




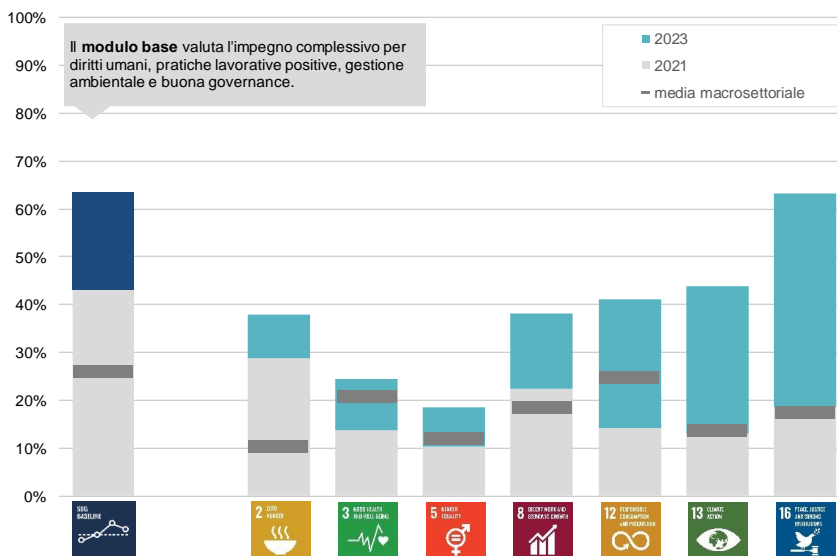
# Callmewine

Callmewine, fondata nel 2010, è una piattaforma di e-commerce specializzata nella vendita di vini che si colloca tra i leader di mercato in Italia. Vanta un ampio catalogo di vini con circa 10.000 etichette disponibili, che spaziano dai grandi nomi del panorama enologico mondiale ai piccoli produttori. Fa parte del Gruppo Italmobiliare da dicembre 2020, come **società controllata con una quota del 80%**.

## HIGHLIGHTS

|                          | Governance e catena del valore   | Strategia climatica  | Salute, sicurezza e benessere   | Genere e sviluppo del capitale umano   |
|--------------------------|--|--|---|--|
| <i>Le fondamentali</i>   | Adozione Codice Etico e Politiche di Sostenibilità con applicazione estesa a tutta la catena del valore. | Monitoraggio analitico della carbon footprint e obiettivi SBTi   | Supporto attivo alle persone nell'affrontare i bisogni primari e le sfide sociali emergenti.  | Adozione dei Women Empowerment Principles e crescita inclusiva delle competenze.   |
| <i>Stato 2023</i>        | <p><b>227</b></p> <p>Fornitori</p> <p>valutati nel 2023 secondo criteri ambientali e sociali</p>         |  <p><b>Committed</b></p> <p>Dal 2022, Callmewine usa solo energia elettrica rinnovabile, in parte autoprodotta. Carbon Neutral dal 2023, grazie a offset certificati.</p> | <p><b>Zero</b></p> <p>Infortuni nel 2023</p> <p>L'impegno a garantire un ambiente lavorativo sicuro, favorendo il benessere psicofisico delle persone deve essere continuo.</p> | <p><b>~450</b></p> <p>Ore di formazione</p> <p>66% formazione volontaria, mirata alla crescita delle competenze, a beneficio di una clientela sempre più esigente.</p> |
| <i>Le prossime sfide</i> | <p><b>100%</b></p> <p>Catena del valore</p> <p>allineata al modello virtuoso di Callmewine.</p>          | <p><b>100%</b></p> <p>Attività e servizi</p> <p>allineati agli obiettivi SBTi</p>  | <p><b>100%</b></p> <p>Persone</p> <p>Capaci di promuovere presso tutti gli stakeholder la cultura della sicurezza invitando all'adozione di comportamenti virtuosi.</p>         | <p><b>100%</b></p> <p>Persone</p> <p>coperte da piani di sviluppo mirati a crescita, inclusione e parità di genere.</p>  |

## CONTRIBUTO AGLI SDGS



Callmewine integra la strategia sostenibile del Gruppo Italmobiliare aderendo a **UN Global Compact**, sostenendone i **Dieci Principi** e contribuendo attivamente ai **Sustainable Development Goals**.

