



PRAXI



Bilancio di Sostenibilità  
2024





Contenuti

Lettera agli Stakeholders

3



GOV 2

Gestione del flusso informativo

32



S3

Comunità interessate

109



Highlights

4



GOV 3

Dichiarazione sulla Due Diligence di Sostenibilità e mappatura

33



S4

Consumatori e utilizzatori finali

109



Nota metodologica

8



GOV 4

Gestione del rischio e controlli interni sulla sostenibilità

33



PRAXI per la Prosperità

Strategia

G1

Condotta aziendale (capitale intellettuale)

119



Storia e identità

(Codice Etico, MOG 231, GDPR, Whistleblowing, Policy di Sostenibilità di Gruppo)

12



SBM 1

Posizione di mercato, strategia, modello/i di business e catena del valore

34



Conclusioni

Struttura territoriale (Capitale Materiale)

18



SBM 2

Coinvolgimento degli Stakeholders (capitale sociale e relazionale)

45



Conclusioni

126



Contesto di riferimento

20



SBM 3

Impatti materiali, rischi e opportunità e loro interazione con strategia e modello di business

53



Appendice

Strategia di Sostenibilità

(Obiettivi SDGs, la Sostenibilità in PRAXI, I 5 pilastri della politica di Sostenibilità)

22



Gestione degli impatti, dei rischi e delle opportunità

Stato Patrimoniale e Conto Economico

128



IRO 1

Descrizione dei processi per identificare e valutare impatti, rischi e opportunità

62



PRAXI per il Pianeta

Criteri per la Redazione

BP1

Basi per la preparazione della dichiarazione di Sostenibilità

28



E1

CAMBIAMENTI CLIMATICI (Capitale naturale)

75



PRAXI per le Persone

Governance

GOV 1

Ruolo dell'Amministrazione, della Direzione e Organi di Controllo (Governance, CDA, Consiglio di Amministrazione)

29



S1

Forza lavoro propria (capitale umano)

89



S2

Lavoratori nella catena del valore

109



# Lettera agli Stakeholders

Fin dal 1966, le Persone sono al centro della nostra strategia di crescita e sviluppo, anticipando valori che oggi costituiscono il cuore della Sostenibilità. Questo approccio, che ha sempre guidato il nostro operato, ci ha portato a consolidare il nostro impegno verso i temi ambientali, sociali e di governance (ESG).

Con grande soddisfazione, presentiamo il nostro secondo **Bilancio di Sostenibilità**, confermando la volontà di dare continuità a un percorso di trasparenza e dialogo con i nostri Stakeholders. La scelta di redigerlo su base volontaria nasce dalla consapevolezza che la Sostenibilità non è solo un dovere, ma un'opportunità strategica per generare valore nel lungo periodo.

L'attenzione di PRAXI ai temi ESG si riflette sia all'interno della nostra organizzazione sia nel modo in cui affianchiamo i nostri Clienti. La nostra offerta consulenziale integra sempre più i principi della Sostenibilità, supportando le aziende nell'approccio a queste tematiche e nell'adeguamento alle normative in continua evoluzione.

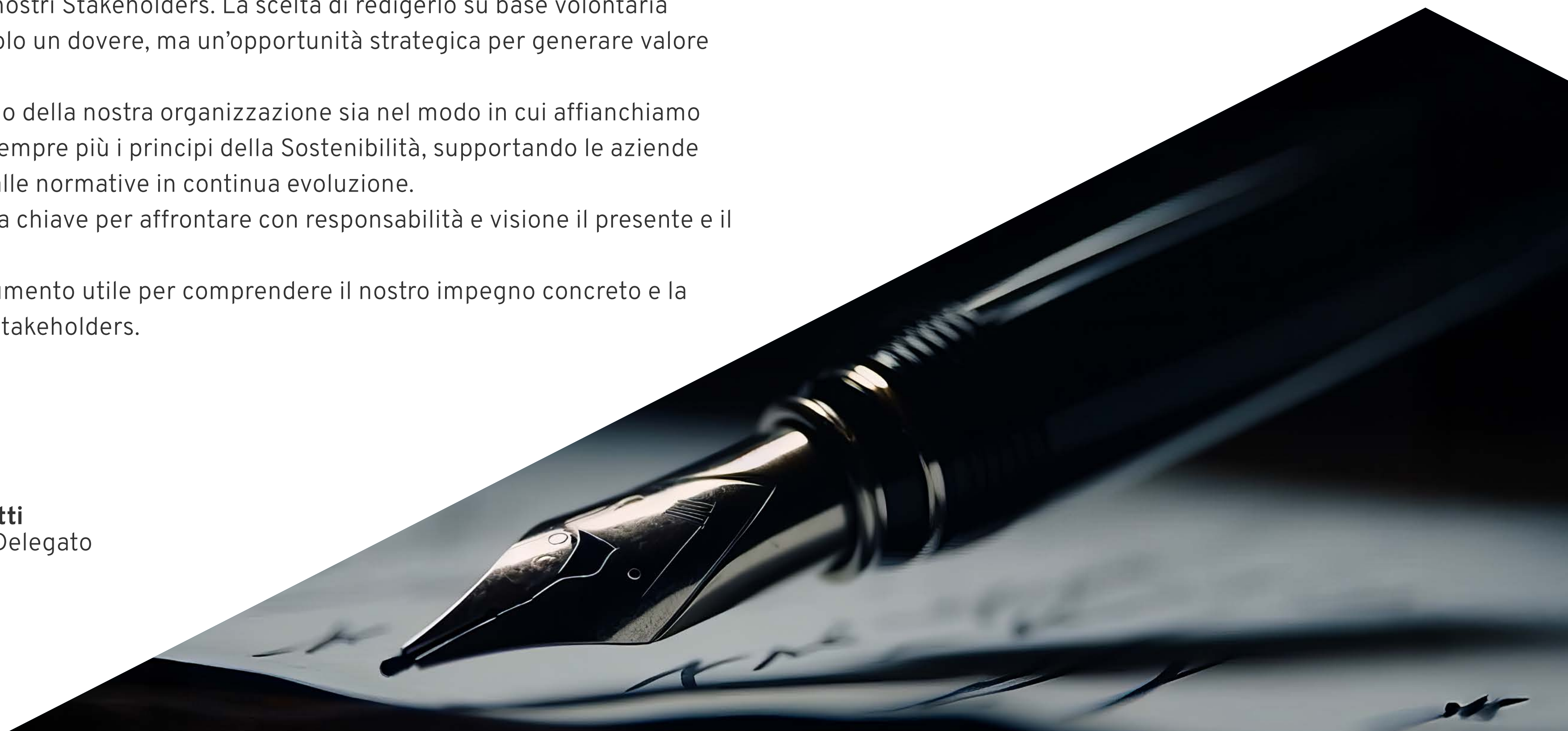
Crediamo fermamente che la Sostenibilità rappresenti la chiave per affrontare con responsabilità e visione il presente e il futuro.

