanno infatti impatti che si estendono oltre il perimetro organizzativo e richiedono un dialogo strutturato con i soggetti che, a diverso titolo, contribuiscono o sono influenzati dalle nostre attività.



Nel nostro percorso abbiamo individuato un insieme di stakeholder rilevanti, il cui punto di vista è considerato essenziale per orientare le scelte e rafforzarne la qualità nel tempo. Tra questi rientrano **le persone di Pixartprinting**, centrali per la continuità operativa, la qualità dei processi e lo sviluppo delle competenze; **i clienti**, che influenzano direttamente le scelte di prodotto, servizio e materiali e rispetto ai quali siamo chiamati a garantire qualità, affidabilità e trasparenza; **i fornitori**, partner fondamentali per la gestione degli impatti ambientali e sociali lungo la filiera; **la capogruppo Cimpres**, che definisce indirizzi strategici e obiettivi di sostenibilità a livello di Gruppo; **le autorità ed enti regolatori** e **le comunità locali** interessate dalla presenza dei nostri siti produttivi.

Nel processo di analisi di materialità abbiamo adottato un approccio per rappresentanza, ricorrendo a stakeholder proxy interni. Si tratta di figure aziendali che, per ruolo, responsabilità ed esperienza, sono in grado di portare un punto di vista informato e strutturato sulle principali categorie di stakeholder. Questo approccio consente di **integrare prospettive diverse in modo coerente e operativo, garantendo una base informativa solida per la definizione delle priorità di sostenibilità.**

Analisi di **materialità** e temi prioritari



Pixartprinting ha avviato un processo strutturato di analisi di materialità con l'obiettivo di identificare e prioritizzare i temi ambientali, sociali e di governance più rilevanti per l'azienda e per la sua catena del valore. Questo passaggio rappresenta **un'evoluzione del percorso di sostenibilità avviato negli anni precedenti**, che aveva già visto la definizione di obiettivi ambientali misurabili e la rendicontazione delle emissioni lungo la value chain.

L'analisi di materialità ha lo scopo di consolidare metodo e priorità, fornendo una base condivisa per orientare la lettura del report e per integrare progressivamente i temi di sostenibilità nei processi decisionali. Il percorso è iniziato con un'analisi



del contesto interno ed esterno e con la definizione di una lista di temi potenzialmente rilevanti. **Questo lavoro è stato integrato da un confronto con peer di settore e con i principali trend di sostenibilità, arrivando così a definire una short list di 11 temi chiave.**

I temi individuati sono stati valutati secondo una doppia prospettiva. Da un lato, la materialità d'impatto ha riguardato la rilevanza degli impatti – positivi e negativi, attuali o potenziali – che l'attività di Pixartprinting può generare su ambiente e persone. Questa valutazione è stata effettuata coinvolgendo stakeholder proxy

interni, che hanno espresso il proprio giudizio su una scala di valutazione da 1 a 5. Dall'altro lato, la materialità finanziaria ha considerato i rischi e le opportunità economico-finanziarie associati agli stessi temi, ed è stata affidata al Leadership Team, composto dalle figure apicali dell'azienda, incluso l'Amministratore Delegato.

La raccolta delle valutazioni è avvenuta durante workshop dedicati, con strumenti digitali che hanno garantito tracciabilità e sintesi dei risultati. **Il confronto tra funzioni ha inoltre permesso di affiancare alle valutazioni quantitative elementi qualitativi emersi dal dialogo.**



Esiti dell'analisi

I risultati dell'analisi evidenziano che **le macro-aree considerate risultano tutte sopra la soglia di rilevanza sia in termini di impatto sia in termini economico-finanziari.** Questo esito è coerente con il lavoro di pre-selezione svolto a monte, che ha portato a sottoporre a valutazione esclusivamente temi già ritenuti potenzialmente significativi per il nostro modello di business.



All'interno di questo perimetro, alcune aree emergono come priorità relative in base alle valutazioni raccolte:

- Protezione dei dati e responsabilità digitale
- Etica e condotta aziendale
- Clima ed energia
- Uso delle risorse ed economia circolare
- Persone e organizzazione

I risultati rappresentano una sintesi dei punti di vista espressi dagli stakeholder proxy e dal Leadership Team in questa fase del percorso aziendale e devono essere letti come una **prima fotografia della percezione interna ed esterna rispetto a impatti, rischi e opportunità associati ai diversi temi.** La valutazione non intende misurare un'importanza "oggettiva" in senso assoluto, ma il livello di consapevolezza e priorità attribuito ai temi nel momento attuale.

In alcuni ambiti – in particolare quelli ambientali legati alla decarbonizzazione della catena del valore – la complessità tecnica può influenzare la capacità di valutazione diffusa.

Per questo motivo, i risultati dell'analisi costituiscono per noi non solo uno strumento di orientamento delle priorità, ma anche un'indicazione del livello di maturità dell'organizzazione rispetto ai diversi temi di sostenibilità. L'analisi di materialità non determina l'abbandono dei temi che risultano meno critici in termini relativi.

Al contrario, **consente di confermare e rendere più strutturato un percorso già avviato negli anni precedenti, fornendo una base metodologica per orientare investimenti, obiettivi e sistemi di monitoraggio nel medio-lungo periodo.**

Focus

* Il nostro contributo agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs)

Nel 2022, nell'ambito del percorso di strutturazione delle nostre politiche di sostenibilità, abbiamo scelto di allineare le nostre priorità agli **Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) delle Nazioni Unite**.

Non si è trattato di un esercizio formale, ma dell'individuazione di una bussola strategica: uno strumento per orientare le decisioni, dare coerenza alle iniziative e **collocare il nostro impegno all'interno di un quadro di riferimento condiviso a livello globale**.

A partire dall'analisi del nostro modello di business e dei nostri impatti, abbiamo identificato come maggiormente coerenti con la nostra attività i seguenti Obiettivi:

SDG 7 – Energia pulita e accessibile

Il progressivo approvvigionamento di energia da fonti rinnovabili certificate e l'investimento in efficienza energetica rappresentano leve strutturali del nostro percorso di decarbonizzazione.

SDG 8 – Lavoro dignitoso e crescita economica

La qualità dell'occupazione, la stabilità contrattuale, la formazione continua e la tutela della salute e sicurezza costituiscono elementi centrali del nostro modello organizzativo.

SDG 12 – Consumo e produzione responsabili

Il nostro modello web-to-print e la produzione on demand contribuiscono a ridurre sprechi e sovrapproduzione, promuovendo un utilizzo più efficiente delle risorse.

SDG 13 – Lotta al cambiamento climatico

La misurazione sistematica delle emissioni lungo l'intera catena del valore e gli obiettivi di riduzione definiti in coerenza con il Gruppo Cimpres collocano l'azione climatica tra le priorità strategiche dell'azienda.





Un modello di governance orientato al valore

La governance di Pixartprinting è strutturata per **garantire coerenza tra strategia, modello di business e responsabilità verso gli stakeholder**, assicurando una gestione solida, trasparente e orientata alla creazione di valore nel lungo periodo. Pixartprinting S.p.A., società a socio unico, è soggetta alla

direzione e coordinamento di Cimpress plc e adotta un modello di amministrazione e controllo di tipo tradizionale.

Il Consiglio di Amministrazione (CdA) è l'organo cui spettano i più ampi poteri di indirizzo strategico e di supervisione della

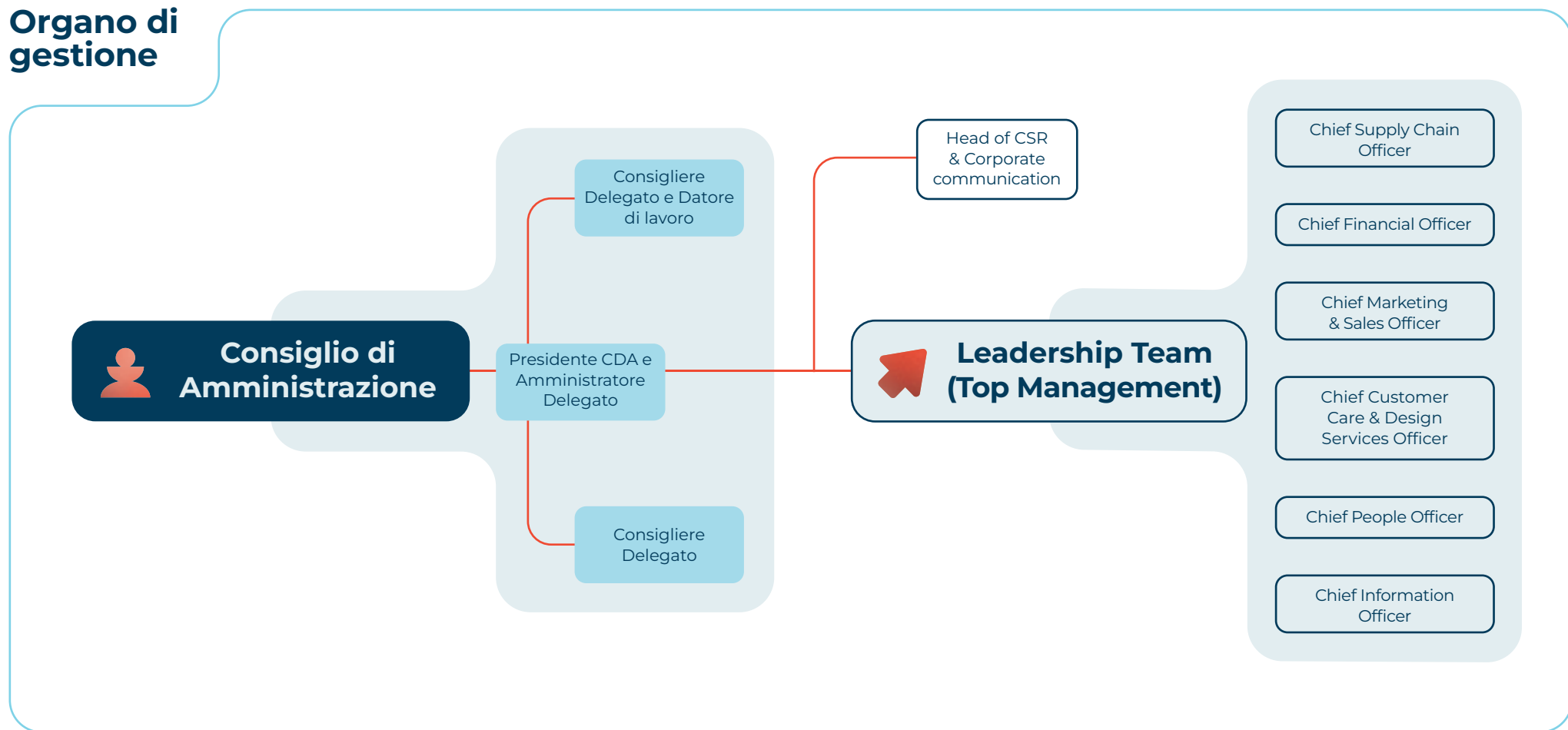
gestione dell'azienda. In linea con l'assetto organizzativo attuale, il ruolo di **Presidente del Consiglio di Amministrazione e di Amministratore Delegato sono ricoperti dalla medesima figura**, a garanzia di continuità e coerenza tra le scelte strategiche e la loro attuazione operativa, inclusa l'integrazione dei temi di sostenibilità nel modello di business. Accanto all'organo di gestione opera il **Collegio Sindacale**, composto da tre membri, con **funzioni di controllo e vigilanza**.

La sostenibilità non è gestita come un ambito separato, ma è integrata nei processi decisionali ai più alti livelli dell'organizzazione. **L'Amministratore Delegato supervisiona le principali priorità di sviluppo in quest'area**, assicurando che gli impegni in materia di sostenibilità siano coerenti con la visione

complessiva di Pixartprinting e con l'indirizzo del Gruppo Cimpress. In questo percorso è supportato dai Direttori di Dipartimento responsabili delle principali aree aziendali: Finance, Sales & Marketing, HR, Customer Care, IT e Supply Chain & Operations.

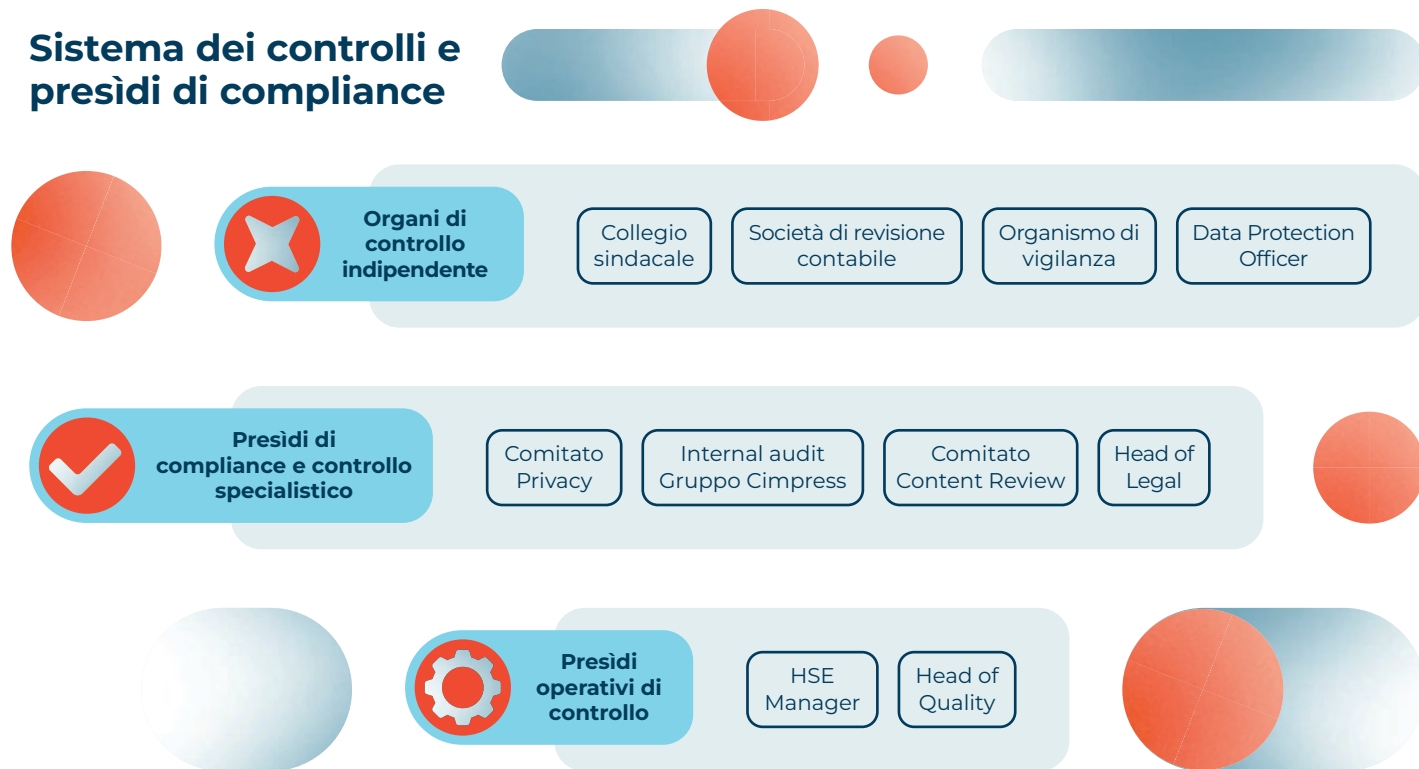
La funzione di Corporate Social Responsibility & Corporate Communication svolge un ruolo di coordinamento e indirizzo sui temi di sostenibilità, riportando direttamente all'Amministratore Delegato e operando in stretta sinergia con le funzioni aziendali coinvolte (Procurement & Logistics, HSE-Health Safety Environment, Human Resources, Quality, Product e relativi responsabili di funzione). **Questo assetto cross-funzionale consente di tradurre gli impegni strategici in obiettivi operativi e azioni concrete** nella gestione quotidiana.

Organo di gestione



A supporto del modello di governance, **Pixartprinting adotta un sistema articolato di presidi e strumenti di controllo, che rafforzano l'integrità delle decisioni, la conformità normativa e la tutela degli stakeholder** e che trovano applicazione nei successivi ambiti di etica, compliance, gestione dei rischi e responsabilità digitale.

Sistema dei controlli e presidi di compliance



Etica, integrità e **compliance**

Per Pixartprinting, **etica e integrità non rappresentano un insieme di regole formali, ma un presupposto essenziale per la solidità del modello di business e per la fiducia degli stakeholder.**

Operare come piattaforma industriale e digitale, con una catena del valore articolata e un'elevata esposizione verso clienti, fornitori e partner tecnologici, richiede presidi chiari per prevenire comportamenti scorretti, tutelare le persone e garantire trasparenza nelle decisioni.

In questo contesto, la compliance è concepita come una leva di governo dell'organizzazione: **uno strumento che consente di gestire in modo strutturato i rischi legali, operativi e reputazionali**, sostenendo al tempo stesso la qualità dei processi e l'affidabilità dell'azienda nel tempo. La prevenzione di condotte illecite, la tutela della salute e sicurezza nei reparti produttivi, la salvaguardia dell'ambiente

e l'integrità nelle relazioni di business sono ambiti che richiedono un approccio sistemico e integrato.

Per rispondere a queste esigenze, Pixartprinting ha adottato un Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ai sensi del D.Lgs. 231/01, costantemente aggiornato in funzione dell'evoluzione normativa e organizzativa. Il Modello definisce principi di comportamento,



presidi di controllo e responsabilità coerenti con i rischi identificati, i quali integrano i processi aziendali come riferimento operativo condiviso.

In questo modo, **la governance etica non è intesa come mero adempimento, ma come parte integrante di un sistema di gestione orientato alla responsabilità, alla prevenzione e al miglioramento continuo.**



Focus



Il modello 231 di Pixartprinting



Il Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo adottato da Pixartprinting rappresenta uno dei principali presidi della governance aziendale in materia di etica, integrità e responsabilità. Il suo obiettivo è **prevenire comportamenti illeciti e rafforzare un sistema di gestione orientato alla trasparenza, alla correttezza e alla tutela degli stakeholder.**

Il Modello si fonda su una mappatura strutturata dei processi e dei rischi più esposti, che consente di **integrare presidi e controlli nelle attività operative quotidiane.** In questo modo, le regole non restano astratte, ma si traducono in **comportamenti attesi, responsabilità chiare e tracciabilità delle decisioni.**

Il sistema **definisce principi di condotta e regole operative valide per tutta l'organizzazione e include il Codice Etico come riferimento comune dei valori e delle aspettative di comportamento.** Il perimetro di applicazione è esteso anche agli interlocutori esterni rilevanti, orientando le relazioni con fornitori e partner verso standard condivisi di correttezza e integrità.