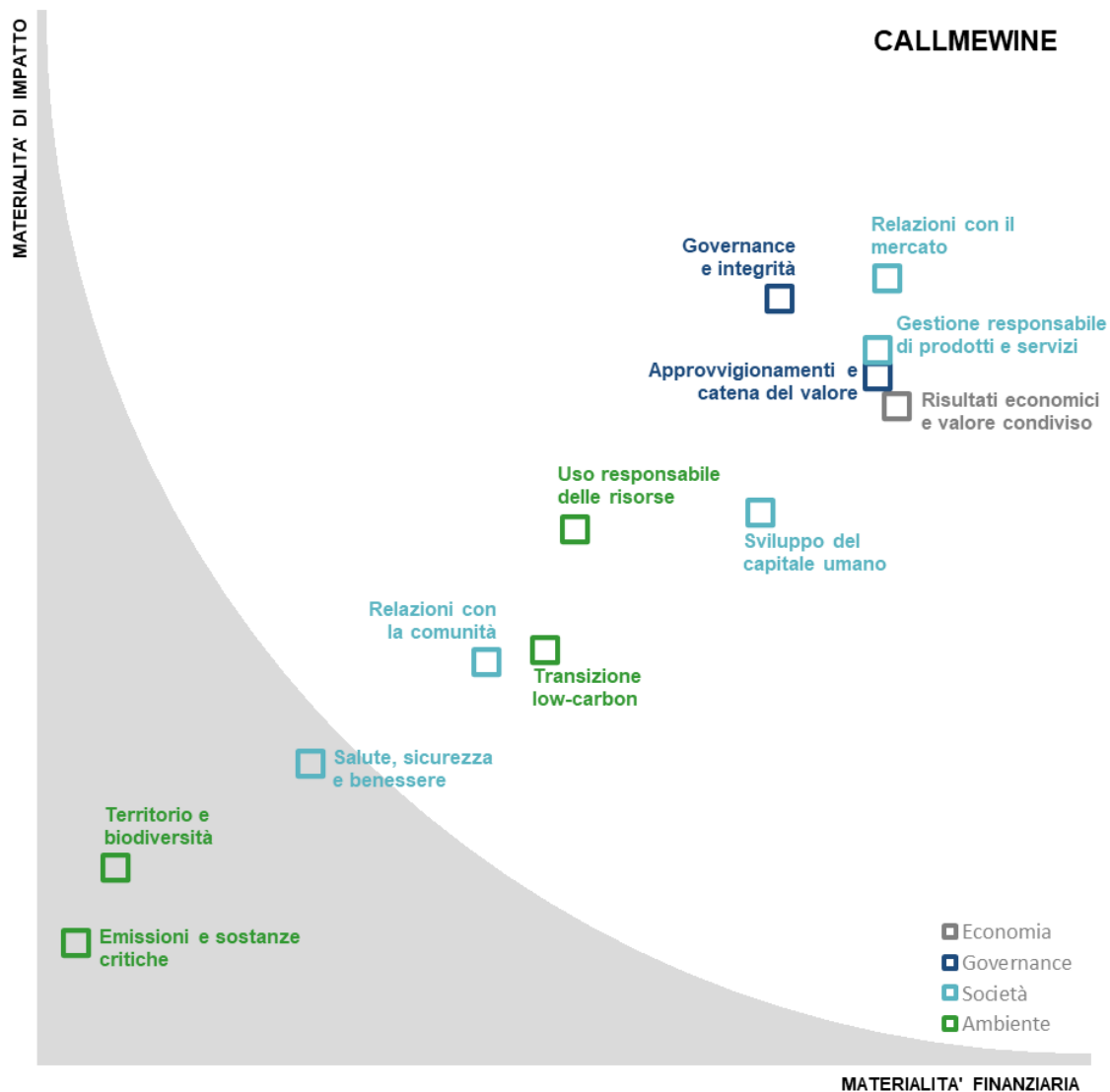
Lo strumento di **analisi SDG Action Manager** consente un'efficace autovalutazione dei progressi. Il grafico qui a lato rappresenta il contributo di Callmewine verso gli SDGs scelti come proprio riferimento strategico.

