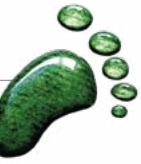


# Bilancio di Sostenibilità



2023  
2024



# Sommario

|                                                           |           |
|-----------------------------------------------------------|-----------|
| <b>LETTERA AGLI STAKEHOLDER</b>                           | <b>5</b>  |
| <b>1. MCA DIGITAL</b>                                     | <b>7</b>  |
| 1.1. La nostra identità                                   | 7         |
| 1.2. Missione, visione e valori aziendali                 | 7         |
| <b>2. L'APPROCCIO ALLA SOSTENIBILITÀ</b>                  | <b>9</b>  |
| 2.1. LO STAKEHOLDER ENGAGEMENT E L'ANALISI DI MATERIALITÀ | 9         |
| 2.2. MCA DIGITAL E GLI OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE  | 14        |
| <b>3. LA GOVERNANCE</b>                                   | <b>17</b> |
| 3.1. LA STRUTTURA SOCIETARIA E L'ASSETTO ORGANIZZATIVO    | 17        |
| 3.2. ETICA E COMPLIANCE                                   | 18        |
| 3.3. LA GESTIONE DEI RISCHI                               | 21        |
| <b>4. IL CAPITALE UMANO</b>                               | <b>23</b> |
| 4.1. LE NOSTRE PERSONE                                    | 23        |
| 4.2. LA COMPOSIZIONE DEL PERSONALE                        | 23        |
| 4.3. LA REMUNERAZIONE                                     | 25        |
| 4.4. LE INIZIATIVE PER IL BENESSERE DEI DIPENDENTI        | 25        |
| 4.5. LA DIVERSITÀ E L'INCLUSIONE                          | 26        |
| 4.6. LA CRESCITA E LO SVILUPPO PROFESSIONALE              | 26        |
| 4.7. LA SALUTE E LA SICUREZZA SUL LAVORO                  | 29        |
| 4.8. LE INIZIATIVE PER COINVOLGERE E SENSIBILIZZARE       | 30        |
| <b>5. IL CAPITALE RELAZIONALE</b>                         | <b>31</b> |
| 5.1. LA RELAZIONE CON I CLIENTI                           | 31        |
| 5.2. LA GESTIONE DEL RAPPORTO CON I FORNITORI             | 31        |
| 5.3. IL LEGAME CON LA COMUNITÀ E IL TERRITORIO            | 33        |
| <b>6. IL CAPITALE NATURALE</b>                            | <b>37</b> |
| 6.1. LA GESTIONE RESPONSABILE DELL'AMBIENTE               | 37        |
| 6.2. I CONSUMI ENERGETICI E LE EMISSIONI                  | 37        |
| 6.3. LA GESTIONE DEI RIFIUTI                              | 40        |
| <b>7. IL CAPITALE FINANZIARIO</b>                         | <b>43</b> |
| 7.1. LA PERFORMANCE ECONOMICA                             | 43        |
| 7.2. L'INNOVAZIONE                                        | 44        |
| <b>8. I NOSTRI OBIETTIVI</b>                              | <b>45</b> |
| <b>9. APPENDICE</b>                                       | <b>47</b> |
| 9.1. NOTA METODOLOGICA                                    | 47        |
| <b>10. GRI CONTENT INDEX</b>                              | <b>49</b> |
| <b>11. RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE</b>           | <b>55</b> |





## LETTERA AGLI STAKEHOLDER

La parola sostenibilità nel PNRR è citata 465 volte. L'uso così eccessivo del termine potrebbe sembrare una moda linguistica, tuttavia rivela anche come sia cresciuta negli individui e nelle aziende la consapevolezza che serve un nuovo modello di sviluppo per garantire il futuro delle prossime generazioni.

In alcuni ambiti, però, continua a esserci resistenza nel considerare la sostenibilità come una questione strategica e prevale la convinzione che si tratti solamente di comunicazione o, addirittura, che il suo perseguimento sia controproducente, un costo aggiuntivo con benefici economici e sociali difficilmente monetizzabili.

Il biennio 2023 - 2024 per noi è stato un anno di profondi cambiamenti che ci hanno messo alla prova come non era mai accaduto prima. Le crescenti tensioni geopolitiche, la crisi ambientale, l'orientamento restrittivo delle politiche monetarie e tutte le ricadute sociali di questi eventi, impattando su consumi e commercio, hanno creato instabilità anche nel mercato in cui operiamo, portandoci ad affrontare sfide importanti.

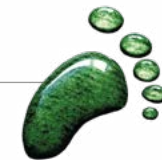
Negli anni, i principali concorrenti hanno adottato politiche di prezzi al ribasso, ricordandoci l'importanza di essere flessibili e pronti a reagire ai mutamenti di scenario.

In questo complicato contesto abbiamo dovuto adattare la nostra strategia mantenendo, comunque, aderenza alla nostra visione che si basa su tre pilastri principali: essere un'azienda solida finanziariamente, avere una struttura organizzativa efficace, investire sulle nostre persone, sulla supply chain e proseguire nel cammino della responsabilità sociale.

Perché il compito e l'obiettivo delle aziende dovrebbero essere quelli di realizzare progetti capaci di durare nel tempo e, con l'aiuto delle persone che vi lavorano, essere in prima linea per dare forma a un futuro in cui imprese, ambiente e comunità possano convivere in equilibrio.

Il ringraziamento va a tutte le persone che credono a questo percorso, che hanno dedicato impegno, entusiasmo e tempo per esprimere il loro desiderio di cambiamento e la loro volontà di passare all'azione.

**Cristina del Guasta**  
Presidente del CdA



## 1. MCA DIGITAL

### 1.1. La nostra identità

**MCA Digital S.p.A** è una società di capitali attiva dal 2015, con sede a Campodarsego (PD) in Via Frattina, 38/40.

Il *core business* dell'azienda è la **commercializzazione** di attrezzature e materiali di consumo per la **stampa digitale professionale** di piccolo e grande formato. Operiamo su tutto il territorio nazionale, con un portfolio costituito principalmente da stampatori digitali e offset, centri stampa e centri copie. Più recentemente, abbiamo iniziato a collaborare anche con realtà manifatturiere, sempre più interessate alla personalizzazione di massa dei propri prodotti.

La nostra missione è **promuovere l'innovazione**, proponendo idee e soluzioni originali. Offriamo **tecnologie all'avanguardia** per rispondere alle esigenze dei clienti, supporti per la stampa accuratamente selezionati e un servizio di assistenza specializzata, grazie al supporto di un team di tecnici certificati.

Puntiamo a distinguerci come una delle più importanti realtà del settore, grazie a un incremento progressivo delle quote di mercato, prodotti affidabili e una significativa copertura territoriale. Il nostro obiettivo è instaurare relazioni di fiducia con partner e aziende alla costante ricerca di un vantaggio competitivo. Realtà che non puntano solo all'incremento dei volumi di vendita, ma anche alla conquista di nuovi segmenti di mercato più redditizi, nei quali distinguersi attraverso la qualità del servizio offerto.

La nostra proposta commerciale, composta da soluzioni sia materiali che immateriali, risponde, inoltre, anche alle esigenze di piccole e medie realtà – come centri copie e studi grafici – con volumi di stampa contenuti.

### 1.2. Mission, vision e valori aziendali

MCA Digital è cresciuta, inizialmente, con la convinzione di poter immaginare e sviluppare soluzioni differenti rispetto agli altri operatori del mercato. Con il passare degli anni il vero vantaggio competitivo si è basato non semplicemente sull'incremento delle vendite, ma sulla cura del servizio offerto, sulla qualità delle tecnologie e dei materiali proposti e sull'affidabilità dimostrata a clienti, fornitori e collaboratori.

Il nostro obiettivo è di aiutare le aziende a raggiungere gli obiettivi che si sono prefissati, mettendo a disposizione la nostra competenza.

La posizione di leadership che abbiamo raggiunto, in particolare per quanto riguarda le tecnologie di stampa, è stata garantita grazie alla qualità e alla durata nel tempo dei sistemi che proponiamo, a procedure chiare e trasparenti e alla buona reputazione che ci contraddistingue e che favorisce sia la soddisfazione dei clienti e degli enti con cui lavoriamo, sia l'equilibrio con i fornitori e i terzi in genere.

La capacità di selezionare le tecnologie più innovative è un elemento chiave per MCA Digital. Grazie ai continui investimenti in **ricerca e sviluppo**, abbiamo consolidato il nostro know-how tecnico anche sui materiali per la stampa permettendoci di anticipare le esigenze del mercato e offrire ai clienti vantaggi inaspettati.

#### Fattori distintivi e i valori fondanti di MCA Digital

- **Innovazione per generare impatto.** Innovazione applicata a metodi, processi, prodotti e servizi per favorire produzioni di alto valore aggiunto e dare risposte concrete ai cambiamenti richiesti dal mercato e dai nostri collaboratori.
- **Trasparenza, etica e integrità.** Una sfida quotidiana che ci impegniamo a portare avanti con determinazione attraverso attività di sensibilizzazione e organizzazione di sessioni di formazione per agenti e dipendenti.
- **Attenzione per l'ambiente e redditività.** Per noi sostenibilità e competitività non sono in contrasto. Integrare il rispetto dell'ambiente, la tutela della salute, l'attenzione verso il territorio e la collettività nel core business di MCA Digital offre vantaggi significativi per garantire la prosperità a lungo termine.



➤ **Presenza commerciale qualificata.** Costruire relazioni commerciali durature attraverso una rete selezionata di agenti, contribuisce al successo aziendale perché riflette il nostro impegno verso la qualità e la fiducia reciproca e consente una migliore comprensione del mercato locale, delle tendenze emergenti e un ascolto attento delle esigenze dei clienti.

## 2. L'APPROCCIO ALLA SOSTENIBILITÀ

### 2.1. Lo stakeholder engagement e l'analisi di materialità

MCA Digital è impegnata in uno sforzo di rafforzamento nella Governance degli obiettivi ESG per garantire oltre a una solida gestione economica il rispetto per le persone e l'ambiente in cui opera. Attraverso un approccio strutturato e partecipativo, l'azienda promuove un percorso costante di crescita responsabile, per consolidare il proprio ruolo nella creazione di valore sostenibile nel tempo, nonostante tutte le difficoltà.

In questo ambito, il coinvolgimento degli stakeholder e l'analisi di materialità svolgono un ruolo centrale nel guidare decisioni trasparenti e consapevoli, individuando le questioni ambientali, sociali ed economiche più rilevanti per MCA Digital e i suoi interlocutori.

Consapevole dell'importanza del dialogo, nel biennio 2023-2024 MCA Digital ha rafforzato il processo di mappatura e coinvolgimento dei portatori di interesse. L'azienda ha istituito diversi canali di comunicazione aperti e continuativi con gli stakeholder, con l'obiettivo di comprendere le loro aspettative, rispondere efficacemente alle loro esigenze e approfondire, grazie al loro contributo, le principali tematiche legate alla sostenibilità.



#### L'analisi di materialità 2023: dagli impatti al dialogo con gli stakeholder

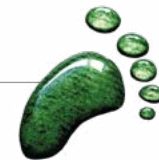
Nel 2023, MCA Digital ha aggiornato la propria analisi di materialità, con l'obiettivo di individuare e valutare in modo più puntuale gli aspetti di sostenibilità rilevanti per l'azienda. Nello specifico, sono state svolte le seguenti attività<sup>1</sup>:

- **Identificazione degli aspetti di sostenibilità rilevanti per MCA Digital**

Le tematiche di sostenibilità significative sono state individuate attraverso un confronto e una condivisione con i responsabili di MCA Digital, integrando l'analisi della letteratura nazionale e internazionale sul tema, insieme a un esame dei principali *competitor* e delle *best practices* nel settore *printing* e *offsetting*. Questi temi sono risultati coerenti con quelli già identificati nella precedente analisi di materialità (2021-2022), ma sono stati definiti in modo più specifico gli ambiti di impatto di ciascuno. Per approfondire ulteriormente, è stato sviluppato un questionario rivolto agli stakeholder, volto a esplorare le tematiche individuate e altre ritenute rilevanti per l'organizzazione.

- **Stakeholder engagement**

Il processo si è articolato in diverse fasi e ha previsto un confronto continuo con la Direzione di MCA Digital per definire in modo condiviso sia il numero di stakeholder da coinvolgere, sia il metodo di engagement da adottare.

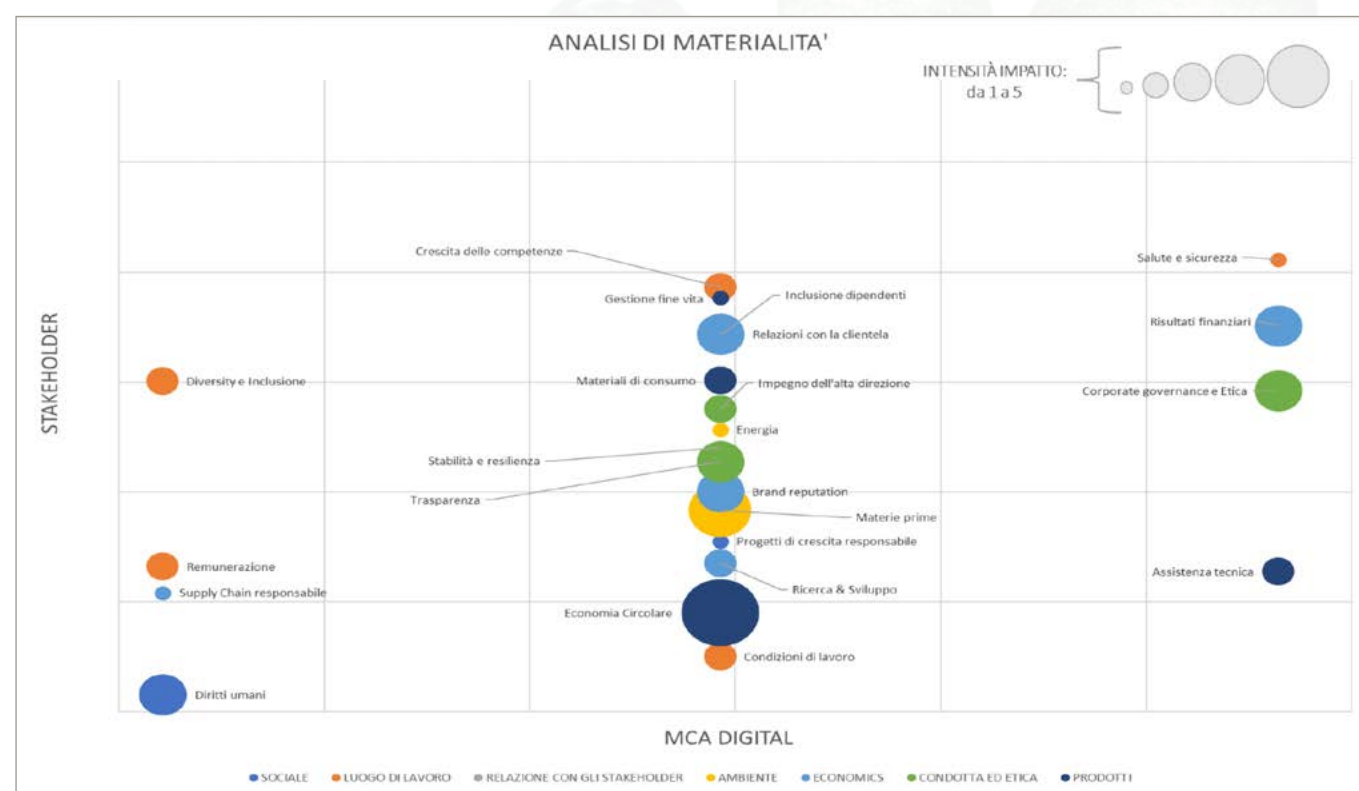


Nel 2023, l'attività ha coinvolto complessivamente sei categorie di stakeholder: top management/shareholder, dipendenti, clienti, agenti, fornitori/partner e comunità scientifica. Per garantire una rappresentazione più precisa degli interessi degli stakeholder e restituirne una visione maggiormente strategica, per ogni categoria sono state definite delle sottocategorie/classi volte a valorizzare le diversità presenti all'interno della categoria stessa, per affinare un risultato che il necessario processo di aggregazione tende ad attenuare. Attraverso il questionario, gli stakeholder si sono espressi sulla rilevanza delle tematiche di sostenibilità identificate.

#### • Definizione dei temi rilevanti

A seguito del coinvolgimento degli stakeholder, sono stati analizzati i risultati e costruita la matrice di materialità, che rappresenta graficamente la priorità attribuita ai temi materiali sia da MCA Digital, sia dai suoi interlocutori. I temi prioritari sono stati quindi condivisi e validati dal top management.

L'analisi ha validato le tematiche già identificate nella rilevazione 2021-2022 e ne ha introdotte di nuove, per un totale complessivo di 23. Si riporta di seguito la matrice di materialità, che rappresenta graficamente la priorità attribuita ai temi sia da MCA Digital sia dai suoi stakeholder.



#### L'analisi di materialità 2024: una nuova sintesi di impatti e temi rilevanti

Nel 2024, MCA Digital ha revisionato la propria analisi di materialità, in conformità con i GRI Universal Standard 2021, che richiedono l'identificazione delle tematiche materiali partendo dalla valutazione degli impatti positivi e negativi, attuali e potenziali, generati dall'organizzazione o dalle sue relazioni di business su ambiente, economia, persone e diritti umani.

Il percorso di analisi si è articolato in quattro fasi principali:

- **Comprensione del contesto:** sono state analizzate le attività aziendali, le relazioni di business e il contesto di sostenibilità in cui opera MCA Digital. Inoltre, sono stati considerati gli interessi dei principali stakeholder.
- **Identificazione degli impatti:** è stata condotta un'analisi volta a individuare gli impatti positivi e negativi, attuali o potenziali, che MCA Digital genera o potrebbe generare, direttamente o indirettamente, su economia, ambiente, persone e diritti umani. Per ciascun impatto sono state definite le caratteristiche principali, gli stakeholder coinvolti e il legame dell'organizzazione con la causa che lo ha generato.

- **Valutazione della significatività degli impatti:** ogni impatto identificato è stato valutato utilizzando due scale distinte, a seconda della sua natura. Nello specifico, gli impatti negativi sono stati valutati in base alla loro probabilità di verificarsi e alla loro gravità, quest'ultima determinata dalla combinazione di:

- entità: severità effettiva o potenziale dell'impatto;
- portata: estensione della diffusione dell'impatto;
- irrimediabilità: difficoltà nel contrastare o riparare il danno risultante.

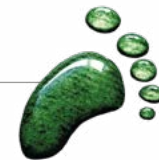
Gli impatti positivi sono stati, invece, valutati in base alla loro probabilità di verificarsi e al loro beneficio, quest'ultimo determinato dalla combinazione di:

- entità: beneficio effettivo o potenziale dell'impatto;
- portata: estensione della diffusione del beneficio.

- **Definizione dei temi materiali:** sulla base dei risultati della valutazione, a ciascun impatto è stata attribuita una rilevanza, determinata dalla gravità o dal beneficio e dalla probabilità di accadimento, e sono stati individuati i temi materiali, ossia le tematiche di sostenibilità significative per l'organizzazione e i suoi stakeholder.

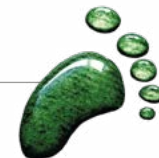
A valle di questo processo, sono stati individuati 18 impatti significativi e, a partire da essi, definiti 13 temi materiali. Rispetto al 2023, il numero di temi è diminuito, poiché alcuni di essi sono stati aggregati per evitare ridondanze o sovrapposizioni. I temi rilevanti rimangono comunque coerenti con quelli precedentemente individuati.