L'efficacia del Modello è presidiata dall'Organismo di Vigilanza (OdV), che svolge attività di monitoraggio e verifica autonomi e indipendenti sul funzionamento e sull'applicazione del sistema. La diffusione interna, i flussi informativi e il sistema disciplinare contribuiscono a **garantirne l'operatività nel tempo, mentre gli aggiornamenti periodici assicurano l'allineamento del Modello all'evoluzione normativa, organizzativa e dei rischi aziendali.**



Pixartprinting applica le **policy del Gruppo Cimpres**, valide anche per la Società, che integrano e rafforzano il sistema di governance e compliance, assicurando standard omogenei sui temi più sensibili sotto il profilo etico, legale e reputazionale. Questi strumenti non rappresentano un livello aggiuntivo di controllo formale, ma costituiscono **un riferimento operativo che orienta le decisioni quotidiane e i comportamenti attesi all'interno dell'organizzazione.**



Le policy di Gruppo affiancano il Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo e contribuiscono a creare un **contesto di lavoro fondato su rispetto, responsabilità e trasparenza**, tutelando la fiducia di stakeholder interni ed esterni.

In particolare, la **Policy Anticorruzione** ribadisce un principio di tolleranza zero verso qualsiasi pratica corruttiva e rafforza l'attenzione sulle relazioni con terze parti, presidiate come ambiti a potenziale rischio. Questo approccio tutela l'integrità del business e garantisce correttezza nelle attività aziendali.

Sul piano sociale, la **Policy contro le molestie e la Policy di prevenzione della violenza sui luoghi di lavoro** definiscono aspettative chiare in termini di rispetto della dignità della persona e di comportamento professionale. Questi strumenti contribuiscono a prevenire discriminazioni, abusi o condotte inappropriate e a promuovere un ambiente di lavoro sicuro, inclusivo e coerente con i valori dell'azienda.

La **Policy sull'insider trading** rafforza la cultura della responsabilità nella gestione delle informazioni sensibili, consolidando la consapevolezza che trasparenza e uso corretto delle informazioni sono elementi essenziali per proteggere la reputazione aziendale e garantire relazioni leali con il mercato.

Infine, la **Policy sull'uso dei Social Media** presidia la dimensione comunicativa e reputazionale dell'organizzazione, indicando criteri di responsabilità e coerenza nell'utilizzo dei canali digitali e riducendo il rischio di esposizioni improprie o messaggi non allineati ai valori aziendali.

Nel loro insieme, queste policy hanno un valore che va oltre la conformità normativa: rappresentano una leva culturale che sostiene la diffusione di comportamenti coerenti con i principi di **integrità, rispetto e trasparenza** e si integrano con gli altri presidi aziendali – meccanismi di segnalazione, controlli e sistemi di monitoraggio – rafforzando la capacità di prevenire criticità e di governare i rischi di sostenibilità in modo consapevole e responsabile.

Focus

Whistleblowing, ascolto e segnalazione

La cultura dell'integrità e della responsabilità si traduce anche nella possibilità di **segnalare in modo sicuro eventuali comportamenti non etici o violazioni delle regole**. Abbiamo adottato una Procedura di Whistleblowing che disciplina in modo chiaro la gestione delle segnalazioni e garantisce tutele adeguate a chi segnala e alle persone coinvolte.

Il sistema è concepito come **uno strumento di ascolto e prevenzione, non come un meccanismo punitivo**. È accessibile a un perimetro ampio di soggetti: dipendenti, collaboratori, consulenti, tirocinanti, volontari e, più in generale, a chiunque venga a conoscenza di possibili violazioni nel contesto lavorativo, anche in fasi precontrattuali o in rapporti conclusi.

Le segnalazioni possono riguardare violazioni del Modello 231 e, più in generale, comportamenti o pratiche che possano ledere l'integrità dell'ente o l'interesse pubblico, includendo ambiti rilevanti anche sotto il profilo della sostenibilità, come la tutela dell'ambiente, la protezione dei dati personali e la sicurezza dei sistemi informativi.

Per garantire accessibilità, riservatezza e tutela, **mettiamo a disposizione canali interni di segnalazione sia scritti sia orali**. Sono previste misure specifiche per proteggere l'identità del segnalante, della persona coinvolta e il contenuto della segnalazione; è inoltre ammessa la possibilità di effettuare segnalazioni anonime.

La gestione delle segnalazioni è affidata all'Ufficio Legale, che opera con autonomia e competenze adeguate, e prevede il coinvolgimento dell'Organismo di Vigilanza nei casi rilevanti ai fini del Modello 231. La procedura definisce tempistiche di presa in carico e riscontro, assicurando che ogni segnalazione venga valutata e gestita in modo strutturato e responsabile.

Attraverso questo sistema, **rafforziamo una governance orientata alla trasparenza e alla fiducia**, promuovendo un contesto in cui le persone possano contribuire attivamente alla prevenzione dei rischi e al miglioramento continuo dell'organizzazione.



Gestione dei rischi di sostenibilità e governance della catena del valore



La catena del valore di Pixartprinting svolge un ruolo centrale nella generazione degli impatti ambientali, sociali ed economici dell'azienda. Una parte significativa dei rischi e delle opportunità legati alla sostenibilità è infatti connessa alle attività svolte a monte e a valle del perimetro operativo diretto, in particolare all'approvvigionamento dei materiali, ai processi produttivi, alla logistica e al fine vita dei prodotti.

Per questo motivo, **la governance della catena di fornitura è considerata un ambito prioritario del nostro approccio alla sostenibilità** e viene gestita in modo integrato, combinando presidi etici, strumenti di monitoraggio e percorsi di coinvolgimento progressivo dei partner commerciali.

A monte, la catena del valore comprende i fornitori di materie prime e consumabili (come carte, supporti di stampa, inchiostri

e altri materiali di processo), i fornitori di imballaggi, i partner tecnologici e i servizi per la produzione, oltre ai servizi digitali abilitanti, energetici e logistici. A valle rientrano i clienti e gli utilizzatori finali dei prodotti, i partner per la consegna e le attività di post-vendita.

Il primo pilastro della governance della filiera è rappresentato dalla condivisione di standard etici e di comportamento comuni.

Per Pixartprinting, il Codice Etico e il Modello 231 costituiscono il fondamento di ogni relazione commerciale: i fornitori, in fase di qualifica e di instaurazione del rapporto contrattuale, sono tenuti a prenderne visione e a sottoscriverli formalmente. Attraverso questo impegno, i partner sono chiamati a rispettare principi chiave in materia di diritti umani, tutela dei lavoratori, salute e sicurezza e salvaguardia dell'ambiente. Tali principi sono rafforzati da specifiche clausole contrattuali che consentono all'azienda di intervenire in caso di violazioni.

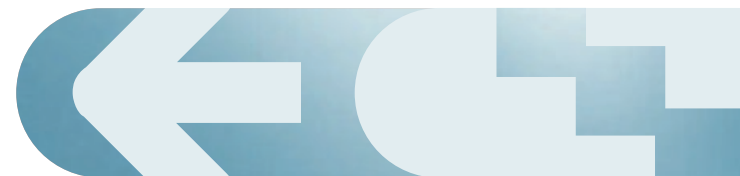
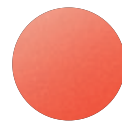


Accanto a questo presidio di base, Pixartprinting ha avviato un percorso strutturato di **coinvolgimento della supply chain**, orientato non solo alla prevenzione dei rischi, ma anche alla creazione di valore condiviso. In particolare, **l'azienda stimola i propri fornitori a proporre soluzioni e materiali a minore impatto ambientale contribuendo a favorire l'innovazione sostenibile lungo l'intera filiera.**

Parallelamente, abbiamo introdotto **strumenti di monitoraggio per valutare il profilo di sostenibilità dei partner commerciali.** Attraverso questionari dedicati, Pixartprinting raccoglie informazioni sulla maturità dei fornitori rispetto ai principali temi ambientali, sociali

e di governance, con l'obiettivo di mappare il livello di rischio e individuare aree di miglioramento condivise.

Questo percorso rappresenta la base per un'evoluzione futura dei processi di vendor rating: l'obiettivo è integrare progressivamente criteri di sostenibilità tra gli elementi di valutazione dei fornitori, affiancandoli alle performance economiche e operative. In questa prospettiva, la governance della supply chain diventa uno strumento strategico per rafforzare la resilienza del modello di business, ridurre i rischi lungo la catena del valore e accompagnare i partner in un percorso di responsabilità ambientale e sociale coerente con i valori di Pixartprinting.



Questo approccio alla governance della supply chain è **strettamente connesso anche alla gestione degli impatti ambientali indiretti**, in particolare alle emissioni lungo la catena del valore, che vengono approfondite nel capitolo dedicato alla decarbonizzazione.



Digital Responsibility: Privacy, contenuti e trasparenza



In quanto **tech company** che opera nel web-to-print, la **responsabilità digitale** è per Pixartprinting una componente essenziale della governance.

Gestire quotidianamente un'elevata mole di ordini personalizzati e di transazioni online implica la **tutela dei dati**, la correttezza dei contenuti prodotti e la **trasparenza della comunicazione verso clienti e stakeholder**.



La digital responsibility si traduce quindi in un **insieme di presidi organizzativi, procedure e scelte operative** che mirano a garantire **sicurezza, legalità e integrità** lungo tutto il ciclo di utilizzo delle piattaforme digitali.

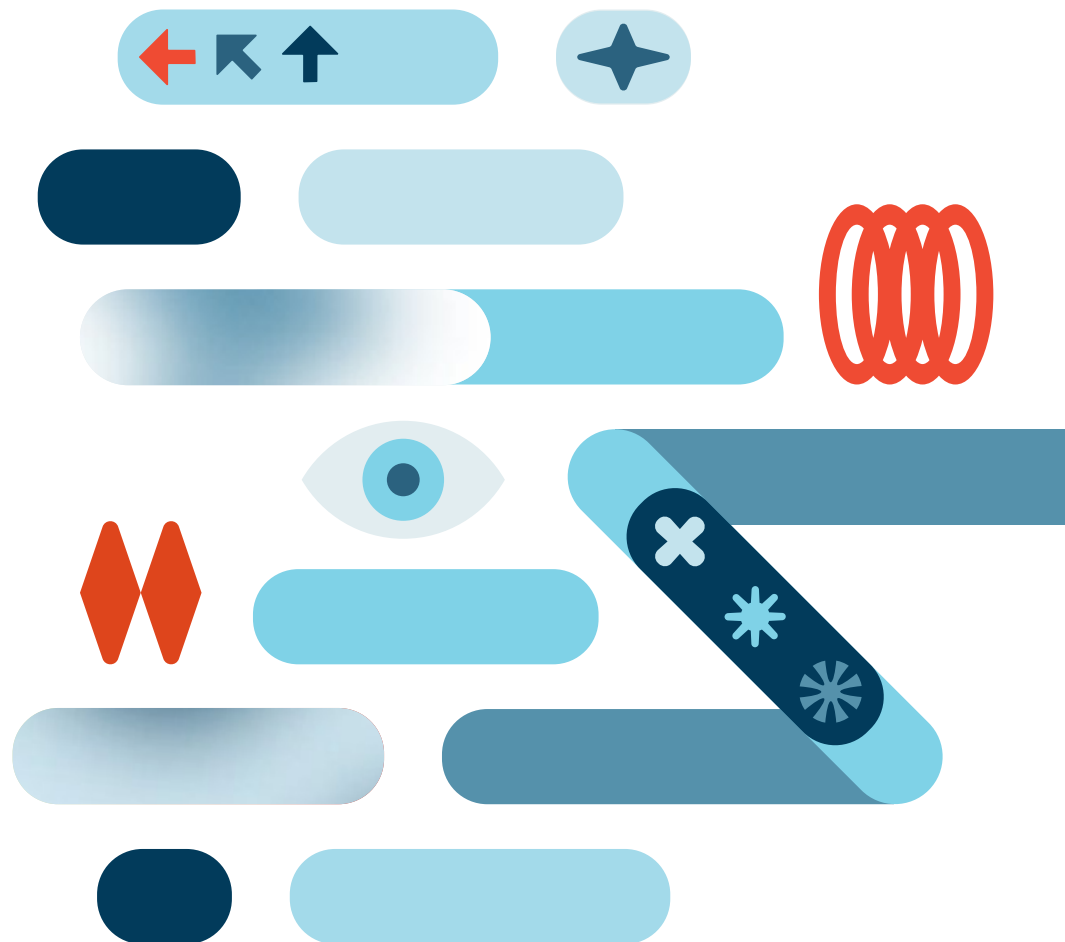
Privacy e cybersecurity

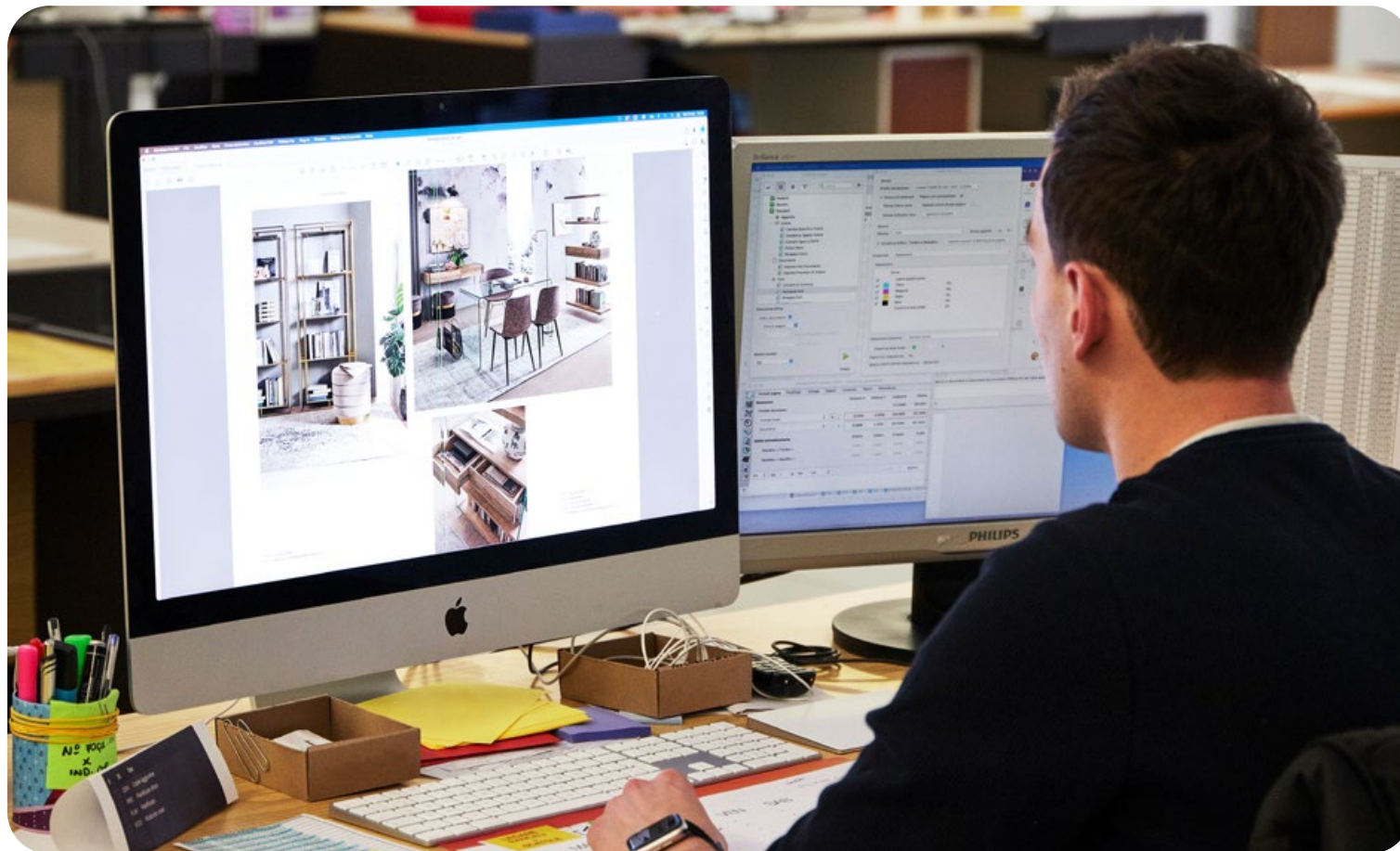
La tutela del patrimonio informativo – che include dati personali, file grafici e informazioni sensibili – è presidiata da un **sistema di governance** strutturato, **orientato alla conformità normativa e alla prevenzione dei rischi**.

Pixartprinting assicura la piena conformità al Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati (GDPR) attraverso:

- un presidio organizzativo dedicato, con la nomina di un **Data Protection Officer (DPO)** e l'istituzione di un **Comitato Privacy**, responsabili del **monitoraggio continuo** dei trattamenti e delle misure di sicurezza adottate;
- procedure operative specifiche per la **gestione dei data breach**, integrate nel sistema dei controlli aziendali, che garantiscono interventi tempestivi e trasparenti a **tutela dei diritti degli interessati**.

Questo approccio consente di proteggere la riservatezza delle informazioni e di rafforzare la fiducia degli stakeholder nell'affidabilità delle piattaforme digitali.





Responsabilità sui contenuti e tutela dei valori

In quanto piattaforma che abilita l'espressione di migliaia di clienti, Pixartprinting riconosce anche una responsabilità etica rispetto ai contenuti prodotti. L'azienda si impegna a **prevenire l'utilizzo dei propri servizi per la diffusione di messaggi illegali, discriminatori o lesivi della dignità delle persone.**

A questo scopo è attivo un Comitato di Revisione dei Contenuti, che **gestisce una procedura dedicata alla valutazione delle segnalazioni e dei casi potenzialmente critici.** Il perimetro di intervento comprende, a titolo esemplificativo, contenuti che possano configurare incitamenti all'odio o alla violenza, discriminazioni, apologia di reati, sfruttamento o abuso di minori, oltre ad altre fattispecie che risultino non conformi alla normativa applicabile o ai principi aziendali. La valutazione avviene caso per caso, con l'obiettivo di tutelare persone, comunità e reputazione dell'azienda.