## MATERIALITÀ

Italmobiliare e Callmewine riconoscono gli aspetti sensibili del settore *food e-commerce*, che evidenzia temi di rilievo per il successo sostenibile del business, economici, sociali e ambientali, che coprono l'intera catena del valore, dall'approvvigionamento dei prodotti e delle materie prime per il packaging ai servizi logistici per la consegna capillare.

Nella definizione della strategia sostenibile e dei piani di azione correlati, l'**analisi di materialità** offre un efficace strumento per identificare i temi di governance, economici, sociali e ambientali rilevanti, incrociando la rilevanza finanziaria per il business con la rilevanza dell'impatto su ambiente, società e governance.

La matrice di materialità è costruita valutando in modo sistematico rischi, opportunità, impatti positivi o negativi, analizzando tutti gli aspetti di rilievo per il business con il contributo dalla prima linea di management, dell'azionista di maggioranza e infine raccogliendo le posizioni espresse dagli stakeholder più rilevanti.



## GOVERNANCE

### GOVERNANCE E INTEGRITÀ

La composizione e la gestione degli organi di governance, a partire dal **Consiglio di Amministrazione**, garantiscono rappresentatività, competenze e assenza di conflitti di interesse, mirando alla massima efficienza operativa e integrità. La partecipazione femminile nel Consiglio di Amministrazione è del 20% (1 amministratore su 5).

In linea con l'approccio del Gruppo, il **Codice Etico** e le **Politiche di Sostenibilità** adottate prendono ispirazione dai più elevati riferimenti globali e richiamano esplicitamente i Dieci Principi di **UN Global Compact**, cui anche Callmewine aderisce, e i **Women's Empowerment Principles (WEPs)**. Attraverso un approccio sostenibile mirato a creare valore condiviso per la società e l'ambiente, Callmewine intende esplorare ulteriori leve di successo per incrementare fatturato e margini economici, mitigare il rischio d'impresa, attrarre capitali e investitori, motivare le persone e consolidare il brand.

Sulla base di quello della Capogruppo e considerate le specificità relative a natura, dimensione, tipo di attività o struttura delle deleghe interne, Callmewine adotta un **Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo**, previsto ai sensi di legge ma non obbligatorio, funzionale alla prevenzione del rischio di commissione di specifici reati rilevanti. L'attività di controllo è delegata all'Organismo di Vigilanza, nominato con criteri di autonomia e indipendenza. Oltre a specifica formazione periodica, l'approccio include la procedura di *whistleblowing* per la segnalazione dei comportamenti illeciti, al fine di offrire a dipendenti e terze parti canali confidenziali per far risalire preoccupazioni o violazioni della procedura stessa, senza paura di ritorsioni, discriminazione o azioni disciplinari.

Più in generale, Callmewine implementa e rafforza nel tempo il sistema di **Enterprise Risk Management**, secondo lo schema di gestione e il catalogo dei rischi definiti a livello di Gruppo, che integrano le tematiche ESG. Il processo adottato permette l'identificazione, la misurazione, il monitoraggio e la gestione dei rischi, inclusi rischi climatici, e contribuisce a consolidare l'approccio del Gruppo.

A livello operativo, le **procedure di gestione** adottate rappresentano un asset fondamentale per garantire attività pienamente allineate alla strategia aziendale, in una logica di miglioramento continuo. L'integrazione nei processi aziendali contribuisce al consolidamento delle modalità organizzative, tecnologiche e comportamentali.

### APPROVVIGIONAMENTI E CATENA DI FORNITURA

L'azienda acquista i prodotti, prevalentemente vini, da fornitori selezionati attraverso solide relazioni personali, rendendoli disponibili all'acquisto sul proprio portale web. Un sistema di logistica terziarizzato garantisce la consegna al dettaglio nei tempi indicati al momento dell'acquisto.