Ci auguriamo che questo Bilancio possa essere uno strumento utile per comprendere il nostro impegno concreto e la direzione che intendiamo perseguire insieme ai nostri Stakeholders.

Con sincera riconoscenza,

**PRAXI S.p.A.**  
**Vito M. Crosetto**  
Presidente Esecutivo

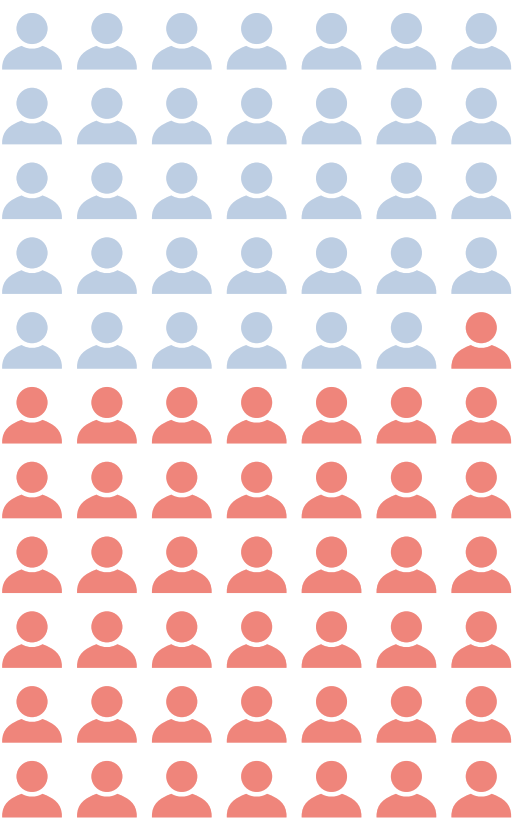
**PRAXI S.p.A.**  
**Marco Andreoletti**  
Amministratore Delegato