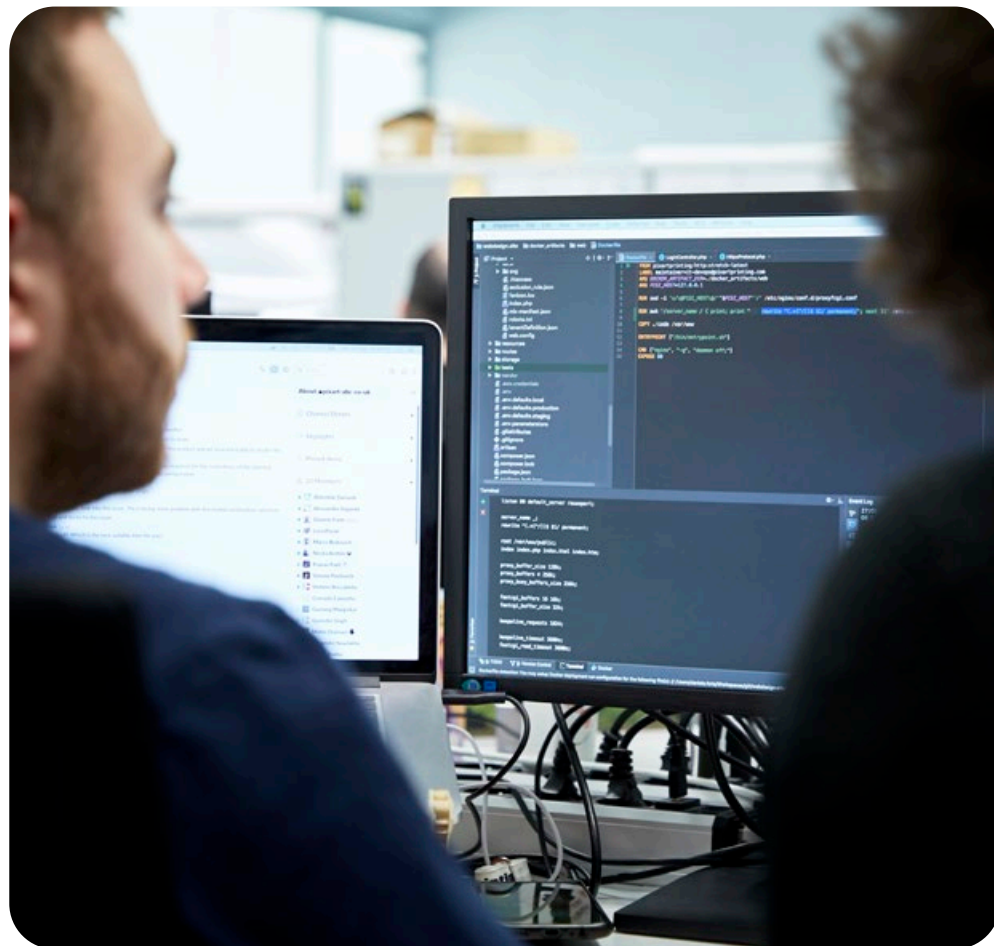
Qualora venga riscontrata una violazione dei principi del Codice Etico, Pixartprinting può annullare l'ordine e procedere al rimborso del cliente, dando **priorità alla tutela dei valori fondamentali rispetto all'interesse economico.**

La **responsabilità digitale** si estende anche al **modo in cui Pixartprinting comunica le proprie attività e i propri impegni**, in particolare in ambito ambientale e di sostenibilità.

L'azienda adotta un approccio prudente e responsabile nella formulazione dei green claim, impegnandosi a:

- fornire informazioni accurate e verificabili;
- evitare messaggi generici o fuorvianti;
- collegare ogni dichiarazione ambientale a elementi tecnici, dati o certificazioni disponibili.

Un ruolo centrale in questo presidio è svolto dal Servizio Clienti, che rappresenta il primo punto di contatto con clienti e stakeholder. Il team riceve una **formazione specifica sui temi di sostenibilità, con l'obiettivo di garantire risposte corrette, coerenti e documentate**, contribuendo a prevenire il rischio di greenwashing e a rafforzare la trasparenza del dialogo con il mercato.





04

Il percorso verso la sostenibilità ambientale

- Responsible Forestry
- Plastic Transition
- Decarbonizzazione e gestione delle emissioni
- Gestione dei rifiuti e riduzione degli scarti

Per Pixartprinting, la consapevolezza del proprio impatto ambientale e la volontà di ridurlo nel tempo rappresentano un impegno consolidato, che precede di molti anni l'attuale attenzione diffusa ai temi di sostenibilità. Operare come azienda manifatturiera significa infatti **confrontarsi quotidianamente con l'utilizzo di risorse, con i consumi energetici e con la generazione di emissioni e rifiuti**; per questo abbiamo scelto di affrontare questi aspetti in modo strutturato e progressivo.

Già nel 2013 Pixartprinting ha adottato su base volontaria la **certificazione ISO 14001**, dotandosi di un **Sistema di Gestione Ambientale** orientato alla **prevenzione dell'inquinamento, all'uso efficiente delle risorse e al miglioramento continuo delle proprie performance ambientali**. Questo sistema rappresenta ancora oggi il quadro di riferimento per la gestione degli impatti ambientali legati alle attività produttive.





Negli anni successivi, il percorso si è ulteriormente rafforzato attraverso scelte operative coerenti: **a partire dal 2017 l'azienda ha avviato l'approvvigionamento di energia da fonti rinnovabili e nel 2019 ha ottenuto la certificazione FSC[®]**, a presidio della provenienza responsabile dei materiali cellulosici utilizzati, in coerenza con il proprio modello di business.

Un passaggio rilevante è avvenuto nel 2020, quando, su iniziativa della capogruppo Cimpres, Pixartprinting ha adottato **obiettivi ambientali concreti e misurabili, in linea con l'Accordo di Parigi e con la transizione verso un'economia a basse emissioni di carbonio.**

A partire da questo momento, l'impegno ambientale si è focalizzato su alcuni ambiti ritenuti prioritari per l'organizzazione, per i quali sono stati definiti target intermedi, strumenti di misurazione e processi di monitoraggio orientati al miglioramento continuo.

In questo capitolo
**raccontiamo il
nostro percorso**
ambientale
attraverso quattro
direttrici principali:

1

Responsible forestry

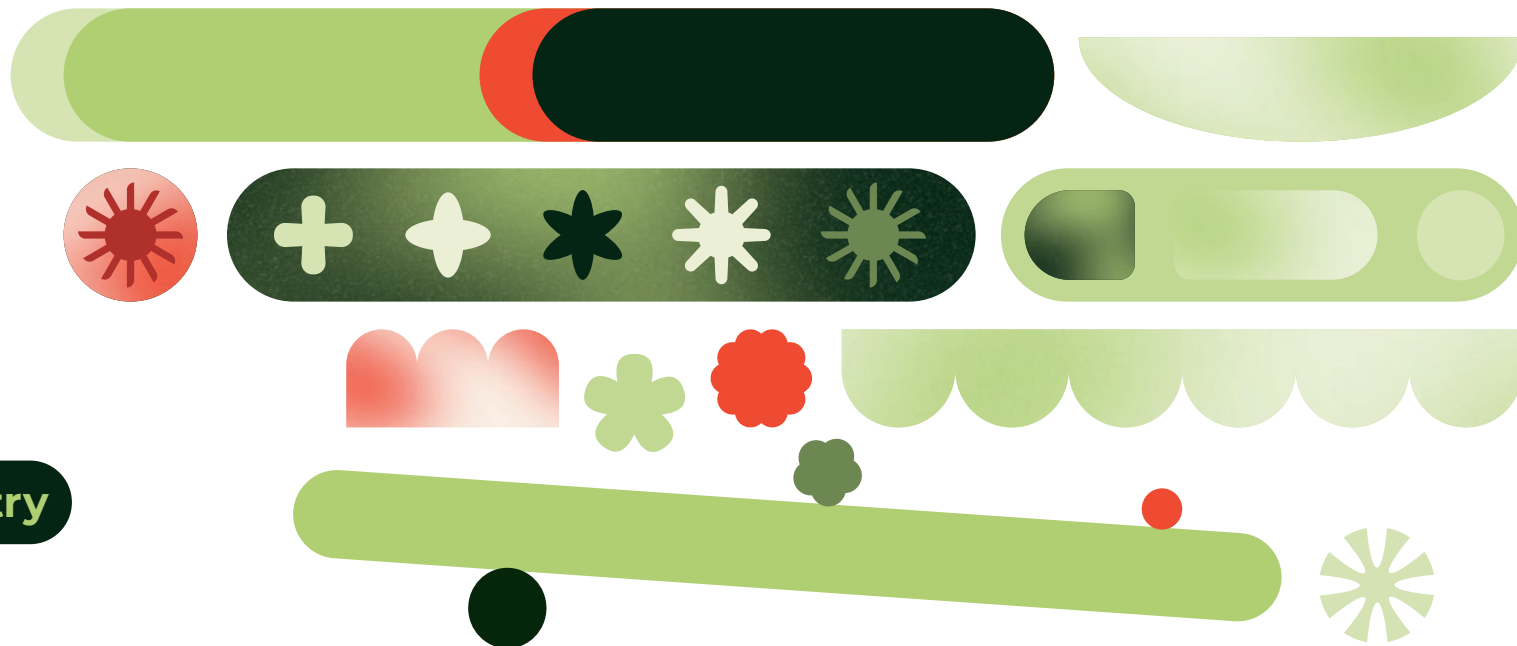
2

Plastic transition

3

Decarbonizzazione e gestione delle emissioni

4

Gestione dei rifiuti e riduzione degli scarti

Si tratta di ambiti strettamente connessi al nostro modello produttivo e alla catena del valore, che affrontiamo con un approccio progressivo e realistico, **consapevoli che la sostenibilità ambientale è un processo di lungo periodo, fatto di scelte, misurazione e miglioramento costante.**

Responsible Forestry

Per Pixartprinting ***i materiali a base di fibra*** di legno rivestono un ruolo centrale: ***oltre il 70% della spesa*** per materie prime e imballaggi destinati ai clienti è riconducibile a carta, cartone e materiali affini.





2019

scegliamo di certificarci secondo lo standard FSC®

2020

ci diamo l'obiettivo di utilizzare esclusivamente carte certificate FSC® entro la fine del FY25

30 giu 2025

99,3% 94,4%

dei prodotti in carta realizzati nei nostri stabilimenti risulta certificato FSC®

degli imballaggi in carta è certificato FSC®

La tutela delle foreste e la gestione responsabile della filiera rappresentano, quindi, una priorità ambientale e, allo stesso tempo, un fattore rilevante per la continuità del business nel lungo periodo.

Per ridurre il rischio di contribuire alla deforestazione e promuovere pratiche di gestione forestale sostenibile, nel 2019 l'azienda ha scelto di certificarsi secondo lo standard **Forest Stewardship Council (FSC®)**.

A partire dal 2020, in coerenza con gli obiettivi ambientali definiti a livello di Gruppo Cimpress, Pixartprinting ha formalizzato un traguardo chiaro: utilizzare esclusivamente carte certificate FSC® entro la fine del FY25, estendendo progressivamente lo stesso approccio anche agli imballaggi. Il percorso di avvicinamento a questo obiettivo è stato sviluppato attraverso un processo di miglioramento continuo che ha incluso **l'ampliamento del portafoglio di carte certificate, l'integrazione dei requisiti FSC® nei processi di approvvigionamento e di**

qualifica dei fornitori, l'allineamento tra le due sedi produttive e un monitoraggio periodico delle performance per individuare le aree ancora da presidiare, in particolare per alcune referenze speciali e categorie di imballaggi.

Al 30 giugno 2025, il 99,3% dei prodotti in carta realizzati negli stabilimenti di Quarto d'Altino e Lavis risulta certificato FSC®; anche gli imballaggi in carta hanno raggiunto un livello di certificazione pari al 94,4%, in linea con il target fissato (95%).

La quota di prodotti realizzati da terzi, che rappresenta una parte residuale della produzione complessiva, risulta **certificata FSC® al 77%**. Nel corso dell'esercizio, Pixartprinting ha intensificato il dialogo con i partner esterni per incentivarli ad avviare un percorso di certificazione, supportandoli nella comprensione dei requisiti e promuovendo un progressivo allineamento ai propri standard di sostenibilità.

Focus

Forest Stewardship Council

Il **Forest Stewardship Council** è un'organizzazione non governativa internazionale, con sede a Bonn, fondata da associazioni ambientaliste (tra cui Greenpeace), rappresentanze delle popolazioni indigene, organizzazioni per la cooperazione allo sviluppo, produttori forestali, lavoratori, industrie del legno, scienziati e tecnici forestali.

FSC® promuove una gestione responsabile delle foreste a livello globale, con l'obiettivo di tutelare gli ecosistemi forestali e le comunità che vi abitano e che da essi traggono il proprio sostentamento e sviluppo economico.



La Catena di Custodia

La certificazione FSC® si basa su un sistema di tracciabilità denominato **Chain of Custody (Catena di Custodia)**, che consente di seguire il materiale di origine forestale lungo l'intera filiera, dalla foresta al prodotto finito. Ogni fase della catena — dalla gestione forestale, alla trasformazione, fino alla distribuzione — deve essere certificata e sottoposta a verifiche periodiche da parte di enti terzi indipendenti.



Plastic transition

L'attenzione globale verso una gestione più responsabile delle plastiche – dalla scelta dei materiali al loro utilizzo e fine vita – ha rappresentato, a partire dal 2020, un punto di svolta nel percorso ambientale di Pixartprinting. In quell'anno, anche su impulso della capogruppo Cimpres, l'azienda ha avviato **un'analisi strutturata del proprio portafoglio prodotti e delle soluzioni di imballaggio**, ispirandosi ai principi del **New Plastics Economy Global Commitment** promosso dall'UN Environment Programme e dalla Ellen MacArthur Foundation.

L'analisi ha portato a identificare alcune tipologie di plastica come prioritarie in termini di impatto ambientale e potenziali rischi per la salute umana. In particolare, **il PVC e il polistirene** sono stati individuati come **materiali problematici, soprattutto in fase di smaltimento**, per la possibile emissione di sostanze dannose. Su queste resine si è quindi concentrato l'impegno dell'organizzazione.





I nostri striscioni PVC free rappresentano una scelta migliore per l'ambiente: non contengono PVC che, in fase di smaltimento, può rilasciare sostanze chimiche dannose per l'uomo e per l'ambiente.

Nel 2020 Cimpress ha definito, su base volontaria, una serie di obiettivi ambientali relativi ai prodotti contenenti plastica, assumendo il FY20 come anno di partenza per misurare i progressi e il FY25 come anno di scadenza.

Pixartprinting ha adottato tali obiettivi nel proprio perimetro operativo: tra questi erano presenti la **progressiva eliminazione di PVC e polistirene, l'incremento del contenuto di plastica riciclata e la riduzione del contenuto di plastica vergine.**

42%

dei materiali in PVC a catalogo ha già un'alternativa PVC-free disponibile online

Questi obiettivi hanno rappresentato una forte leva di **innovazione interna, in particolare per le linee di prodotto di grande formato** – come striscioni, pannelli e adesivi – dove l'utilizzo del PVC è storicamente molto diffuso. Il percorso ha richiesto un intenso lavoro di sperimentazione e un coinvolgimento progressivo della catena di fornitura. Al momento della definizione dei target, **il mercato non offriva, infatti, soluzioni alternative in grado di garantire prestazioni equivalenti in termini di qualità di stampa, durabilità e resistenza.**

17%

dei materiali in PVC a catalogo ha un'alternativa già testata

Attraverso un dialogo continuo con i fornitori e una costante attività di test, sono stati progressivamente introdotti a catalogo **nuovi materiali PVC-free**. Al termine del FY25, il 42% dei materiali in PVC presenti nel catalogo Pixartprinting dispone di un'alternativa PVC-free già disponibile online; per un ulteriore 17% è stata individuata e testata una soluzione alternativa. Il restante 42% non dispone ancora di un'alternativa, in quanto il mercato non offre attualmente materiali in grado di garantire le stesse prestazioni tecniche richieste dai clienti.

41%

dei materiali in PVC a catalogo non ha ancora un'alternativa in grado di garantire le stesse prestazioni

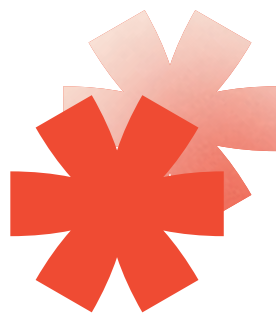
Parallelamente, l'azienda ha lavorato per favorire la scelta di materiali alternativi da parte dei clienti, nonostante costi ancora superiori rispetto alle soluzioni tradizionali.

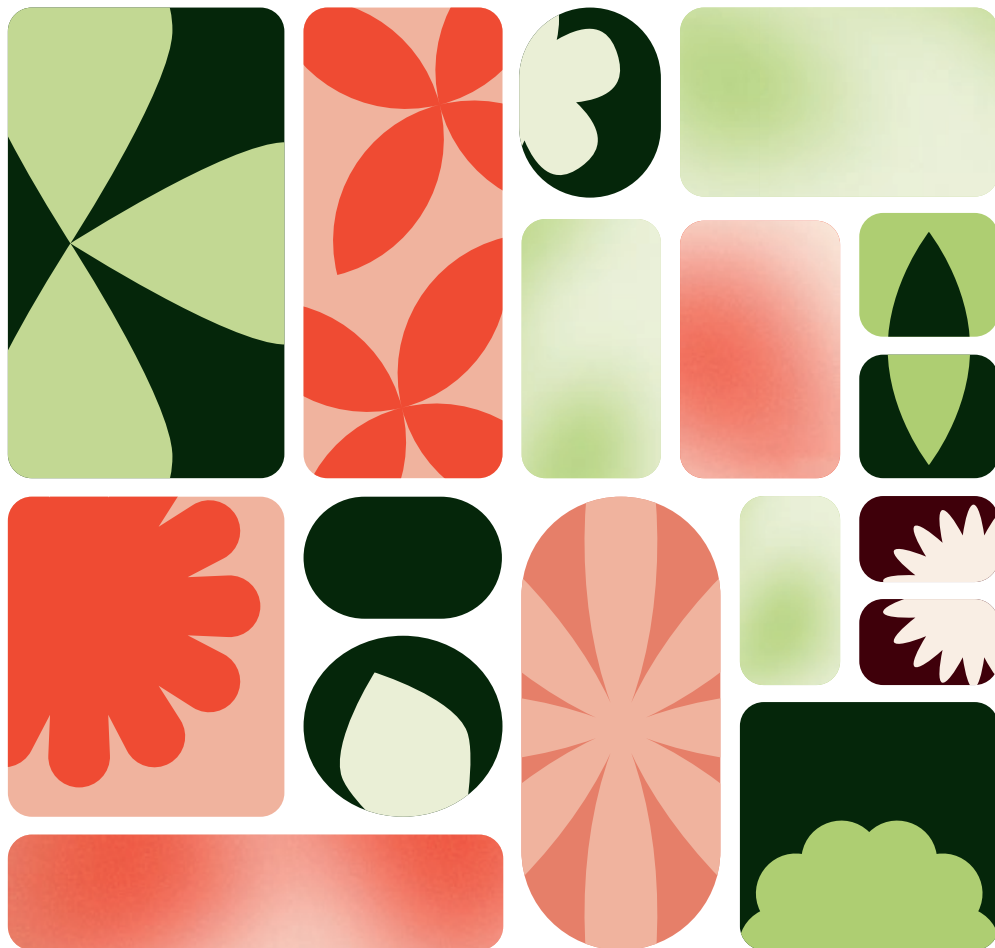
Nel complesso, pur non avendo raggiunto entro il FY25 l'obiettivo iniziale di eliminazione totale delle plastiche problematiche dai prodotti, **Pixartprinting conferma questa direzione come prioritaria sia dal punto di vista ambientale sia in termini di evoluzione normativa e di mercato.**

Le attività di ricerca, sperimentazione e introduzione di nuovi materiali continueranno anche nei prossimi anni, con l'obiettivo di **coniugare sostenibilità ambientale, qualità del prodotto e competitività economica.**

Gli stessi principi sono stati applicati anche agli imballaggi. In questo ambito, gli **obiettivi fissati nel 2020 e da raggiungere entro il 30 giugno 2025**, includevano:

- eliminazione del 100% di PVC e polistirene;
- utilizzo esclusivo di imballaggi riutilizzabili, riciclabili nella raccolta urbana o compostabili;
- la riduzione di almeno il 20% del contenuto di plastica vergine;
- l'incremento di almeno il 20% del contenuto di plastica riciclata rispetto al FY20.