Nel 2022, è stata adottata la Carta dei Fornitori, che definisce i principi a cui i fornitori di beni e servizi e gli appaltatori devono allinearsi, nelle loro attività dirette, nelle relazioni contrattuali con i loro eventuali subfornitori o subappaltatori e, in generale, nella creazione e gestione delle rispettive catene del valore. Nel processo di prequalifica tutti i fornitori sono stati invitati a completare un questionario online che copre i diritti umani e del lavoro, il rispetto dell'ambiente e l'integrità del business.

| Fornitori   | unità | 2021       | 2022       | 2023       |
|---|-------|------------|------------|------------|
| Numero di fornitori attivi  | #     | 751        | 798        | 851        |
| Spesa per acquisto di prodotti e servizi                          |       | 12,5       | 11,4       | 11,5       |
| fornitori nazionali   | M€    | 12,1       | 11,1       | 11,1       |
| fornitori esteri  |       | 0,4        | 0,4        | 0,5        |
| <b>Spesa con fornitori locali (sede sul territorio nazionale)</b> | %     | <b>97%</b> | <b>97%</b> | <b>96%</b> |

| Qualifica ambientale e sociale   | #  | 2021 % | #  | 2022 % | #   | 2023 % |
|--|----|--------|----|--------|-----|--------|
| Fornitori valutati nel corso dell'anno di riferimento secondo criteri ambientali e sociali | -- | --     | -- | --     | 227 | 68%    |

## SOCIETÀ

### SVILUPPO DEL CAPITALE UMANO

Callmewine beneficia del valore di 23 persone motivate e specializzate. I dipendenti diretti sono coperti da contratto collettivo di lavoro. Il 25% delle posizioni manageriali è ricoperto da donne.

È stato adottato un sistema di valutazione delle performance che include i primi livelli e le persone chiave, mirato anche a incrementare il livello di *attraction* e di *retention*. Un piano di welfare aziendale introdotto nel 2021 permette ad ogni dipendente di sfruttare il bonus legato ai risultati aziendali sulla piattaforma DoubleYou. Inoltre, i dipendenti beneficiano di sconti speciali sull'acquisto dei prodotti aziendali. Nel 2023 è stata regolamentata per tutti i dipendenti la possibilità di fruire di *smart working* per un giorno alla settimana. Inoltre, per agevolare in particolare i lavoratori fuori sede, in occasione della pausa estiva ogni dipendente può scegliere se prolungare o anticipare il periodo di ferie con una settimana di *smart working*.