# Highlights

## Capitale Umano

### Dipendenti



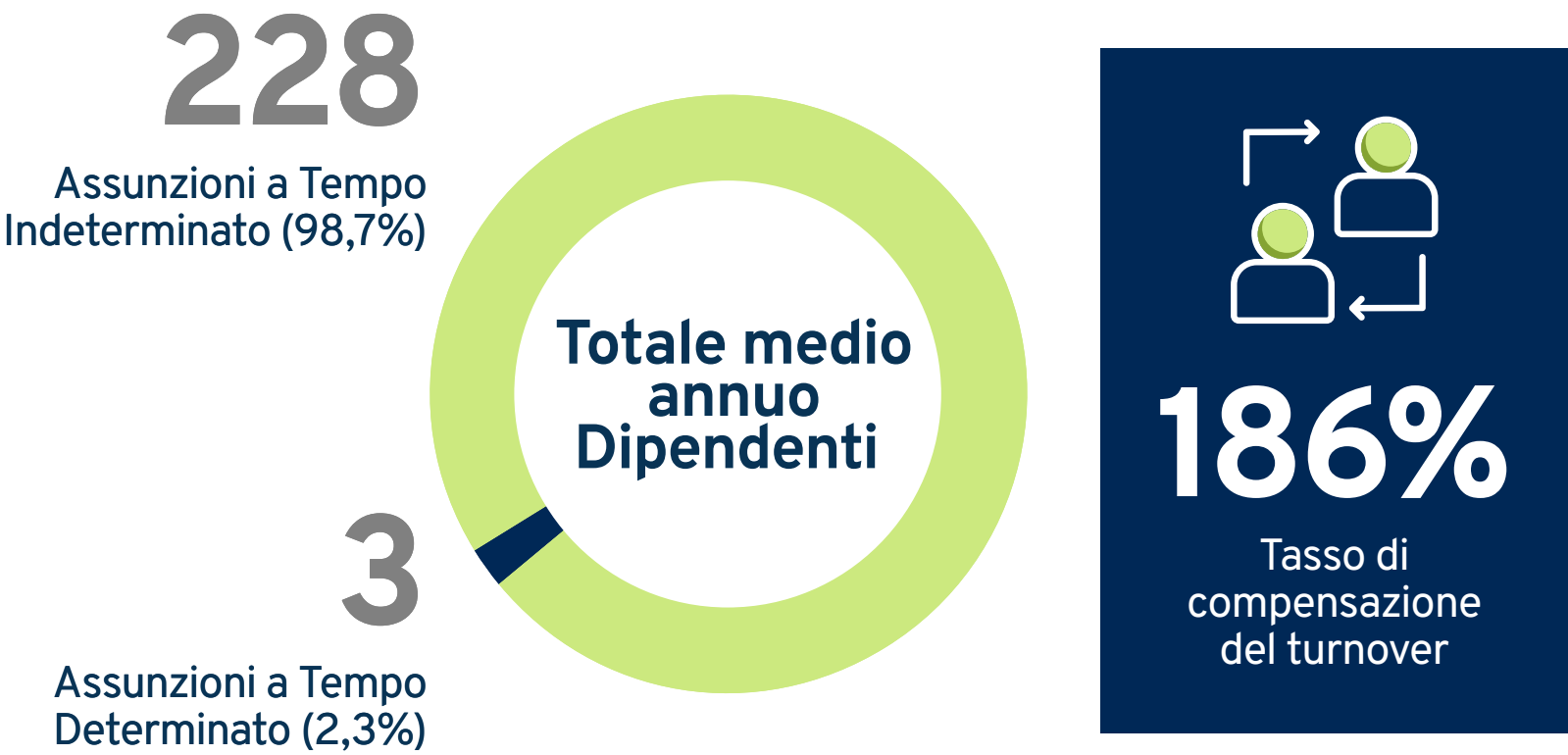
231

Totale medio annuo di Dipendenti

102 Uomini 129 Donne

55,84%

Percentuale di Dipendenti di genere femminile



### Dirigenti

25

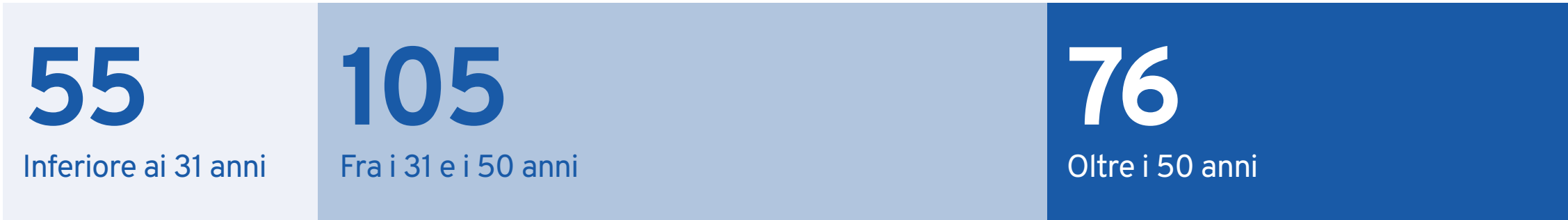
Totale medio annuo di Dirigenti



84% Genere maschile

16% Genere femminile

### Totale medio annuo di Dipendenti per età



### Categorie protette



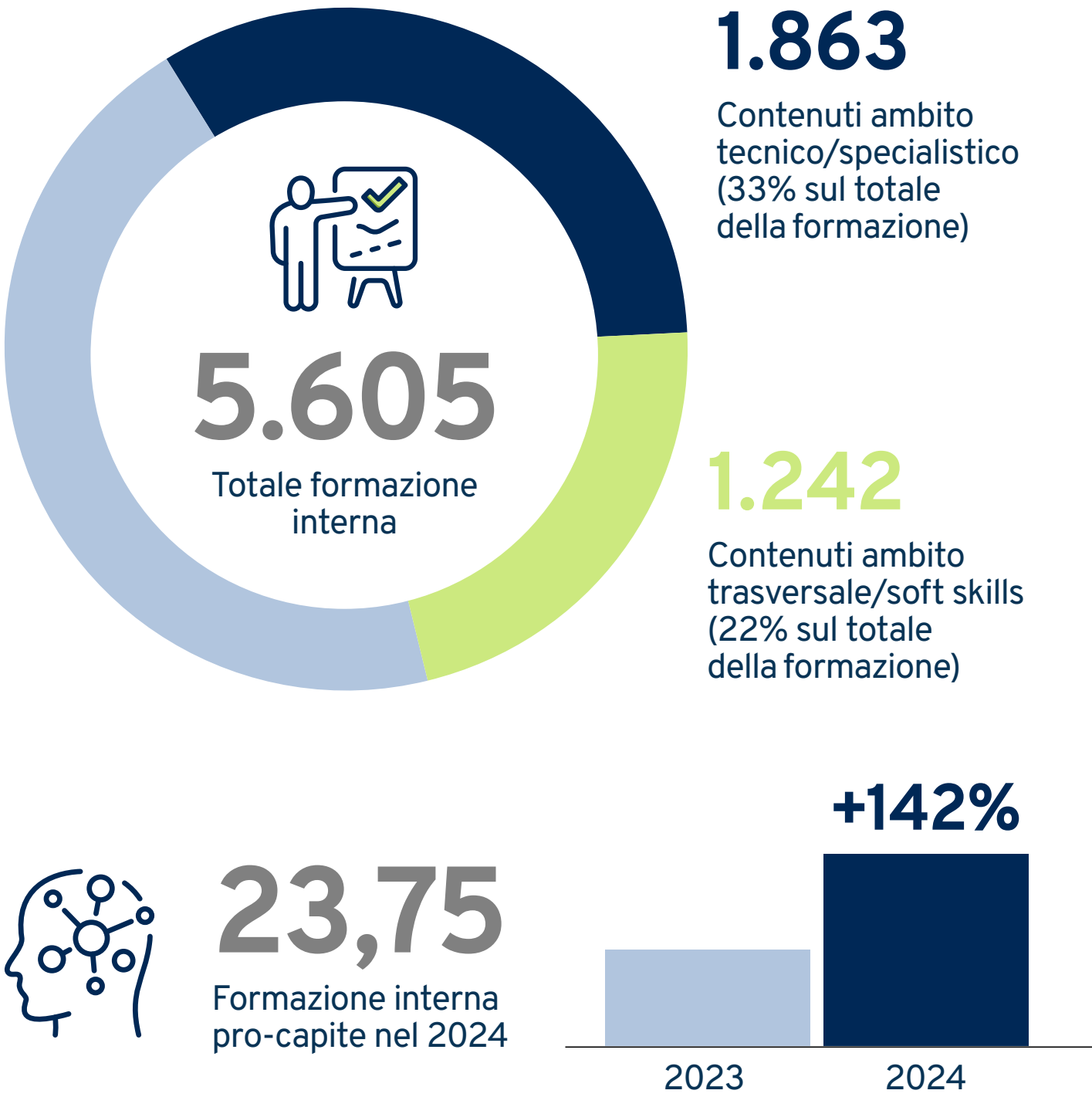


# Highlights

## Capitale Intellettuale

### Formazione

Dati espressi in ore erogate



## Capitale Sociale e Relazionale

### Welfare



100%

Dipendenti che hanno accesso al Piano di Welfare aziendale

100%

Dipendenti che nel 2024 hanno utilizzato servizi contenuti nel Piano di Welfare aziendale

### Congedi



40

Dipendenti che hanno usufruito di congedi familiari e personali

17%

sul totale medio annuo dei dipendenti

### Infortuni e malattie



1

Totale incidenti sul lavoro

2,67

Tasso di frequenza di infortuni sul lavoro per milione di ore lavorate

0

Totale casi di malattie connesse al lavoro svolto

### Remunerazioni

2,3

Tasso di remunerazione totale annua\*

\* Il Tasso di remunerazione totale è il rapporto fra la remunerazione totale annua della persona con il salario più elevato e la remunerazione totale annua media dei dipendenti.