Già alla fine del FY23, PVC e polistirene sono stati completamente eliminati dagli imballaggi e **sostituiti con materiali a minore impatto ambientale**. L'impegno nella revisione delle soluzioni di imballaggio **per aumentarne la riciclabilità** è proseguito per l'intero quinquennio.

Tuttavia, la misurazione e la dichiarazione della riciclabilità richiedono un approccio prudente. **Sebbene esista un quadro normativo europeo armonizzato in materia di imballaggi, le modalità di raccolta, selezione e trattamento dei rifiuti variano tra i diversi paesi.** La riciclabilità effettiva di un materiale dipende quindi non solo dalle sue caratteristiche tecniche, ma anche dalle infrastrutture disponibili nei mercati in cui viene immesso.

In assenza di una verifica puntuale e comparabile per tutti i paesi serviti, evitiamo di esprimere un valore percentuale unico di riciclabilità valido a livello europeo. Il nostro impegno si è concentrato invece sul **miglioramento continuo delle soluzioni di imballaggio, privilegiando materiali progettati per essere riciclabili** secondo i principali criteri europei di design for recycling **e incrementando progressivamente il contenuto di plastica riciclata, con l'obiettivo di ridurre l'utilizzo di plastica vergine.**

Focus



I nuovi obiettivi per i prossimi 3 anni

Alla luce dell'esperienza maturata negli ultimi cinque anni e degli insegnamenti appresi, **nell'agosto 2025 il Gruppo Cimpres ha rivisto gli obiettivi relativi ai prodotti e al packaging**, individuando alcune aree prioritarie su cui focalizzare l'azione nel prossimo triennio.

Pixartprinting si è allineata a questa impostazione, orientando il proprio lavoro su:

- **Riduzione assoluta del 5% della plastica utilizzata per l'imballaggio delle spedizioni ai clienti** entro il 30 giugno 2029 (rispetto al FY25).
- Entro il 30 giugno 2028, il **95% degli imballaggi in plastica (in peso) utilizzati per spedire i prodotti ai clienti sarà largamente riciclabile** oppure compostabile a livello domestico.
- Entro il 30 giugno 2029, il **30% degli imballaggi in plastica utilizzati per spedire i prodotti ai clienti deriverà da contenuto riciclato post-consumo oppure da contenuto bio-based**.
- **PVC e polistirene restano vietati negli imballaggi.**
- **Transizione verso alternative prive di PVC e polistirene entro il 30 giugno 2029.**



Decarbonizzazione e **gestione** delle emissioni

In coerenza con il **percorso di decarbonizzazione** definito a livello Cimpress, che prevede una **riduzione del 38% delle emissioni complessive di Scope 1, 2 e 3 entro la fine del FY2030** rispetto all'anno di riferimento FY2024, Pixartprinting contribuisce al raggiungimento degli obiettivi di Gruppo attraverso l'attuazione di iniziative operative nel proprio perimetro di attività.



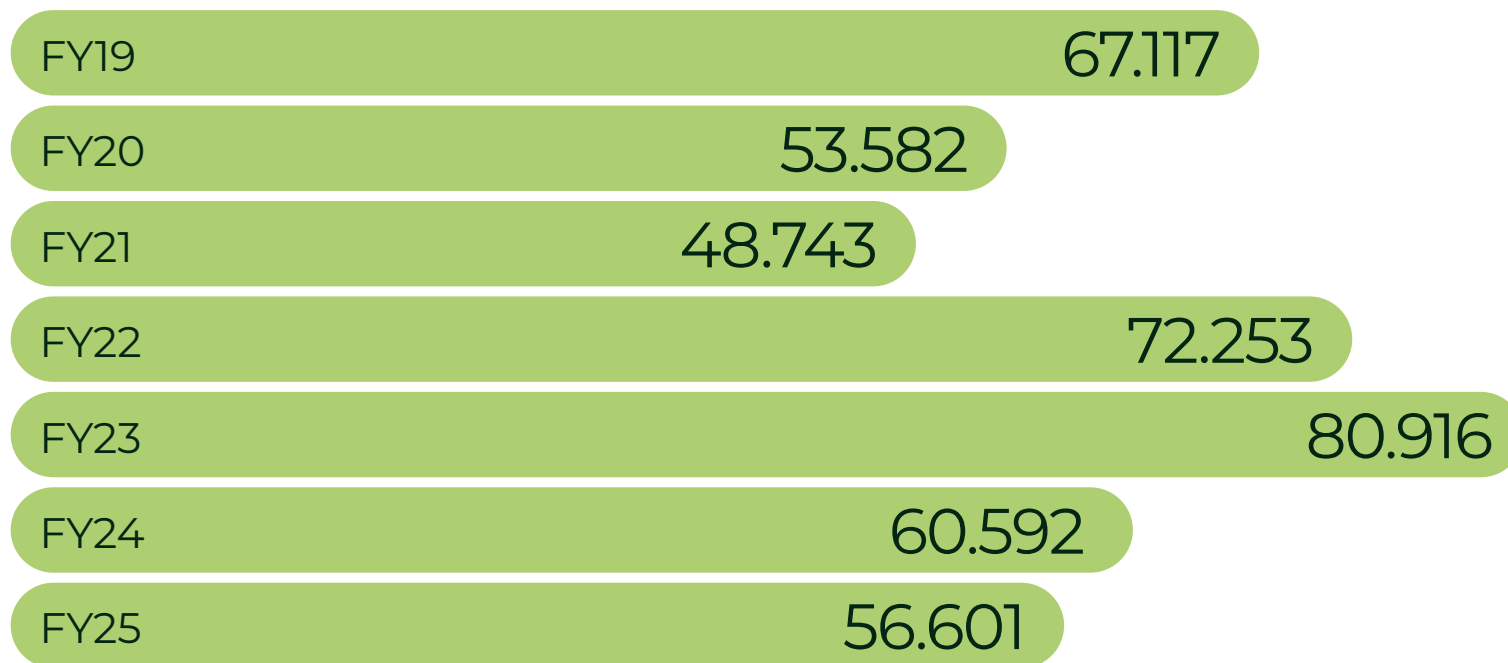
Emissioni totali per Anno Fiscale

(espresse in tCO₂e)

Per noi decarbonizzare significa innanzitutto misurare in modo accurato e continuo: **solo un inventario solido consente di comprendere dove si concentrano gli impatti più rilevanti e di orientare le scelte operative in modo consapevole e prioritizzato.**

Per questo motivo raccogliamo e monitoriamo i dati relativi alle emissioni lungo l'intero perimetro climatico - **emissioni dirette (Scope 1), emissioni indirette da energia acquistata (Scope 2) ed emissioni indirette lungo la catena del valore (Scope 3)** - contribuendo alla rendicontazione consolidata a livello di Gruppo.

In coerenza con la posizione di Cimpress, in questa fase abbiamo scelto di non ricorrere a crediti di compensazione, concentrando gli sforzi su leve dirette e strutturali di riduzione delle emissioni, sia nelle nostre operazioni sia lungo la supply chain.



Focus

Perimetro e metodologia di rendicontazione

Pixartprinting raccoglie e monitora i **dati sulle emissioni di gas a effetto serra** secondo l'impostazione del **GHG Protocol Corporate Standard**, articolata in **Scope 1, Scope 2 e Scope 3**, contribuendo al processo di calcolo e rendicontazione consolidata a livello Cimpres.

Le categorie rendicontate includono:

- **Scope 1 – Emissioni dirette** generate da fonti possedute o controllate dall'azienda;
- **Scope 2 – Emissioni indirette** legate all'energia elettrica acquistata;
- **Scope 3 – Emissioni indirette lungo la catena del valore**, tra cui beni e servizi acquistati, beni strumentali, attività legate ai combustibili ed energia non incluse negli Scope 1 e 2, trasporti e distribuzione a monte, viaggi di lavoro, spostamenti casa-lavoro dei dipendenti, rifiuti operativi e fine vita dei prodotti venduti.

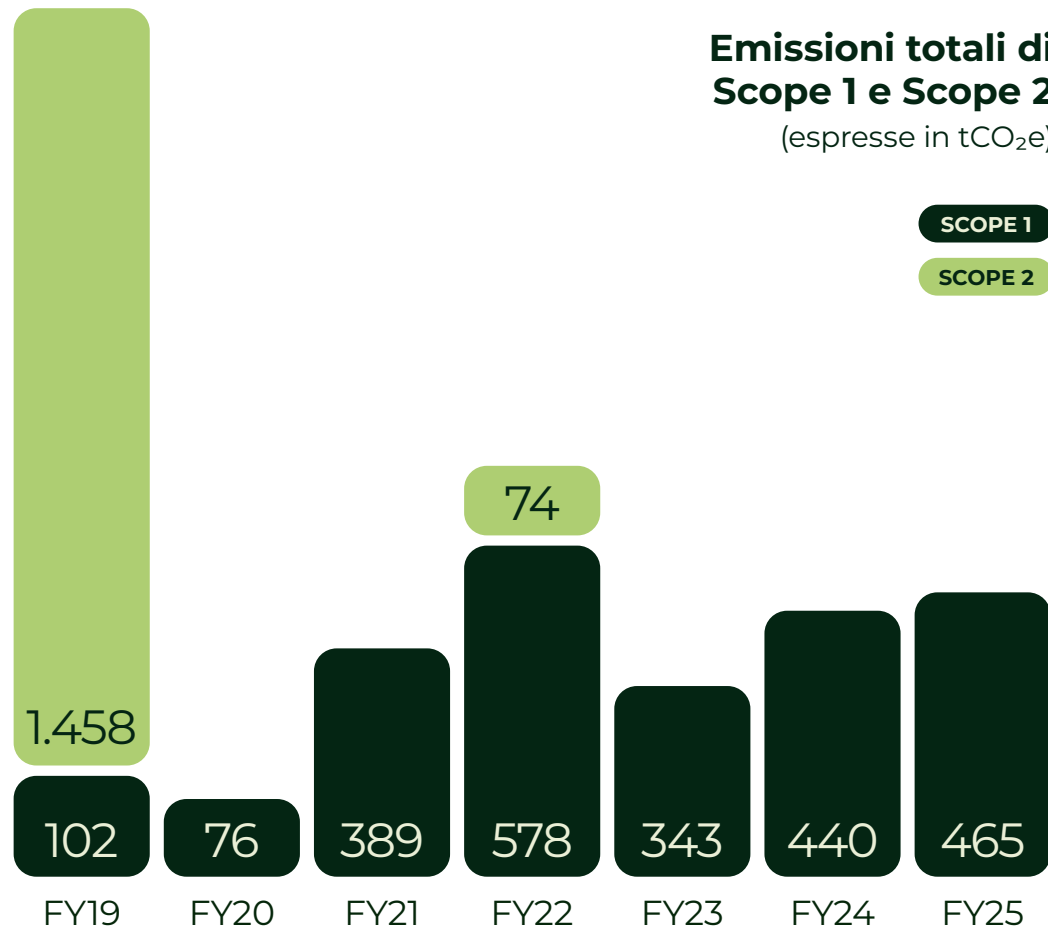
La costruzione di questo perimetro ha richiesto un lavoro progressivo di raccolta, sistematizzazione e miglioramento dei dati lungo la filiera. In funzione della disponibilità e qualità delle informazioni, adottiamo **approcci di calcolo differenziati, combinando dati supplier-specific, fattori emissivi basati su database di riferimento e metodologie spend-based, nel rispetto dei principi del GHG Protocol.**

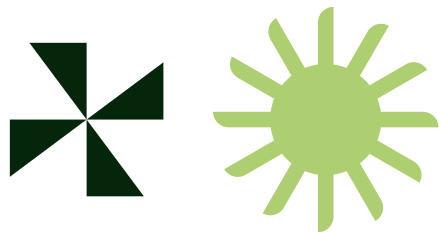
A livello Cimpres, i dati sulle emissioni sono verificati da una terza parte indipendente (Grant Thornton), a supporto dell'affidabilità delle informazioni pubblicate.



Emissioni di Scope 1 e Scope 2

Alla chiusura del FY25 abbiamo raggiunto un traguardo significativo: una **riduzione del 68%** delle emissioni Scope 1 e Scope 2 rispetto alla baseline originaria del FY19.





Questo risultato, che supera i nostri obiettivi iniziali di decarbonizzazione, è stato trainato principalmente dalla **transizione al 100% di energia elettrica rinnovabile certificata** nei siti di Quarto d'Altino e Lavis.



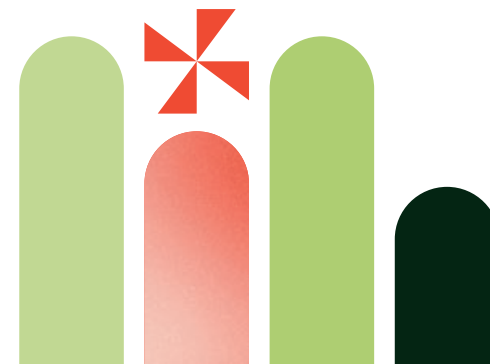
Sebbene il FY19 abbia rappresentato un solido punto di riferimento per monitorare i progressi di lungo periodo dall'avvio del nostro percorso di decarbonizzazione, abbiamo ora allineato la baseline alla nuova baseline FY24 aggiornata a livello di Gruppo.

Questo cambiamento riflette il continuo miglioramento della qualità dei dati e della copertura della rendicontazione, garantendo piena coerenza con il sistema di definizione degli obiettivi e gli standard globali di Cimpres.



L'approvvigionamento di energia verde è stato avviato nel 2019 e mantenuto in modo continuativo, con l'unica eccezione di un breve periodo nel FY22 legato a un cambio di fornitore. A rafforzare ulteriormente questa direzione contribuisce anche **la produzione interna di energia tramite l'impianto fotovoltaico** installato sulla copertura dello stabilimento di Quarto d'Altino.

Per quanto riguarda lo Scope 1, si registra un incremento delle emissioni legato all'ampliamento della flotta aziendale. Anche in questo contesto, l'azienda ha adottato **misure di contenimento dell'impatto emissivo, privilegiando progressivamente veicoli a trazione ibrida.**



Focus



Energia ed efficienza energetica

Nel FY25 il consumo energetico complessivo dei due stabilimenti è stato pari a 13.555.256 kWh, con un decremento dello 0,89% rispetto all'anno precedente.

Questo risultato è legato sia a **interventi di efficientamento, sia all'adozione progressiva di tecnologie a minor consumo energetico**. Monitoriamo in modo continuativo i consumi e svolgiamo audit energetici ogni anno, per individuare aree di ulteriore miglioramento e tradurre le evidenze in azioni concrete.

Oltre all'approvvigionamento di energia elettrica da fonti rinnovabili, **certificata tramite Garanzie d'Origine**, contribuisce alla copertura del fabbisogno energetico anche l'energia prodotta dall'impianto fotovoltaico installato presso lo stabilimento di Quarto d'Altino.

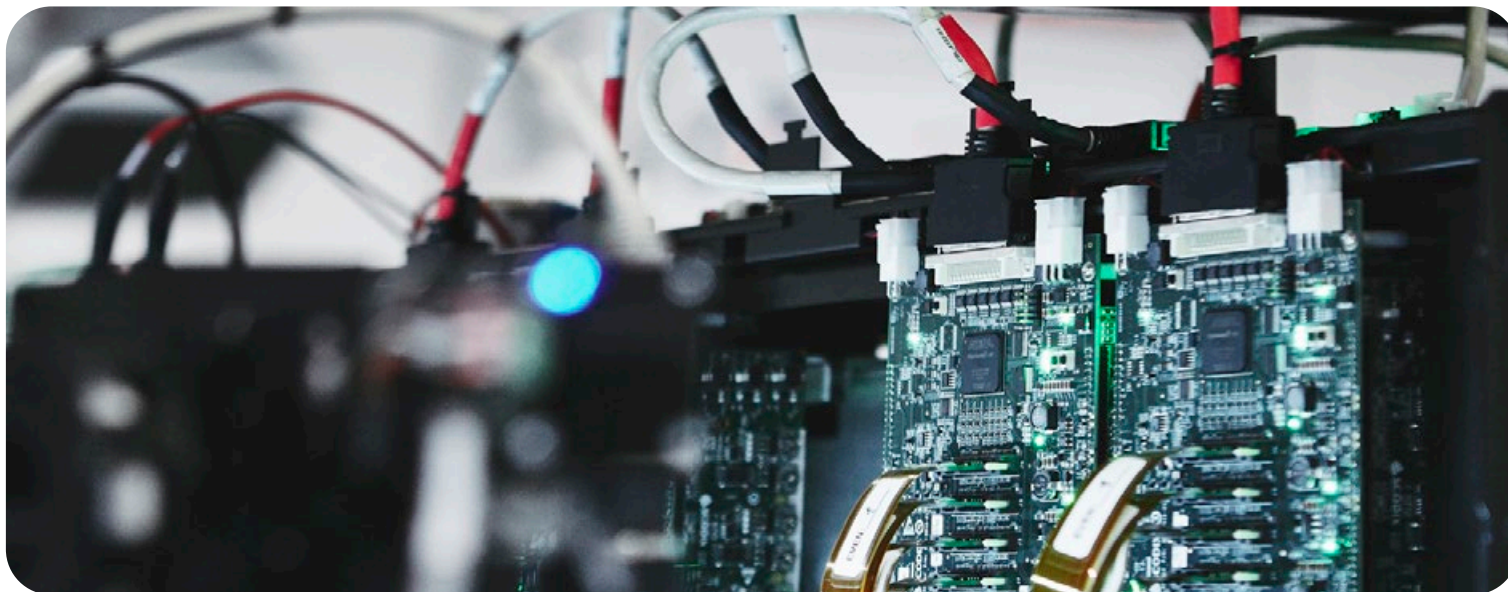


Emissioni di Scope 3 e decarbonizzazione della catena del valore



Le **emissioni di Scope 3** rappresentano la quota più significativa della nostra impronta climatica, in quanto **includono tutte le emissioni indirette generate** lungo la catena del valore e collegate alle attività di Pixartprinting, ma al di fuori del nostro perimetro operativo diretto.