I risultati dell'attività svolta sono sintetizzati nella tabella che segue:



| Tema materiale                                            | Panoramica dell'impatto individuato                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |  | Tipologia di impatto  | Tipologia di coinvolgimento                           | Stakeholder maggiormente impattati | Modalità di gestione                         |
|-----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|-----------------------|-------------------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------|
| <b>Riduzione dei consumi energetici</b>                   | L'attività commerciale svolta comporta il consumo di risorse naturali (energia elettrica, gas e carburante) e l'emissione di gas a effetto serra.                                                                                                                                                                                                                        |  | Negativo - Attuale    | Direttamente collegato all'attività di business       | Ambiente <sup>2</sup>              | Il capitale naturale                         |
|                                                           | L'energia elettrica utilizzata da MCA è certificata 100% green: ciò comporta una riduzione delle emissioni di gas a effetto serra.                                                                                                                                                                                                                                       |  | Positivo - Attuale    | Direttamente collegato all'attività di business       | Ambiente                           | Il capitale naturale                         |
| <b>Materie prime e gestione dei rifiuti</b>               | L'adozione di una politica di gestione dei rifiuti favorisce una minore produzione di rifiuti (pericolosi e non pericolosi), una massimizzazione del recupero, nonché la sensibilizzazione delle persone nell'effettuare una corretta raccolta differenziata.                                                                                                            |  | Positivo - Attuale    | Direttamente collegato all'attività di business       | Ambiente                           | Il capitale naturale                         |
|                                                           | MCA si impegna a ricercare materie prime a basso impatto ambientale, a promuovere l'utilizzo di materiali di consumo sostenibili e a fornire ai propri clienti informazioni sul corretto smaltimento dei prodotti a fine vita.                                                                                                                                           |  | Positivo – Potenziale | Fornisce un contributo tramite l'attività di business | Ambiente                           | Il capitale naturale                         |
| <b>Tutela della salute e sicurezza sul lavoro</b>         | Lo svolgimento dell'attività lavorativa (in particolare, la movimentazione dei carichi) potrebbe impattare sulla salute e la sicurezza dei lavoratori e causare infortuni sul lavoro.                                                                                                                                                                                    |  | Negativo – Potenziale | Direttamente collegato all'attività di business       | Dipendenti e Agenti                | Il capitale umano                            |
|                                                           | La valutazione dei rischi e la formazione continua in materia di salute e sicurezza riducono il rischio di infortuni e garantiscono la salvaguardia di tutti i lavoratori e la creazione di un ambiente di lavoro sicuro.                                                                                                                                                |  | Positivo - Attuale    | Direttamente collegato all'attività di business       | Dipendenti e Agenti                | Il capitale umano                            |
| <b>Formazione e crescita professionale</b>                | Le attività di formazione e coinvolgimento dei dipendenti, nonché l'attenzione alle politiche di remunerazione contribuiscono a garantire la crescita professionale e personale dei lavoratori, la diffusione di una cultura del merito basata sulle competenze e il know-how.                                                                                           |  | Positivo - Attuale    | Direttamente collegato all'attività di business       | Dipendenti e Agenti                | Il capitale umano                            |
| <b>Benessere dei dipendenti</b>                           | L'impegno di MCA a migliorare le condizioni di lavoro, tramite l'introduzione di condizioni di lavoro flessibili e iniziative di welfare contribuiscono a garantire il bilanciamento vita-lavoro, la soddisfazione dei dipendenti nonché motivazione e senso di appartenenza.                                                                                            |  | Positivo - Attuale    | Direttamente collegato all'attività di business       | Dipendenti e Agenti                | Il capitale umano                            |
| <b>Diversity &amp; Inclusion</b>                          | L'attenzione di MCA al tema della diversity & inclusion contribuisce a creare un ambiente di lavoro positivo, diversificato e inclusivo, a garantire eque opportunità e ridurre il gender gap e a promuovere e valorizzare il rispetto dei diritti umani.                                                                                                                |  | Positivo - Attuale    | Direttamente collegato all'attività di business       | Dipendenti e Agenti                | Il capitale umano                            |
| <b>Progetti mirati a una crescita sostenibile</b>         | Le iniziative culturali ed educative, i workshop, le erogazioni liberali e le sponsorizzazioni impattano in quanto supportano il territorio e le comunità locali, sensibilizzano rispetto ai temi di sostenibilità, promuovono valori positivi e favoriscono la creazione di una filiera sostenibile nell'ottica di un'economia circolare.                               |  | Positivo - Attuale    | Direttamente collegato all'attività di business       | Comunità                           | Il capitale relazionale                      |
| <b>Rapporto con il cliente</b>                            | Le iniziative di formazione e la partecipazione a eventi promozionali destinati ai propri clienti favoriscono la creazione di un rapporto di fiducia, il coinvolgimento dei clienti e la creazione di valore condiviso legato al tema della sostenibilità.                                                                                                               |  | Positivo - Attuale    | Direttamente collegato all'attività di business       | Clienti                            | Il capitale relazionale                      |
| <b>Gestione responsabile del rapporto con i fornitori</b> | La scelta di fornitori basata su criteri di tipo ambientale e sociale contribuisce alla tutela dei diritti dei lavoratori e degli altri diritti umani e migliora la gestione degli impatti ambientali.                                                                                                                                                                   |  | Positivo - Potenziale | Collegato alla causa da relazioni di business         | Fornitori                          | Il capitale relazionale                      |
| <b>Compliance, etica e integrità del business</b>         | Il mancato rispetto di leggi e regolamenti potrebbe favorire la concorrenza sleale, causare la violazione di diritti degli stakeholder e provocare loro danni economici.                                                                                                                                                                                                 |  | Negativo – Potenziale | Direttamente collegato all'attività di business       | Tutte le categorie di stakeholder  | La governance                                |
|                                                           | Una buona governance aziendale favorisce la verifica e il controllo dei processi interni, la stabilità e la continuità delle attività, la gestione degli impatti su ambiente, persone, diritti umani ed economia, la trasparenza nei confronti degli stakeholder, un presidio costante in tema di fiscalità e, in generale, un'attenta valutazione dei rischi aziendali. |  | Positivo - Attuale    | Direttamente collegato all'attività di business       | Tutte le categorie di stakeholder  | La governance                                |
| <b>Performance economica</b>                              | Un risultato d'esercizio negativo potrebbe generare difficoltà negli investimenti sui progetti e sulle iniziative a favore delle persone e una percezione di instabilità da parte di lavoratori e collaboratori.                                                                                                                                                         |  | Negativo – Potenziale | Direttamente collegato all'attività di business       | Dipendenti e Agenti<br>Fornitori   | Il capitale finanziario                      |
|                                                           | La solidità economica incoraggia la creazione di valore condiviso e investimenti a favore di una strategia integrata con gli obiettivi di sviluppo sostenibile, inoltre offre stabilità e possibilità di pianificare.                                                                                                                                                    |  | Positivo - Attuale    | Direttamente collegato all'attività di business       | Dipendenti e Agenti<br>Fornitori   | Il capitale finanziario                      |
| <b>Innovazione e R&amp;S</b>                              | Gli investimenti nella ricerca e nello sviluppo agevolano il superamento di criticità ambientali legate alla stampa tradizionale, l'efficientamento dei processi e la digitalizzazione.                                                                                                                                                                                  |  | Positivo - Attuale    | Fornisce un contributo tramite l'attività di business | Clienti                            | Il capitale relazionale<br>Il capitale umano |
| <b>Digitalizzazione e cyber security</b>                  | Ridotti investimenti e mancata formazione in ambito digitalizzazione e cyber security potrebbero comportare rischi di natura cyber (es. data breach), perdita di dati sensibili, inefficienze interne e danni alla reputazione aziendale.                                                                                                                                |  | Negativo - Potenziale | Direttamente collegato all'attività di business       | Dipendenti e Agenti                | La governance                                |

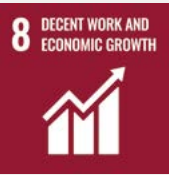
<sup>2</sup> Lo stakeholder "ambiente" è inteso come generazioni future, associazioni ambientaliste, comunità scientifica.



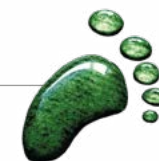
## 2.2. MCA Digital e gli Obiettivi di sviluppo sostenibile

Il 25 settembre 2015, l'Assemblea Generale delle Nazioni Unite ha adottato ufficialmente l'Agenda Globale per lo Sviluppo Sostenibile, un piano d'azione articolato in **17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile** (Sustainable Development Goals – SDGs) da raggiungere entro il 2030. Questi obiettivi rappresentano un impegno condiviso da parte della comunità internazionale per affrontare le grandi sfide globali, come la povertà, le disuguaglianze, il cambiamento climatico, la protezione dell'ambiente e la promozione della pace, della giustizia e di istituzioni solide.

MCA Digital ha scelto di adottare i **17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile** come linee guida da seguire nelle diverse attività intraprese dall'azienda. Attraverso il dialogo e la collaborazione con le controparti cerchiamo di condividere e valorizzare gli obiettivi alla cui realizzazione riteniamo di poter dare un maggiore contributo e che potrebbero guidare e migliorare anche la condotta dell'intera filiera, rendendola più responsabile. Il nostro operato può avere un impatto concreto e positivo sugli SDGs 3, 4, 5, 8, 9, 17.

| Tema materiale                                                                      | Panoramica dell'impatto individuato                                                                                                      | Modalità di gestione                                                             | Tipologia di impatto                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | Assicurare la salute e il benessere per tutti e per tutte le età                                                                         | 4. Il capitale umano                                                             | 3.4 Entro il 2030, ridurre di un terzo la mortalità prematura da malattie non trasmissibili attraverso la prevenzione e la cura e promuovere la salute mentale e il benessere<br>3.5 Rafforzare la prevenzione e il trattamento di abuso di sostanze, tra cui abuso di stupefacenti e l'uso nocivo di alcool<br>3.7 Entro il 2030, garantire l'accesso universale ai servizi di assistenza sanitaria sessuale e riproduttiva, compresi quelli per la pianificazione familiare, l'informazione e l'educazione, e l'integrazione della salute riproduttiva nelle strategie e nei programmi nazionali                                                                                                                                                                                     |
|    | Fornire un'educazione di qualità, equa ed inclusiva, e opportunità di apprendimento per tutti                                            | 4. Il capitale umano                                                             | 4.4 Entro il 2030, aumentare in modo sostanziale il numero di giovani e adulti che possiedono le competenze necessarie, comprese quelle tecniche e professionali, per l'occupazione, i lavori dignitosi e l'imprenditorialità.<br>4.7 Entro il 2030, garantire che tutti i discenti acquisiscano le conoscenze e le competenze necessarie per promuovere lo sviluppo sostenibile, anche attraverso l'educazione allo sviluppo sostenibile e a stili di vita sostenibili, ai diritti umani, alla parità di genere, alla promozione di una cultura della pace e della non violenza, alla cittadinanza globale e alla valorizzazione della diversità culturale e del contributo della cultura allo sviluppo sostenibile.                                                                  |
|   | Raggiungere l'uguaglianza di genere, per l'empowerment di tutte le donne e le ragazze                                                    | 4. Il capitale umano                                                             | 5.1 Porre fine a ogni forma di discriminazione nei confronti di tutte le donne, bambine e ragazze di ogni parte del mondo.<br>5.5 Garantire alle donne la piena ed effettiva partecipazione e pari opportunità di leadership a tutti i livelli del processo decisionali nella vita politica, economica e pubblica.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|  | Incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti | 4. Il capitale umano<br>5. Il capitale relazionale<br>7. Il capitale finanziario | 8.2 Raggiungere livelli più elevati di produttività economica attraverso la diversificazione, l'aggiornamento tecnologico e l'innovazione, anche concentrandosi sui settori ad alto valore aggiunto e ad alta intensità di lavoro.<br>8.3 Promuovere politiche orientate allo sviluppo che sostengano le attività produttive, la creazione di posti di lavoro dignitosi, l'imprenditorialità, la creatività e l'innovazione, e incoraggino la formalizzazione e la crescita delle microimprese, delle PMI, anche attraverso l'accesso ai servizi finanziari.<br>8.8 Proteggere i diritti del lavoro e promuovere ambienti di lavoro sicuri e protetti per tutti i lavoratori, compresi i lavoratori migranti, in particolare le donne migranti, e coloro che hanno un lavoro precario. |
|  | Costruire una infrastruttura resiliente e promuovere l'innovazione ed una industrializzazione equa, responsabile e sostenibile           | 3. La governance<br>7. Il capitale finanziario                                   | 9.4 Entro il 2030, migliorare le infrastrutture e riadattare le industrie per renderle sostenibili, con una maggiore efficienza nell'uso delle risorse e una maggiore adozione di tecnologie e processi industriali puliti e rispettosi dell'ambiente, con tutti i Paesi che agiscono in base alle rispettive capacità.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|  | Rafforzare i mezzi di attuazione e rinnovare il partenariato mondiale per lo sviluppo sostenibile                                        | Overall                                                                          | 17.16 Rafforzare il partenariato globale per lo sviluppo sostenibile, integrato da partenariati multi-stakeholder che mobilitano e condividono conoscenze, competenze, tecnologie e risorse finanziarie, per sostenere il raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile in tutti i Paesi, in particolare in quelli in via di sviluppo.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |





### 3. LA GOVERNANCE

#### 3.1. La struttura societaria e l'assetto organizzativo

Il 21 ottobre 2024 è stata portata a termine l'acquisizione di Indigital, una Srl con base in provincia di Milano e attiva sul mercato dal 1991.

La società opera nel settore della stampa digitale di grande formato, prevalentemente in Lombardia, ed è fortemente specializzata nella proposta di materiali da stampa, con una gamma di prodotti più completa di MCA Digital.

Il vero punto di forza dell'azienda è la tempistica delle consegne, grazie all'utilizzo di mezzi propri. Probabilmente è l'organizzazione più efficiente del mercato nel Nord Italia o, quanto meno, così è percepita dalla clientela.

Il Triveneto rappresenta in 17/18% del fatturato del nostro settore in Italia e la Lombardia, da sola, circa il 33%: le due aree, quindi, rappresentano circa il 50% del mercato nazionale.

Questa operazione è stata altamente sinergica e riteniamo che MCA Digital, grazie all'unione di forze e competenze, si potrà proporre, in questa area, come l'organizzazione con il portafoglio prodotti e servizi più completo e processi logistici competitivi: potendo usufruire di un magazzino e un mezzo nella sede di Padova e di un magazzino e cinque mezzi attrezzati nella sede di Milano, garantendo consegne entro le 24 ore.

Il modello di governance di MCA Digital è strutturato secondo il **modello tradizionale** di amministrazione e controllo ed è composto dai seguenti organi:

- Assemblea dei Soci;
- Consiglio di Amministrazione;
- Collegio Sindacale.

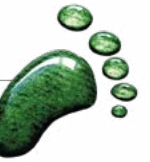
Il governo della Società è affidato al **Consiglio di Amministrazione** che, fatti salvi i poteri attribuiti all'Assemblea, è investito dei poteri per l'amministrazione ordinaria e straordinaria della Società e ha facoltà di compiere tutti gli atti che ritiene opportuni per l'attuazione e il raggiungimento degli scopi sociali.

Il compito di vigilare sull'osservanza della legge e dello Statuto, sul rispetto dei principi di corretta amministrazione, sull'adeguatezza dell'assetto organizzativo, amministrativo e contabile e sul suo corretto funzionamento è, invece, affidato al **Collegio Sindacale**.

I Sindaci restano in carica tre esercizi e sono rieleggibili. Il loro secondo mandato scadrà al termine dell'Assemblea convocata per l'approvazione del bilancio al 31/12/2025.

La composizione degli organi di governo e controllo della Società è illustrata di seguito, con una ripartizione dei membri per genere e fascia d'età.

| Organi per genere             | 2023       |            |             | 2024       |            |             |
|-------------------------------|------------|------------|-------------|------------|------------|-------------|
|                               | Uomo       | Donna      | Totale      | Uomo       | Donna      | Totale      |
| Consiglio di Amministrazione  | 1          | 1          | 2           | 1          | 1          | 2           |
| Collegio Sindacale            | 4          | 1          | 5           | 4          | 1          | 5           |
| <b>Totale</b>                 | <b>5</b>   | <b>2</b>   | <b>7</b>    | <b>5</b>   | <b>2</b>   | <b>7</b>    |
| <b>Percentuale sul totale</b> | <b>71%</b> | <b>29%</b> | <b>100%</b> | <b>71%</b> | <b>29%</b> | <b>100%</b> |



| Organi per fascia d'età       | 2023      |            |            |             | 2024      |            |            |             |
|-------------------------------|-----------|------------|------------|-------------|-----------|------------|------------|-------------|
|                               | < 30      | 30-50      | > 50       | Totale      | < 30      | 30-50      | > 50       | Totale      |
| Consiglio di Amministrazione  | 0         | 0          | 2          | 2           | 0         | 0          | 2          | 2           |
| Collegio Sindacale            | 0         | 5          | 0          | 5           | 0         | 5          | 0          | 5           |
| <b>Totale</b>                 | <b>0</b>  | <b>5</b>   | <b>2</b>   | <b>7</b>    | <b>0</b>  | <b>5</b>   | <b>2</b>   | <b>7</b>    |
| <b>Percentuale sul totale</b> | <b>0%</b> | <b>71%</b> | <b>29%</b> | <b>100%</b> | <b>0%</b> | <b>71%</b> | <b>29%</b> | <b>100%</b> |

I membri del Consiglio di Amministrazione di MCA Digital sono considerati “soci lavoratori” e pertanto non percepiscono un compenso aggiuntivo per il loro ruolo all'interno del massimo organo di governo. In considerazione di ciò, non sono state istituite politiche ad hoc per la determinazione della loro retribuzione.

Gli stessi componenti del Consiglio non ricoprono ulteriori incarichi rilevanti né all'interno di MCA Digital, né in altre società. Per prevenire eventuali conflitti di interesse, il Codice Etico aziendale contiene disposizioni specifiche che invitano tutti i dipendenti e collaboratori a segnalare tempestivamente qualsiasi situazione che possa generare un potenziale conflitto di interessi.

### 3.2. Etica e compliance

L'Agenda 2030 con i suoi 17 Obiettivi, la Direttiva Europea sull'Economia Circolare, l'European Green Deal e il PNRR delineano un quadro di riferimento che sollecita tutti – imprese comprese – a intraprendere un percorso di trasformazione tanto necessario quanto inevitabile.

La responsabilità sociale d'impresa è strettamente connessa al concetto di sviluppo sostenibile. In questo contesto, la governance riveste un ruolo strategico fondamentale: sono infatti le decisioni assunte dagli organi di governo aziendale a determinare il successo sostenibile dell'impresa. Le stesse decisioni danno concretezza agli impegni assunti nei confronti dell'ambiente, delle persone e dell'economia.

Chi è alla guida di un'impresa dovrebbe interrogarsi costantemente su quale futuro desidera contribuire a costruire. Le scelte davvero “giuste” sono quelle che considerano il bene collettivo e il contesto in cui l'azienda opera. Il profitto non viene messo in discussione, ma ciò che conta è il modo in cui lo si raggiunge e come viene impiegato. Definire il proprio posizionamento reputazionale sul mercato e stabilire il percorso per conseguirlo rappresentano scelte strategiche di grande rilevanza.

L'adozione del **Codice Etico** ha rappresentato per MCA Digital un'occasione per formalizzare i principi e i comportamenti che guidano l'agire quotidiano. Il documento esplicita i valori che ispirano lo svolgimento delle attività e l'erogazione dei servizi, contribuendo a conferire coerenza, integrità e solidità al sistema valoriale aziendale. La sua redazione, curata dal Presidente del Consiglio di Amministrazione, ha permesso di sistematizzare quei principi – **legalità, correttezza e affidabilità** – che già orientavano le scelte aziendali e che oggi si traducono in linee guida operative applicabili a tutti i processi interni.

Il Codice Etico contiene disposizioni dettagliate volte a promuovere un ambiente di lavoro equo, sicuro e rispettoso, attraverso la prevenzione di ogni forma di discriminazione, molestia sessuale o mobbing. Include inoltre misure a tutela dei diritti fondamentali, come il contrasto al lavoro minorile e la salvaguardia della libertà di associazione, e dedica particolare attenzione alla protezione dell'ambiente e alla gestione responsabile dei dati personali, in conformità alla normativa vigente. Il documento affronta anche temi cruciali come la prevenzione dei reati, la promozione della correttezza e della trasparenza nelle relazioni interne ed esterne, la valorizzazione delle risorse umane e la gestione dei rapporti con soggetti pubblici. Viene inoltre disciplinato l'uso appropriato delle informazioni e degli strumenti informatici aziendali, con specifiche indicazioni per la tutela delle informazioni riservate e sensibili. In questo modo, il Codice Etico non solo orienta i comportamenti individuali, ma rappresenta anche un riferimento condiviso per garantire l'integrità e la reputazione dell'impresa.