|  | 2021      |           |           | 2022       |            |            | 2023       |            |            |
|--|-----------|-----------|-----------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
|  | Donne     | Uomini    | Totale    | Donne      | Uomini     | Totale     | Donne      | Uomini     | Totale     |
| <b>Personale</b>                           | <b>6</b>  | <b>7</b>  | <b>13</b> | <b>10</b>  | <b>11</b>  | <b>21</b>  | <b>12</b>  | <b>11</b>  | <b>23</b>  |
| <i>Dirigenti</i>                           | 0         | 1         | 1         | 0          | 1          | 1          | 0          | 1          | 1          |
| <i>Quadri</i>                              | 1         | 2         | 3         | 1          | 3          | 4          | 1          | 2          | 3          |
| <i>Impiegati</i>                           | 5         | 4         | 9         | 9          | 7          | 16         | 11         | 8          | 19         |
| <b>Turnover</b>                            | --        | --        | <b>3</b>  | --         | --         | <b>8</b>   | --         | --         | <b>2</b>   |
| + Assunzioni                               | --        | --        | 4         | --         | --         | 10         | --         | --         | 6          |
| + Acquisizioni                             | --        | --        | 0         | --         | --         | 0          | --         | --         | 0          |
| - Uscite volontarie                        | --        | --        | 0         | --         | --         | 1          | --         | --         | 2          |
| - Uscite non volontarie                    | --        | --        | 1         | --         | --         | 1          | --         | --         | 2          |
| - Dimissioni                               | --        | --        | 0         | --         | --         | 0          | --         | --         | 0          |
| <b>% contratti a tempo indeterminato</b>   | 100%      | 100%      | 100%      | 50%        | 100%       | 76%        | 50%        | 100%       | 74%        |
| <b>% contratti a tempo pieno</b>           | 100%      | 100%      | 100%      | 100%       | 100%       | 100%       | 100%       | 100%       | 100%       |
| <b>Formazione</b>                          |           |           |           |            |            |            |            |            |            |
| Ore pro capite                             | 4         | 4         | 4         | 39         | 21         | 30         | 28         | 11         | 20         |
| <i>Dirigenti</i>                           | 0         | 4         | 4         | 0          | 19         | 19         | 0          | 8          | 8          |
| <i>Quadri</i>                              | 4         | 4         | 4         | 25         | 19         | 20         | 14         | 20         | 18         |
| <i>Impiegati</i>                           | 4         | 4         | 4         | 41         | 22         | 33         | 29         | 10         | 21         |
| <b>% ore di formazione volontaria</b>      | --        | --        | --        | --         | --         | --         | 56%        | 94%        | 66%        |
| <i>Dirigenti</i>                           | --        | --        | --        | --         | --         | --         | 0%         | 100%       | 100%       |
| <i>Quadri</i>                              | --        | --        | --        | --         | --         | --         | 100%       | 100%       | 100%       |
| <i>Impiegati</i>                           | --        | --        | --        | --         | --         | --         | 54%        | 90%        | 61%        |
| <b>% con almeno una sessione formativa</b> | --        | --        | --        | --         | --         | --         | 100%       | 100%       | 100%       |
| <i>Dirigenti</i>                           | --        | --        | --        | --         | --         | --         | --         | 100%       | 100%       |
| <i>Quadri</i>                              | --        | --        | --        | --         | --         | --         | 100%       | 100%       | 100%       |
| <i>Impiegati</i>                           | --        | --        | --        | --         | --         | --         | 100%       | 100%       | 100%       |
| <b>% con valutazione performance</b>       | <b>0%</b> | <b>0%</b> | <b>0%</b> | <b>10%</b> | <b>36%</b> | <b>24%</b> | <b>42%</b> | <b>64%</b> | <b>52%</b> |
| <i>Dirigenti</i>                           | 0%        | 0%        | 0%        | 0%         | 100%       | 100%       | 0%         | 100%       | 100%       |
| <i>Quadri</i>                              | 0%        | 0%        | 0%        | 100%       | 100%       | 100%       | 100%       | 100%       | 100%       |
| <i>Impiegati</i>                           | 0%        | 0%        | 0%        | 0%         | 0%         | 0%         | 36%        | 50%        | 42%        |

Anche grazie al supporto metodologico del *WEPS Gender Gap Analysis Tool*, sono state identificate numerose iniziative di promozione della parità di genere, ben oltre la partecipazione femminile nelle strutture aziendali, che saranno inserite nei prossimi piani evolutivi.

|  | 2021 | 2022        | 2023        |
|--|------|-------------|-------------|
| <b>Gender pay gap</b>  |      |             |             |
| <i>Differenza tra la retribuzione media donna e uomo rispetto alla retribuzione media uomo</i> | --   | <b>-47%</b> | <b>-49%</b> |
| <i>Dirigenti</i>   | --   | --          | --          |
| <i>Quadri</i>  | --   | -21%        | -21%        |
| <i>Impiegati</i>   | --   | -17%        | -28%        |

## SALUTE, SICUREZZA E BENESSERE

Callmewine promuove la salute, la sicurezza e il benessere di tutti i dipendenti, creando e mantenendo uffici e altri luoghi di lavoro sicuri come condizione essenziale per la crescita e valorizzazione professionale delle sue risorse.

La gestione adottata è allineata alle norme nazionali applicabili, partendo da una solida valutazione dei rischi, aggiornata periodicamente con il supporto di terze parti qualificate. Un riferimento professionale dedicato, la presenza del medico per attività sia istituzionali che di promozione volontaria della salute e il coinvolgimento formale delle parti sociali costituiscono l'organizzazione di supporto. La segnalazione preventiva da parte di tutti delle condizioni anomale o di rischio, l'accurata analisi degli eventi accidentali, anche non gravi, e un'adeguata attività di formazione supportano il miglioramento continuo. Tutto il personale è coperto da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro.