### Sanzioni

0

Denunce ricevute per atti discriminatori

0€

Per ammende, sanzioni o risarcimenti per episodi discriminatori

### Utenti sito

74.587

Totale utenti Sito WEB PRAXI

256.293

Totale sessioni Sito WEB PRAXI

449

Totale news pubblicate Sito WEB Praxi (periodo 2009 - 2024)

56.335

Totale Utenti Pagina LinkedIn PRAXI (+4% rispetto al 2023)

60

Totale Eventi (interni-esterni)

40

Totale Ambassador presenti in azienda (+5 rispetto al 2023)





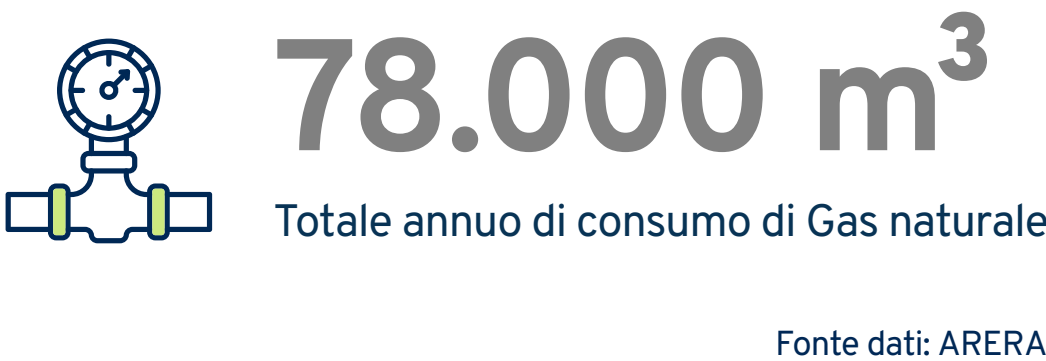
# Highlights

## Capitale Naturale

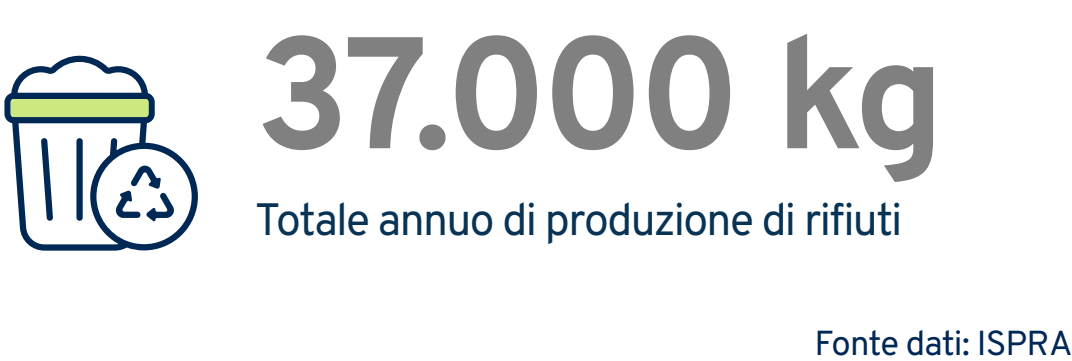
### Energia Elettrica



### Gas



### Rifiuti



| SCOPE   | CATEGORIA            | QUANTITÀ | UNITÀ    | SORGENTE   |
|---------|----------------------|----------|----------|------------|
| Scope 1 | Emissioni dirette    | 28,08    | ton CO2e |            |
|         | Combustibili Fossili | 0        | ton CO2e |            |
|         | Altri Gas            | 0        | ton CO2e |            |
|         | Veicoli Aziendali    | 28,08    | ton CO2e | DEFRA 2024 |
|         | Gas Refrigeranti     | 0        | ton CO2e |            |
|         |                      |          |          |            |
| Scope 2 | Market based         | 150,08   | ton CO2e | EEA 2023   |
| Scope 2 | Location based       | 197,72   | ton CO2e | EEA 2023   |