Chiunque operi in nome e per conto di MCA Digital – dipendenti, soci, collaboratori e consulenti esterni – è tenuto ad adottare una condotta ispirata alla trasparenza e all'integrità morale e, in particolare, ai principi di onestà, correttezza e buona fede.

Anche i partner esterni, come fornitori e prestatori di servizi, sono chiamati ad attenersi alle norme del Codice, nei limiti della loro applicabilità.

Il documento, comunicato a tutti i collaboratori, affisso nelle sedi aziendali e pubblicato sul sito istituzionale, rappresenta un punto di riferimento essenziale per garantire che ogni azione rispecchi i valori su cui si fonda l'identità dell'azienda.

Per rafforzare la propria governance, MCA Digital si è dotata di un **Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo** ai sensi del D.lgs. 231/2001. Attraverso il Modello 231, l'azienda si impegna ad adottare tutte le misure necessarie per prevenire e contrastare il rischio di commissione di reati, tra cui fenomeni di corruzione, previsti dal decreto stesso.

Il compito di vigilare sull'efficace attuazione, sul rispetto e sull'aggiornamento del Modello è affidato all'**Organismo di Vigilanza** (OdV). Questo organo, operando direttamente o per il tramite di soggetti delegati e in collaborazione con le funzioni aziendali competenti, monitora eventuali violazioni sia del Modello 231 sia del Codice Etico.

A supporto del sistema di controllo e in ottemperanza a quanto previsto dal D.lgs. 24/2023 in materia di whistleblowing, MCA Digital ha attivato un **canale di segnalazione interno** che garantisce la riservatezza dell'identità del segnalante, della persona coinvolta o menzionata, nonché del contenuto della segnalazione e della relativa documentazione. Le segnalazioni possono essere inviate in forma scritta tramite un'apposita piattaforma informatica<sup>3</sup>.

Le segnalazioni relative a criticità, violazioni del Codice Etico o del Modello 231 possono provenire non solo da dipendenti e collaboratori, ma anche dal Collegio Sindacale, dalla Società di Revisione, da consulenti esterni e dai responsabili delle funzioni aziendali competenti.

L'Organismo di Vigilanza trasmette periodicamente al Consiglio di Amministrazione i risultati delle attività di controllo svolte, accompagnandoli con eventuali proposte in merito all'applicazione di misure correttive o sanzioni disciplinari<sup>4</sup>.

Nel biennio 2023-2024 non si sono registrati episodi di corruzione, né sono state intraprese azioni legali a carico di MCA Digital in relazione a comportamenti anticoncorrenziali, violazioni delle normative antitrust e pratiche monopolistiche.

Per un approfondimento sulle attività svolte dall'azienda in materia di prevenzione della corruzione e per la mappatura dei rischi associati, si rimanda al Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D.lgs. 231/2001, consultabile sul sito istituzionale della società<sup>5</sup>.

In relazione al tema della **privacy**, MCA Digital si impegna affinché il trattamento dei dati personali raccolti negli archivi cartacei e digitali sia diretto esclusivamente all'attuazione delle finalità attinenti all'esercizio della propria attività e avvenga nel rispetto di tutti gli adempimenti previsti dalla normativa vigente in materia (Regolamento 2016/679/UE – GDPR).

Al fine di sviluppare piena consapevolezza in materia di data protection, durante il periodo in esame, la Società ha erogato **formazione in materia di privacy** ai dipendenti (per un totale di 30 ore) e al Presidente del Consiglio di Amministrazione (per un totale di 2 ore).

*Autorità Garante  
della Concorrenza e del Mercato*

Rif. RT10655

Spett.le  
MCA DIGITAL S.P.A.  
in persona del legale rappresentante p.t.  
[mcadigital@pec.it](mailto:mcadigital@pec.it)

COMUNICAZIONE VIA PEC

OGGETTO: richiesta di attribuzione del Rating di legalità, ai sensi dell'art. 2, comma 1, del Regolamento adottato dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato con delibera n. 28361 del 28 luglio 2020 (di seguito, Regolamento).

Si comunica che l'Autorità, nella sua adunanza del giorno 21 maggio 2024, ha esaminato la domanda per l'attribuzione del Rating di legalità da Voi depositata in data 25 marzo 2024.

In base alle dichiarazioni rese, nonché all'esito delle valutazioni effettuate, l'Autorità ha deliberato di attribuire a MCA DIGITAL S.P.A. (C.F. 04854090281) il Rating di legalità con il seguente punteggio: ★★+.

L'impresa sarà inserita nell'elenco previsto dall'art. 8 del Regolamento. Ai sensi dell'art. 6, comma 1, del Regolamento, il Rating di legalità ha durata di due anni dal rilascio ed è rinnovabile su richiesta.

Si rammenta, infine, che ai sensi dell'art. 7, comma 1, del Regolamento, l'impresa è tenuta a comunicare all'Autorità gli eventi che incidono sul possesso dei requisiti obbligatori, la perdita di requisiti premiali e le variazioni dei dati riportati nei propri certificati camerali rilevanti per il rilascio del Rating. La violazione di tali obblighi comporta l'applicazione dell'art. 7, commi 2 e 3, del Regolamento.

Distinti saluti.

IL SEGRETARIO GENERALE  
Guido Stazi

Firmato digitalmente da  
**Guido Stazi**  
C.F. IT  
04854090281  
10/25/24

<sup>3</sup> La piattaforma è accessibile all'indirizzo <https://segnalazioni.mcadigital.it/#/>.

<sup>4</sup> Durante il periodo di rendicontazione non sono emerse specifiche criticità.

<sup>5</sup> <http://www.mcadigital.it/azienda/corporate-governance/>.

Consapevole dell'importanza del tema, la Società ha coinvolto nelle attività formative inerenti alla protezione dei dati personali anche gli agenti di commercio, cui sono state erogate 16 ore di formazione in materia di protezione dei dati.

Nel corso del periodo di rendicontazione, è stato inoltre richiesto l'aggiornamento del nostro **Rating di Legalità**. La coerenza nel perseguire scelte improntate all'etica e alla trasparenza — nonostante l'incremento dei costi che tali decisioni hanno comportato — ha consentito a MCA Digital di migliorare il punteggio ottenuto: l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) ci ha assegnato il rating di **due stelle +**, su un massimo di tre stelle.

MCA Digital, inoltre, ha ottenuto la certificazione **HP Amplify Impact 3 stelle**. HP Amplify Impact è uno straordinario programma globale di sostenibilità per i partner commerciali di HP, che mira a promuovere la sostenibilità ambientale e sociale in tutti i prodotti e i processi aziendali. MCA Digital, come partner commerciale di HP, ha scelto di aderire a questo programma a conferma dell'impegno concreto dell'azienda.



Questa certificazione, rilasciata da HP, valuta e riconosce i partner che si distinguono per l'eccellenza in tre aree principali:

- **sostenibilità ambientale:** adozione di pratiche che riducono l'impatto ambientale;
- **responsabilità sociale:** promozione della diversità, dell'inclusione e del benessere dei dipendenti; contributo positivo rispetto alle esigenze delle comunità locali;
- **governance etica:** adozione di politiche aziendali trasparenti e conformi agli standard internazionali di etica e integrità.

L'ottenimento della certificazione HP Amplify Impact testimonia la volontà della Società di allinearsi agli obiettivi globali di sostenibilità di HP e conferma anche l'attenzione di MCA Digital nell'adozione di pratiche commerciali responsabili.

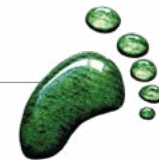


### 3.3. La gestione dei rischi

In un panorama in continua evoluzione, la gestione del rischio deve necessariamente adattarsi per considerare anche i rischi connessi ai temi dello sviluppo sostenibile. Rispondere con prontezza e agilità alle emergenze richiede un approccio integrato e coerente. Per garantire che i rischi (e i relativi impatti) legati all'attività di MCA Digital siano identificati, valutati e mitigati efficacemente, nel periodo di rendicontazione vi è stata una stretta collaborazione tra il Consiglio di Amministrazione, l'Organismo di Vigilanza e il RSPP.

Di seguito, le principali categorie di rischio che potrebbero avere un impatto significativo su MCA Digital.

- **Salute e sicurezza.** Il *burnout* lavorativo rappresenta una minaccia da non sottovalutare. Per questo investiamo nel welfare aziendale e in programmi specifici che mirano a gestire i rischi per la salute, rispondendo alle esigenze primarie dei dipendenti e alle loro necessità di vita, con l'obiettivo di accrescere la resilienza.
- **Governance e finance.** Il buon governo dell'azienda e la sua solidità economica devono essere controllati e verificati con continuità e attenzione. MCA Digital concentra i propri sforzi sulla gestione del rischio di credito e di liquidità. Per monitorare il rischio finanziario, sono state pianificate attività di controllo continuo, e ci si avvale di strumenti quali la contabilità analitica, budget e report mensili, l'analisi degli scostamenti e un approccio strategico.
- **Digitalizzazione del business.** È un dato di fatto che le vulnerabilità della sicurezza hanno un forte impatto sulla continuità operativa delle imprese. Le sfide legate alla digitalizzazione possono rappresentare una criticità, in particolare temi quali l'obsolescenza delle competenze, la *cyber security* e la privacy. A tal fine, nel 2023 è stata erogata formazione specifica sia al personale interno che agli agenti di commercio. L'obiettivo è evidenziare gli aspetti, anche giuridici, dello sviluppo tecnologico, promuovendo un'evoluzione culturale che aiuti a prevenire comportamenti controproducenti (interni e/o esterni) e a preservare il clima di fiducia costruito nel tempo. L'azienda è consapevole di dover incrementare gli sforzi per garantire il corretto uso dei dati e delle informazioni e prevenire attacchi informatici volti al furto dei dati personali dell'azienda e dei clienti, nonché *data breach*. Nel corso del 2023 e 2024 non ci sono stati reclami riguardanti violazioni della privacy dei clienti con o senza perdita dei dati.
- **Costi aggiuntivi per inefficienze interne e carenze di comunicazione.** I costi derivanti da una scarsa qualità dei processi possono avere un impatto significativo sulla redditività, l'efficienza e la reputazione di un'azienda. Per questo motivo, periodicamente, vengono effettuati audit sui vari reparti per verificare il corretto dimensionamento delle risorse e la definizione, più accurata possibile, delle "job description". Inoltre sono stati creati dei team interfunzione per migliorare la qualità.
- **Flusso di personale in uscita.** Introdurre nuove persone quando altre si dimettono o raggiungono l'età di pensionamento è un processo non sempre banale, soprattutto nel caso in cui le persone che escono dall'azienda hanno conoscenze e competenze specifiche e sono molto qualificate. Per ridurre al minimo l'impatto di un incremento fisiologico del turnover MCA Digital si impegna con forza a coinvolgere il personale in molte attività strategiche, ad avere maggiore trasparenza nelle comunicazioni, creare percorsi di formazione su misura e dare i giusti incentivi anche in termini economici.



## 4. IL CAPITALE UMANO

### 4.1. Le nostre persone

In MCA Digital sono le persone che rendono possibile e concreto il successo dell'azienda: grazie alla loro professionalità al loro impegno e creatività. Ci impegniamo a valorizzare tutte le nostre persone, investendo sullo sviluppo delle loro competenze e garantendo un ambiente di lavoro sano, sicuro e non discriminatorio, dove la dignità di ognuno sia sempre rispettata.

La passione con cui svolgiamo il nostro lavoro e la collaborazione per raggiungere obiettivi comuni sono qualità che chiunque entri in contatto con il nostro gruppo percepisce immediatamente. Questo clima positivo è il risultato del nostro impegno costante nell'accogliere ogni persona in modo che si senta attivamente parte di un gruppo collaborativo. Nonostante le inevitabili resistenze, la coesione del gruppo prevale, permettendoci di raggiungere gli obiettivi prefissati.

### 4.2. La composizione del personale

Al 31.12.2023, MCA Digital contava **23 dipendenti**, mentre al 31.12.2024 contava **25 dipendenti**. Sebbene l'incremento numerico sia contenuto, nel corso del biennio si sono registrati segnali incoraggianti in termini di inclusione e rinnovamento generazionale. La componente femminile è infatti passata dal 35% al 40% del totale, riflettendo un progresso verso una **maggiore equità di genere** all'interno dell'organizzazione. Parallelamente, l'analisi per fascia d'età mostra un significativo aumento della presenza di giovani: la quota di dipendenti under 30 è quasi raddoppiata, dal 13% al 24%, indicando un'apertura concreta all'**inserimento di nuovi talenti**. Nello stesso periodo, la percentuale di lavoratori over 50 è diminuita dal 48% al 36%. Nel corso del biennio di riferimento, è stata inoltre garantita l'inclusione di una risorsa appartenente alle **categorie protette**, a riprova della volontà di dare spazio alla diversità e di garantire l'equità.

#### Composizione del personale per genere

| Genere        | 2023      |             | 2024      |             |
|---------------|-----------|-------------|-----------|-------------|
|               | Numero    | Percentuale | Numero    | Percentuale |
| Uomini        | 15        | 65%         | 15        | 60%         |
| Donne         | 8         | 35%         | 10        | 40%         |
| <b>Totale</b> | <b>23</b> | <b>100%</b> | <b>25</b> | <b>100%</b> |

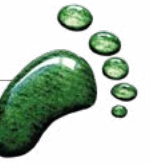
#### Composizione del personale per fascia d'età

| Genere        | 2023      |             | 2024      |             |
|---------------|-----------|-------------|-----------|-------------|
|               | Numero    | Percentuale | Numero    | Percentuale |
| < 30          | 3         | 13%         | 6         | 24%         |
| 30-50         | 11        | 39%         | 10        | 40%         |
| > 50          | 9         | 48%         | 9         | 36%         |
| <b>Totale</b> | <b>23</b> | <b>100%</b> | <b>25</b> | <b>100%</b> |

Nel periodo di rendicontazione, tutto il personale di MCA Digital, con l'eccezione di 2 tecnici, era localizzato nel Nord Italia, con attività prevalentemente svolte presso la sede principale di Campodarsego.

Nel 2023, l'organico ha registrato una sola nuova assunzione, pari a un tasso di ingresso del 4,44%. Non si sono verificate cessazioni, con conseguente tasso di turnover pari allo 0%, a conferma di un'**elevata stabilità occupazionale**. Nel 2024, invece, si sono contate 4 nuove assunzioni, con un tasso di ingresso del 16,67% e 2 cessazioni, che hanno determinato un turnover dell'8,33%.





In entrambi gli anni, il **100%** del personale era assunto con **contratto a tempo indeterminato**. Questo dato testimonia gli sforzi dell'azienda che intende promuovere relazioni professionali stabili e durature, in linea con una strategia orientata alla fidelizzazione del personale, alla continuità operativa e alla creazione di un ambiente di lavoro solido e motivante.

Per quanto riguarda l'orario di lavoro, nel 2023 il 91% dei dipendenti era impiegato a tempo pieno, mentre il restante 9% con contratto part-time. Nel 2024, la quota di contratti full-time è salita al 92%, con l'8% dei dipendenti in part-time. Questa distribuzione riflette la capacità dell'azienda di offrire soluzioni flessibili, adattandosi alle esigenze individuali e organizzative.

| Composizione del personale per tipologia contrattuale e per genere |           |          |           |           |           |           |
|--------------------------------------------------------------------|-----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Tipologia contrattuale                                             | 2023      |          |           | 2024      |           |           |
|                                                                    | Uomini    | Donne    | Totale    | Uomini    | Donne     | Totale    |
| A tempo determinato                                                | 0         | 0        | 0         | 0         | 0         | 0         |
| A tempo indeterminato                                              | 15        | 8        | 23        | 15        | 10        | 25        |
| <b>Totale</b>                                                      | <b>15</b> | <b>8</b> | <b>23</b> | <b>15</b> | <b>10</b> | <b>25</b> |

| Composizione del personale per tipologia contrattuale e per genere |           |          |           |           |           |           |
|--------------------------------------------------------------------|-----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Tipologia contrattuale                                             | 2023      |          |           | 2024      |           |           |
|                                                                    | Uomini    | Donne    | Totale    | Uomini    | Donne     | Totale    |
| Full-time                                                          | 14        | 7        | 21        | 14        | 9         | 23        |
| Part-time                                                          | 1         | 1        | 2         | 1         | 1         | 2         |
| <b>Totale</b>                                                      | <b>15</b> | <b>8</b> | <b>23</b> | <b>15</b> | <b>10</b> | <b>25</b> |

Nel biennio di riferimento, la forza lavoro era composta esclusivamente da quadri, impiegati, operai e apprendisti, senza la presenza di dirigenti. Per una rappresentazione più accurata della struttura organizzativa, il personale è stato suddiviso in base alle mansioni svolte all'interno dell'azienda, come illustrato nella tabella sottostante.

| Composizione del personale per inquadramento e per genere |           |          |           |           |          |           |
|-----------------------------------------------------------|-----------|----------|-----------|-----------|----------|-----------|
| Inquadramento                                             | 2023      |          |           | 2024      |          |           |
|                                                           | Uomini    | Donne    | Totale    | Uomini    | Donne    | Totale    |
| Dirigenti                                                 | 0         | 0        | 0         | 0         | 0        | 0         |
| Quadri                                                    | 1         | 0        | 1         | 2         | 0        | 2         |
| Impiegati                                                 | 0         | 8        | 8         | 1         | 8        | 9         |
| Impiegati tecnici                                         | 8         | 0        | 8         | 6         | 0        | 6         |
| Operatori di vendita                                      | 1         | 0        | 1         | 1         | 0        | 1         |
| Operai                                                    | 4         | 0        | 4         | 5         | 0        | 5         |
| Apprendisti                                               | 1         | 0        | 1         | 2         | 0        | 2         |
| <b>Totale</b>                                             | <b>15</b> | <b>8</b> | <b>23</b> | <b>17</b> | <b>8</b> | <b>25</b> |

Al 31 dicembre 2023, oltre al personale dipendente, MCA Digital si avvaleva della collaborazione di 1 tirocinante e di 9 agenti di commercio. Nel corso del 2024, il ricorso a risorse esterne si è ampliato e diversificato, includendo 8 agenti di commercio, 1 procacciatore d'affari e 1 collaboratore coordinato e continuativo (co.co.co).

| Composizione del personale per inquadramento e fascia d'età |          |           |          |           |          |           |          |           |
|-------------------------------------------------------------|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|
| Inquadramento                                               | 2023     |           |          |           | 2024     |           |          |           |
|                                                             | < 30     | 30-50     | > 50     | Totale    | < 30     | 30-50     | > 50     | Totale    |
| Dirigenti                                                   | 0        | 0         | 0        | 0         | 0        | 0         | 0        | 0         |
| Quadri                                                      | 0        | 1         | 0        | 1         | 0        | 1         | 1        | 2         |
| Impiegati                                                   | 2        | 2         | 4        | 8         | 3        | 2         | 4        | 9         |
| Impiegati tecnici                                           | 0        | 4         | 4        | 8         | 0        | 3         | 3        | 6         |
| Operatori di vendita                                        | 0        | 1         | 0        | 1         | 0        | 1         | 0        | 1         |
| Operai                                                      | 0        | 3         | 1        | 4         | 1        | 3         | 1        | 5         |
| Apprendisti                                                 | 1        | 0         | 0        | 1         | 2        | 0         | 0        | 2         |
| <b>Totale</b>                                               | <b>3</b> | <b>11</b> | <b>9</b> | <b>23</b> | <b>6</b> | <b>10</b> | <b>9</b> | <b>25</b> |

#### 4.3. La remunerazione

A tutto il personale di MCA Digital, indipendentemente dalla tipologia contrattuale (tempo indeterminato o determinato, full-time o part-time) viene applicato il **Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro (CCNL) del Commercio**. Questa scelta garantisce un **trattamento** economico e normativo **equo e uniforme** per tutti i dipendenti, confermando l'intento di assicurare trasparenza e parità di condizioni all'interno dell'azienda.