È per questo motivo che lo Scope 3 costituisce una **priorità strategica nel nostro percorso di decarbonizzazione.**



Abbiamo iniziato a misurare le emissioni nel 2019. Nella fase iniziale, la quantificazione si basava prevalentemente su un approccio spend-based, che utilizza i livelli di spesa come valori sostitutivi per stimare le emissioni associate a beni e servizi acquistati. Pur essendo ammesso dagli standard di riferimento, questo metodo presenta limiti in termini di rappresentatività dell'impatto reale.

Negli anni abbiamo quindi lavorato per rafforzare la qualità e l'accuratezza dei dati, coinvolgendo in modo crescente i fornitori. Questo percorso ha portato a un aumento significativo della quota di emissioni calcolate sulla base di dati specifici (supplier specific), forniti direttamente dai partner della catena di fornitura.

Nel FY25 tali dati rappresentano il 47,41% del totale delle emissioni di Scope 3, rispetto al 3,87% del 2019, migliorando in modo sostanziale la solidità dell'inventario e la sua capacità di supportare decisioni operative.

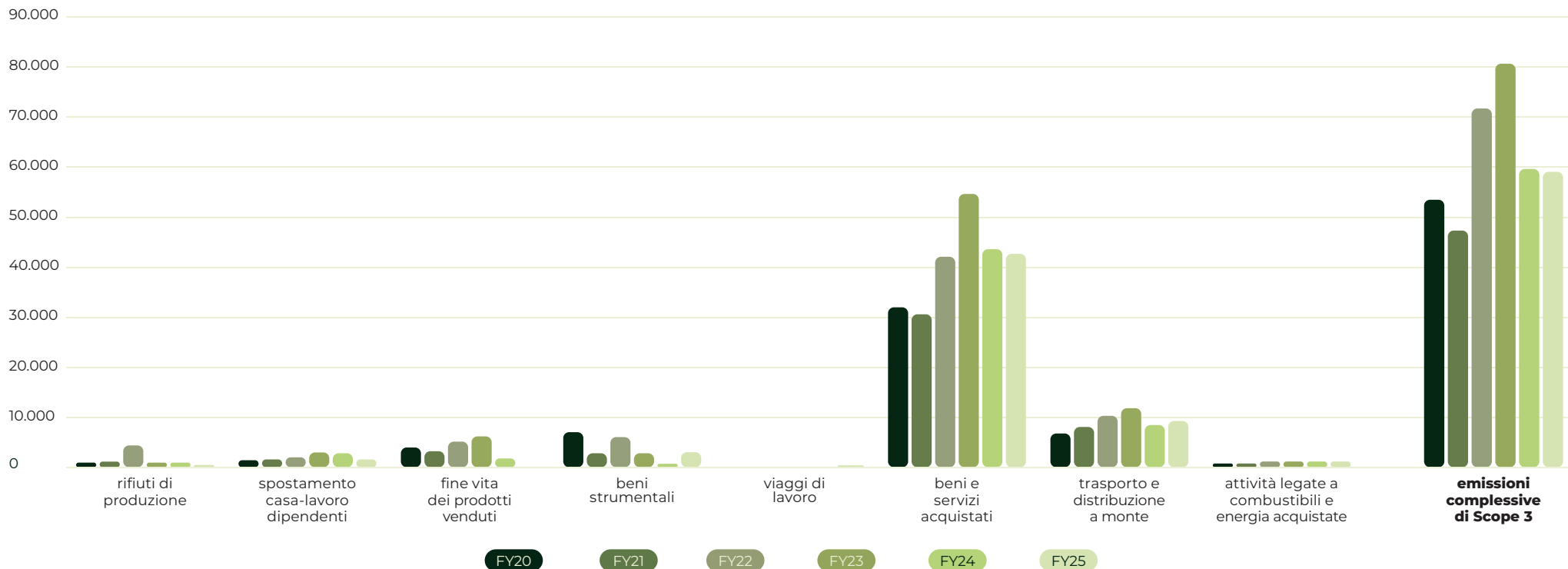
Quando i dati specifici non sono ancora disponibili, utilizziamo fattori emissivi generici basati sul peso (weight based) per specifiche categorie di prodotti e servizi. In alcune aree particolarmente rilevanti – come le materie

prime e in particolare la carta – stiamo progressivamente integrando **il fattore emissivo tra i criteri di scelta di materiali e fornitori, con l'obiettivo di renderlo una leva gestionale nei processi di valutazione e vendor rating.**

Un'ulteriore area di attenzione riguarda le **emissioni legate alla logistica, che rappresentano un ambito prioritario di intervento per ridurre l'impatto complessivo lungo la catena del valore.**

Emissioni di Scope 3 divisi per categoria

(espresse in tCO₂e)



Gestione dei rifiuti e riduzione degli scarti

La gestione dei rifiuti rappresenta un tema ambientale materiale per Pixartprinting, in considerazione della natura industriale delle attività produttive e dell'utilizzo di una pluralità di materiali nei processi di stampa e finitura. L'impatto associato alla produzione di rifiuti è prevalentemente concentrato nelle fasi operative di produzione, che costituiscono pertanto il perimetro di riferimento per la rendicontazione.

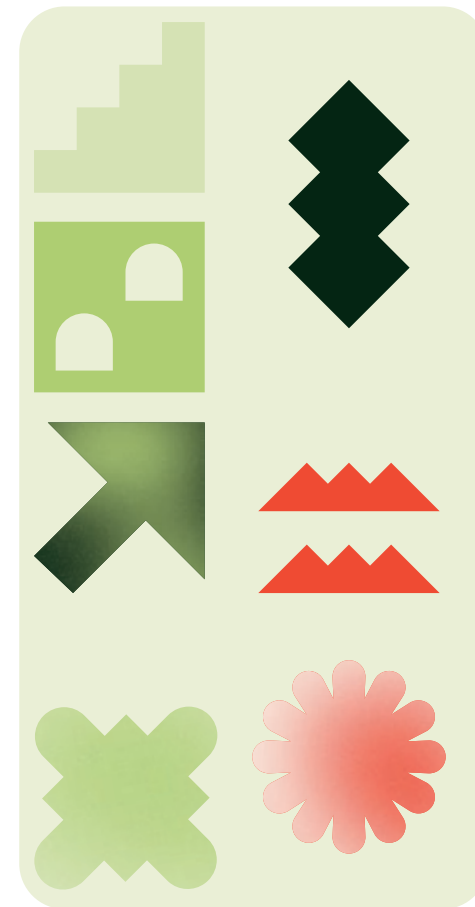
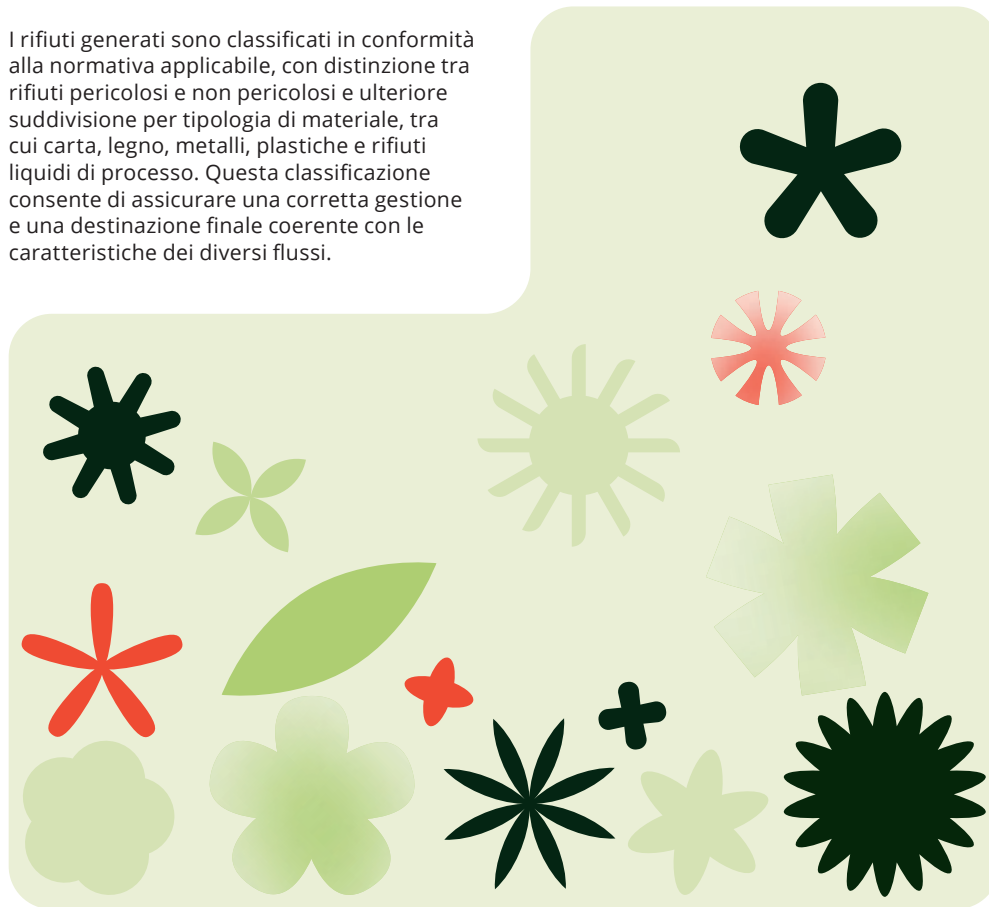
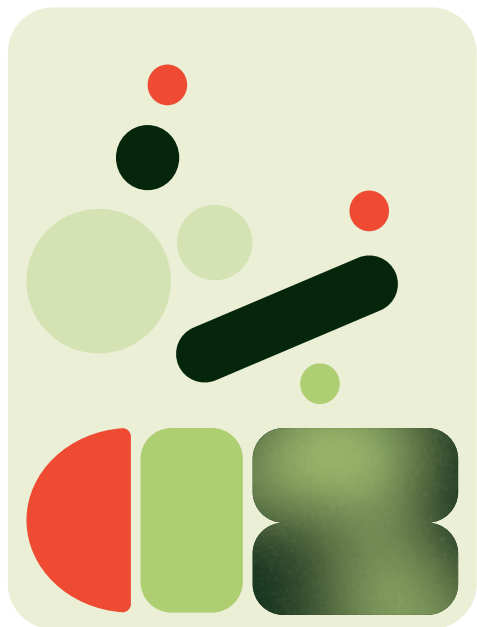
Entrambi i siti produttivi dell'azienda sono certificati secondo la **norma ISO 14001**, che definisce un sistema di gestione ambientale strutturato e omogeneo. **All'interno di questo sistema, la gestione dei rifiuti è disciplinata da procedure dedicate che regolano le modalità di raccolta, stoccaggio temporaneo e conferimento, con ruoli e responsabilità chiaramente definiti e una tracciabilità completa lungo tutte le fasi del processo.**



La responsabilità operativa è in capo alla funzione HSE-Health Safety Environment, che coordina le attività e garantisce il rispetto della normativa vigente.

Le persone coinvolte nelle attività di gestione e movimentazione dei rifiuti ricevono una formazione specifica, coerente con i ruoli assegnati e con le procedure applicabili.

I rifiuti generati sono classificati in conformità alla normativa applicabile, con distinzione tra rifiuti pericolosi e non pericolosi e ulteriore suddivisione per tipologia di materiale, tra cui carta, legno, metalli, plastiche e rifiuti liquidi di processo. Questa classificazione consente di assicurare una corretta gestione e una destinazione finale coerente con le caratteristiche dei diversi flussi.



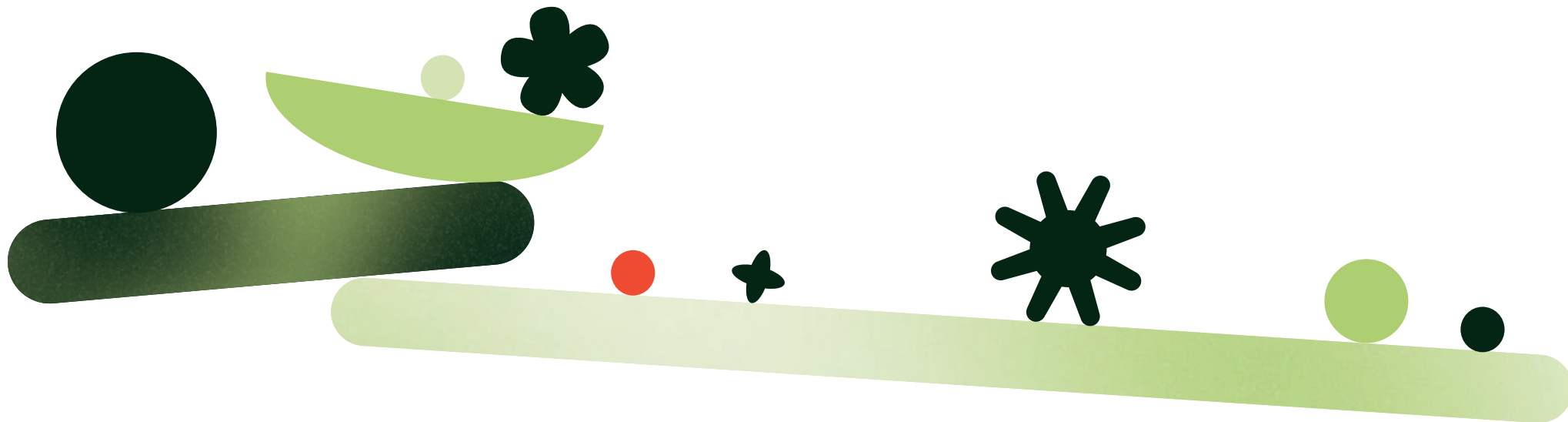
Monitoriamo annualmente i quantitativi di rifiuti prodotti, espressi in tonnellate, e la loro destinazione finale, distinguendo tra recupero/riciclo e smaltimento in discarica. Il monitoraggio costituisce uno strumento essenziale sia per la **verifica della conformità normativa** sia per **l'analisi delle performance ambientali nel tempo**.

Nel corso dell'esercizio FY25, la quasi totalità dei rifiuti prodotti è stata avviata a recupero o riciclo (il 94% per lo stabilimento di Quarto d'Altino e il 95% per lo stabilimento di Lavis).

Il flusso prevalente è rappresentato dalla carta, che riflette la centralità di questo materiale nel modello di business dell'azienda. La quota residuale di rifiuti non avviati a recupero è riconducibile in larga parte a rifiuti liquidi di processo, quali acque di lavaggio e rifiuti liquidi contenenti inchiostri, per i quali non sono disponibili soluzioni di riciclo.

La prevenzione e la riduzione dei rifiuti sono affrontate principalmente attraverso interventi di efficientamento dei processi produttivi, in linea con il modello industriale di Pixartprinting. In particolare, **sono attivi progetti strutturati di ottimizzazione dei formati di stampa e delle logiche di imposition su diverse linee produttive**, con l'obiettivo di ridurre a monte la quantità di materiale non utilizzato e, di conseguenza, la produzione di scarti. **Tali progetti, pur essendo orientati all'efficienza operativa, contribuiscono direttamente alla riduzione dei rifiuti e sono monitorati attraverso indicatori quantitativi.**





All'interno del sistema di gestione ambientale, infatti, la Direzione definisce annualmente obiettivi specifici in materia di rifiuti, che vengono formalizzati e riesaminati nel **Riesame della Direzione**. Gli indicatori utilizzati includono, tra gli altri, il rapporto tra i chilogrammi di rifiuti prodotti e i metri quadrati stampati, la percentuale di rifiuti avviati a recupero sul totale dei rifiuti generati e obiettivi di natura procedurale, quali il rafforzamento della codifica e della documentazione tecnica associata ai singoli flussi di rifiuto.

L'andamento di tali indicatori consente di valutare l'efficacia delle azioni intraprese e di individuare eventuali aree di miglioramento.

Il presidio del tema dei rifiuti si concentra sul nostro perimetro operativo diretto. Con riferimento alla catena del valore a valle, **garantiamo il rispetto delle disposizioni normative in materia di etichettatura ambientale degli imballaggi**, fornendo ai clienti informazioni puntuali sulle modalità di smaltimento.

Non prevediamo attualmente iniziative specifiche relative alla gestione del fine vita dei prodotti al di fuori degli obblighi normativi applicabili. Questa scelta riflette, tra le altre ragioni, la mancanza di regole e procedure comuni e comparabili a livello europeo (e, in alcuni casi, anche all'interno dello stesso paese) in merito alla riciclabilità e alle modalità di conferimento di determinati materiali, in particolare di alcune plastiche.

Attraverso un approccio integrato, fondato su un sistema di gestione ambientale certificato e su un monitoraggio sistematico tramite obiettivi e indicatori, gestiamo in modo strutturato i flussi di rifiuto, riconoscendone la rilevanza ambientale e operativa e orientando nel tempo le azioni di miglioramento alla riduzione degli impatti.

Rifiuti generati nel FY25

Tipologia	Quantità (t)
Rifiuti non pericolosi	8.875
Rifiuti pericolosi	265
Totale rifiuti	9.140

Destinazione dei rifiuti nel FY25

Destinazione	Quantità (t)
Recupero / Riciclo	8.835
Smaltimento in discarica	305





05

L'impegno per le nostre persone

- Salute e Sicurezza
- Welfare, benessere e conciliazione vita lavoro
- Formazione e sviluppo delle competenze
- Pari opportunità, rispetto e inclusione

Le persone sono al centro del nostro modello organizzativo e rappresentano un fattore determinante per la sostenibilità di Pixartprinting nel medio e lungo periodo.

927

dipendenti totali

551 operai
353 impiegati
23 quadri



Operare come azienda manifatturiera in un contesto tecnologico in continua evoluzione significa per noi **investire in competenze, garantire condizioni di lavoro eque e sicure e promuovere un ambiente in cui ciascuno possa contribuire** in modo consapevole e responsabile. L'analisi di materialità condotta

nel 2025 ha confermato la centralità dei temi legati alle persone – tra cui salute e sicurezza, sviluppo delle competenze, welfare, gestione dei talenti e inclusione – sia in termini di impatto sull'organizzazione e sui suoi stakeholder, sia in termini di rilevanza per la continuità e la resilienza del business.

In un'azienda come la nostra, caratterizzata da una forte componente produttiva e da processi tecnologicamente avanzati, la **qualità del lavoro**, la stabilità occupazionale e la capacità di attrarre e trattenere competenze sono elementi che incidono direttamente sulla performance industriale e sulla capacità di innovare.