# Highlights

## Capitale Finanziario

|                                                                                            | 2024       | CONFRONTO CON 2023 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|------------|--------------------|
| Valore della produzione (€)                                                                | 26.268.589 | +3,79%             |
| Ebitda (€)                                                                                 | 4.233.935  | -11,27%            |
| Ebitda/fatturato (%)                                                                       | 16,11%     | -2,74p.p.          |
| Risultato netto da destinare alla remunerazione del capitale di rischio e dell'azienda (€) | 2.710.770  | - 6,00%            |
| PATRIMONIO NETTO                                                                           | 25.409.783 | +1,87%             |

| INDICATORI | 2024   | 2023   | ANDAMENTO<br>(SU ANNO PRECEDENTE) |
|------------|--------|--------|-----------------------------------|
| ROE        | 10,67% | 11,56% | -0,89p.p.                         |
| ROI        | 9,11%  | 10,61% | -1,50p.p.                         |

## Capitale Materiale





# Nota metodologica

PRAXI S.p.A. (di seguito “PRAXI”) prosegue il proprio percorso verso la Sostenibilità, presentando il suo secondo Bilancio di Sostenibilità relativo all’esercizio FY2024. Il documento, redatto su base volontaria e approvato dal Consiglio di Amministrazione in data 4 aprile 2025, ha l’obiettivo di comunicare in modo trasparente agli Stakeholders la strategia aziendale e le performance conseguite in ambito economico, ambientale e sociale. Il Bilancio di Sostenibilità 2024 di PRAXI è stato redatto in conformità alla Direttiva (UE) 2022/2464 riguardante la rendicontazione societaria di Sostenibilità (**Corporate Sustainability Reporting Directive – CSRD**), che modifica la Direttiva 2013/34/UE in materia di comunicazione di informazioni di carattere non finanziario da parte delle imprese di grandi dimensioni. Esso adotta i Principi europei di rendicontazione di Sostenibilità (**European Sustainability Reporting Standards o ESRS**), che, sulla base delle normative attualmente in vigore, definiscono i

requisiti di conformità e gli obblighi di informativa previsti dall’UE per le grandi aziende. L’elenco puntuale degli ESRS presenti nel documento è sintetizzato all’interno del Content Index in coda al documento.

I contenuti del Bilancio di Sostenibilità sono stati selezionati sulla base di quanto emerso dal processo di Analisi di Doppia Materialità e nel rispetto di quanto previsto dalla normativa di riferimento.

I dati e le informazioni da rendicontare negli ESRS specifici, presenti all’interno del documento, sono stati forniti dai referenti delle funzioni aziendali coinvolte e sono stati calcolati in modo puntuale sulla base delle risultanze della contabilità generale e degli altri sistemi informativi utilizzati. È stato limitato il più possibile il ricorso a stime che, se presenti, sono fondate sulle migliori metodologie disponibili e opportunamente segnalate. In caso di stime nei calcoli per la determinazione degli indicatori, è stata indicata la modalità adottata per quantificarli.



Per qualsiasi chiarimento  
o approfondimento sui contenuti del presente  
Bilancio di Sostenibilità  
è possibile scrivere a: [esg@praxi.praxi](mailto:esg@praxi.praxi)



Il Bilancio di Sostenibilità si propone di dimostrare l'impegno di PRAXI verso una rendicontazione trasparente e integrata, volta a favorire la comprensione del business, del suo andamento, dei risultati raggiunti e dell'impatto che l'attività aziendale genera sulla collettività e sull'ambiente. Il documento identifica diverse tipologie di CAPITALE che la Società utilizza e trasforma attraverso il proprio modello di business:

- **Capitale Naturale**
- **Capitale Umano**
- **Capitale Intellettuale**
- **Capitale Sociale e Relazionale**
- **Capitale Materiale**

## CAPITALE UMANO

Competenze, capacità ed esperienza delle persone e la loro motivazione ad innovare



## CAPITALE INTELLETTUALE

Beni immateriali corrispondenti al capitale organizzativo e al valore della conoscenza



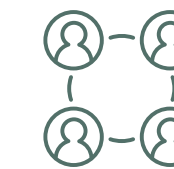
## CAPITALE MATERIALE

Oggetti fisici fabbricati che un'organizzazione può utilizzare per produrre beni o fornire servizi



## CAPITALE SOCIALE E RELAZIONALE

Istituzioni e relazioni fra o all'interno di comunità, gruppi di stakeholder e altri network, nonché la capacità di condividere informazioni al fine di aumentare il benessere individuale e collettivo



## CAPITALE FINANZIARIO

Insieme dei flussi di liquidità che sono generati e assorbiti dall'organizzazione