Nel 2023 non si sono verificati incidenti di alcun tipo a lavoratori dipendenti e non dipendenti.

|                             | 2021   | 2022     | 2023     |
|-----------------------------|--|----------|----------|
| <b>Infortuni dipendenti</b> | <b>0</b>   | <b>0</b> | <b>0</b> |
| <i>Infortuni mortali</i>    | 0  | 0        | 0        |
| <i>Infortuni gravi</i>      | <i>con assenza dal lavoro per almeno 180 giorni</i>  | 0        | 0        |
| <i>Altri infortuni</i>      | <i>con assenza dal lavoro inferiore a 180 giorni</i> | 0        | 0        |
| Indice di frequenza         | infortuni per milione di ore lavorate                | 0,0      | 0,0      |
| Indice di gravità           | giorni persi per migliaia di ore lavorate            | 0,00     | 0,00     |

## GESTIONE RESPONSABILE DI PRODOTTI E SERVIZI

Callmewine si caratterizza anche per un'ampia selezione di vini artigianali, biologici e biodinamici certificati, ma anche macerati e prodotti in anfora. Soprattutto i vini artigianali sono prodotti da artigiani indipendenti, con vigne di proprietà secondo i principi di un'agricoltura il più possibile naturale che escluda del tutto l'uso di pesticidi di sintesi, erbicidi o insetticidi. Nella stessa linea si inquadra il sostegno alle piccole cantine, proponendo i loro vini sul mercato a prezzi equi, creando e mantenendo relazioni solide con produttori di nicchia o poco conosciuti: tutte realtà che trovano in Callmewine un partner commerciale e una vetrina virtuale senza paragoni.

Il vino è ambiente. Callmewine lo protegge anche con l'attenzione ai più piccoli dettagli operativi, come l'utilizzo di packaging interamente in cartone, 100% riciclabile, e senza ricorso a polistirolo o altre plastiche. In particolare, da primavera si utilizza il nuovo imballaggio colorazione Havana e con l'8 % di utilizzo in meno di carta. Inoltre, attraverso il sito, la newsletter e i canali social, i clienti sono sensibilizzati all'utilizzo responsabile e al riuso dei cartoni.

Già nel 2022, Callmewine aveva acquistato crediti di CO<sub>2</sub> per compensare l'intera carbon footprint almeno per i prossimi due anni, neutralizzando quindi ogni ordine che sarà effettuato nel 2023 e 2024.

## MERCATO E COMUNITÀ

Callmewine è una piattaforma e-commerce pensata per essere una sorta di sommelier personale, stimolante, semplice e intuitivo, disponibile 24 ore al giorno, 7 giorni su 7, in grado di guidare tutti gli amanti del vino, degustatori esperti o semplici appassionati, alla scoperta di vini nuovi e di perfetti abbinamenti.

In questo ruolo, è importante conquistare e mantenere la fiducia del cliente, dedicando molto tempo all'assaggio e alla selezione dei prodotti in vendita, la cui qualità e sicurezza alimentare sono assicurate da sistemi di gestione evoluti e integrati, che grazie all'efficacia dimostrata e verificata nel tempo hanno ottenuto la formale certificazione di terza parte.

È importante anche l'esperienza di acquisto: i prodotti che si possono comprare su Callmewine sono tutti effettivamente disponibili e vengono conservati a temperatura controllata in luoghi idonei. Le caratteristiche tecniche e organolettiche del prodotto, nonché l'eventuale presenza di potenziali allergeni, fornite direttamente dalle società di produzione o dai distributori, sono descritte ampiamente sul sito.

Per alimentare dialogo e allineamento sulle sfide di sostenibilità con l'obiettivo di cercare soluzioni, progetti e idee comuni, Callmewine, in collaborazione con l'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo, ha organizzato un convegno sulla sostenibilità nella filiera vitivinicola rivolto principalmente a fornitori e produttori di vino che ha visto la partecipazione anche di esperti e studenti del settore.

## AMBIENTE

### USO RESPONSABILE DELLE RISORSE

Callmewine dedica particolare attenzione al packaging, utilizzando esclusivamente cartone, e senza ricorso a polistirolo o altre plastiche. Nel 2023 sono state utilizzate 197 tonnellate di packaging in cartone, di cui il 100% proviene da riciclo.