Per questo affrontiamo il tema “Persone” come un ambito strategico della nostra sostenibilità sociale, integrando **sviluppo professionale, benessere, sicurezza e pari opportunità** in un quadro coerente di responsabilità organizzativa.

Consideriamo questi aspetti non come iniziative accessorie, ma come **leve strutturali che contribuiscono alla solidità dell'impresa** e alla creazione di valore nel tempo. In questo contesto, la nostra popolazione aziendale rappresenta la base concreta su cui si fonda il percorso di sostenibilità sociale.

Al 30 giugno 2025 Pixartprinting conta 927 dipendenti, con un **incremento del 4% rispetto all'anno precedente**.

La popolazione aziendale è caratterizzata da un elevato livello di stabilità occupazionale: il 92,2% delle persone è assunto con contratto a tempo indeterminato, mentre il 7,8% ha un contratto a tempo determinato.

Tutti i dipendenti, inclusi coloro con contratto a tempo determinato, sono inquadrati secondo il Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro per i dipendenti delle aziende grafiche e delle aziende editoriali, anche multimediali.

Accanto ai lavoratori dipendenti, l'organizzazione si avvale anche di alcuni collaboratori con contratti di collaborazione. Nei periodi di picco su alcune linee di prodotto, può inoltre essere attivato il contratto stagionale, che è comunque un rapporto di lavoro dipendente a tempo determinato.

Uomini



Donne



Tempo Determinato

72 dipendenti
7,8% sul totale aziendale

27 45

Tempo Indeterminato

855 dipendenti
92,2% sul totale aziendale

291 564

Part-time

51 dipendenti
5,5% sul totale aziendale

39 12

Full-time

876 dipendenti
94,5% sul totale aziendale

282 594

La quasi totalità delle persone (94,5%) lavora full-time; il part-time riguarda il 5,5% della popolazione aziendale ed è prevalentemente femminile, elemento che riflette dinamiche ancora diffuse nel mercato del lavoro italiano.

Dal punto di vista della **composizione professionale**, l'organizzazione è strutturata come segue:

- 59,4% operai (551 persone)
- 38,1% impiegati (353 persone)
- 2,5% quadri (23 persone)

La distribuzione di genere evidenzia alcune differenze significative tra le categorie professionali. Nel complesso, le donne rappresentano il 34% della popolazione aziendale. La loro presenza è più elevata nei ruoli impiegatizi (189 su 353, pari al 53,5%), mentre è più contenuta nei ruoli operativi di produzione (123 su 551, pari al 22,3%) e nei ruoli di quadro (6 su 23).

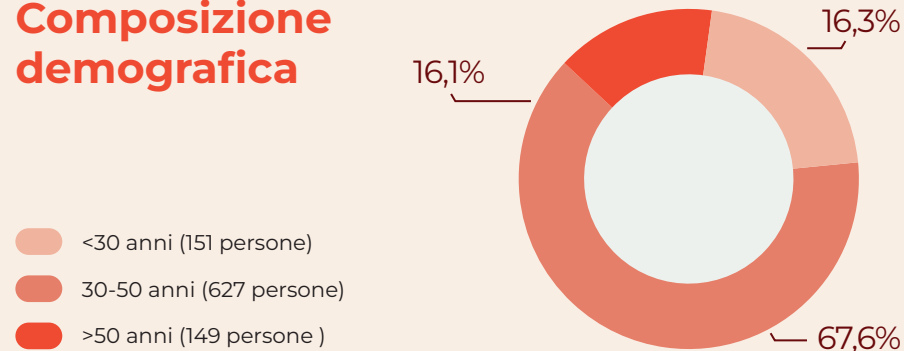
Questi dati riflettono una distribuzione tipica del settore manifatturiero, ma rappresentano per noi anche un elemento di **attenzione rispetto ai temi di equilibrio di genere e di sviluppo delle opportunità professionali nel tempo**.

Dal punto di vista **anagrafico**, la popolazione aziendale è così articolata:

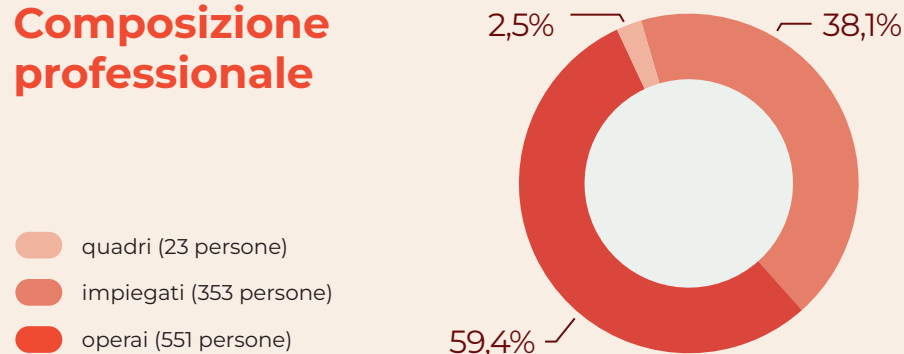
- 16,3% under 30 (151 persone)
- 67,6% tra i 30 e i 50 anni (627 persone)
- 16,1% over 50 (149 persone)

Nel corso del FY25 si sono registrate complessivamente 75 uscite, distribuite in modo differenziato tra le fasce d'età. In termini assoluti, la fascia 30-50 anni - che rappresenta la quota più ampia della popolazione aziendale - ha registrato il maggior numero di uscite (42 persone), seguita dalla fascia under 30 (24 persone) e dalla fascia over 50 (9 persone).

Composizione demografica



Composizione professionale





I dati mostrano andamenti distinti tra le fasce d'età, riflettendo **caratteristiche e percorsi professionali** differenti all'interno dell'organizzazione.

Il turnover complessivo, calcolato sul totale della popolazione aziendale, evidenzia una maggiore incidenza nella fascia 30-50 anni. All'interno di questa fascia si concentra anche la quota più significativa di turnover volontario, segnale di una maggiore **mobilità professionale tipica delle fasce centrali del mercato del lavoro**. L'analisi del turnover rappresenta per noi uno strumento di monitoraggio della stabilità organizzativa e della capacità di retention. In un contesto manifatturiero e tecnologico,

la permanenza media crescente con l'età - che passa da 2,9 anni per gli under 30 a 9,5 anni per gli over 50 - costituisce un elemento rilevante per la continuità operativa e la trasmissione delle competenze.

La maggior parte della popolazione aziendale (circa il 90%) opera presso l'headquarter di Quarto d'Altino, mentre la restante parte è impiegata nello stabilimento di Lavis.

Focus



Great Place to Work®

Nel FY25 abbiamo ottenuto la certificazione **Great Place to Work®**, a seguito di un'indagine condotta tra i dipendenti delle sedi di Quarto d'Altino e Lavis. Il riconoscimento si basa su un questionario anonimo volto a rilevare le **percezioni delle persone rispetto al clima aziendale, alle relazioni e alle condizioni di lavoro.**



L'indagine ha registrato un **tasso di partecipazione pari all'85%**, a conferma di un elevato livello di coinvolgimento della popolazione aziendale. Tra le affermazioni che hanno ottenuto i livelli di consenso più elevati figurano:

“Le persone qui vengono trattate in maniera imparziale indipendentemente dall'orientamento sessuale”

“Questo è un luogo fisicamente sicuro”

“Le persone qui vengono trattate in maniera imparziale indipendentemente dall'origine etnica”

La certificazione Great Place to Work® rappresenta per Pixartprinting non un punto di arrivo, ma uno **strumento di ascolto e di misurazione utile a orientare un percorso di miglioramento continuo.**

I risultati dell'indagine costituiscono una base di partenza per individuare aree di forza e ambiti di sviluppo su cui concentrare nel tempo azioni e iniziative a favore del benessere e dell'inclusione delle persone.



Salute e sicurezza

Per noi la sicurezza non è un adempimento formale, ma un'attività quotidiana che coinvolge persone, ruoli e responsabilità diffuse. In quanto azienda manifatturiera, sappiamo che la **tutela della salute e della sicurezza delle persone** che lavorano nei nostri siti non è solo un obbligo normativo, ma una **condizione essenziale per operare in modo responsabile e sostenibile**. Questo impegno è esplicitato nella nostra Politica per la Qualità, la Sicurezza e l'Ambiente, in vigore dal 2017, e si traduce in un presidio costante delle attività e dei comportamenti quotidiani.

Gestiamo la salute e la sicurezza attraverso un Sistema di Gestione Integrato conforme al D.lgs. 81/2008 e certificato secondo la norma ISO 45001. Il sistema è applicato a tutti i siti produttivi e copre l'intera popolazione che opera al loro interno, inclusi i lavoratori di imprese appaltatrici.

Con questi ultimi condividiamo e facciamo sottoscrivere il Documento Unico di Valutazione dei Rischi da Interferenze (DUVRI), perché riteniamo fondamentale che la sicurezza sia gestita in modo coordinato e coerente da chiunque lavori nei nostri spazi.

Siamo consapevoli che i rischi non sono uguali per tutte le attività. Per questo il nostro approccio distingue tra contesti operativi diversi, in particolare tra produzione e uffici, **riconoscendo che le attività produttive comportano un'esposizione più ampia e articolata ai rischi**.

Sono inclusi, tra gli altri, i rischi ergonomici, l'esposizione al rumore, la movimentazione manuale dei carichi, gli agenti chimici, le vibrazioni e le radiazioni ottiche artificiali, oltre alle attività non routinarie e alle situazioni di emergenza.

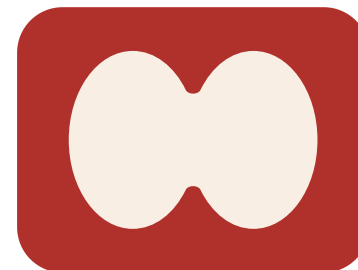


Salute

Sicurezza



Safety Corner



Prevenzione e protezione



Coinvolgimento



Consapevolezza

Sistema di Gestione Integrato

Allo stesso tempo, **garantiamo una valutazione completa di tutte le funzioni e mansioni attraverso** il Documento di Valutazione dei Rischi (DVR), che aggiorniamo ogni volta che intervengono cambiamenti normativi, organizzativi, tecnologici o di processo, e comunque **con una revisione periodica** almeno annuale.



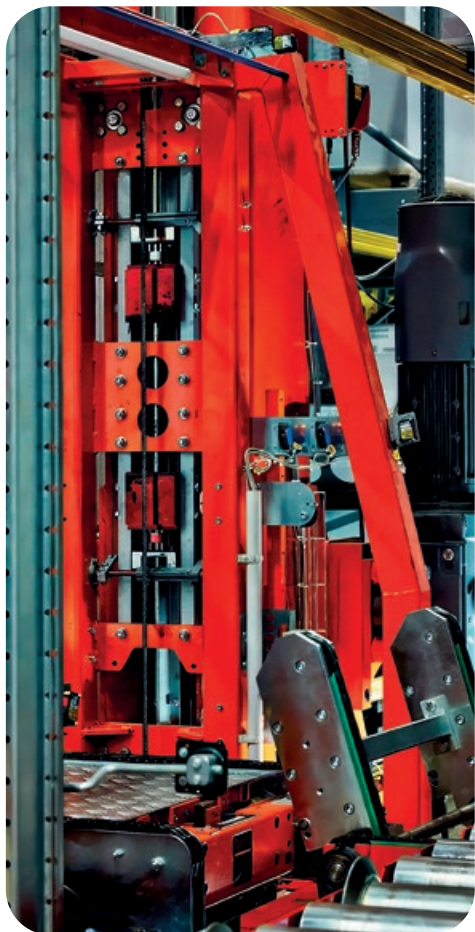
Per ciascun rischio definiamo misure di prevenzione e protezione, programmi di intervento e azioni di miglioramento, valutando nel tempo l'efficacia delle misure adottate e il rischio residuo.

La prevenzione, per noi, si costruisce soprattutto sul campo. Nei nostri stabilimenti operano complessivamente **86 preposti**, persone che, oltre al proprio ruolo operativo, **hanno responsabilità specifiche in materia di salute e sicurezza**. Ogni giorno effettuano controlli strutturati attraverso checklist dedicate e utilizzano un sistema informatico per segnalare rischi, situazioni potenzialmente pericolose, near miss e casi di First Aid. A questi controlli quotidiani si affiancano verifiche settimanali da parte dei Supervisor e audit interni trimestrali condotti dal team HSE-Health Safety Environment.

Tutte le segnalazioni vengono tracciate e analizzate e danno luogo, quando necessario, a specifiche azioni correttive.

Crediamo che la sicurezza passi anche dalla condivisione delle informazioni e dalla consapevolezza delle persone. Per questo abbiamo allestito **Safety Corner** all'interno degli stabilimenti, **spazi in cui rendiamo accessibili i principali risultati dei monitoraggi e delle attività di controllo**. I Dispositivi di Protezione Individuale sono definiti e standardizzati per mansione, in coerenza con i rischi valutati, e il loro corretto utilizzo è parte integrante delle attività di controllo quotidiano. La gestione delle emergenze è regolata da procedure formalizzate e da un piano di evacuazione. Organizziamo **periodicamente prove di evacuazione totale dei siti**, che





consideriamo un momento importante non solo di verifica tecnica, ma anche di allenamento collettivo alla gestione delle situazioni critiche. **La formazione in materia di salute e sicurezza è obbligatoria** per tutte le persone che lavorano nei nostri siti, specifica per mansione e aggiornata nel tempo. A questa affianchiamo iniziative di formazione e sensibilizzazione ulteriori, con l'obiettivo di rafforzare la consapevolezza e promuovere comportamenti sicuri nella quotidianità lavorativa.

Il coinvolgimento delle persone è garantito anche attraverso la partecipazione dei Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza, che prendono parte alle riunioni periodiche e ai momenti di consultazione previsti dal sistema di gestione. Riteniamo che il confronto strutturato con chi lavora ogni giorno negli stabilimenti sia un elemento essenziale per individuare tempestivamente criticità e opportunità di miglioramento.

Monitoriamo in modo sistematico l'andamento degli infortuni, includendo il numero di eventi, i giorni persi e i casi di First Aid. Nel corso dell'esercizio FY25, nello stabilimento di Lavis non si sono registrati infortuni, mentre nello stabilimento di Quarto d'Altino si sono verificati 7 infortuni. **Analizziamo questi dati non come meri indicatori statistici, ma come strumenti di comprensione e miglioramento, e li utilizziamo nel Riesame della Direzione**



per definire obiettivi e target annuali.

Tra questi rientrano la riduzione degli infortuni, il rafforzamento della consapevolezza attraverso formazione e sensibilizzazione e il miglioramento della gestione delle emergenze, anche in termini di tempi medi di evacuazione.

Attraverso un sistema di gestione certificato, un presidio operativo quotidiano e il coinvolgimento attivo delle persone a tutti i livelli dell'organizzazione, **lavoriamo per garantire ambienti di lavoro sicuri e salubri.** La salute e la sicurezza non sono per noi un traguardo formale, ma un impegno continuo, che richiede attenzione costante, investimenti e responsabilità condivise.



Focus

Safety Camp

Safety Camp è il nostro **programma di formazione e sensibilizzazione** che integra la formazione obbligatoria prevista dalla normativa. Attivo dal 2022, propone durante l'orario di lavoro momenti formativi in presenza aperti a tutta la popolazione aziendale, indipendentemente da funzione e ruolo, con l'obiettivo di mantenere alta e continua l'attenzione sui temi della sicurezza, della salute e del benessere.

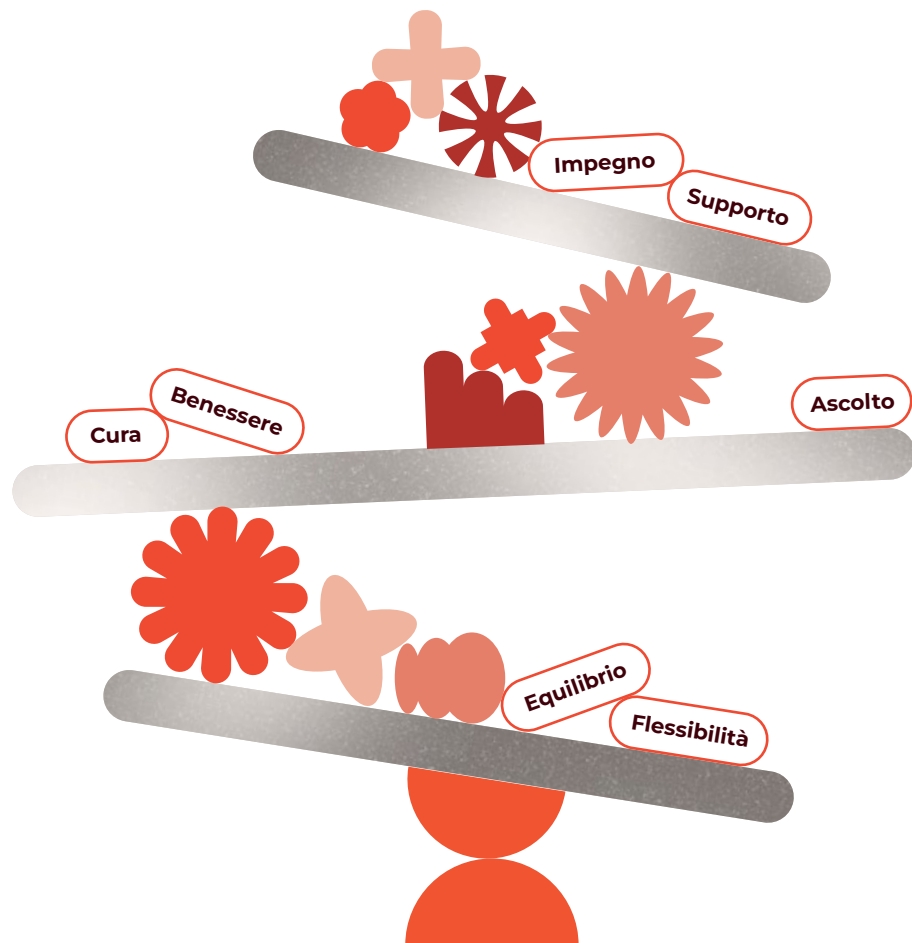
Il progetto nasce dalla convinzione che la **prevenzione** non si costruisca solo con procedure e adempimenti, ma anche **attraverso consapevolezza, abitudini e comportamenti quotidiani**. Per questo Safety Camp adotta un approccio coinvolgente e pratico, spesso basato su metodologie dinamiche (come la gamification) e su contenuti ispirati alle neuroscienze, per rendere l'apprendimento più efficace e immediatamente applicabile.