Per quanto concerne le retribuzioni, in MCA Digital, nella maggior parte dei casi non è possibile effettuare una comparazione diretta tra le retribuzioni di uomini e donne a parità di ruolo e livello contrattuale, poiché raramente entrambi i generi risultano presenti nello stesso inquadramento. Per questo motivo, è stato adottato un metodo basato sulla retribuzione media complessiva di tutte le donne e di tutti gli uomini in organico, indipendentemente dal livello. L'analisi condotta ha rilevato che, nel 2023, il **gender pay gap** – calcolato come rapporto tra lo stipendio base medio percepito dalle donne rispetto a quelli degli uomini – si attestava all'11%. Nel 2024, questo divario si è leggermente amplificato, raggiungendo il 19%. Tale incremento è riconducibile principalmente all'assunzione, nel 2024, di due dipendenti di sesso maschile con inquadramento al livello "quadro".

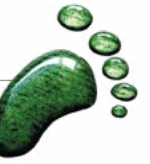
Nel 2023, il rapporto tra il compenso annuo dell'individuo con la retribuzione più elevata e la mediana del compenso annuo di tutti gli altri dipendenti risultava pari a 2,07. Nel 2024, tale rapporto è salito a 2,31<sup>6</sup>. In entrambe le annualità, non si sono registrati aumenti retributivi per l'individuo con la retribuzione annua più elevata; di conseguenza, non è stato possibile calcolare il rapporto tra la sua variazione percentuale e quella mediana degli altri dipendenti.

#### 4.4. Le iniziative per il benessere dei dipendenti

In MCA Digital siamo convinti che politiche di welfare ben strutturate contribuiscano a **promuovere un clima aziendale positivo** e a **sostenere il benessere psico-fisico delle persone**. Il benessere del personale rappresenta per noi un indicatore fondamentale di come e quanto l'azienda si prende cura delle proprie risorse, non solo sul piano professionale, ma anche nella sfera personale e quotidiana.

Nel corso del 2023, è stato erogato un **welfare aziendale**, sotto forma di credito fruibile tramite piattaforma digitale, destinato a tutti i dipendenti, sia part-time che full-time. Sono stati esclusi da questa misura i quadri e i dipendenti appartenenti alla categoria "operatori di vendita". Tale scelta è stata motivata dal fatto che il contratto degli operatori di vendita prevede già una serie di benefit accessori legati alla specificità del ruolo, oltre a offrire una maggiore flessibilità nella gestione del tempo tra lavoro e vita privata. Nel 2024, in aggiunta al welfare aziendale già erogato, sono stati forniti dei rimborsi per le utenze domestiche, e buoni spesa a impiegati e operai. Sono stati esclusi solo gli assunti nel 2024, quadri e operatori di vendita.

<sup>6</sup> Si segnala che, nel calcolo del dato, sono stati ricompresi i due lavoratori part-time presenti in organico.



#### 4.5. La diversità e l'inclusione

Nell'attuale contesto delle imprese, la parità di genere rappresenta un valore fondamentale, che va oltre il semplice rispetto delle normative, perchè è un obiettivo imprescindibile a garanzia dell'equità. Promuovere la parità di genere significa offrire a tutte le persone, indipendentemente dal genere, uguali **opportunità di accesso al lavoro, di sviluppo e valorizzazione professionale**. Un ambiente di lavoro inclusivo e diversificato si arricchisce di tanti punti di vista, stimola l'innovazione e rafforza la capacità competitiva dell'impresa.

Le aziende, quindi, dovrebbero considerare la promozione di diversità e inclusione un fattore chiave della strategia per migliorare la competitività e l'innovazione aziendale.

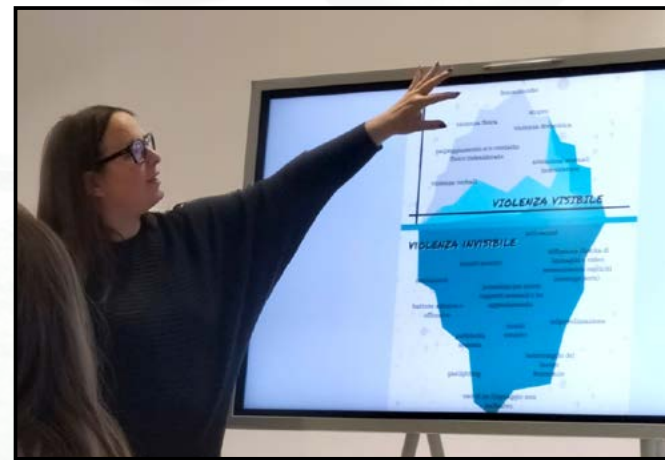
I dati dell'Edelman Trust Barometer 2024 confermano come, in Italia, il mondo delle imprese emerga oggi come l'istituzione economica che gode del più alto livello di fiducia, giudicata, più che in passato, sia competente che etica. Una fiducia che si traduce in crescenti aspettative nei confronti delle aziende e dei loro leader chiamati ad affrontare i cambiamenti sociali, a proteggere i posti di lavoro e a prendere posizione di fronte a nuove questioni di carattere etico.

In questo scenario, le imprese hanno quindi la possibilità di esercitare un impatto significativo nel promuovere la parità e contrastare una cultura che tende a giustificare o normalizzare comportamenti dannosi legati a modelli maschilisti, a stereotipi e pregiudizi nei confronti della diversità di genere.

Consapevoli di tale responsabilità, abbiamo proseguito il nostro impegno a favore di **politiche culturali di parità**,

promuovendo la consapevolezza di genere, l'educazione al rispetto e alla valorizzazione delle differenze. Questo percorso ci ha portato, nel periodo di rendicontazione, a ottenere la **certificazione per la Parità di Genere** secondo la **UNI/PdR 125:2022**.

La certificazione attesta il rispetto di standard definiti e si inserisce in un percorso di miglioramento continuo, con audit annuali volti a verificare i progressi compiuti verso una sempre più reale e concreta parità di genere. Si tratta di uno strumento che permette di valutare e migliorare le politiche, le pratiche e la cultura organizzativa al fine di garantire l'uguaglianza di opportunità e il trattamento equo per tutto il personale dipendente, a prescindere dal genere. Allo stesso tempo, offre un quadro strutturato per affrontare le disparità di genere sul posto di lavoro e promuovere un ambiente lavorativo inclusivo e rispettoso della diversità.



A dicembre 2024, come impegno concreto contro la violenza di genere, abbiamo organizzato, presso la nostra sede, un'iniziativa con il Centro Veneto Progetti Donna, aperta a tutte le realtà del territorio, con l'obiettivo di fornire informazioni e strumenti concreti per agire, fare rete e amplificare l'azione di sensibilizzazione.

#### 4.6. La crescita e lo sviluppo professionale

MCA Digital attribuisce grande valore alla formazione, intesa come investimento a favore delle proprie persone e, di conseguenza, dei clienti che si relazionano con personale preparato e competente. L'attenzione alla **crescita professionale** si concretizza nei corsi di formazione e aggiornamento: quelli previsti dalla legge, a cui sono regolarmente iscritti tutti i dipendenti a prescindere dall'età, dal genere e dal ruolo; quelli di aggiornamento tecnico in cui sono coinvolti di tutti i dipendenti aventi mansioni tecniche; i progetti formativi che realizziamo per favorire la crescita omogenea di tutti i nostri collaboratori<sup>7</sup>.

Nel corso degli ultimi anni abbiamo deciso di sviluppare dei percorsi capaci di coinvolgere un numero rilevante di persone e relativi a tre aree che riteniamo strategiche per la crescita della nostra azienda: sostenibilità, digitalizzazione dei processi e *lean thinking*.

Nel corso del 2023, MCA Digital ha coinvolto il **96%** dei dipendenti in attività formative, per un totale di **712,5 ore**, con una media di **31,0 ore** per persona. Nel 2024, le ore erogate sono state **980,5**, interessando il **76%** del personale, con una media di **39,2 ore** per dipendente.

Nelle tabelle di seguito si riportano le **ore totali** e le **ore medie** di formazione erogata ai dipendenti, suddivise per genere e per mansione svolta da ciascun dipendente all'interno dell'azienda<sup>8</sup>, rapportate al numero totale dei dipendenti attivi al 31 dicembre 2023 e al 31 dicembre 2024.

| Ore medie di formazione per genere |              |               |                         |              |               |                         |
|------------------------------------|--------------|---------------|-------------------------|--------------|---------------|-------------------------|
| Genere                             | 2023         |               |                         | 2024         |               |                         |
|                                    | Ore totali   | N. dipendenti | Ore medie di formazione | Ore totali   | N. dipendenti | Ore medie di formazione |
| Uomini                             | 484,0        | 15            | <b>32,3</b>             | 490,0        | 15            | <b>32,7</b>             |
| Donne                              | 228,5        | 8             | <b>28,6</b>             | 490,5        | 10            | <b>49,1</b>             |
| <b>Totale</b>                      | <b>712,5</b> | <b>23</b>     | <b>31,0</b>             | <b>980,5</b> | <b>25</b>     | <b>39,2</b>             |

| Ore medie di formazione per inquadramento |              |               |                         |              |               |                         |
|-------------------------------------------|--------------|---------------|-------------------------|--------------|---------------|-------------------------|
| Inquadramento                             | 2023         |               |                         | 2024         |               |                         |
|                                           | Ore totali   | N. dipendenti | Ore medie di formazione | Ore totali   | N. dipendenti | Ore medie di formazione |
| Dirigenti                                 | 0            | 0             | <b>0,0</b>              | 0            | 0             | <b>0,0</b>              |
| Quadri                                    | 1            | 1             | <b>1,0</b>              | 32           | 2             | <b>16,0</b>             |
| Impiegati                                 | 228,5        | 8             | <b>28,6</b>             | 373          | 9             | <b>41,4</b>             |
| Impiegati tecnici                         | 469          | 8             | <b>58,6</b>             | 450          | 6             | <b>75,0</b>             |
| Operatori di vendita                      | 3            | 1             | <b>3,0</b>              | 0            | 1             | <b>0,0</b>              |
| Operai                                    | 3            | 4             | <b>0,75</b>             | 8            | 5             | <b>1,6</b>              |
| Apprendisti                               | 8            | 1             | <b>8,0</b>              | 117,5        | 2             | <b>58,8</b>             |
| <b>Totale</b>                             | <b>712,5</b> | <b>23</b>     | <b>31,0</b>             | <b>980,5</b> | <b>25</b>     | <b>39,2</b>             |

Nel 2023, la maggior parte della formazione erogata ha riguardato l'aggiornamento professionale, che ha rappresentato il 72% del totale, seguito da corsi su tematiche di sostenibilità (23%) e da contenuti relativi a privacy e marketing (5%). Nel 2024, l'attenzione si è confermata sull'aggiornamento professionale, che ha coperto il 64% dell'offerta formativa, mentre è cresciuto in modo significativo l'impegno su temi legati alla sostenibilità (32%), con un focus particolare sulla parità di genere. La quota rimanente (4%) è stata infine dedicata alla salute e sicurezza sul lavoro.

Per integrare al meglio i fattori ESG nella strategia e nella gestione aziendale, la Presidente del Consiglio di Amministrazione di MCA Digital ha partecipato, nel biennio, a corsi di formazione specifici sulla **sostenibilità** (per un totale di 157 ore, ripartite in 47 ore nel 2023 e 110 ore nel 2024), oltre ad altri corsi su privacy, governance e competenze trasversali.

Nel 2023 sono state erogate **149 ore** di formazione ad **agenti di commercio** e tirocinanti, evidenziando l'impegno nel fornire un piano di sviluppo anche ai collaboratori non dipendenti, che rappresentano il cuore pulsante delle attività commerciali di MCA Digital.



<sup>7</sup> Non erano presenti, in entrambe le annualità in oggetto, programmi per agevolare la continuità lavorativa o la fine del percorso lavorativo (es. piani di prepensionamento, riqualificazione professionale, ecc.).

<sup>8</sup> Si faccia riferimento a quanto riportato nel capitolo sulla composizione dell'organico aziendale.



Per affrontare le sfide future, le aziende saranno chiamate a ripensare il concetto di concorrenza, aprendosi a forme di collaborazione con una pluralità di attori, concorrenti compresi. La collaborazione diventerà la parola chiave per garantire la continuità e la crescita dell'impresa.

Sarà fondamentale saper reagire con rapidità ai cambiamenti del mercato, facendo leva su flessibilità e agilità, intraprendendo un processo di rinnovamento continuo per assicurare la sopravvivenza nel lungo periodo. In questo contesto, acquisisce particolare importanza la capacità di ricomporre diverse dicotomie: tra generazioni, tra innovazione tecnologica e tradizione, tra spirito imprenditoriale e professionalità manageriale.

In questa ottica, anche in questo biennio, è proseguito l'impegno di MCA Digital per trasformare il ruolo dei nostri venditori in figure più evolute, più strategiche e più tecnologiche. Le aree affrontate sono:

- **Business Selling e Partnership.** Molti agenti hanno scarsa dimestichezza a presentare e vendere "casi di successo" ai clienti. Invece, i venditori dovranno sempre più comprendere a fondo il business del cliente e acquisire le competenze necessarie per sviluppare offerte mirate.

- **Capacità di ricerca.** Comprendere il cliente, i suoi problemi, la sua concorrenza e il suo mercato diventerà fondamentale per differenziarsi e affrontare ogni situazione di vendita in modo unico e personalizzato, evitando soluzioni generiche.
- **Competenze digitali e soft skill.** È importante che i venditori sappiano leggere dati, usino piattaforme, si interfaccino con sistemi informativi, sappiano gestire trattative anche da remoto, siano in grado di adattarsi rapidamente ai cambiamenti del mercato e soprattutto trasmettano fiducia.
- **Comprendere e sfruttare l'influenza all'interno dell'azienda cliente.** La capacità di influenzare il processo decisionale e le strategie del cliente diventerà sempre più importante per chiudere un maggior numero di trattative. Ci impegniamo affinché i nostri venditori siano in grado di vendere idee con la stessa efficacia con cui vendono la nostra offerta aziendale.

Riteniamo che le "soft skills" – competenze trasversali applicabili in più contesti lavorativi – saranno sempre più importanti: non solo contribuiscono a mantenere un clima aziendale gradevole e partecipativo, ma stimolano anche la creatività e la collaborazione.

Le soft skills rappresentano un fattore cruciale per la crescita e il successo dell'azienda: favoriscono la costruzione di relazioni positive, migliorano la comunicazione, la gestione del tempo e la capacità di problem solving. Per supportare il lavoro del nostro team di backoffice, abbiamo sviluppato percorsi formativi personalizzati, progettati tenendo conto anche degli interessi e delle abitudini individuali. Gli obiettivi del percorso sono stati: dimostrare l'interesse, la cura e l'attenzione di MCA Digital per le proprie persone; regalare momenti di benessere e motivazione alle persone; fornire stimoli e strumenti di ingaggio e condivisione. Le diverse attività sono state articolate in 3 macro-temi, identificati come elementi chiave per la soddisfazione professionale e personale di collaboratori e collaboratrici:

- **Emozioni:** comprendere e gestire le proprie emozioni, per coltivare passioni personali, trovare un equilibrio sano tra la vita personale e professionale, sviluppare auto-motivazione e individuare fonti costanti di ispirazione.



- **Insieme:** promuovere una collaborazione efficace con colleghi e colleghe, valorizzando l'empatia come strumento fondamentale per comprendere e comunicare meglio con i membri del team, anche attraverso l'uso di tecniche di storytelling, inteso come capacità di raccontare storie capaci di ispirare, motivare e coinvolgere gli altri.
- **Industria 5.0:** approfondire i tre pilastri che la definiscono – umano-centrismo, sostenibilità, resilienza – per essere pronti ad affrontare gli impatti che questo nuovo paradigma avrà all'interno e all'esterno del mondo del lavoro.

#### 4.7. La salute e la sicurezza sul lavoro

La salute e la sicurezza delle persone rappresentano una priorità assoluta. MCA Digital, oltre a erogare corsi di formazione per i propri dipendenti, si impegna a mantenere costantemente aggiornato il **Documento di Valutazione dei Rischi (DVR)**. Questo strumento è fondamentale per programmare le misure di protezione e prevenzione a salvaguardia della salute e della sicurezza dei lavoratori.

La valutazione del DVR viene condotta periodicamente con la collaborazione del **Responsabile del Servizio Prevenzione e Protezione (RSPP)** e del Medico Competente e i risultati sono comunicati al **Rappresentante dei lavoratori per la sicurezza (RLS)**.

La Direzione si impegna attivamente a perseguire gli obiettivi di miglioramento della salute e sicurezza dei lavoratori mettendo a disposizione le necessarie risorse umane, strumentali ed economiche. L'azienda garantisce la piena divulgazione del DVR all'interno dell'organizzazione, assicurandosi che:

- gli aspetti della sicurezza siano considerati contenuti essenziali;
- tutti i lavoratori siano formati e sensibilizzati per svolgere i propri compiti in sicurezza;
- l'intera struttura aziendale partecipi, secondo le proprie attribuzioni e competenze, al raggiungimento degli obiettivi di sicurezza.

Nel corso del 2023, il DVR è stato aggiornato ed è stato nominato un nuovo RSPP, che conduce aggiornamenti periodici sulla valutazione dei rischi di breve e medio termine, con particolare attenzione alla sicurezza dei lavoratori. Un ulteriore aggiornamento del DVR è iniziato a fine del 2024.

Per le attività che possono comportare potenziali rischi, come la movimentazione dei carichi, tutti i dipendenti del magazzino e i tecnici ricevono i **Dispositivi di Protezione Individuale (DPI)**. Inoltre, sono state predisposte schede con le norme di sicurezza specifiche da osservare nei vari ambienti di lavoro.

Il giudizio di rischio nel settore in cui opera MCA Digital è generalmente basso per gli impiegati interni e il personale IT. Il rischio è considerato medio per gli operai e per i dipendenti che utilizzano l'auto per recarsi dai clienti o per interventi tecnici o per la vendita dei prodotti.

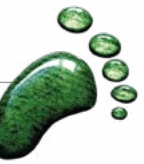
In base alla mansione svolta, il medico del lavoro valuta l'idoneità dei dipendenti MCA Digital attraverso visite mediche con cadenza annuale o biennale. Questa **sorveglianza sanitaria** costante assicura che lo stato di salute dei lavoratori sia monitorato, tutelando dall'esposizione ai rischi lavorativi.

La formazione obbligatoria in materia di salute e sicurezza sul lavoro (H&S) è gestita attraverso un piano dedicato, che consente di monitorare e programmare in modo efficiente gli aggiornamenti previsti dalla normativa. Nel 2023 non è stato necessario attivare corsi di formazione in materia di salute e sicurezza, in quanto la periodicità prevista dalla normativa per tali aggiornamenti non ne ha richiesto l'erogazione durante l'anno. Nel 2024 sono state invece svolte **40 ore** di formazione. In particolare, sono stati organizzati corsi di sicurezza generale per due magazzinieri, un aggiornamento specifico per un tecnico e il rinnovo del corso di primo soccorso per i dipendenti con attestati in scadenza.

MCA Digital si impegna con determinazione a mantenere l'obiettivo di **"zero infortuni"** e agisce attivamente per prevenire qualsiasi incidente attraverso il seguente schema:

- eliminazione della fonte del rischio;
- adozione di misure tecniche strutturali;
- svolgimento di formazione costante e aggiornata;
- attività di sorveglianza sanitaria;
- rispetto della normativa vigente.

Grazie all'adozione delle misure di prevenzione e sicurezza implementate, nel 2023 non si sono registrati infortuni. Nel 2024 si è verificato un solo infortunio, avvenuto durante lo svolgimento di una mansione lavorativa. Si è trattato di un evento fortuito, indipendente dal controllo dell'azienda, che ha comportato un'assenza di 33 giorni da parte di un lavoratore.