## CAPITALE NATURALE

Tutti i processi e le risorse ambientali, rinnovabili e non rinnovabili, che forniscono beni o servizi per il successo passato, presente e futuro di un'organizzazione



# Come si articola il Bilancio di Sostenibilità 2024 di PRAXI

L'azienda

ESRS 2  
Informazioni  
generali

## PRAXI per il Pianeta

E1 – CAMBIAMENTI CLIMATICI (Capitale Naturale e Capitale Materiale)

## PRAXI per le Persone

S1 – FORZA LAVORO PROPRIA (Capitale Umano)  
S4 – CONSUMATORI E UTILIZZATORI FINALI

## PRAXI per la Prosperità

G1 – CONDOTTA AZIENDALE (Capitale Intellettuale)

Conclusioni

Appendice:  
Stato  
Patrimoniale  
e Conto  
Economico



# L'azienda



# Storia e Indentità

**PRAXI è una società italiana di consulenza nata nel 1966, con un organico di circa 250 persone, 10 Sedi in Italia (Bologna, Firenze, Genova, Milano, Napoli, Padova, Roma, Torino, Trento e Verona) ed è presente a livello internazionale con i propri Network PRAXI Alliance e PRAXI Valuations.**

Nel 2021, anno in cui **PRAXI** ha compiuto 55 anni di attività, la Società ha ottenuto il riconoscimento di **MARCHIO STORICO** entrando a far parte del Registro dei Marchi Storici di interesse nazionale. Un importante riconoscimento riservato alle aziende italiane con un marchio registrato o utilizzato da almeno 50 anni e che hanno fatto la “storia” dell’imprenditoria nazionale.

PRAXI, fin dal suo primo anno di nascita, ha operato con l’obiettivo di assistere aziende ed enti pubblici nei processi di miglioramento e di rinnovamento organizzativo, proponendo un approccio consulenziale innovativo e pragmatico, finalizzato a implementare

soluzioni concrete per lo sviluppo e la crescita dei Clienti. Qualità e attenzione al Cliente sono gli elementi che ispirano il suo operato, insieme a una forte valorizzazione del capitale umano che ne caratterizza e rafforza la struttura organizzativa.

La profonda esperienza maturata, l’attenzione alla creazione di valore, gli interventi consulenziali sviluppati con gruppi di lavoro omogenei nella cultura ma diversificati nelle competenze, permettono di realizzare obiettivi concreti di rinnovamento e sviluppo.

Negli anni, PRAXI ha dimostrato una costante capacità di leggere e interpretare l’evoluzione del mercato, grazie a un modello organizzativo basato esclusivamente su personale dipendente, volto a preservare e consolidare il proprio know-how. La presenza capillare sul territorio nazionale, unita a un rigoroso presidio amministrativo e di controllo di gestione interno, ha permesso all’azienda di conseguire una crescita solida e costante, affermandosi come partner riconosciuto nei processi di innovazione e miglioramento.

Questo ruolo risponde pienamente agli aspetti identitari della Società:

## VALUE PROPOSITION

PRAXI offre un approccio personalizzato e multidisciplinare fondato su concretezza, competenza e affidabilità, contribuendo così al rafforzamento della propria reputazione come AZIENDA DI VALORE.

## MISSION

PRAXI assiste i propri Clienti nei processi di miglioramento, rinnovamento e sviluppo, promuovendo trasparenza, qualità, rispetto delle persone e dell’ambiente, salvaguardando gli equilibri economici, patrimoniali e finanziari.



PRAXI, nell'ambito di un percorso di continuo miglioramento della propria governance, si impegna ad adottare un modello sempre più orientato alla correttezza, alla trasparenza e al rispetto dei più elevati standard di qualità gestionale. In quest'ottica, l'azienda adotta:

## Un Codice Etico

Il Codice Etico si presenta come la “Carta aziendale dei valori”, una carta dei diritti e doveri morali che definisce la responsabilità etico-sociale della Società e di ogni partecipante all'organizzazione aziendale.

In questa ottica il Codice raccoglie le regole etiche prescritte per la Società, così come per tutti i dipendenti, gli amministratori, i sindaci ed i collaboratori, che in conseguenza della posizione ricoperta operano all'interno e/o rappresentano la Società stessa, con specifico riferimento alle relazioni con gli Stakeholders.

Attraverso il Codice Etico la Società intende:

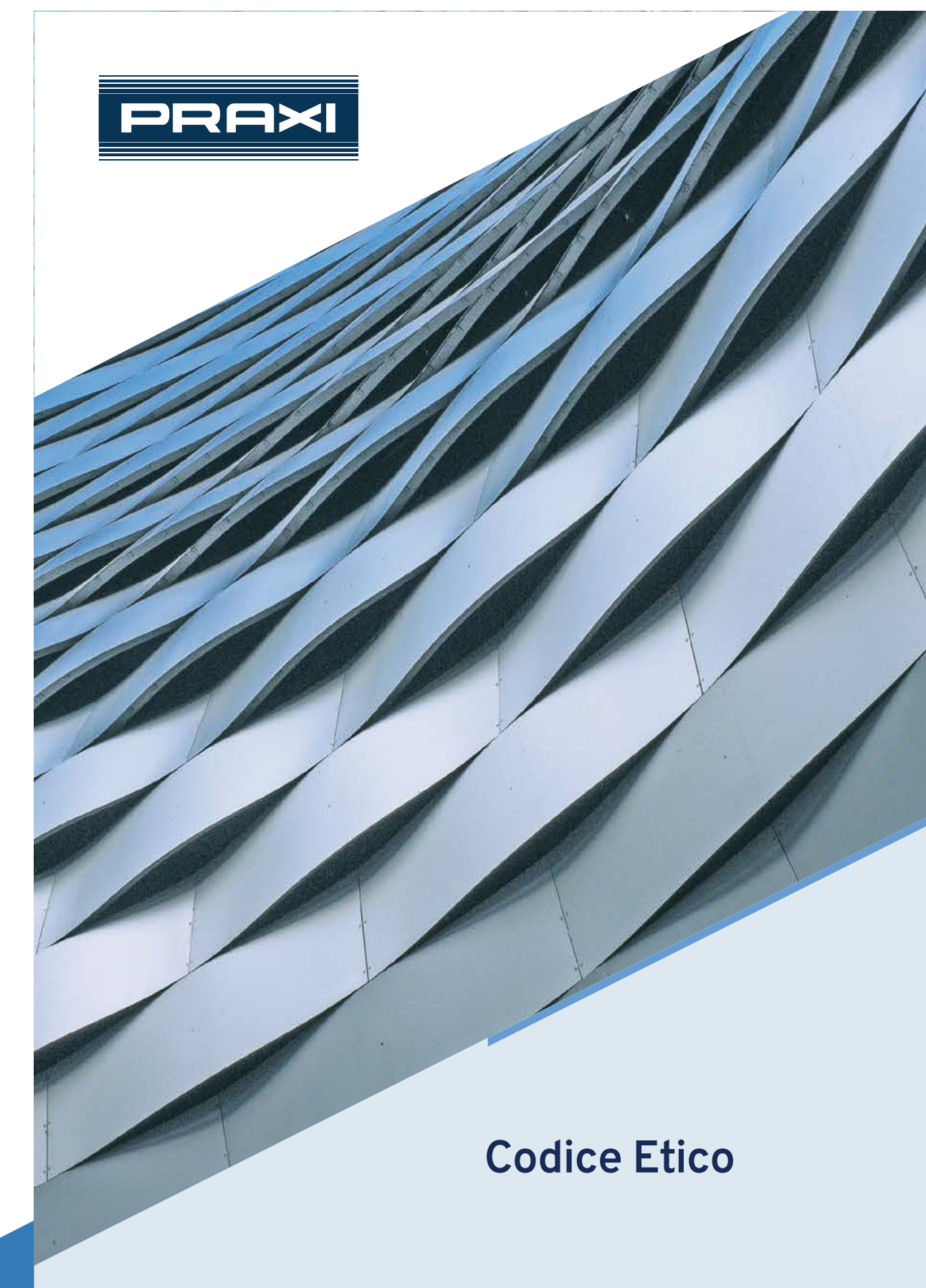
- definire ed esplicitare i valori ed i principi che informano la propria attività e i propri rapporti con dipendenti, collaboratori, clienti, fornitori, istituzioni ed ogni altro stakeholder;
- formalizzare l'impegno a comportarsi con lealtà, trasparenza e correttezza;
- ribadire l'impegno a tutelare i legittimi interessi dei propri dipendenti;

- indicare ai propri dipendenti e collaboratori i principi di comportamento, i valori e le responsabilità di cui richiede il puntuale rispetto nel corso dell'erogazione della prestazione lavorativa.

I valori nei quali la Società si identifica e che persegue sono:

- trasparenza, ossia chiarezza, analiticità e completezza dell'informazione e delle attività;
- rispetto degli interlocutori;
- sicurezza e salute dei lavoratori;
- professionalità e imprenditorialità;
- difesa e benessere dell'ambiente;
- legalità e correttezza;
- riconoscimento e premio dei risultati.

Il Codice Etico è rivolto pertanto ai dipendenti, al management, ai componenti degli organi sociali e in generale ai collaboratori della Società.


[Scarica il documento](#)



## Un Modello Organizzativo ex D. Lgs. 231/2001

La Società, sensibile all'esigenza di assicurare condizioni di trasparenza, legalità e correttezza nello svolgimento delle attività aziendali, e a tutela del lavoro dei propri dipendenti, ha ritenuto conforme alle proprie politiche aziendali procedere all'attuazione del Modello di organizzazione di gestione e di controllo ai sensi del Decreto Legislativo 8 giugno 2001 n. 231.

Scopo del Modello è la definizione di un sistema strutturato e organico di direttive e di attività di controllo, valido non solo a prevenire la commissione delle diverse tipologie di reato contemplate dal Decreto, ma anche quale strumento organizzativo gestionale e di controllo, volto alla razionalizzazione e al monitoraggio dei comportamenti aziendali.

In particolare, mediante l'individuazione delle "aree di attività a rischio", il Modello si propone le finalità di:

- determinare, in tutti coloro che operano in nome e per conto della Società, la consapevolezza di incorrere, in caso di violazione delle disposizioni ivi riportate, in un illecito passibile di sanzioni sul piano penale e amministrativo, non solo nei propri confronti, ma anche nei confronti della Società;
- ribadire che tali forme di comportamento illecito sono fortemente condannate dalla Società in quanto, anche nel caso in cui la Società stessa fosse apparentemente in condizione di trarne vantaggio, sono comunque contrarie, oltre che alle disposizioni di legge, anche ai principi etici cui la Società intende attenersi nell'espletamento della propria missione aziendale;
- consentire alla Società di intervenire tempestivamente per prevenire o contrastare la commissione dei reati stessi.


[Scarica il documento](#)



## Un Modello di GDPR

PRAXI adotta misure tecniche e organizzative per assicurare e migliorare la protezione dei dati personali interni e di terzi, garantendo l'adeguamento delle proprie procedure al Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati 2016/679 (General Data Protection Regulation, di seguito 'GDPR').