Nel corso degli anni, Safety Camp ha affrontato un ampio spettro di temi, con percorsi dedicati sia ai rischi tipicamente presenti negli ambienti

di lavoro sia a fattori che incidono sul benessere e sulla sicurezza nella vita quotidiana. Tra gli argomenti trattati: rischio chimico in ambito lavorativo e domestico, near miss e segnalazioni, importanza del corretto utilizzo dei dispositivi di protezione individuale, rischio biologico, esposizione al rumore, ergonomia, ciclo del sonno, gestione dello stress.

Safety Camp rappresenta per noi uno **strumento concreto per alimentare una cultura della prevenzione** che non si esaurisce nella compliance, ma accompagna nel tempo le persone, rafforzando attenzione, consapevolezza e cura reciproca.





Welfare, benessere e conciliazione vita-lavoro

Il benessere delle persone e l'equilibrio tra vita professionale e privata rappresentano per noi una condizione essenziale per lavorare in modo sostenibile nel tempo. In un'organizzazione manifatturiera, questi aspetti incidono sulla continuità operativa, sulla stabilità dei team e sulla capacità delle persone di mantenere nel tempo attenzione, motivazione e qualità del lavoro. Per questo **consideriamo il welfare e il wellbeing dimensioni rilevanti della sostenibilità sociale di Pixartprinting.**

Questo impegno si traduce in un sistema articolato di iniziative di welfare e benessere, sviluppate sia attraverso la contrattazione integrativa sia mediante progetti dedicati.

Nel corso del FY25 Pixartprinting ha **rafforzato il proprio sistema di welfare attraverso il rinnovo del Contratto Integrativo Aziendale dell'headquarter e la sottoscrizione del primo Contratto Integrativo per lo stabilimento di Lavis.** Gli accordi hanno consolidato iniziative già introdotte negli anni precedenti e ne hanno aggiunte di nuove, tra cui misure di flessibilità oraria per il personale degli uffici, maggiorazioni per il lavoro su turni e festivo, permessi retribuiti per visite specialistiche, corsi preparati, inserimento al nido e specifiche tutele per i caregiver. Per alcune funzioni sono previste inoltre modalità di lavoro full remote.



A partire dal 2022 abbiamo introdotto una policy di **smart working** che consente al personale degli uffici di lavorare da remoto in funzione del ruolo e delle attività svolte, garantendo comunque la possibilità di lavorare in presenza anche solo quattro giorni al mese. Questa scelta riflette la nostra volontà di costruire un rapporto di fiducia con le persone, **valorizzando autonomia e responsabilità** e favorendo una maggiore **conciliazione tra esigenze professionali e personali**.

Accanto al welfare contrattuale, il sistema di welfare aziendale comprende anche strumenti di supporto economico e sociale pensati per rispondere a bisogni diversi delle persone e delle loro famiglie. Tra questi rientrano il premio di produttività, l'assicurazione medico-sanitaria, il servizio gratuito di compilazione del modello 730, un **ampio pacchetto di agevolazioni presso strutture convenzionate** e la Banca Ore Solidali, che consente alle persone di donare ore di permesso a colleghi che si trovano in situazioni di particolare necessità.

Accanto al welfare contrattuale, nel 2023 è stato avviato il progetto WE CARE FOR PEOPLE, nato in risposta a un'esigenza emersa dall'indagine di clima del 2022, che evidenziava il bisogno di una **maggiore attenzione al benessere psicofisico e all'equilibrio tra vita lavorativa e privata**.

Il progetto raccoglie un insieme di iniziative di wellbeing, pensate come strumenti di supporto continuativo e **accessibili a tutta la popolazione aziendale**.



Tra queste rientrano **percorsi di consulenza individuale online con professionisti del benessere**. Ogni dipendente può accedere gratuitamente a due cicli di colloqui individuali, scegliendo tra diversi ambiti di supporto, tra cui psicologia, counseling per la genitorialità, educazione finanziaria, nutrizione, supporto posturale, sport coaching e supporto in situazioni di violenza domestica. Ogni ciclo è composto da cinque incontri e, a partire dal FY25, è possibile estendere il percorso anche a un familiare.



L'adesione ai percorsi è volontaria; l'azienda monitora esclusivamente i dati di utilizzo del servizio, senza alcun accesso ai contenuti delle consulenze, nel rispetto della privacy delle persone coinvolte.

Nel corso dell'anno, organizziamo inoltre momenti di approfondimento e sensibilizzazione aperti a tutta la popolazione aziendale e svolti durante l'orario di lavoro. Si tratta di webinar e incontri con specialisti ed esperti esterni, dedicati a temi che incidono sul benessere complessivo delle persone, come la gestione finanziaria, il supporto ai caregiver e la promozione di corretti stili di vita e alimentazione. **Queste iniziative hanno l'obiettivo di offrire stimoli,**

strumenti e occasioni di riflessione su aspetti della vita quotidiana che non sono direttamente legati alla professione, ma che influiscono sull'equilibrio personale e sulla qualità del lavoro.

In questo contesto si inseriscono anche iniziative di sensibilizzazione su temi relazionali e sociali. Nel mese di marzo 2025, ad esempio, sono stati proposti due incontri dedicati alla conoscenza dei servizi dei Centri antiviolenza e alla riflessione sulle relazioni sane e su quelle disfunzionali. Questi momenti si collocano all'interno di un più ampio impegno volto a promuovere consapevolezza, rispetto e attenzione al benessere delle persone.



Focus

I nostri progetti a sostegno della genitorialità



Progetto Mamma e Progetto Papà sono le iniziative con cui Pixartprinting sostiene la genitorialità e la conciliazione tra vita professionale e familiare. L'obiettivo è offrire un supporto concreto nei momenti in cui l'organizzazione del tempo diventa più complessa e, al tempo stesso, **promuovere una cultura della cura più condivisa**: sostenere anche i padri significa favorire una maggiore corresponsabilità genitoriale e contribuire, nel tempo, a ridurre gli squilibri che spesso ricadono sulle donne.

A partire dalla comunicazione dello stato di gravidanza, ogni lavoratrice può usufruire di svariate agevolazioni:

- Parcheggio Rosa;
- permessi retribuiti (a carico dell'azienda) per la partecipazione al corso preparto.

Nel periodo successivo al parto, per favorire una gestione più sostenibile dei tempi di lavoro e di cura, sono previste misure di flessibilità e permessi aggiuntivi. In particolare, per le neomamme impiegate negli uffici sono disponibili:

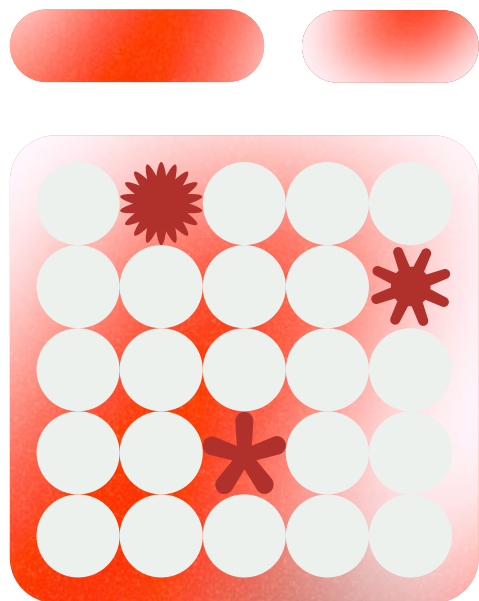
- riduzione della pausa pranzo;
- possibilità di modifica temporanea dell'orario di lavoro (ad esempio da full time a part time orizzontale o tramite permessi per ridurre l'orario);
- permessi retribuiti a carico dell'azienda per esigenze legate alla salute del figlio (ad esempio giorno del vaccino, bilanci di salute e visite mediche), oltre a giornate aggiuntive rispetto a quanto previsto dalla normativa in caso di malattia dei figli.

Con la sottoscrizione del Contratto Integrativo Aziendale (2022–2024) e il successivo rinnovo (2025–2026), Pixartprinting ha inoltre introdotto **misure specifiche dedicate ai padri, aggiuntive rispetto a quanto previsto dalla normativa, tra cui:**

- 5 giorni di permesso retribuito;
- 9 ore di permesso retribuito per l'inserimento al nido;
- permessi retribuiti per visite specialistiche e malattia del figlio;
- riduzione della pausa pranzo;
- permessi retribuiti per il giorno del vaccino.



Formazione e sviluppo delle competenze



Operare in un contesto industriale e tecnologico in continua evoluzione richiede competenze aggiornate, capacità di adattamento e disponibilità all'apprendimento continuo.

Per questo accompagniamo le persone che lavorano con noi attraverso **percorsi di formazione e sviluppo** che combinano competenze tecniche, trasversali e manageriali, con un'attenzione particolare ai ruoli che hanno responsabilità nella gestione delle persone e dei processi.

La formazione in Pixartprinting comprende sia attività obbligatorie sia iniziative volontarie ed è rivolta all'intera popolazione aziendale. Nel corso del FY25 sono state **erogate complessivamente 13.575 ore di formazione**, pari a una media di 14,6 ore per persona. Le ore includono anche la formazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro. L'offerta formativa ha coperto un

ampio spettro di contenuti, dalle hard skills – come la formazione tecnica e linguistica – alle soft skills, tra cui comunicazione efficace, public speaking, diversity e inclusione.

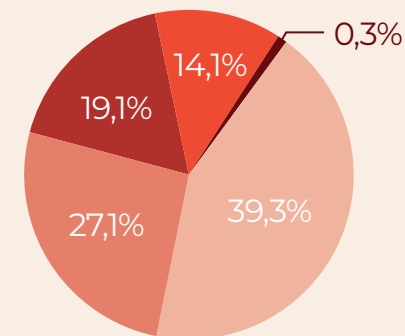
La distribuzione delle ore di formazione ha coinvolto in modo esteso tutta la popolazione aziendale. **Nel FY25, le donne – che rappresentano il 34% della popolazione – sono state destinatarie del 40,5% delle ore complessive di formazione erogate.** Tale distribuzione riflette anche la diversa composizione per ruoli e funzioni e la tipologia delle iniziative formative attivate nel corso dell'anno.

Nel medesimo periodo, la formazione ha interessato tutte le principali categorie professionali presenti in azienda, con una distribuzione delle ore coerente con la struttura organizzativa e con i percorsi formativi attivati per i diversi ruoli.

Totale ore di formazione

Distribuzione per ruolo - FY25

Ruolo	Ore
Impiegati	5.335
Operai	3.678
Stage	41
Manager 2ª linea	2.593
Manager 3ª linea	1.915



Il nostro approccio allo sviluppo non si basa su piani formativi individuali formalizzati e predefiniti, ma su iniziative costruite a partire dai bisogni dell'organizzazione e delle persone.

Un ruolo centrale è svolto dai **percorsi di assessment**, che fino a oggi hanno coinvolto tutte le seconde e terze linee manageriali. Gli assessment rappresentano per noi uno **strumento di ascolto e di consapevolezza**: consentono alle persone di riflettere sulle proprie competenze, sul proprio stile di leadership e sulle aree di sviluppo, e costituiscono la base per orientare successivi percorsi di crescita, sia individuali sia di gruppo. Questo strumento è inoltre parte integrante del percorso di selezione e sviluppo dei futuri capi turno: prima della nomina, soprattutto in produzione ma non solo, le persone affrontano un assessment dedicato.

A partire dagli esiti degli assessment e dai bisogni emersi, nel FY25 abbiamo attivato diversi percorsi formativi strutturati per ruolo. Si è svolta la seconda edizione di **PixartAcademy**, un programma rivolto ai manager di seconda linea progettato **in collaborazione con CUOA Business School**, che integra contenuti tecnici – come project management, innovazione tecnologica, supply chain, accounting e finanza, marketing e comunicazione – con prospettive trasversali su people management, leadership e organizzazione per processi.

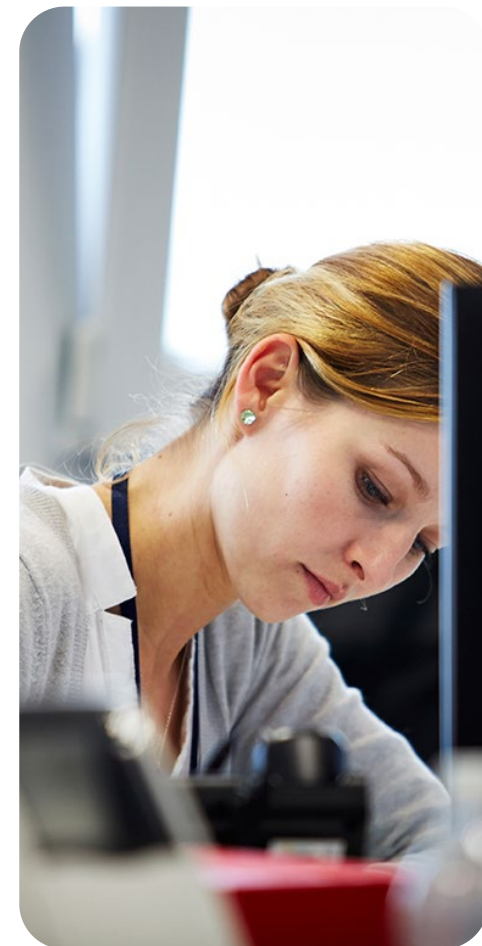
Parallelamente, sono stati realizzati percorsi dedicati ai manager di terza linea e la prima edizione di un programma formativo rivolto ai capiturno, che ha coinvolto 45 persone. **I capiturno svolgono un ruolo chiave nella gestione quotidiana delle linee produttive e dei team operativi**; il percorso è stato progettato per rafforzare competenze di leadership operativa, comunicazione efficace, feedback costruttivo e gestione del conflitto.

Nel FY25 ha inoltre preso avvio il progetto **ManagerLab**, che proseguirà fino a maggio 2026 e coinvolge 60 manager e team leader delle sedi di Quarto d'Altino e Lavis.

Il percorso è pensato per **supportare le persone in ruoli di responsabilità** nell'orientarsi in un contesto organizzativo in continua evoluzione, sviluppando capacità decisionali, visione e apertura all'innovazione.

Accanto alla formazione di gruppo, mettiamo a disposizione **percorsi di coaching individuale**, finalizzati a rafforzare competenze specifiche, sostenere momenti di transizione professionale o accompagnare le persone nello sviluppo del proprio ruolo. Il coaching rappresenta per noi uno strumento complementare alla formazione tradizionale, orientato alla crescita personale e alla consapevolezza.

Infine, consideriamo le **attività di team building** parte integrante dei percorsi di sviluppo. Nel corso del FY25, 77 persone hanno partecipato ad attività di team building svolte al di fuori della sede di lavoro, in contesti diversi da quelli abituali e talvolta anche ludici, accompagnate da un facilitatore. Questi momenti permettono ai team di **sperimentarsi al di fuori delle gerarchie formali**, rafforzando collaborazione, fiducia e comunicazione, e contribuiscono allo sviluppo di competenze relazionali fondamentali per il lavoro quotidiano.



Focus

GPS: il nostro sistema di performance management

Dal 2021 abbiamo introdotto un sistema di performance management applicato in modo univoco a tutta l'azienda. Il modello integra, accanto agli obiettivi di performance, anche una dimensione valoriale: **lo sviluppo delle persone è infatti valutato in coerenza con i valori aziendali**, che orientano i comportamenti attesi e il modo in cui i risultati vengono raggiunti.

Il processo di valutazione integra due dimensioni: il raggiungimento degli obiettivi di performance – chiari e condivisi – e l'aderenza dei comportamenti ai valori aziendali. La ponderazione tra queste componenti non è unica per tutti, ma varia in funzione del ruolo e della mansione, per garantire una valutazione coerente con le responsabilità e il contesto operativo.

Il sistema prevede un **processo di feedback strutturato e continuativo**, con momenti di confronto formalizzati e documentati attraverso una piattaforma dedicata. Questi scambi rappresentano **un'opportunità concreta di dialogo tra manager e collaboratori, favorendo comunicazione trasparente, allineamento sulle aspettative e un confronto costante sui percorsi di crescita**. Nel tempo, questo approccio contribuisce a rafforzare il senso di appartenenza e a sostenere uno sviluppo più consapevole delle persone all'interno dell'organizzazione.



Pari opportunità, **rispetto** e inclusione

Per noi promuovere pari opportunità significa creare un contesto di lavoro in cui ogni persona possa partecipare pienamente alla vita aziendale, sentendosi rispettata e valorizzata.

Il rispetto della dignità, l'equità di trattamento e la non discriminazione sono principi fondanti della nostra cultura organizzativa e sono esplicitati nel **Codice Etico**, che guida i comportamenti all'interno dell'azienda.

Questo impegno è particolarmente rilevante in un'organizzazione come Pixartprinting, dove la diversità è un dato concreto: **in azienda sono rappresentate 56 nazionalità**. Per favorire un ambiente di lavoro rispettoso anche rispetto alle diverse esigenze culturali e religiose, è inoltre presente una sala preghiera a disposizione dei colleghi di religione musulmana.

In Pixartprinting **l'accesso alle opportunità professionali è garantito in modo equo**: le posizioni aperte sono sempre pubblicizzate senza distinzioni di genere e le persone sono valutate sulla base delle competenze e delle esperienze.

Non sono attualmente in vigore policy formali dedicate esclusivamente alle pari opportunità o alla diversità, né viene calcolato un indicatore di gender pay gap; riteniamo tuttavia che il presidio etico e il quadro di regole condivise rappresentino una base essenziale per un ambiente di lavoro rispettoso.



Nel FY25 abbiamo avviato un primo progetto strutturato di **sensibilizzazione** sui temi **della diversità e dell'inclusione**, concepito come fase iniziale di ascolto e di costruzione delle basi per iniziative future.

Il percorso è iniziato con una survey rivolta a tutta la popolazione aziendale, volta a raccogliere percezioni ed esperienze rispetto a diversità di genere, età, etnia e credo religioso. La partecipazione al questionario è stata pari al 59%. I risultati, condivisi con l'intera comunità aziendale, hanno rappresentato il punto di partenza per la definizione di un programma di sensibilizzazione più ampio.

Le attività operative e le iniziative di sensibilizzazione derivate da questo percorso hanno preso avvio a partire dal successivo anno fiscale e saranno oggetto di rendicontazione nei prossimi esercizi. Consideriamo infatti **l'inclusione** non come un obiettivo statico, ma **come un processo continuo**, che richiede ascolto, consapevolezza e un impegno progressivo nel tempo.