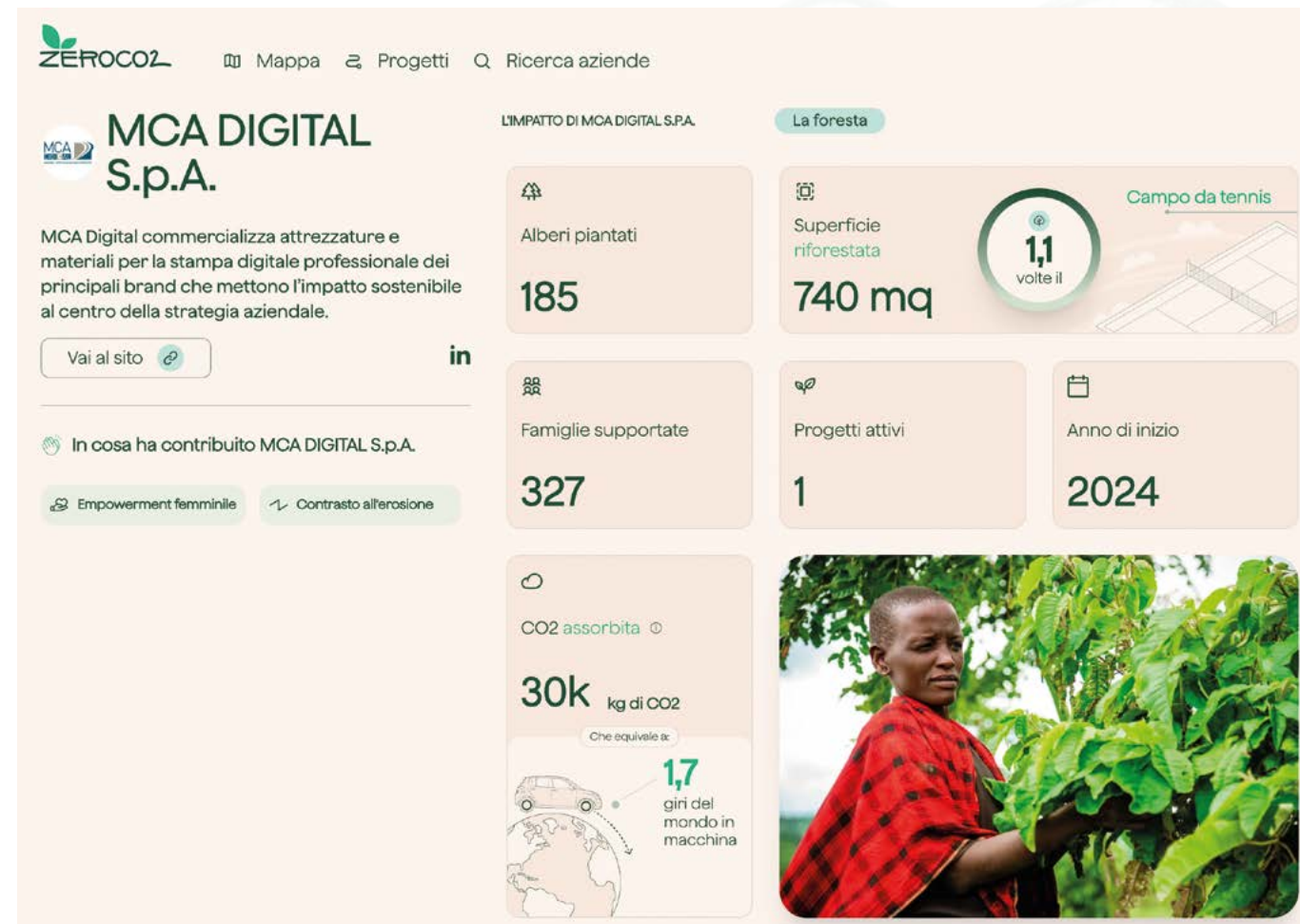


#### 4.8. Le iniziative per coinvolgere e sensibilizzare

In MCA Digital crediamo fortemente che la coesione del team sia indispensabile per assicurare il buon andamento dell'azienda. Per questo motivo, organizziamo molteplici attività di team building che coinvolgono le persone che collaborano in azienda.

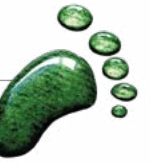
Queste esperienze hanno contenuti e modalità di svolgimento differenti, possono essere attività sportive, sessioni di brainstorming, tour turistici e altro ancora. L'obiettivo principale è sempre quello di favorire una conoscenza più autentica tra colleghi, promuovendo la condivisione di idee, la comunicazione e l'efficace risoluzione dei problemi.

Inoltre, per sviluppare un forte senso di orgoglio e appartenenza e per testimoniare i valori in cui crediamo, coinvolgiamo e mobilitiamo tutti i nostri collaboratori in iniziative di sensibilizzazione e raccolta fondi. Ciò avviene attraverso l'organizzazione di collette interne e lotterie a sostegno di progetti di ricerca scientifica o emergenze sociali.



In linea con i nostri valori abbiamo deciso di impegnarci concretamente per un futuro più verde e abbiamo dato vita a una foresta aziendale che avrà un impatto ambientale e sociale.

Abbiamo avviato un intervento di riforestazione ad alto impatto sociale in **Tanzania** attraverso la **piantumazione di 185 alberi**, per una superficie complessiva di 740 mq. L'iniziativa ha generato benefici ambientali e sociali concreti: ha supportato 327 famiglie, contribuendo all'assorbimento di circa **30.000 kg di CO<sub>2</sub>**, equivalenti a 1,7 giri del mondo in automobile. Gli alberi sono stati affidati a donne Maasai, che potranno beneficiare dei frutti e delle risorse prodotte, favorendo così la sicurezza alimentare, il rafforzamento economico delle comunità locali e la protezione del territorio.



### 5. IL CAPITALE RELAZIONALE

#### 5.1. La relazione con i clienti

La soddisfazione dei clienti rappresenta per MCA Digital un pilastro fondamentale, sia per la crescita del business sia, soprattutto, per la fidelizzazione. Il nostro obiettivo è instaurare con i clienti rapporti duraturi, stabili e basati sulla fiducia.

Pur riconoscendo le grandi possibilità offerte dalla comunicazione digitale - che consente di raggiungere un vasto pubblico in modo rapido ed efficace - MCA Digital continua a privilegiare l'ascolto diretto dei clienti. Le loro opinioni ci guidano nella scelta delle tecnologie e dei materiali più adatti a supportarne la crescita. Non puntiamo semplicemente a farci conoscere e ad accrescere la nostra visibilità, noi puntiamo a costruire relazioni autentiche e profonde con chi condivide i nostri valori.

Ogni fase del nostro processo - dalla presentazione dell'offerta al cliente, alla consegna dell'attrezzatura o dei materiali di consumo, all'installazione e al servizio post vendita - è pensata per garantire il migliore servizio possibile e costruire un rapporto di fiducia che possa rafforzarsi nel tempo. Negli ultimi anni abbiamo profuso grande impegno per elevare ulteriormente la qualità della nostra assistenza. Siamo convinti che la digitalizzazione diventerà sempre di più un nostro alleato strategico per arricchire l'esperienza del cliente.

Il supporto tecnico che offriamo, sia prima che dopo la vendita, rappresenta un punto di forza distintivo che spesso ci permette di essere preferiti rispetto ad alternative economicamente più vantaggiose.

Alla base delle nostre relazioni commerciali ci sono i valori di **correttezza** e **onestà**: principi che guidano ogni attività e che ci spingono a collaborare con il massimo impegno e disponibilità per costruire rapporti solidi e duraturi. Non ci limitiamo a offrire soluzioni tecnologiche di marchi primari: il nostro obiettivo è che le aziende con cui entriamo in relazione percepiscano il valore aggiunto di un servizio completo, capace di anticipare le loro esigenze.

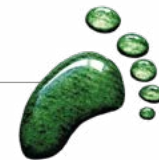
Il nostro training center, non è solo uno spazio di formazione e dimostrazione dei principali sistemi di stampa e finitura, ma un vero e proprio punto di incontro per gli operatori del settore: un luogo in cui approfondire applicazioni e vantaggi della stampa digitale, confrontarsi, condividere competenze e sviluppare progetti innovativi e di alto valore.

Anche nel corso di questo biennio, per rafforzare e consolidare le relazioni con i nostri clienti, abbiamo organizzato eventi tematici in azienda, visite agli head quarter dei principali marchi che rappresentiamo e realizzato nuovi strumenti di vendita volti a far conoscere meglio la nostra gamma prodotti.

#### 5.2. La gestione del rapporto con i fornitori

In MCA Digital, la gestione della catena di approvvigionamento è strategica per la creazione di valore lungo tutta la filiera. Adottiamo un approccio responsabile, stabilendo relazioni solide e durature basate sulla fiducia con fornitori che vanno dalle piccole aziende locali alle grandi multinazionali. Questo ci permette di costruire collaborazioni reciprocamente soddisfacenti con partner qualificati che condividono i nostri principi e valori.





La selezione dei fornitori di MCA Digital si fonda su principi di **solidità, affidabilità, trasparenza e qualità**. Con riferimento ai partner coinvolti nel core business di MCA Digital, nel biennio 2023-2024, sono stati acquisiti complessivamente 11 nuovi fornitori: 6 nel 2023 e 5 nel 2024.

Per quanto riguarda la loro provenienza geografica, nel 2023 il 63% della spesa destinata ai nuovi fornitori ha riguardato soggetti extra-UE, mentre il restante 37% è stato allocato a fornitori europei. Nel 2024, invece, la distribuzione della spesa ha visto il 65% destinato a fornitori extra-UE, il 26% a fornitori europei e il 9% a fornitori italiani.

| Spesa nuovi fornitori           |                                              |                                              |
|---------------------------------|----------------------------------------------|----------------------------------------------|
| Provenienza dei nuovi fornitori | 2023                                         | 2024                                         |
|                                 | % sul totale della spesa per nuovi fornitori | % sul totale della spesa per nuovi fornitori |
| Italia                          | 0%                                           | 9%                                           |
| Europa                          | 37%                                          | 26%                                          |
| Estero                          | 63%                                          | 65%                                          |
| <b>Totale</b>                   | <b>100%</b>                                  | <b>100%</b>                                  |

La maggior parte dei fornitori di tecnologie per la stampa con cui MCA Digital collabora sono aziende multinazionali con le quali la Società condivide una visione di business a lungo termine, finalizzata a ottenere risultati stabili e duraturi nel tempo. Questa scelta strategica si basa sulla convinzione che solo un approvvigionamento accurato e pianificato possa garantire l'affidabilità e la qualità delle soluzioni tecnologiche offerte.



Per quanto riguarda i supporti di stampa, a partire dalla fine del 2023 sono stati privilegiati i rapporti diretti con i produttori, che, nel 2024 hanno rappresentato il 75% in termini di valore di spesa.

In questo biennio MCA Digital si è impegnata in un grande lavoro di revisione e ottimizzazione della catena di fornitura, avviando anche relazioni solide con produttori cinesi - che dispongono di impianti produttivi altamente automatizzati e capaci di garantire un elevato standard qualitativo -, per migliorare la redditività e cogliere opportunità significative per nuove applicazioni.

Considerando l'insieme dei fornitori - per tecnologie, consumabili e imballaggi - (con una spesa annua superiore ai 10.000€), il 90% ha sede nell'Unione Europea. Inoltre, per quanto riguarda l'approvvigionamento di imballaggi ci rivolgiamo esclusivamente a fornitori locali, in prossimità della nostra sede aziendale di Campodarsego.



Tra i principali fornitori necessari al corretto funzionamento delle sedi operative e dell'attività di ufficio, vi sono: la società cooperativa sociale che fornisce il servizio di ristorazione, il partner per la gestione della flotta aziendale, il fornitore della piattaforma di welfare, il gestore dei distributori automatici e le aziende responsabili delle manutenzioni.

Per queste collaborazioni MCA Digital, pur non disponendo di una policy formale per la gestione del *green procurement*, pone massima attenzione all'importanza di individuare realtà che siano localmente radicate, che riflettano una comune visione del futuro e per le quali la responsabilità sociale sia un elemento chiave della strategia organizzativa.

MCA Digital è attenta a mantenere relazioni di lungo termine con i propri fornitori, favorendo una stretta collaborazione per il miglioramento continuo della qualità dei prodotti e rafforzare la reciproca fiducia.

### 5.3. Il legame con la comunità e il territorio

Siamo convinti che debba esistere un rapporto virtuoso e reciproco fra azienda e territorio di appartenenza da un punto di vista occupazionale, economico, sociale ma anche culturale.

Aziende virtuose possono fare crescere un territorio non solo attraverso l'assunzione di persone, ma anche grazie alla creazione di una cultura d'impresa che può favorire la fioritura di un tessuto produttivo di area.

Progressivamente negli anni, abbiamo guardato con più attenzione ai bisogni e alle iniziative del territorio che ci circonda e abbiamo anche risposto alle segnalazioni dei dipendenti di altre regioni, cercando di partecipare alla realizzazione di progetti di valore per i territori.

MCA Digital è parte attiva del tessuto industriale italiano in qualità di associata a Confindustria Veneto Est, condividendo i valori di responsabilità, innovazione e sviluppo sostenibile promossi dall'associazione. Nel 2023 l'azienda è entrata far parte del "Gruppo Sostenibilità" di Confindustria Veneto Est, sottoscrivendo la "Carta dei Valori" che unisce 80 aziende del territorio appartenenti a settori diversi. Il Gruppo, nato nel 2015, si pone l'obiettivo di favorire un dialogo costruttivo e continuo tra le aziende del territorio per condividere idee e soluzioni per sostenere la crescita e diffondere le migliori pratiche di sviluppo sostenibile.



MCA Digital si impegna con convinzione e responsabilità nel promuovere attività solidali, instaurando collaborazioni, sponsorizzazioni e avviando iniziative che rispecchiano i valori etici e gli obiettivi dell'azienda. Questo impegno riflette la volontà di generare un impatto positivo sulle persone e sull'ambiente, integrando la responsabilità sociale nel cuore delle proprie attività operative.

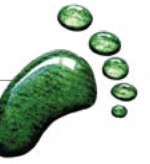
Nel corso del periodo di rendicontazione, MCA Digital ha destinato un investimento di **€ 4.427** a sponsorizzazioni e liberalità, risorse allocate con cura per sostenere progetti e realtà che condividono la missione aziendale di creare un impatto significativo e duraturo.

Di seguito si presenta un quadro dettagliato delle principali collaborazioni e iniziative attivate nel biennio, a testimonianza della costante attenzione dell'azienda verso il valore della solidarietà e della responsabilità sociale.

| Donazioni e sponsorizzazioni                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |          |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| Iniziativa                                                                                       | Descrizione                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 2023     |
| Acquisto di materiale per aiuti dopo l'alluvione in Emilia-Romagna                               | Abbiamo contribuito all'acquisto di beni per supportare le comunità colpite dall'alluvione che ha devastato l'Emilia-Romagna nel maggio 2023.                                                                                                                                                                                                           | € 300,00 |
| Donazione alla Fondazione AIRC                                                                   | Abbiamo effettuato una donazione per sostenere la ricerca contro il cancro.                                                                                                                                                                                                                                                                             | € 500,00 |
| Donazione a "Le Storie della Mippa" di materiale didattico per aiuti dopo l'alluvione in Toscana | Nell'ambito dell'iniziativa #ioleggoperché, organizzata dall'Associazione Italiana Editori (AIE), che promuove la lettura e arricchisce le biblioteche scolastiche, abbiamo sostenuto Le Storie della Mippa, una libreria indipendente dedicata ai più piccoli, che promuove la lettura e organizza eventi culturali e laboratori creativi per bambini. | € 500,00 |

Nel 2023, oltre ai contributi economici, MCA Digital ha partecipato anche a **iniziative di solidarietà diretta**. Di seguito le più rilevanti.

- Raccolta di beni di prima necessità a favore del centro diurno "La Bussola".
- Realizzazione di materiale di comunicazione per la Settimana delle Arti e dei Mestieri organizzata dal Comune di Torreglia (PD). Il progetto, nato all'interno del Patto Educativo di comunità, fa parte degli eventi del Festival dello Sviluppo Sostenibile, organizzato dall'ASviS (Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile), che si pone l'obiettivo di promuovere un cambiamento culturale e politico verso l'attuazione dell'Agenda 2030 dell'ONU.



- Realizzazione di materiale di comunicazione per la Festa dell'Assunta di Campodarsego. La festa, che coinvolge tutta la comunità e propone diverse iniziative culturali e gastronomiche, dedica uno spazio importante al Festival degli artisti di strada e ai giochi in legno.

| Donazioni e sponsorizzazioni                                                                |                                                                                                                                                                                                                                          |           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| Iniziativa                                                                                  | Descrizione                                                                                                                                                                                                                              | 2024      |
| Donazione a "Ti do una mano" Onlus                                                          | Abbiamo supportato l'associazione "Ti do una mano" Onlus, impegnata nell'assistenza di persone in difficoltà, offrendo aiuti concreti a chi ne ha bisogno.                                                                               | € 840,00  |
| Piantagione di una Foresta Aziendale con zeroCO2                                            | Abbiamo collaborato con zeroCO2 per la creazione di una foresta aziendale, contribuendo alla riforestazione e alla lotta contro il cambiamento climatico.                                                                                | € 1487,40 |
| Donazione di libri alle scuole della Valle Subequana, tramite l'iniziativa "#oleggo perché" | Nell'ambito dell'iniziativa #oleggo perché, abbiamo deciso di dare un contributo per sostenere le richieste dei genitori per salvare le scuole delle aree interne.                                                                       | € 300,00  |
| Sponsorizzazione dell'evento "Minibasket in Piazza" – A.S.D. Pol. Basket Bitritto           | Abbiamo sponsorizzato l'evento "Minibasket in Piazza", un evento sportivo che promuove valori fondamentali come la condivisione, il rispetto delle regole, l'inclusione e l'abbattimento delle barriere religiose, culturali e razziali. | € 500,00  |



Anche nel 2024 oltre ai contributi economici, MCA Digital ha partecipato a diverse iniziative culturali.

- M'illumino di Meno - Giornata nazionale del Risparmio Energetico e degli Stili di Vita Sostenibili - attività di sensibilizzazione sullo spreco ambientale e su tutte le buone pratiche quotidiane di sostenibilità, da vivere a casa come in ufficio, organizzata con zeroCO2.
- Realizzazione di materiale di comunicazione per la Settimana delle Arti e dei Mestieri organizzata dal Comune di Torreglia (PD). Il progetto fa parte degli eventi del Festival dello Sviluppo Sostenibile.
- Realizzazione di materiale di comunicazione per la Festa dell'Assunta di Campodarsego.

- Realizzazione di materiale di comunicazione per Serata magica a Villa Giovanelli a Noventa Padovana. Evento organizzato nell'ambito di Riviera Fiorita, una manifestazione organizzata dalla ProLoco di Mira (VE), ricca di appuntamenti, che si pone l'obiettivo di raccontare le tappe più significative della storia della Riviera del Brenta puntando su un turismo lento e mettendo al centro la mobilità dolce.
- Realizzazione di materiale di comunicazione per il concerto vocale del Malta National Choir KorMalta nella Sala dei Giganti di Padova, in occasione del tour in Italia. Il Coro Nazionale di Malta, fondato nel 2018, fa parte della National Agency for the Performing Arts (NAPA) agenzia che lavora per creare nuove opportunità formative e di performance e cerca di promuovere i collegamenti tra l'industria di Malta e quella di altri Paesi.
- Organizzazione di "Voci per il Cambiamento". Incontro organizzato in collaborazione con Forema, all'interno del progetto SIADOM (Social Innovation Alliance for Diversity Management and Innovation of Organization Models) e condotto dal Centro Veneto Progetti Donna.

forema SM SANGOMA

## VOCI PER IL CAMBIAMENTO

COMBATTIAMO LA VIOLENZA DI GENERE

3 DICEMBRE 2024 DALLE 14:00 ALLE 18:00

MCA DIGITAL  
Via Fratrina, 38/40, 35011 Campodarsego PD

Il luogo di lavoro è uno spazio di interazione dove è fondamentale promuovere rapporti positivi e pari opportunità per tutti. Valorizzare il ruolo di uomini e donne, prevenendo discriminazioni e molestie, è una strategia efficace per motivare e valorizzare le competenze. Collaborare con chi si occupa di contrastare la violenza contro le donne a livello locale contribuisce a rafforzare la responsabilità sociale dell'azienda.