### TRANSIZIONE LOW-CARBON

Callmewine supporta Italmobiliare nel suo impegno per la riduzione delle emissioni a livello gruppo in linea con la *Science Based Targets initiative* (SBTi). A consolidamento delle iniziative già attivate negli anni, a gennaio 2024 ha formalizzato la sua adesione diretta a SBTi, con l'ulteriore impegno a sottoporre a breve al team di esperti di SBTi i suoi obiettivi di riduzione a breve termine, intorno al 2030, e net-zero al 2050.

Callmewine si impegna a mitigare gli effetti climalteranti della sua attività, lungo tutta la catena del valore. Selezione e coinvolgimento di fornitori, eco-design del packaging e ottimizzazione della logistica sono le aree di maggiore attenzione.

Dal 2022, Callmewine utilizza solo energia elettrica rinnovabile. Dal 2023, anche il magazzino in leasing che gestisce lo stoccaggio e la spedizione dei prodotti commercializzati utilizza solo energia elettrica rinnovabile.

Dal 2023, ad anticipazione del suo impegno SBTi, Callmewine è carbon neutral, avendo acquisito crediti di CO<sub>2</sub> per complessive 3000 tonnellate, sufficienti per compensare l'intera carbon footprint per almeno i prossimi due anni. I crediti derivano da un progetto sviluppato in Etiopia dalla ONG italiana COOPI in collaborazione con Carbonsink. Il progetto prevede la realizzazione di sistemi a energia solare per la fornitura di acqua potabile sicura per uso domestico, con effetti positivi sulle condizioni igieniche, sociali, economiche e ambientali.

|                               | unità                                | 2021         | 2022         | 2023       | 2023         |
|-------------------------------|--------------------------------------|--------------|--------------|------------|--------------|
| <b>Impronta di carbonio</b>   |                                      | <b>1.492</b> | <b>1.271</b> | <b>940</b> |              |
| <b>Scope 3 Upstream</b>       |                                      | <b>1.356</b> | <b>1.227</b> | <b>890</b> | <b>94,7%</b> |
| 1 Beni e servizi acquistati   |                                      | 1.121        | 963          | 783        | 83,3%        |
| 2 Beni strumentali            |                                      | --           | --           | --         | --           |
| 3 Altre attività energetiche  |                                      | 0            | 0            | 0          | 0,0%         |
| 4 Logistica a monte           |                                      | 236          | 231          | 102        | 10,9%        |
| 5 Rifiuti generati            |                                      | --           | --           | --         | --           |
| 6 Viaggi di lavoro            |                                      | --           | 1            | 2          | 0,2%         |
| 7 Pendolarismo dei dipendenti |                                      | --           | --           | 2          | 0,3%         |
| 8 Beni in locazione a monte   |                                      | --           | 33           | 0          | 0,0%         |
| <b>Scope 1</b>                | <b>t CO<sub>2</sub></b>              | <b>0</b>     | <b>0</b>     | <b>0</b>   | <b>0,0%</b>  |
| <b>Scope 2 market based</b>   |                                      | <b>0</b>     | <b>0</b>     | <b>0</b>   | <b>0,0%</b>  |
| location based                |                                      | 2            | 2            | 3          |              |
| <b>Scope 3 Downstream</b>     |                                      | <b>136</b>   | <b>44</b>    | <b>50</b>  | <b>5,3%</b>  |
| 9 Logistica a valle           |                                      | 105          | 17           | 23         | 2,4%         |
| 10 Lavorazione dei prodotti   |                                      | --           | --           | --         | --           |
| 11 Utilizzo dei prodotti      |                                      | --           | --           | --         | --           |
| 12 Fine vita dei prodotti     |                                      | 31           | 27           | 27         | 2,9%         |
| 13 Beni in locazione a valle  |                                      | --           | --           | --         | --           |
| 14 Franchising                |                                      | --           | --           | --         | --           |
| 15 Investimenti               |                                      | --           | --           | --         | --           |
| <b>Intensità di carbonio</b>  |                                      |              |              |            |              |
| Scope 1+2 market based        | <b>t CO<sub>2</sub>e / M€ Ricavi</b> | 0,0          | 0,0          | 0,0        |              |
| Scope 1+2 market based +3     |                                      | 64,8         | 78,5         | 68,6       |              |