Spazio sicuro

Risorse

Diversità

Equità

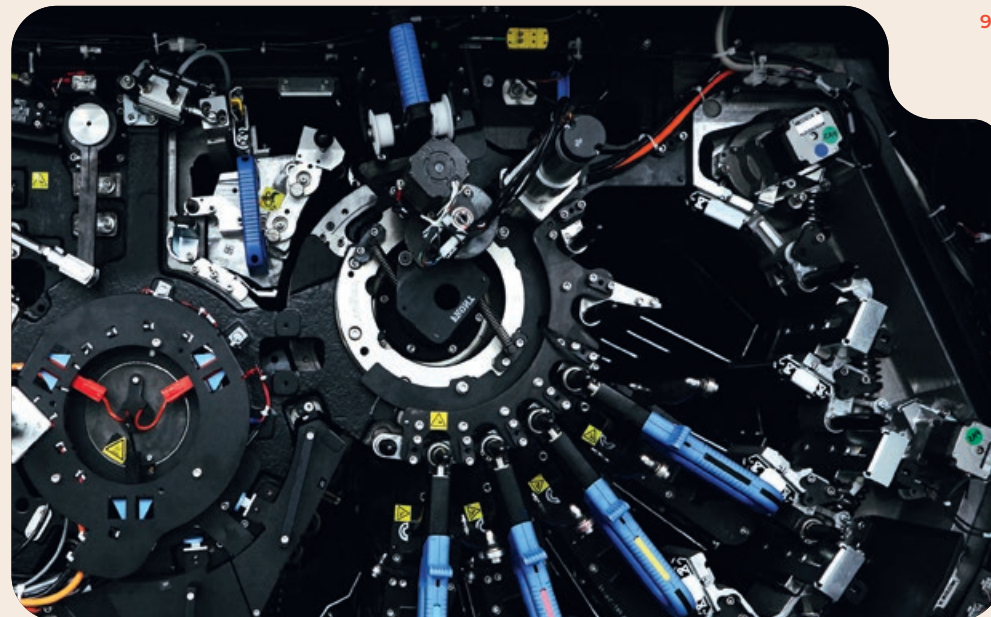
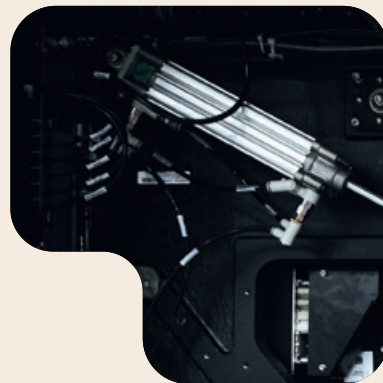
Inclusione

Rispetto

Fiducia

Ascolto

Linguaggio inclusivo



06

Nota metodologica

— Indice dei Contenuti GRI



ROLL TO ROLL
Vinyl and Poster
cutting and
finishing area

ROLL TO ROLL
Vinyl and Poster
printing area

ROLL TO ROLL
Banner & Bunting
cutting & finishing
area

RITRAMA

RITRAMA

RITRAMA



Nota metodologica

Il presente Report di sostenibilità è stato redatto su base volontaria con l'obiettivo di offrire una rappresentazione trasparente, chiara e coerente dell'impegno di Pixartprinting S.p.A sui temi ambientali, sociali e di governance entro il perimetro delle due sedi italiane. Il periodo di rendicontazione è il medesimo del rendiconto finanziario consolidato, quindi dal 1 luglio 2024 al 30 giugno 2025.

La struttura e i contenuti del documento sono stati sviluppati tenendo conto dei principali standard di rendicontazione internazionale (in particolare GRI), adattandoli alla natura volontaria del report e al livello di maturità del percorso di sostenibilità dell'azienda. In questo senso, il documento privilegia la chiarezza, la leggibilità e la comprensione dei temi rilevanti, evitando un'eccessiva tecnicità laddove non necessaria.

Il processo di analisi di materialità, descritto nel Capitolo *Governance e Responsabilità*, ha guidato la selezione dei temi prioritari e l'organizzazione dei contenuti, consentendo di concentrare la rendicontazione sugli ambiti a maggiore impatto per Pixartprinting e per i suoi stakeholder.

Perimetro e fonti dei dati

I dati qualitativi e quantitativi riportati nel Report provengono da fonti interne all'organizzazione e sono stati raccolti attraverso il coinvolgimento delle funzioni aziendali competenti (Operations, Supply Chain, Human Resources, Finance, IT, Customer Care, Quality, HSE-Health Safety Environment.). In alcuni casi, le informazioni sono state integrate con dati e metodologie definite a livello di Gruppo Cimpress, al fine di garantire coerenza e comparabilità.

Metodologia per il calcolo delle emissioni di gas a effetto serra

Le emissioni di gas a effetto serra rendicontate nel presente Report fanno riferimento all'inventario climatico del Gruppo Cimpress, di cui Pixartprinting è parte integrante. Il calcolo delle emissioni viene effettuato secondo i principi del GHG Protocol Corporate Standard e copre le principali categorie di Scope 1, Scope 2 e Scope 3 applicabili al modello di business.

Pixartprinting svolge un ruolo attivo nella raccolta dei dati necessari alla costruzione dell'inventario emissivo, fornendo informazioni puntuali e granulari relative alle proprie attività operative. In particolare, l'azienda raccoglie e trasmette al Gruppo Cimpress:

- i dati relativi ai consumi energetici e alle attività produttive dei propri stabilimenti;
- le informazioni sulla mobilità dei dipendenti, raccolte tramite survey interne strutturate;
- i dati dettagliati sui viaggi di lavoro, inclusi voli aerei e trasferte;
- le informazioni sui beni e servizi acquistati, sulla logistica e su altre attività rilevanti lungo la catena del valore.

La definizione delle metodologie di calcolo, la selezione dei fattori emissivi e l'applicazione degli approcci di stima (supplier-specific, spend-based, weight-based o altri metodi ammessi dallo standard) sono governate a livello di Gruppo Cimpress, al fine di assicurare coerenza metodologica, robustezza dei risultati e comparabilità nel tempo.

Come indicato nel Report ESG del Gruppo Cimpress, l'inventario delle emissioni è sottoposto a verifica da parte di una terza parte indipendente, a garanzia dell'affidabilità dei dati e

della correttezza del processo di calcolo. Per una descrizione dettagliata delle metodologie adottate per ciascuna categoria emissiva si rimanda pertanto al Report ESG di Cimpress.

Limiti e assunzioni

Come per ogni esercizio di rendicontazione, il presente Report riflette lo stato attuale di disponibilità e qualità dei dati. In particolare, per alcune categorie di Scope 3 la misurazione delle emissioni è ancora parzialmente basata su stime e proxy, in funzione del livello di maturità informativa della catena di fornitura. Pixartprinting è consapevole di questi limiti e ha avviato azioni progressive per migliorare la qualità e la copertura dei dati, in collaborazione con il Gruppo Cimpress e con i propri partner.

Il Report rappresenta pertanto un punto di partenza per un percorso di miglioramento continuo, che nei prossimi anni sarà rafforzato attraverso l'evoluzione delle metodologie, l'ampliamento del perimetro informativo e un coinvolgimento crescente degli stakeholder lungo la catena del valore.

Analisi di materialità – Dettaglio metodologico e risultati

L'analisi di materialità è stata condotta secondo un approccio di doppia prospettiva:

- Materialità d'impatto, relativa agli impatti generati da Pixartprinting su ambiente e persone
- Materialità finanziaria, relativa ai rischi e alle opportunità economico-finanziarie per l'azienda

La valutazione è stata realizzata attraverso workshop dedicati e votazione digitale su scala 1–5:

- 1 = Trascurabile
- 2 = Basso
- 3 = Medio
- 4 = Alto
- 5 = Critico

Materialità d'impatto

Hanno partecipato 18 stakeholder proxy interni, rappresentativi delle principali categorie di stakeholder, provenienti dalle funzioni HR, Sales, Servizio Clienti, Product Development, Acquisti, Rappresentanze Sindacali e dal Leadership Team.

Materialità finanziaria

La valutazione è stata effettuata dal Leadership Team, composto da 7 membri, incluso l'Amministratore Delegato.

Temi valutati e risultati medi

Di seguito si riportano le medie risultanti dalle due valutazioni.

Tema	Impatto (media)	Materialità finanziaria (media)
Approvvigionamento materie prime	4,06	4,29
Efficienza energetica	3,33	3,86
Eco-design materiali	3,61	3,71
Emissioni	3,00	3,43
Rifiuti	3,35	2,86
Sicurezza	3,44	3,29
Gestione dei talenti	3,67	4,14
Welfare	3,72	3,57
Diversità & Inclusione	3,89	3,00
Etica e integrità	3,94	4,29
Privacy e Cybersecurity	4,39	4,43

Letture dei risultati

I risultati evidenziano:

- una elevata rilevanza trasversale dei temi legati alla protezione dei dati, all'integrità del business e alla gestione responsabile della supply chain;
- una forte consapevolezza del valore strategico dei temi legati alle persone (talenti, welfare, sicurezza);
- una percezione di crescente rilevanza dei temi ambientali, in particolare per quanto riguarda approvvigionamento e progettazione dei materiali.

Le emissioni, pur risultando materialmente rilevanti (valore medio ≥ 3), presentano una valutazione più contenuta rispetto ad altri temi.

È importante evidenziare che il livello di maturità e consapevolezza interna sui temi climatici e ambientali è ancora in evoluzione. L'azienda ha avviato da diversi anni un percorso strutturato di misurazione e decarbonizzazione, ma non tutti i partecipanti dispongono dello stesso livello di alfabetizzazione tecnica su questi ambiti. La matrice rappresenta quindi una fotografia dello stato attuale della percezione interna, che sarà progressivamente rafforzata attraverso attività di formazione e consolidamento della cultura della sostenibilità.

Indice dei contenuti GRI

Il presente Report è stato redatto facendo riferimento ai GRI Standards, secondo l'opzione "with reference to", in coerenza con la natura volontaria del documento.

L'indice dei contenuti GRI riportato nelle pagine seguenti fornisce una mappatura trasparente tra i contenuti del report e gli standard GRI applicabili, consentendo al lettore di individuare con chiarezza le informazioni rendicontate rispetto ai principali temi materiali.

Titolo GRI standard	Informativa	Riferimento nel testo	Omissioni e note
GRI 2 - Informazioni Generali (2021)	2-1 Dettagli organizzativi	2. Chi siamo	
	2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	Nota metodologica	
	2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	Nota metodologica	Per qualsiasi informazione è possibile contattare l'Head of CSR & Corporate Communication all'indirizzo sustainability@pixartprinting.com
	2-4 Revisione delle informazioni		Non applicabile in quanto primo esercizio di rendicontazione di sostenibilità.
	2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business	2.1 Chi siamo 3.5 Gestione dei rischi di sostenibilità e Governance della catena del valore	
	2-7 Dipendenti	5. L'impegno per le nostre persone	
	2-8 Lavoratori non dipendenti	5. L'impegno per le nostre persone	
	2-9 Struttura e composizione della governance	3.3 Un modello di Governance orientato al valore	
	2-11 Presidente del massimo organo di governo	3.3 Un modello di Governance orientato al valore	
	2-12 Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	3.3 Un modello di Governance orientato al valore	

Titolo GRI standard	Informativa	Riferimento nel testo	Omissioni e note
	2-14 Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	3.3 Un modello di Governance orientato al valore	Il Leadership Team supporta il CEO nella revisione dei contenuti del Report, inclusi i temi materiali. Il Report include policy, procedure e KPI rilevanti ed è validato e sottoscritto dal CEO.
	2-17 Conoscenze collettive del massimo organo di governo		<p>Lo sviluppo delle conoscenze, delle competenze e dell'esperienza del massimo organo di governo sui temi di sostenibilità avviene in modo progressivo e integrato nei processi decisionali dell'organizzazione. Attualmente, Pixartprinting non prevede programmi formali di formazione dedicata per il massimo organo di governo sui temi dello sviluppo sostenibile. La crescita delle competenze avviene principalmente attraverso:</p> <ul style="list-style-type: none"> • il coinvolgimento diretto dell'Amministratore Delegato e del Leadership Team nella definizione, nel monitoraggio e nell'evoluzione della strategia di sostenibilità; • la discussione periodica di temi ESG all'interno dei momenti di governance e di allineamento manageriale, anche in relazione a rischi, opportunità e impatti per l'organizzazione; • l'analisi dei risultati di performance ambientali e sociali, inclusi gli avanzamenti sugli obiettivi di sostenibilità e sulla rendicontazione (es. emissioni, filiera, persone). <p>Il processo di rendicontazione di sostenibilità, avviato su base volontaria, rappresenta esso stesso uno strumento di rafforzamento delle competenze collettive del massimo organo di governo, favorendo una maggiore consapevolezza degli impatti dell'organizzazione e un'integrazione progressiva dei temi ESG nei processi decisionali.</p>
	2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	1.1 Messaggio dell'Amministratore Delegato	
	2-23 Impegno in termini di policy	3.4 Etica, Integrità e Compliance	

Titolo GRI standard	Informativa	Riferimento nel testo	Omissioni e note
	2-24 Integrazione degli impegni in termini di policy	3.4 Etica, Integrità e Compliance	
	2-25 Processi volti a rimediare impatti negativi	3.4 Etica, Integrità e Compliance	
	2-26 Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	3.4 Etica, Integrità e Compliance	
	2-27 Conformità a leggi e regolamenti		Nel periodo di rendicontazione non sono stati identificati casi di non conformità a leggi e regolamenti applicabili.
	2-28 Appartenenza ad associazioni		Pixartprinting S.p.A è associata a Confindustria Veneto Est
	2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	2.3 Il cliente al centro: esperienza, qualità e affidabilità del servizio 3.2 Analisi di materialità e temi prioritari 3.5 Gestione dei rischi di sostenibilità e governance della catena del valore 5. L'impegno per le nostre persone	
	2-30 Contratti collettivi	5. L'impegno per le nostre persone	
GRI 3 - Temi materiali (2021)	3-1 Processo di determinazione dei temi materiali	3.2 Analisi di materialità e temi prioritari Nota metodologica	
	3-2 Elenco di temi materiali	3.2 Analisi di materialità e temi prioritari Nota metodologica	
	3-3 Gestione dei temi materiali	3.4 Etica, Integrità e Compliance 3.5 Gestione dei rischi di sostenibilità e governance della catena del valore 6. Digital Responsibility: Privacy, contenuti e trasparenza 4. Il percorso verso la sostenibilità ambientale 4.1 Responsible Forestry 4.2 Plastic Transition 4.3 Decarbonizzazione e gestione delle emissioni 4.4. Gestione dei rifiuti e riduzione degli scarti	

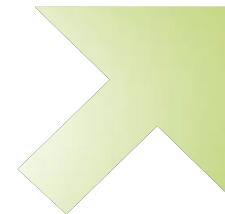
Titolo GRI standard	Informativa	Riferimento nel testo	Omissioni e note
		5. L'impegno per le nostre persone 5.1 Salute e sicurezza 5.2 Welfare, benessere e conciliazione vita lavoro 5.3 Formazione e sviluppo delle competenze	
GRI 302 – Energia (2016)	302-1 Consumo di energia interno all'organizzazione	4.3 Decarbonizzazione e gestione delle emissioni	
GRI 305 - Emissioni	305-1 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) dirette (Scope 1)	4.3 Decarbonizzazione e gestione delle emissioni Nota metodologica	
	305-2 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette da consumi energetici (Scope 2)	4.3 Decarbonizzazione e gestione delle emissioni Nota metodologica	
	305-3 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette (Scope 3)	4.3 Decarbonizzazione e gestione delle emissioni Nota metodologica	
	305-5 Riduzione di emissioni di gas a effetto serra (GHG)	4.3 Decarbonizzazione e gestione delle emissioni Nota metodologica	
GRI 306 - Rifiuti (2020)	306-3 Rifiuti generati	4.3 Decarbonizzazione e gestione delle emissioni Nota metodologica	
	306-5 Rifiuti conferiti in discarica	4.3 Decarbonizzazione e gestione delle emissioni Nota metodologica	
GRI 401 - Occupazione	401-1 Assunzioni di nuovi dipendenti e avvicendamento dei dipendenti	5. L'impegno per le nostre persone	
GRI 403 - Salute e Sicurezza sul Lavoro	403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	5.1 Salute e sicurezza	
	403-2 Identificazione del pericolo, valutazione del rischio e indagini sugli incidenti	5.1 Salute e sicurezza	

Titolo GRI standard	Informativa	Riferimento nel testo	Omissioni e note
	403-3 Servizi per la salute professionale	5.1 Salute e sicurezza	
	403-5 Formazione dei lavoratori sulla salute e sicurezza sul lavoro	5.1 Salute e sicurezza	
	403-6 Promozione della salute dei lavoratori	5.1 Salute e sicurezza	
	403-8 Lavoratori coperti da un sistema digestione della salute e sicurezza sul lavoro	5.1 Salute e sicurezza	
	403-9 Infortuni sul lavoro		
GRI 404 - Formazione e istruzione	404-1 Numero medio di ore di formazione all'anno per dipendente"	5.3 Formazione e sviluppo delle competenze	
	404-2 Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e di assistenza nella transizione	5.3 Formazione e sviluppo delle competenze	
	404-3 Percentuale di dipendenti che ricevono periodicamente valutazioni delle loro performance e dello sviluppo professionale	5.3 Formazione e sviluppo delle competenze	
GRI 405 - Diversità e pari opportunità (2016)	405-1 Diversità negli organi di governance e tra i dipendenti	5. L'impegno per le nostre persone	
GRI 418 - Privacy dei clienti (2016)	418-1 Fondati reclami riguardanti violazioni della privacy dei clienti e perdita di loro dati"	6. Digital Responsibility: Privacy, contenuti e trasparenza	<p>Nel periodo di rendicontazione non sono stati ricevuti reclami fondati riguardanti violazioni della privacy dei clienti. In particolare:</p> <ul style="list-style-type: none"> • non sono stati ricevuti reclami da parte di terzi successivamente comprovati dall'organizzazione; • non sono stati ricevuti reclami da parte di autorità o organi normativi; • non sono stati identificati episodi di violazione della privacy dei clienti.

Pixartprinting S.p.A. a socio unico

Soggetta alla direzione e coordinamento di Cimpress plc

Sede legale, amministrativa e produttiva
Via 1° Maggio, 8
30020 Quarto d'Altino VE, Italia
T. +39 0422 823301



Questo Report rappresenta una tappa del nostro percorso, non un punto di arrivo.

La sostenibilità è un processo che evolve nel tempo e si rafforza attraverso il confronto, l'ascolto e il contributo delle persone che interagiscono con Pixartprinting.

Suggerimenti, osservazioni o richieste di approfondimento sono per noi uno stimolo prezioso per continuare a migliorare.

Per contatti:

Patrizia Baggio
Head of CSR & Corporate Communication
sustainability@pixartprinting.com

Cura editoriale:

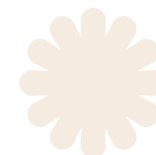
Patrizia Baggio

Progetto grafico:

Carla Fernandez, Filippo Ferrari, Liviana Vanzetto

Art direction:

Alessandra Salmasi



pixartprinting

***grazie
per l'attenzione***