Programma:

- Saluti di benvenuto con Cristina Del Guasta, presidentessa CDA MCA Digital.
- Parità di genere: perché e come con Roberto Baldo, responsabile attività e progetti finanziati Forema.
- Violenza di genere: falsi miti e realtà con Eleonora Lozzi, responsabile dell'area accoglienza e ospitalità del Centro Veneto Progetti Donna.
- I servizi per le imprese: il progetto SIADOM e il progetto It's your business con Eleonora Lozzi, Roberto Baldo.
- Q&A
- Aperitivo

Relatori:  
**ELEONORA LOZZI**  
Centro Veneto Progetti Donna  
**ROBERTO BALDO**  
Forema

ISCRIVITI QUI!

IL COMUNE DI TORREGLIA  
IN COLLABORAZIONE CON L'I.C. MONTEGROTTO TERME ORGANIZZA

## la Settimana delle ARTI e dei MESTIERI

UNA GRANDE MOSTRA DIFFUSA SUL TERRITORIO DI TORREGLIA

**da Venerdì 10 a Domenica 19 Maggio 2024**

Esposizione nei negozi e nei ristoranti aderenti all'iniziativa delle opere artistiche degli alunni della scuola "Don Bosco" e "Racciolati" e di 24 artisti e artigiani del paese

Eventi presso "Struttura Didattica Polivalente" in Via Vittorio Veneto 7:

- Brindisi di apertura: venerdì 10 maggio ore 10
- Musica al mercato: venerdì 17 maggio ore 10.30
- Mercatino Green Fingers: venerdì 17 maggio dalle 10 alle 12

SPONSOR DELL'EVENTO

Confartigianato  
MCA DIGITAL

Nel biennio 2023-2024, il consumo complessivo di energia elettrica, comprensivo sia dell'energia acquistata sia di quella prodotta e autoconsumata tramite l'impianto fotovoltaico, è stato pari a **175.522 kWh**, equivalenti a 631,88 GJ. Inoltre, nel corso del biennio, si è registrata una riduzione dei consumi del 3%.

# CERTIFICATO DI GARANZIA

PER L'ACQUISTO DI ENERGIA ELETTRICA PRODOTTA DA FONTI RINNOVABILI

RICALCATO DA:

**MCA DIGITAL S.P.A.**

FIVA:

**04854090281**

QUANTITÀ DI ENERGIA ELETTRICA DA FONTI RINNOVABILI ACQUISTATA:

**50.425**

**kWh**

SA:

**01/10/2024**

A:

**30/09/2025**

CON RIFERIMENTO AI PUNTI DI PRELIEVO:

**COICE P00 1 T 0 0 1 E 3 1 7 3 0 5 6 6**

DATA DI RILASCIO DEL CERTIFICATO

**14/10/2025**

Sorgente garantisce al Cliente che addebi tta l'acquisto EnergiaPulita, che ogni kWh acquistata su un bilanciatore da un pool aggregato/prodotto di energia proveniente da una fonte rinnovabile, certificata tramite Garanzia di Origine rilasciata dal Gacem Tercele EnergiaGISE (GISE), è soggetta a verifica della controparte impegnata, sulla modalità di connessione alla rete e del percorso di produzione di energia elettrica, secondo la qualità ISO di produzione (caldanatori, che hanno la disponibilità di impianti alimentati da fonti rinnovabili). Su base mensile il GISE emette i titoli ISO, nel valore nominale di 1 MWh, sull'energia elettrica prodotta e da cui sono imputate le perdite tecniche ISO. Tali titoli vengono poi incassati, trasferiti e venduti a mercato agli acquirenti. Così Sorgente garantisce che la provenienza dei propri acquisti, emessa e monitorata dal GISE, attesta che le fonti rinnovabili del quantitativo di energia elettrica acquistata dal Cliente. Nel caso in cui, alla data di rilascio, non sia ancora distribuito il 7 aprile del mese relativo a quello di consumo, il presente certificato rappresenta l'unico l'acquisto di Sorgente ad attestare e titoli di cui non può fare consumo (distinta cartolarizzazione nel box). Quantità di energia elettrica da fonti rinnovabili acquistata, - sotto successione delle parti del distributore.

SI ATTESTA CHE LA QUANTITÀ DI ENERGIA ELETTRICA ACQUISTATA CON LA SOTTOSCRIZIONE DI ENERGIA PULITA E PRODOTTI ESCLUSIVAMENTE DA FONTI RINNOVABILI.

| Consumi di energia elettrica     |        |        |        |        |
|----------------------------------|--------|--------|--------|--------|
| Fonte di energia                 | 2023   |        | 2024   |        |
|                                  | kWh    | GJ     | kWh    | GJ     |
| Energia acquistata               | 69.413 | 249,89 | 52.931 | 190,55 |
| di cui da fonti non rinnovabili  | 0      | 0      | 0      | 0      |
| di cui da fonti rinnovabili      | 69.413 | 249,89 | 52.931 | 190,55 |
| Energia autoprodotta e consumata | 19.800 | 71,28  | 33.378 | 120,16 |
| Totale energia consumata         | 89.213 | 321,17 | 86.309 | 310,71 |

Per quanto riguarda il gas naturale, il consumo totale nel biennio è stato di **19.180 Smc**, pari a 680,06 GJ. Nel 2024 si è osservato un lieve aumento rispetto all'anno precedente, attribuibile principalmente alla variabilità delle condizioni climatiche.

| Consumi di combustibile       |       |        |       |        |
|-------------------------------|-------|--------|-------|--------|
| Tipologia di combustibile     | 2023  |        | 2024  |        |
|                               | Smc   | GJ     | Smc   | GJ     |
| Gas naturale                  | 9.242 | 327,69 | 9.938 | 352,37 |
| Totale combustibile consumato | 9.242 | 327,69 | 9.938 | 352,37 |

Relativamente alla mobilità aziendale, nel 2023 la flotta di MCA Digital era composta da 22 veicoli, di cui 3 di proprietà e 19 a noleggio, con alimentazione diesel e benzina. Nel 2024, il parco auto si è ridotto a 19 veicoli (2 di proprietà e 17 a noleggio), includendo anche due vetture ibride a benzina. L'introduzione di questi **veicoli ibridi** riflette la volontà dell'azienda di avviare un percorso verso una mobilità più sostenibile.

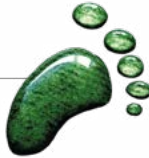
I consumi di carburante registrati nel biennio e associati agli spostamenti dei mezzi della flotta aziendale riflettono l'attività operativa di MCA Digital e costituiscono un'area strategica nella gestione dell'impronta ambientale. Complessivamente, nel periodo considerato sono stati consumati **70.307 litri** di carburante, pari a 2.947,42 GJ, per un totale di 1.079.827 chilometri percorsi.

| Consumi di carburante   |        |         |          |        |         |          |
|-------------------------|--------|---------|----------|--------|---------|----------|
| Tipologia di carburante | 2023   |         |          | 2024   |         |          |
|                         | Litri  | KM      | GJ       | Litri  | KM      | GJ       |
| Diesel                  | 32.879 | 489.507 | 1.390,78 | 33.978 | 521.565 | 1.437,25 |
| Benzina                 | 1.487  | 33.229  | 51,45    | 1.964  | 35.526  | 67,94    |
| Totale                  | 34.366 | 522.736 | 1.442,23 | 35.941 | 557.091 | 1.505,19 |

La gestione efficiente delle risorse energetiche è un pilastro della strategia di sostenibilità di MCA Digital. L'analisi dei consumi aggregati nei bienni 2021-2022 e 2023-2024 evidenzia progressi significativi nel percorso di transizione energetica. Nel complesso, i consumi risultano in aumento del 2%. Questa variazione non riflette tuttavia un incremento dei fabbisogni, ma deriva da un cambiamento metodologico: nel biennio 2023-2024 sono stati infatti inclusi anche i dati relativi all'impianto fotovoltaico, che nel precedente bilancio di sostenibilità non erano stati ricompresi.

Il dettaglio dei consumi per fonte mostra quanto segue:

- **Energia elettrica:** il consumo complessivo è passato da 179.894 kWh a 175.522 kWh (-2%). L'aumento della quota di energia acquistata da fonti rinnovabili (+9%) è stato compensato dalla riduzione dell'energia autoprodotta consumata (-21%).



- **Gas naturale:** si registra una riduzione significativa del 13%, con un calo da 22.055 Smc a 19.180 Smc, a conferma dell'efficienza raggiunta nella gestione dei consumi termici.
- **Diesel:** il consumo è diminuito del 2%, passando da 68.053 litri a 66.857 litri, segno di una maggiore efficienza operativa nella gestione della flotta aziendale, nonostante l'intensità delle attività.
- **Benzina:** si osserva un aumento dell'8%, da 3.204 litri a 3.451 litri. Questo incremento sarà oggetto di analisi specifiche al fine di identificarne le cause e definire eventuali azioni correttive, in un'ottica di progressiva elettrificazione del parco veicoli.

| Fonte di energia                           | Unità di misura | 2021-2022           | 2023-2024            | Variazione % |
|--------------------------------------------|-----------------|---------------------|----------------------|--------------|
| Energia elettrica                          | kWh             | 179.894             | 175.522              | -2%          |
| di cui acquistata da fonti non rinnovabili | kWh             | 0                   | 0                    | + 0%         |
| di cui acquistata da fonti rinnovabili     | kWh             | 112.381             | 122.344              | +9%          |
| di cui autoprodotta                        | kWh             | 65.513 <sup>9</sup> | 53.178 <sup>10</sup> | -21%         |
| Gas naturale                               | Smc             | 22.055              | 19.180               | - 13%        |
| Diesel                                     | Litri           | 68.053              | 66.857               | - 2%         |
| Benzina                                    | Litri           | 3.204               | 3.451                | + 8%         |
| Totale energia                             | GJ              | 4.416               | 4.259                | -4%          |

Nel complesso, MCA Digital conferma il proprio impegno in un percorso di riduzione dell'impronta energetica, attraverso il monitoraggio continuo dei consumi e l'adozione di soluzioni innovative, in linea con gli obiettivi di sviluppo sostenibile.

Le emissioni rilasciate in atmosfera

Per avere una visione completa della propria interazione con l'ambiente, MCA Digital ha calcolato il proprio impatto in termini di emissioni di CO<sub>2</sub> equivalente (CO<sub>2</sub>e)<sup>11</sup>. Le fonti emissive sono state suddivise in due dei tre ambiti (scope) definiti dal GHG Protocol<sup>12</sup>:

- **Scope 1: emissioni dirette**, ovvero prodotte da installazioni possedute o controllate dall'azienda;
- **Scope 2: emissioni indirette**, ovvero derivanti dalla produzione dell'energia elettrica acquistata e usata dall'organizzazione.

Nel biennio 2023-2024, le emissioni complessive di CO<sub>2</sub>e generate da MCA Digital sono passate da 107,66 a 112,96 tonnellate, con un incremento del 4,6%. Questo aumento è attribuibile alla crescita delle emissioni di Scope 1, legate sia al consumo di gas naturale (da 16,65 a 17,90 tonnellate) sia ai carburanti utilizzati dalla flotta aziendale (da 91,01 a 95,05 tonnellate). Le emissioni di Scope 2, calcolate con approccio location-based, risultano invece pari a zero in entrambi gli anni, grazie all'approvvigionamento di energia elettrica interamente da fonti rinnovabili certificate.

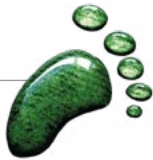
<sup>9</sup> Nel 2021, l'impianto fotovoltaico di MCA Digital aveva prodotto complessivamente 66.537 kWh di energia, di cui 27.034 immessi nella rete nazionale e 39.503 kWh autoconsumati dall'azienda. Nel 2022 la produzione era diminuita a 49.444 kWh, con 21.434 ceduti alla rete e 28.010 utilizzati internamente.

<sup>10</sup> Nel 2023, l'impianto fotovoltaico di MCA Digital ha prodotto complessivamente 33.108 kWh di energia, di cui 13.308 kWh immessi nella rete nazionale e 19.800 kWh autoconsumati dall'azienda. Nel 2024 la produzione è salita a 54.845 kWh, con 21.467 kWh ceduti alla rete e 33.378 kWh utilizzati internamente. Questi dati evidenziando una crescita significativa della produzione di energia da fonte rinnovabile, contribuendo in maniera sempre più rilevante alla copertura del fabbisogno energetico aziendale e alla riduzione dell'impatto ambientale.

<sup>11</sup> La CO<sub>2</sub> equivalente (CO<sub>2</sub>e) è un'unità di misura che consente di esprimere in modo uniforme l'impatto di gas serra differenti ognuno dei quali impatta in modo diverso sul clima; una singola attività, oltre all'anidride carbonica (CO<sub>2</sub>) può produrre metano (CH<sub>4</sub>) e ossido di diazoto (N<sub>2</sub>O).

<sup>12</sup> The Green House Gas Protocol – A Corporate Accounting and Reporting Standard.





| Emissioni di CO <sub>2</sub> e                             |                              |                              |
|------------------------------------------------------------|------------------------------|------------------------------|
| Categoria emissioni                                        | 2023                         | 2024                         |
|                                                            | Tonnellate CO <sub>2</sub> e | Tonnellate CO <sub>2</sub> e |
| Scope 1 (gas metano) <sup>13</sup>                         | 16,65                        | 17,90                        |
| Scope 1 (carburante)                                       | 91,01                        | 95,05                        |
| Scope 2 (energia elettrica – location-based) <sup>14</sup> | 0,00                         | 0,00                         |
| <b>Totale (Scope 1 + Scope 2 location-based)</b>           | <b>107,66</b>                | <b>112,96</b>                |

La misurazione e la progressiva riduzione delle emissioni di gas serra (GHG) rappresentano un pilastro centrale della strategia di sostenibilità di MCA Digital. L'analisi comparativa tra i bienni 2021/2022 e 2023/2024 mostra una **riduzione complessiva del 5%** delle emissioni totali di Scope 1 e Scope 2 (location-based), passate da 231,21 a 220,62 tonnellate di CO<sub>2</sub>e. Questo risultato conferma l'efficacia delle iniziative adottate per contenere l'impatto climatico delle nostre attività. Nel dettaglio:

- Scope 1 – gas metano: le emissioni derivanti dal consumo di gas naturale si sono ridotte del 13%, passando da 39,59 a 34,55 tonnellate di CO<sub>2</sub>e, a testimonianza di una gestione sempre più efficiente dei consumi termici.
- Scope 2 – carburanti: le emissioni generate dalla flotta aziendale sono diminuite del 3% da 191,61 a 186,06 tonnellate di CO<sub>2</sub>e. Pur trattandosi di un dato positivo, l'azienda è determinata a continuare il percorso di ottimizzazione della mobilità e di transizione verso alternative a basse emissioni.
- Scope 2 – energia elettrica (location-based): si conferma l'azzeramento delle emissioni per entrambe le annualità (0,00 tonnellate di CO<sub>2</sub>e), grazie all'utilizzo esclusivo di energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili.

| Categoria emissioni                              | Unità di misura                   | 2021-2022     | 2023-2024     | Variazione % |
|--------------------------------------------------|-----------------------------------|---------------|---------------|--------------|
| Scope 1 (gas metano)                             | Tonnellate CO <sub>2</sub> e      | 39,59         | 34,55         | - 13%        |
| Scope 1 (carburante)                             | Tonnellate CO <sub>2</sub> e      | 191,61        | 186,06        | - 3%         |
| Scope 2 (energia elettrica – location-based)     | Tonnellate CO <sub>2</sub> e      | 0,00          | 0,00          | + 0%         |
| <b>Totale (Scope 1 + Scope 2 location-based)</b> | <b>Tonnellate CO<sub>2</sub>e</b> | <b>231,21</b> | <b>220,62</b> | <b>- 5%</b>  |

MCA Digital proseguirà nel monitoraggio costante della propria impronta climatica, con l'obiettivo di ridurre progressivamente le emissioni e contribuire alla sfida globale contro il cambiamento climatico.

6.3. La gestione dei rifiuti

Negli ultimi anni, MCA Digital ha dedicato un'attenzione crescente alla riduzione della produzione di rifiuti legata alle proprie attività, promuovendo non solo una diminuzione degli scarti generati, ma anche una loro gestione efficiente e responsabile. La prassi aziendale in materia di rifiuti si fonda su alcuni principi cardine:

- minimizzare la produzione di rifiuti, sia pericolosi che non pericolosi;
- garantire il corretto conferimento presso i centri di raccolta autorizzati;
- avviare a riciclo cartucce di inchiostro e toner esausti attraverso il programma “HP Planet Partners”;
- sensibilizzare le persone nell'effettuare una corretta raccolta differenziata all'interno degli uffici.

<sup>13</sup> Per il calcolo sono stati utilizzati i coefficienti del Department for Environment, Food and Affairs “UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting” (Defra) del 2024.

<sup>14</sup> Il GHG Protocol prevede due diversi approcci di calcolo delle emissioni di Scope 2: “location based” e “market based”. L'approccio “location-based” prevede l'utilizzo di fattori di emissione medi relativi agli specifici mix energetici nazionali di produzione di energia elettrica; l'approccio “market based” prevede di determinare le emissioni derivanti dall'acquisto di energia elettrica considerando i fattori di emissione specifici comunicati dai fornitori di energia elettrica. Per il seguente calcolo è stato utilizzato l'approccio “location based” e sono stati utilizzati i coefficienti pubblicati da ISPRA nel Rapporto 404/2024 “Efficiency and decarbonization indicators in Italy and in the biggest European Countries”.

La maggior parte dei rifiuti generati da MCA Digital è costituita da rifiuti non pericolosi, in particolare rifiuti urbani (ex assimilabili agli urbani) provenienti dalle attività d'ufficio e rifiuti speciali, tra cui imballaggi in materiali misti e apparecchiature dismesse. La componente di rifiuti speciali pericolosi riguarda principalmente dispositivi fuori uso contenenti sostanze pericolose o residui di inchiostri.

Tutte le attività di gestione dei rifiuti sono svolte in conformità alla normativa ambientale vigente, con riferimento al Dlgs. 152/2006. Per i rifiuti urbani, la Società si affida alle aziende municipalizzate competenti sul territorio, assicurando nella sede aziendale la corretta attuazione delle procedure di raccolta differenziata secondo le specifiche locali. Per i rifiuti speciali e pericolosi, MCA Digital si avvale di una società locale specializzata, dotata di un sistema di gestione integrato conforme alle norme UNI EN ISO 9001 (qualità) e UNI EN ISO 14001 (ambiente).

Nel 2023, MCA Digital ha prodotto esclusivamente rifiuti non pericolosi, per un totale di **19,68 tonnellate**. Di questi, il 74% era costituito da imballaggi in materiali misti e il restante 26% da apparecchiature fuori uso. Nel 2024, invece, il totale dei rifiuti generati è salito a **30,26 tonnellate**. La composizione è stata la seguente: 69% imballaggi in materiali misti, 21% apparecchiature fuori uso, 6% imballaggi in legno, e 1% costituito da scarti di inchiostro contenenti sostanze pericolose e toner esausti.

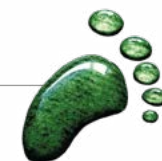
Per quanto riguarda il destino dei rifiuti, nel 2023 il 100% è stato avviato a recupero. Nel 2024, è stato recuperato il 100% dei rifiuti non pericolosi, mentre per i rifiuti pericolosi il 24% è stato recuperato e il restante 76% avviato a smaltimento.

| Rifiuti prodotti                                 |                 |                  |                 |                |
|--------------------------------------------------|-----------------|------------------|-----------------|----------------|
| Operazione di trattamento                        | 2023            |                  | 2024            |                |
|                                                  | Pericolosi      | Non pericolosi   | Pericolosi      | Non pericolosi |
| Rifiuti avviati a recupero                       | 0,00 ton        | 19,68 ton        | 0,32 ton        | 28,95 ton      |
| Rifiuti avviati a smaltimento                    | 0,00 ton        | 0 ton            | 1,00 ton        | 0,00 ton       |
| <b>Totale rifiuti prodotti</b>                   | <b>0,00 ton</b> | <b>19,68 ton</b> | <b>1,32 ton</b> | <b>28,95</b>   |
| <b>Percentuale rifiuti avviati a recupero</b>    | <b>0%</b>       | <b>100%</b>      | <b>24%</b>      | <b>100%</b>    |
| <b>Percentuale rifiuti avviati a smaltimento</b> | <b>0%</b>       | <b>0%</b>        | <b>76%</b>      | <b>0%</b>      |

Confrontando i dati con il biennio precedente (2021/2022), emerge un incremento del 37% nella produzione totale di rifiuti nel biennio 2023/2024, pari a 13,57 tonnellate in più. Tale aumento è riconducibile principalmente a un ampliamento delle attrezzature presenti nel training center, a un numero maggiore di dimostrazioni ed eventi organizzati per i clienti con conseguente incremento di imballi e materiali stampati da smaltire e dalla dismissione di alcune apparecchiature in uso negli uffici.

| Rifiuti prodotti       | Unità di misura   | 2021-2022    | 2023-2024    | Variazione % |
|------------------------|-------------------|--------------|--------------|--------------|
| Rifiuti pericolosi     | Tonnellate        | 0,28         | 1,32         | + 371%       |
| Rifiuti non pericolosi | Tonnellate        | 36,10        | 48,63        | + 35%        |
| <b>Totale</b>          | <b>Tonnellate</b> | <b>36,38</b> | <b>49,95</b> | <b>+ 37%</b> |





## 7. IL CAPITALE FINANZIARIO

### 7.1. La performance economica

Il calcolo del valore economico generato e distribuito consente di valutare la capacità di un'azienda di creare ricchezza e di dividerla con i propri stakeholder.

Attraverso le proprie attività core, MCA Digital contribuisce alla creazione di valore per i soggetti direttamente coinvolti nei risultati aziendali (come soci, dipendenti e pubblica amministrazione), così come per gli altri partner economici, tra cui fornitori e finanziatori.

Il seguente prospetto riporta il valore economico generato da MCA Digital e la sua distribuzione tra stakeholder interni ed esterni.

| MCA Digital                          | 31.12.2024        | peso %        | 31.12.2023        | peso %        |
|--------------------------------------|-------------------|---------------|-------------------|---------------|
| <b>VALORE ECONOMICO GENERATO:</b>    | <b>22.813.217</b> | <b>100,0%</b> | <b>18.107.458</b> | <b>100,0%</b> |
| - Ricavi                             | 22.364.909        | <b>98,0%</b>  | 17.786.526        | <b>98,2%</b>  |
| - Altri ricavi e proventi            | 491.488           | <b>2,2%</b>   | 346.889           | <b>1,9%</b>   |
| - Proventi finanziari                | 1.860             | <b>0,0%</b>   | 10.876            | <b>0,1%</b>   |
| - Svalutazione dei crediti           | 45.040            | <b>-0,2%</b>  | 36.833            | <b>-0,2%</b>  |
| <b>VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO:</b> | <b>22.391.937</b> | <b>98,2%</b>  | <b>17.643.188</b> | <b>97,4%</b>  |
| - Costi operativi                    | 20.361.634        | <b>89,3%</b>  | 16.120.500        | <b>89,0%</b>  |
| - Costo del personale                | 1.671.131         | <b>7,3%</b>   | 1.242.824         | <b>6,9%</b>   |
| - Remunerazione dei finanziatori     | 195.947           | <b>0,9%</b>   | 97.042            | <b>0,5%</b>   |
| - Imposte dirette                    | 160.098           | <b>0,7%</b>   | 181.522           | <b>1,0%</b>   |
| - Sponsorizzazioni e liberalità      | 3.127             | <b>0,0%</b>   | 1.300             | <b>0,0%</b>   |
| <b>VALORE ECONOMICO TRATTENUTO:</b>  | <b>421.280</b>    | <b>1,8%</b>   | <b>464.270</b>    | <b>2,6%</b>   |
| - Ammortamenti e accantonamenti      | 241.877           | <b>1,1%</b>   | 91.648            | <b>0,5%</b>   |
| - Utili/Perdite                      | 169.333           | <b>0,7%</b>   | 369.554           | <b>2,0%</b>   |
| - Imposte differite                  | 10.070            | <b>0,0%</b>   | 3.068             | <b>0,0%</b>   |

Il valore economico generato rappresenta il principale obiettivo di MCA Digital, quale condizione indispensabile per garantire un'adeguata remunerazione a dipendenti e collaboratori e per mantenere un livello di patrimonializzazione idoneo a sostenere l'attività creditizia attraverso gli accantonamenti a riserva.

Nel 2024 si è registrato un significativo incremento sia del valore economico generato (derivante dalla vendita di prodotti, servizi e da altri proventi, al netto di ammortamenti e svalutazioni) sia di quello distribuito, in seguito all'acquisizione di Indigital S.r.l., conclusasi il 21 ottobre 2024 con l'atto di fusione. Tale operazione ha comportato l'unificazione dei dati economico-finanziari delle due società per l'esercizio 2024; di conseguenza, il bilancio 2024 presenta dati consolidati riferiti al nuovo perimetro societario.

La gestione di questa complessa operazione ha avuto un impatto rilevante sul bilancio economico-finanziario dell'azienda, ma risulta pienamente coerente con la strategia di consolidamento e sviluppo perseguita da MCA Digital, destinata a generare effetti positivi sul piano competitivo e reddituale nei prossimi esercizi.

## 7.2. L'innovazione

L'innovazione tecnologica rappresenta un pilastro importante del progresso sociale ed economico in quanto migliora la produttività e può creare nuove opportunità per le aziende e per lavoratrici e lavoratori.

Il posizionamento strategico su servizi innovativi ad alto valore aggiunto per risolvere le problematiche dei clienti e il contesto di crescente competitività in cui MCA Digital opera, impongono un impegno rilevante in termini di ricerca e sviluppo di nuove applicazioni e di miglioramento dei processi interni.

Nel corso del biennio 2023 – 2024 abbiamo svolto una mappatura dei principali processi per identificare eventuali inefficienze o ridondanze e per comprendere il loro impatto sul risultato finale. Siamo convinti che l'Information Technology, in particolare, possa offrire soluzioni in grado di ottimizzare processi, aumentare l'efficienza e la trasparenza, e migliorare la qualità dei servizi per i nostri clienti. Per questo motivo abbiamo deciso di investire nella ricerca e nell'implementazione di tecnologie all'avanguardia come l'IA (Intelligenza Artificiale).

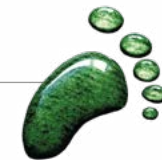
In questa ottica abbiamo avviato il Progetto Metis che, nella fase iniziale, interverrà in tre aree specifiche.

- **Assistenza tecnica.** L'obiettivo iniziale è, verso i clienti, migliorare la capacità di risoluzione all'apertura del ticket e, verso i tecnici, rendere più immediato l'accesso alla consultazione di informazioni avanzate su manuali tecnici, rapportini di interventi, e altra documentazione tecnica avanzata.
- **Area commerciale.** Alcuni obiettivi iniziali che ci siamo prefissati sono: velocizzare le operazioni di ricerca e confronto delle caratteristiche di materiali da stampa, facilitare la preparazione delle offerte ai clienti e standardizzare il controllo dei documenti di vendita.
- **Area acquisti sia materiali di consumo che attrezzature.** Tra gli obiettivi iniziali che abbiamo individuato ci sono: velocizzare la ricerca delle caratteristiche tecniche delle attrezzature utili alla preparazione del sito, alla logistica e all'installazione; facilitare la predisposizione dei dossier che servono ai clienti per presentare la richiesta di finanziamento o agevolazioni; ridurre il tempo per la verifica delle fatture fornitori.

L'impatto della IA, sarà particolarmente dirompente nel mondo del lavoro, perché inciderà su tutte le attività economiche e su tutte le professioni.

Più che nelle precedenti evoluzioni tecnologiche l'IA renderà necessario che tutte le persone siano coinvolte in un'alphabetizzazione tecnologica che le metta in condizione di saperla utilizzare e sfruttare come acceleratore di competenze. Tuttavia, se grazie all'intelligenza artificiale sarà possibile sviluppare una nuova generazione di prodotti e servizi, bisognerà anche tenerne ben presenti i costi ambientali, in termini di elevato consumo di risorse naturali.

In questo senso, stiamo studiando dei metodi per calcolare il maggior consumo di energia elettrica che deriverà dall'introduzione della piattaforma IA in modo da informare le persone che la utilizzeranno sulle implicazioni ambientali, con l'obiettivo di limitarne l'uso non necessario e per creare una cultura di responsabilità condivisa.

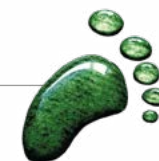


## 8. I NOSTRI OBIETTIVI

La tabella seguente riassume gli obiettivi e le azioni individuati da MCA Digital all'interno della propria strategia di Sostenibilità, suddivisi per tema materiale. Ciascun obiettivo è associato a uno specifico SDG, con indicazione del relativo timing e dello stato di avanzamento.

| Tema materiale                                     | SDGs correlato | Obiettivo                                                                                                                                 | Azione                                                                                                                                      | Timing       | Status                |
|----------------------------------------------------|----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-----------------------|
| Riduzione dei consumi energetici                   | SDG 13         | Ridurre i costi legati al consumo di energia elettrica                                                                                    | Implementazione di interventi di efficientamento energetico                                                                                 | Continuativo | Attività continuativa |
| Materie prime e gestione dei rifiuti               | SDG 12         | Rafforzare l'impegno in iniziative di sostenibilità attraverso l'adesione a programmi e partnership strategiche                           | Completamento dei requisiti per l'adesione al Gruppo Sostenibile CVE e conferma del programma HP Amplify Impact                             | 30.09.2023   | Raggiunto             |
| Tutela della salute e sicurezza sul lavoro         | SDG 3          | Promuovere una cultura della sicurezza e confermare l'obiettivo "zero infortuni" tramite sensibilizzazione e formazione continua          | Realizzazione di incontri periodici con il RSPP e formazione specifica per i preposti                                                       | Continuativo | Attività continuativa |
| Formazione e crescita professionale                | SDG 4          | Rafforzare la conoscenza e la consapevolezza sui temi della sostenibilità attraverso percorsi formativi dedicati ai collaboratori interni | Sviluppo e prosecuzione di programmi formativi sui temi della sostenibilità                                                                 | Continuativo | Attività continuativa |
| Benessere dei dipendenti                           | SDG 8          | Favorire un ambiente di lavoro positivo che supporti il benessere fisico, mentale e sociale dei collaboratori                             | Attuazione del piano di welfare aziendale e promozione di modalità di lavoro flessibile                                                     | Continuativo | Attività continuativa |
| Diversity & Inclusion                              | SDG 5          | Ottenere la certificazione UNI/PdR 125:2022 in materia di parità di genere                                                                | Svolgere un percorso formativo finalizzato al conseguimento della certificazione                                                            | 31.12.2023   | Raggiunto             |
| Progetti mirati a una crescita sostenibile         | SDG 8          | Supportare iniziative promosse da comunità locali e associazioni del territorio                                                           | Sponsorizzazione di eventi culturali e sportivi, partecipazione a manifestazioni come la "Settimana delle arti e dei mestieri di Torreglia" | Continuativo | Attività continuativa |
| Rapporto con il cliente                            | SDG 9          | Comunicare in modo più efficace e strategico per valorizzare l'azienda e aumentare la presenza sui canali digitali                        | Pianificazione e realizzazione di azioni mirate al raggiungimento dell'obiettivo comunicativo                                               | 31.12.2024   | Raggiunto             |
| Gestione responsabile del rapporto con i fornitori | SDG 12         | Rafforzare le partnership con fornitori che condividono l'attenzione per gli aspetti ambientali ed etici                                  | Progettazione di soluzioni a valore condiviso e sostenibile; proposta di soluzioni tecnologiche nel lungo termine                           | Continuativo | Attività continuativa |

| Tema materiale                             | SDGs correlato | Obiettivo                                                                                                                           | Azione                                                                                                              | Timing                | Status                |
|--------------------------------------------|----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|
| Compliance, etica e integrità del business | SDG 9          | Applicare il Modello 231 e revisionare i processi aziendali più rilevanti                                                           | Incontri periodici con l'Organismo di Vigilanza e aggiornamento dei mansionari per ciascun reparto                  | Continuativo          | Attività continuativa |
| Performance economica                      | SDG 9          | Consolidare la reputazione aziendale e garantire un alto livello di soddisfazione dei clienti, nel rispetto della concorrenza leale | Ottimizzazione dei tempi di risposta dell'assistenza tecnica attraverso soluzioni digitali orientate all'efficienza | 31.12.2024            | Raggiunto             |
| Innovazione, R&S                           | SDG 9          | Realizzare cataloghi contenenti prodotti testati e selezionati tra quelli offerti dai nostri fornitori                              | Attività di ricerca e scouting di nuovi prodotti e fornitori qualificati                                            | Continuativo          | Attività continuativa |
| Digitalizzazione e cyber security          | SDG 9          | Potenziare l'efficienza operativa e la sicurezza dei processi digitali aziendali                                                    | In fase di studio                                                                                                   | In via di definizione | -                     |



## 9. APPENDICE

### 9.1. Nota metodologica

Il perimetro di rendicontazione del presente Bilancio di Sostenibilità comprende MCA Digital, senza includere gli effetti delle operazioni straordinarie avvenute nel 2024 ed è riferito al periodo **01.01.2023 – 31.12.2024**. Nel corso del 2024, infatti, MCA Digital ha acquisito un ramo d'azienda e completato un'operazione di fusione con una società. Considerato che tali operazioni sono avvenute nel corso dell'ultimo anno del biennio di rendicontazione e che i dati relativi non risultano pienamente comparabili con quelli del 2023 e, più in generale, con i dati storici di MCA Digital, il perimetro di rendicontazione del presente documento non considera queste operazioni. A partire dal prossimo ciclo di rendicontazione, il perimetro riceverà gli effetti delle operazioni straordinarie del 2024 sopra descritte.

Il presente documento è stato redatto seguendo le linee guida “Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards” definite dal Global Reporting Initiative (GRI). I GRI Standards, oggi utilizzati nella loro forma aggiornata al 2021, rappresentano principi di riferimento internazionali per la rendicontazione di sostenibilità e prevedono due approcci di applicazione: “in accordance” e “with reference”. In considerazione delle dimensioni della società e della capacità di raccogliere le informazioni, il bilancio di sostenibilità di MCA Digital S.p.A. **è stato redatto secondo l'opzione “in accordance”** che, secondo la definizione fornita dallo Standard GRI, «consente a un'azienda di fornire un quadro completo dei suoi impatti più significativi sull'economia, sull'ambiente e sulle persone, inclusi quelli sui diritti umani e su come essa garantisca tali impatti. Ciò permette a chi ha accesso a tali dati di poter fare valutazioni e prendere decisioni informate in merito agli impatti dell'organizzazione e sul suo contributo allo sviluppo sostenibile».

Gli Standard GRI sono strutturati come un sistema di principi correlati tra di loro, organizzati in tre serie: Standard Universali, Standard di Settore e Standard Specifici. I tre Standard Universali: introducono i concetti fondamentali di rendicontazione e specificano i requisiti e i principi che un'organizzazione deve osservare nella predisposizione di un report di sostenibilità (GRI 1 – *Foundation*); forniscono informazioni sull'organizzazione, sulla sua attività, sulle pratiche di rendicontazione e sul modello di governance (GRI 2 – *General Disclosures*); contengono le informative di cui l'organizzazione deve servirsi per spiegare il proprio processo di determinazione dei temi materiali, la loro classificazione e le modalità di gestione (GRI 3 – *Material Topics*).

In base agli aspetti emersi come materiali, sono stati selezionati gli Standard Specifici (200 Series – *Economic Topics*; 300 Series – *Environmental Topic*; 400 Series – *Social Topics*) e le relative disclosure, sia di tipo quantitativo che qualitativo.

Per definire la quantità delle informazioni riportate, sono stati considerati i seguenti principi:

- accuratezza: rendicontare informazioni corrette e sufficientemente dettagliate per consentire una valutazione degli impatti dell'organizzazione;
- chiarezza: presentare le informazioni in maniera comprensibile e accessibile;
- comparabilità: selezionare, compilare e rendicontare le informazioni in modo uniforme per consentire un'analisi dei cambiamenti degli impatti nel corso del tempo e un confronto con altre organizzazioni;
- completezza: fornire informazioni sufficienti per consentire una valutazione degli impatti dell'organizzazione durante il periodo di rendicontazione;
- contesto di sostenibilità: rendicontare le informazioni relative agli impatti dell'organizzazione nel più ampio contesto dello sviluppo sostenibile;
- equilibrio: rendicontare le informazioni in modo obiettivo, fornendo una rappresentazione equa degli impatti negativi e positivi dell'organizzazione;
- tempestività: rendicontare le informazioni con cadenza regolare e renderle disponibili in tempo debito, al fine di consentire agli stakeholder di prendere decisioni;
- verificabilità: raccogliere, registrare, compilare e analizzare i dati in modo tale che le informazioni possano essere esaminate per stabilirne la qualità.

## Limitazioni

In coerenza con i principi di completezza, accuratezza e confrontabilità previsti dallo Standard GRI, si segnala che nei precedenti Bilanci di Sostenibilità relativi ai bienni 2019-2020 e 2021-2022 non era stato incluso il consumo di energia elettrica autoprodotta e autoconsumata dall'impianto fotovoltaico aziendale. Nel presente Bilancio, tali informazioni sono state oggetto di restatement, mediante la ricostruzione e l'integrazione dei dati per i periodi di riferimento 2021-2022 e 2023-2024, al fine di assicurare la coerenza metodologica e la comparabilità temporale dei dati energetici rendicontati.

## Altre informazioni

La frequenza di redazione e presentazione del bilancio di sostenibilità di MCA Digital è biennale.

Il bilancio di sostenibilità 2023-2024 è stato approvato in data 19/11/2025 dal Consiglio di Amministrazione di MCA Digital ed è stato sottoposto a revisione indipendente esterna.

## Punto di contatto

Il punto di contatto a cui qualsiasi stakeholder può riferirsi per eventuali informazioni e/o approfondimenti sul presente documento è **info@mcadigital.it**.

MCA Digital S.p.A.

Via Frattina 38/40, Campodarsego

35011 Padova (IT)

+ 39 049 9200900



## 10. GRI CONTENT INDEX

|                                           |                                                                                                                                                                                     |
|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Dichiarazione d'uso</b>                | MCA Digital S.p.A. ha presentato una rendicontazione in conformità agli Standard GRI per il periodo di rendicontazione dal 01.01.2023 al 31.12.2023 e dal 01.01.2024 al 31.12.2024. |
| <b>GRI 1 utilizzato</b>                   | GRI 1 – Principi Fondamentali – 2021                                                                                                                                                |
| <b>Standard di Settore GRI pertinenti</b> | Non risulta applicabile nessuno Standard di Settore GRI.                                                                                                                            |

| STANDARD GRI                            | INFORMATIVA                                                                         | UBICAZIONE                                                                                                                                                                                                                         | OMISSIONE        |         |             |
|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|---------|-------------|
|                                         |                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                    | REQUISITI OMESSI | RAGIONE | SPIEGAZIONI |
| Informative generali                    |                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                    |                  |         |             |
| GRI 2 –<br>Informativa<br>Generali 2021 | 2-1 Dettagli organizzativi                                                          | 1.1 La nostra identità                                                                                                                                                                                                             |                  |         |             |
|                                         | 2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione       | 9. Appendice                                                                                                                                                                                                                       |                  |         |             |
|                                         | 2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto                       | 9. Appendice                                                                                                                                                                                                                       |                  |         |             |
|                                         | 2-4 Revisione delle informazioni                                                    | 9. Appendice                                                                                                                                                                                                                       |                  |         |             |
|                                         | 2-5 Assurance esterna                                                               | 11. Relazione della società di revisione                                                                                                                                                                                           |                  |         |             |
|                                         | 2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business                        | 1.1 La nostra identità                                                                                                                                                                                                             |                  |         |             |
|                                         | 2-7 Dipendenti                                                                      | 4.2 La composizione del personale                                                                                                                                                                                                  |                  |         |             |
|                                         | 2-8 Lavoratori non dipendenti                                                       | 4.2 La composizione del personale                                                                                                                                                                                                  |                  |         |             |
|                                         | 2-9 Struttura e composizione della governance                                       | 3.1 La struttura societaria e l'assetto organizzativo                                                                                                                                                                              |                  |         |             |
|                                         | 2-10 Nomina e selezione del massimo organo di governo                               | Ad oggi non sono state adottate procedure formali per la nomina e/o selezione dei membri del massimo organo di governo. I componenti del Consiglio di Amministrazione di MCA Digital rappresentano due dei tre soci della Società. |                  |         |             |
|                                         | 2-11 Presidente del massimo organo di governo                                       | 3.1 La struttura societaria e l'assetto organizzativo                                                                                                                                                                              |                  |         |             |
|                                         | 2-12 Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti | 3.3 La gestione dei rischi                                                                                                                                                                                                         |                  |         |             |
|                                         | 2-13 Delega di responsabilità per la gestione di impatti                            | 2.1 Lo stakeholder engagement e l'analisi di materialità                                                                                                                                                                           |                  |         |             |
|                                         | 2-14 Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità     | 2.1 Lo stakeholder engagement e l'analisi di materialità                                                                                                                                                                           |                  |         |             |

| STANDARD GRI                             | INFORMATIVA                                                           | UBICAZIONE                                                                                                                                                                 | OMISSIONE        |         |             |
|------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|---------|-------------|
|                                          |                                                                       |                                                                                                                                                                            | REQUISITI OMESSI | RAGIONE | SPIEGAZIONE |
| <b>GRI 2 – Informativa Generali 2021</b> | 2-15 Conflitti d'interesse                                            | 3.1 La struttura societaria e l'assetto organizzativo                                                                                                                      |                  |         |             |
|                                          | 2-16 Comunicazione delle criticità                                    | 3.2 Etica e compliance                                                                                                                                                     |                  |         |             |
|                                          | 2-17 Conoscenze collettive del massimo organo di governo              | 4.6 La crescita e lo sviluppo professionale                                                                                                                                |                  |         |             |
|                                          | 2-18 Valutazione della performance del massimo organo di governo      | Ad oggi, non sono state istituite procedure di valutazione delle performance dei membri del massimo organo di governo in relazione alla gestione delle tematiche ESG.      |                  |         |             |
|                                          | 2-19 Norme riguardanti le remunerazioni                               | 3.1 La struttura societaria e l'assetto organizzativo                                                                                                                      |                  |         |             |
|                                          | 2-20 Procedura di determinazione della retribuzione                   | 3.1 La struttura societaria e l'assetto organizzativo                                                                                                                      |                  |         |             |
|                                          | 2-21 Rapporto di retribuzione totale annuale                          | 4.3 La remunerazione                                                                                                                                                       |                  |         |             |
|                                          | 2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile            | Lettera agli stakeholder                                                                                                                                                   |                  |         |             |
|                                          | 2-23 Impegno in termini di policy                                     | 3.2 Etica e compliance                                                                                                                                                     |                  |         |             |
|                                          | 2-24 Integrazione degli impegni in termini di policy                  | 3.2 Etica e compliance                                                                                                                                                     |                  |         |             |
|                                          | 2-25 Processi volti a rimediare impatti negativi                      | 3.2 Etica e compliance                                                                                                                                                     |                  |         |             |
|                                          | 2-26 Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni | 3.2 Etica e compliance                                                                                                                                                     |                  |         |             |
|                                          | 2-27 Conformità a leggi e regolamenti                                 | Nel periodo di rendicontazione non si sono registrate pene pecuniarie significative <sup>15</sup> , né sanzioni non monetarie per la non conformità a leggi o regolamenti. |                  |         |             |
|                                          | 2-28 Appartenenza ad associazioni                                     | 5.3 Il legame con la comunità e il territorio                                                                                                                              |                  |         |             |
|                                          | 2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder                    | 2.1 Lo stakeholder engagement e l'analisi di materialità                                                                                                                   |                  |         |             |
|                                          | 2-30 Contratti collettivi                                             | 4.3 La remunerazione                                                                                                                                                       |                  |         |             |
| <b>Temi materiali</b>                    |                                                                       |                                                                                                                                                                            |                  |         |             |
| <b>GRI 3 – Temi Materiali 2021</b>       | 3-1 Processo di determinazione dei temi materiali                     | 2.1 Lo stakeholder engagement e l'analisi di materialità                                                                                                                   |                  |         |             |
|                                          | 3-2 Elenco di temi materiali                                          | 2.1 Lo stakeholder engagement e l'analisi di materialità                                                                                                                   |                  |         |             |

<sup>15</sup> La soglia di significatività è stata intesa come maggiore di 5.000 euro.

| STANDARD GRI                                       | INFORMATIVA                                                                                              | UBICAZIONE                                   | OMMISSIONE       |         |             |
|----------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|------------------|---------|-------------|
|                                                    |                                                                                                          |                                              | REQUISITI OMESSI | RAGIONE | SPIEGAZIONE |
| Performance economica                              |                                                                                                          |                                              |                  |         |             |
| GRI 3 – Temi Materiali 2021                        | 3-3 Gestione dei temi materiali                                                                          | 7.1 La performance economica                 |                  |         |             |
| GRI 201 – Performance economica 2016               | 201-1 Valore economico diretto generato e distribuito                                                    | 7.1 La performance economica                 |                  |         |             |
| Gestione responsabile del rapporto con i fornitori |                                                                                                          |                                              |                  |         |             |
| GRI 3 – Temi Materiali 2021                        | 3-3 Gestione dei temi materiali                                                                          | 5.2 La gestione del rapporto con i fornitori |                  |         |             |
| Compliance, etica ed integrità del business        |                                                                                                          |                                              |                  |         |             |
| GRI 3 – Temi Materiali 2021                        | 3-3 Gestione dei temi materiali                                                                          | 3.2 Etica e compliance                       |                  |         |             |
| GRI 205 – Anticorruzione 2016                      | 205-1 Operazioni valutate per determinare i rischi relativi alla corruzione                              | 3.2 Etica e compliance                       |                  |         |             |
|                                                    | 205-3 Incidenti confermati di corruzione e misure adottate                                               | 3.2 Etica e compliance                       |                  |         |             |
| GRI 206 - Comportamento anti-competitivo 2016      | 206-1 Azioni legali relative a comportamento anti-competitivo, attività di trust e prassi monopolistiche | 3.2 Etica e compliance                       |                  |         |             |
| Innovazione e R&S                                  |                                                                                                          |                                              |                  |         |             |
| GRI 3 – Temi Materiali 2021                        | 3-3 Gestione dei temi materiali                                                                          | L'innovazione, la ricerca e lo sviluppo      |                  |         |             |
| Indicatore autonomo                                | N. ore dedicate a R&S                                                                                    | L'innovazione, la ricerca e lo sviluppo      |                  |         |             |
| Indicatore autonomo                                | € spesi in R&S                                                                                           | L'innovazione, la ricerca e lo sviluppo      |                  |         |             |
| Riduzione dei consumi energetici                   |                                                                                                          |                                              |                  |         |             |
| GRI 3 – Temi Materiali 2021                        | 3-3 Gestione dei temi materiali                                                                          | 6.1 La gestione responsabile dell'ambiente   |                  |         |             |
| GRI 302 – Energia 2016                             | 302-1 Consumo di energia interno all'organizzazione                                                      | 6.2 I consumi energetici e le emissioni      |                  |         |             |
| GRI 305 – Emissioni 2016                           | 305-1 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) dirette (Scope 1)                                           | 6.2 I consumi energetici e le emissioni      |                  |         |             |
|                                                    | 305-2 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette da consumi energetici (Scope 2)                   | 6.2 I consumi energetici e le emissioni      |                  |         |             |
| Materie prime e gestione dei rifiuti               |                                                                                                          |                                              |                  |         |             |
| GRI 3 – Temi Materiali 2021                        | 3-3 Gestione dei temi materiali                                                                          | 6.1 La gestione responsabile dell'ambiente   |                  |         |             |

| STANDARD GRI                                        | INFORMATIVA                                                                                                             | UBICAZIONE                                                                                 | OMISSIONE        |         |             |
|-----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|---------|-------------|
|                                                     |                                                                                                                         |                                                                                            | REQUISITI OMESSI | RAGIONE | SPIEGAZIONE |
| <b>GRI 306 – Rifiuti 2020</b>                       | 306-3 Rifiuti generati                                                                                                  | 6.3 La gestione dei rifiuti                                                                |                  |         |             |
| <b>Benessere dei dipendenti</b>                     |                                                                                                                         |                                                                                            |                  |         |             |
| <b>GRI 3 – Temi Materiali 2021</b>                  | 3-3 Gestione dei temi materiali                                                                                         | 4.1 Le nostre persone                                                                      |                  |         |             |
| <b>GRI 401 – Occupazione 2016</b>                   | 401-1 Assunzioni di nuovi dipendenti e avvicendamento dei dipendenti                                                    | 4.2 La composizione del personale                                                          |                  |         |             |
|                                                     | 401-2 Benefici per i dipendenti a tempo pieno che non sono disponibili per i dipendenti a tempo determinato o part-time | 4.4 Le iniziative per il benessere dei dipendenti                                          |                  |         |             |
| <b>Formazione e crescita professionale</b>          |                                                                                                                         |                                                                                            |                  |         |             |
| <b>GRI 3 – Temi Materiali 2021</b>                  | 3-3 Gestione dei temi materiali                                                                                         | 4.1 Le nostre persone                                                                      |                  |         |             |
| <b>GRI 404 – Formazione e istruzione 2016</b>       | 404-1 Numero medio di ore di formazione all'anno per dipendente                                                         | 4.6 La crescita e lo sviluppo professionale                                                |                  |         |             |
|                                                     | 404-2 Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e di assistenza nella transizione                      | 4.6 La crescita e lo sviluppo professionale                                                |                  |         |             |
| <b>Diversity &amp; Inclusion</b>                    |                                                                                                                         |                                                                                            |                  |         |             |
| <b>GRI 3 – Temi Materiali 2021</b>                  | 3-3 Gestione dei temi materiali                                                                                         | 4.1 Le nostre persone                                                                      |                  |         |             |
| <b>GRI 405 – Diversità e pari opportunità 2016</b>  | 405-1 Diversità negli organi di governance e tra i dipendenti                                                           | 3.1 La struttura societaria e l'assetto organizzativo<br>4.2 La composizione del personale |                  |         |             |
|                                                     | 405-2 Rapporto tra salario di base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini                                      | 4.3 La remunerazione                                                                       |                  |         |             |
| <b>Tutela della salute e sicurezza sul lavoro</b>   |                                                                                                                         |                                                                                            |                  |         |             |
| <b>GRI 3 – Temi Materiali 2021</b>                  | 3-3 Gestione dei temi materiali                                                                                         | 4.1 Le nostre persone                                                                      |                  |         |             |
| <b>GRI 403 – Salute e sicurezza sul lavoro 2018</b> | 403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro                                                           | 4.7 La salute e la sicurezza sul lavoro                                                    |                  |         |             |
|                                                     | 403-2 Identificazione del pericolo, valutazione del rischio e indagini sugli incidenti                                  | 4.7 La salute e la sicurezza sul lavoro                                                    |                  |         |             |
|                                                     | 403-3 Servizi per la salute professionale                                                                               | 4.7 La salute e la sicurezza sul lavoro                                                    |                  |         |             |

| STANDARD GRI                                                     | INFORMATIVA                                                                                                                              | UBICAZIONE                                                                                                                                                                                  | OMISSIONE        |         |             |
|------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|---------|-------------|
|                                                                  |                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                             | REQUISITI OMESSI | RAGIONE | SPIEGAZIONE |
| <b>GRI 403 – Salute e sicurezza sul lavoro 2018</b>              | 403-4 Partecipazione e consultazione dei lavoratori in merito a programmi di salute e sicurezza sul lavoro e relativa comunicazione      | 4.7 La salute e la sicurezza sul lavoro                                                                                                                                                     |                  |         |             |
|                                                                  | 403-5 Formazione dei lavoratori sulla salute e sicurezza sul lavoro                                                                      | 4.7 La salute e la sicurezza sul lavoro                                                                                                                                                     |                  |         |             |
|                                                                  | 403-6 Promozione della salute dei lavoratori                                                                                             | 4.7 La salute e la sicurezza sul lavoro                                                                                                                                                     |                  |         |             |
|                                                                  | 403-7 Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro direttamente collegati da rapporti di business | 4.7 La salute e la sicurezza sul lavoro                                                                                                                                                     |                  |         |             |
| <b>Progetti mirati a una crescita sostenibile e responsabile</b> |                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                             |                  |         |             |
| <b>GRI 3 – Temi Materiali 2021</b>                               | 3-3 Gestione dei temi materiali                                                                                                          | 5.3 Il legame con la comunità e il territorio                                                                                                                                               |                  |         |             |
| <b>GRI 413 – Comunità locali 2016</b>                            | 413-1 Operazioni con il coinvolgimento della comunità locale, valutazione degli impatti e programmi di sviluppo                          | 5.3 Il legame con la comunità e il territorio                                                                                                                                               |                  |         |             |
| <b>Rapporto con il cliente</b>                                   |                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                             |                  |         |             |
| <b>GRI 3 – Temi Materiali 2021</b>                               | 3-3 Gestione dei temi materiali                                                                                                          | 5.1 La relazione con i clienti                                                                                                                                                              |                  |         |             |
| <b>GRI 416 – Salute e sicurezza dei clienti 2016</b>             | 416-2 Episodi di non conformità relativamente agli impatti su salute e sicurezza di prodotti e servizi                                   | Sia nel 2023 che nel 2024 non sono stati rilevati episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute o la sicurezza di prodotti e servizi.                                          |                  |         |             |
| <b>Digitalizzazione e cyber security</b>                         |                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                             |                  |         |             |
| <b>GRI 3 – Temi Materiali 2021</b>                               | 3-3 Gestione dei temi materiali                                                                                                          | 3.2 Etica e compliance                                                                                                                                                                      |                  |         |             |
| <b>GRI 418 – Privacy dei clienti 2016</b>                        | 418-1 Fondati reclami riguardanti violazioni della privacy dei clienti e perdita di loro dati                                            | Sia nel 2023 che nel 2024, non si sono avuti reclami riguardanti la violazione della privacy dei clienti, né si sono verificati episodi che hanno comportato una perdita di dati personali. |                  |         |             |

\*\*\*

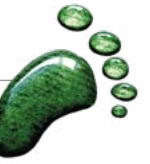
Il Bilancio di Sostenibilità 2023/2024 è stato elaborato con il supporto metodologico di

VIVIDA & Partners S.r.l.

[www.epyonvivida.it](http://www.epyonvivida.it)



*Arshma De Guasta*



## 11. RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE



Tel: +39 049 78.00.999  
[www.bdo.it](http://www.bdo.it)

Piazza G. Zanellato, 5  
35131 Padova

### RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE INDIPENDENTE SUL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2024

Al Consiglio di Amministrazione  
Di MCA Digital S.p.A.

Siamo stati incaricati di effettuare un esame limitato (*"limited assurance engagement"*) del Bilancio di Sostenibilità 2024 di MCA Digital S.p.A. (di seguito anche "la Società") relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2024.

#### Responsabilità degli Amministratori per il Bilancio di Sostenibilità

Gli Amministratori della MCA Digital S.p.A. sono responsabili per la redazione del Bilancio di Sostenibilità in conformità ai *"Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards"* definiti dal GRI - *Global Reporting Initiative ("GRI Standards")*, come descritto nella sezione "Nota metodologica" del Bilancio di Sostenibilità.

Gli Amministratori sono altresì responsabili per quella parte del controllo interno da essi ritenuta necessaria al fine di consentire la redazione di un Bilancio di Sostenibilità che non contenga errori significativi, anche dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali.

Gli Amministratori sono, inoltre, responsabili per la definizione degli obiettivi della MCA Digital S.p.A. in relazione alla performance di sostenibilità, nonché per l'identificazione degli *stakeholder* e degli aspetti significativi da rendicontare.

#### Indipendenza della società di revisione e gestione della qualità

Siamo indipendenti in conformità ai principi in materia di indipendenza dell'*International Code of Ethics for Professional Accountants (including International Independence Standards)* (IESBA Code) emesso dall'*International Ethics Standards Board for Accountants*, basato su principi fondamentali di integrità, obiettività, competenza e diligenza professionale, riservatezza e comportamento professionale.

La nostra società di revisione applica il Principio internazionale sulla gestione della qualità (ISQM Italia) 1 in base al quale è tenuta a configurare, mettere in atto e rendere operativo un sistema di gestione della qualità che includa direttive o procedure sulla conformità ai principi etici, ai principi professionali e alle disposizioni di legge e regolamentari applicabili.

#### Responsabilità del revisore

È nostra la responsabilità di esprimere, sulla base delle procedure svolte, una conclusione circa la conformità del bilancio di sostenibilità rispetto a quanto richiesto dai GRI Standards. Il nostro lavoro è stato svolto secondo quanto previsto dal principio *"International Standard on Assurance Engagements 3000 (Revised) - Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information"* (*"ISAE 3000 Revised"*), emanato dall'*International Auditing and Assurance Standards Board* (IAASB) per gli incarichi di limited assurance. Tale principio richiede la pianificazione e lo svolgimento di procedure al fine di acquisire un livello di sicurezza limitato che il Bilancio di Sostenibilità non contenga errori significativi.

Pertanto, il nostro esame ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quella necessaria per lo svolgimento di un esame completo secondo l'ISAE 3000 Revised (*"reasonable assurance engagement"*) e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con

Bari, Bologna, Brescia, Firenze, Genova, Milano, Napoli, Padova, Roma, Torino, Verona

BDO Italia S.p.A. - Sede Legale: Viale Abruzzi, 94 - 20131 Milano - Capitale Sociale Euro 1.000.000 i.v.  
Codice Fiscale, Partita IVA e Registro Imprese di Milano n. 07722780967 - R.E.A. Milano 1977842  
Iscritta al Registro dei Revisori Legali al n. 167911 con D.M. del 15/03/2013 G.U. n. 26 del 02/04/2013  
BDO Italia S.p.A., società per azioni italiana, è membro di BDO International Limited, società di diritto inglese (company limited by guarantee), e fa parte della rete internazionale BDO, network di società indipendenti.





lo svolgimento di tale esame.

Le procedure svolte sul bilancio di sostenibilità si sono basate sul nostro giudizio professionale ed hanno compreso colloqui, prevalentemente con il personale della Società responsabile per la predisposizione del Bilancio di Sostenibilità, nonché analisi di documenti, ricalcoli ed altre procedure volte all'acquisizione di evidenze ritenute utili.

In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:

- analisi del processo di definizione dei temi rilevanti rendicontati nel Bilancio di Sostenibilità, con riferimento alle modalità di analisi e comprensione del contesto di riferimento, identificazione, valutazione e prioritizzazione degli impatti effettivi e potenziali e alla validazione interna delle risultanze del processo;
- comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario riportati nel Bilancio di Sostenibilità e i dati e le informazioni incluse nel bilancio d'esercizio della Società;
- comprensione dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione delle informazioni qualitative e quantitative significative incluse nel Bilancio di Sostenibilità.

In particolare, abbiamo svolto interviste e discussioni con il personale della direzione di MCA Digital S.p.A. e abbiamo svolto limitate verifiche documentali, al fine di raccogliere informazioni circa i processi e le procedure che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni di carattere non finanziario alla funzione responsabile della predisposizione del Bilancio di Sostenibilità.

Inoltre, per le informazioni significative, tenuto conto delle attività e delle caratteristiche della Società:

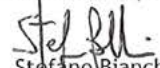
- a. con riferimento alle informazioni qualitative contenute nel bilancio di sostenibilità, abbiamo effettuato interviste e acquisito documentazione di supporto per verificarne la coerenza con le evidenze disponibili;
- b. con riferimento alle informazioni quantitative, abbiamo svolto sia procedure analitiche che limitate verifiche per accertare, su base campionaria, la corretta aggregazione dei dati.

## Conclusioni

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che il Bilancio di Sostenibilità della Società relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2024 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dai GRI Standards come descritto nel paragrafo "Nota metodologica" del Bilancio di Sostenibilità.

Padova, 19 novembre 2025

BDO Italia S.p.A.

  
Stefano Bianchi  
Socio