I dati personali vengono trattati secondo i principi di liceità, correttezza e trasparenza e nel rispetto del principio di minimizzazione, nonché conservati in una forma che consenta l'identificazione degli interessati per un arco di tempo non superiore al conseguimento delle finalità per le quali sono stati raccolti.

I processi operativi configurati all'interno dell'organizzazione, per il rispetto dei suddetti principi, e la procedura per l'esercizio dei relativi diritti, vengono comunicati agli interessati mediante informative ad hoc pubblicate sul sito internet della Società. In particolare, sono stati attivati due indirizzi mail dedicati alle sole comunicazioni in ambito privacy.

Il trattamento dei dati di PRAXI da parte di soggetti terzi, quali fornitori di servizi, e da parte di PRAXI per conto di clienti viene disciplinato mediante la predisposizione del

Data Processing Agreement (di seguito 'DPA'). PRAXI ha altresì adottato la procedura per la gestione di eventuali violazioni di dati personali (Data Breach). In tutti i DPA vengono indicati le tempistiche entro le quali è fondamentale comunicare l'evento e i relativi contatti. Nel 2024 non si sono verificati Data Breach e reclami in merito a violazioni del trattamento dei dati.

L'attività di formazione in ambito privacy è stata erogata attraverso corsi online dedicati a tutto il personale aziendale e mediante pillole comunicative ad hoc per clienti e consulenti. Vengono, inoltre, costantemente fornite specifiche istruzioni ai soggetti incaricati del trattamento dei dati.

In linea con il GDPR, PRAXI si è dotata di un Data Protection Officer (DPO), responsabile di valutare la conformità dei processi aziendali al GDPR, di definire le linee guida relative agli obblighi di protezione dei dati e di agire come referente degli interessati e dell'autorità di controllo competente.

La collaborazione tra l'Ufficio Privacy e l'area IT di PRAXI consente di realizzare un costante monitoraggio e l'implementazione dei processi per il presidio della conformità dei trattamenti alla normativa privacy.





## Una Policy di Whistleblowing

Il decreto legislativo 10 marzo 2023, n. 24 ha recepito in Italia la Direttiva (UE) 2019/1937 del Parlamento europeo e del Consiglio del 23 ottobre 2019, riguardante la protezione delle persone che segnalano violazioni del diritto dell'Unione: attività illegali, comportamenti fraudolenti, violazioni delle normative etiche o qualsiasi altra condotta scorretta (c.d. Whistleblowing).

La normativa di whistleblowing è progettata per offrire protezione a chi segnala tali comportamenti, noto come “whistleblower”, per incoraggiare la divulgazione di informazioni importanti che altrimenti potrebbero rimanere senza timore di conseguenze negative per la carriera o la sicurezza personale.

I rischi che la normativa di whistleblowing cerca di mitigare includono:

**Rischi legali e regolamentari:** le organizzazioni potrebbero violare leggi e regolamenti in settori specifici, e la mancata segnalazione di tali violazioni potrebbe esporre sia l'organizzazione che il whistleblower a conseguenze legali.

**Rischi reputazionali:** l'associazione con comportamenti illegali o non etici può danneggiare gravemente la reputazione di un'organizzazione. La segnalazione tempestiva di tali comportamenti può contribuire a mitigare i danni alla reputazione.

**Rischi finanziari:** la frode, l'abuso di potere o altre pratiche scorrette possono comportare perdite finanziarie per l'organizzazione. La segnalazione precoce può contribuire a prevenire ulteriori danni finanziari.

**Rischi interni:** la mancata gestione di comportamenti scorretti all'interno dell'organizzazione può portare a problemi interni, tra cui bassa morale dei dipendenti, perdita di fiducia e demotivazione.

**Rischi per la sicurezza:** alcune segnalazioni potrebbero riguardare comportamenti che mettono a rischio la sicurezza dei dipendenti o delle operazioni aziendali.

**Rischi etici:** la mancata segnalazione di violazioni etiche può influire negativamente sulla cultura aziendale e sull'impegno verso pratiche etiche.

PRAXI ha attivato, in conformità a quanto indicato dal citato Decreto, un canale di segnalazione interna che, tramite specifica piattaforma, consente l'invio in modalità informatica di segnalazioni in forma scritta e garantisce - anche tramite strumenti di crittografia - la riservatezza dell'identità del segnalante, della persona coinvolta e della persona menzionata nella segnalazione, nonché del contenuto della segnalazione e della relativa documentazione.

PRAXI, inoltre, si doterà nel FY 2025 di una **Policy di Sostenibilità Aziendale** finalizzata a raccogliere, organizzare e aggiornare nel tempo i principi cardine di Sostenibilità a cui la Società intende ispirarsi.

Il documento definirà le linee guida strategiche e individuerà, ovunque possibile, le specifiche azioni necessarie a integrare in modo concreto i criteri ESG nella strategia e operatività d'impresa.



# Le attività

PRAXI S.p.A. è capogruppo di PRAXI Group, realtà formata da:

## **PRAXI S.p.A.**

### **Organizzazione e Consulenza**

L'attività si articola su quattro aree di competenza (Consulenza Direzionale, Digital Solutions, Valutazioni e Advisory e Risorse Umane), ciascuna specializzata nel proprio settore di attività, ma integrate in ottica multidisciplinare per fornire risposte specialistiche e puntuali alle esigenze dei Clienti.

[www.praxi.praxi](http://www.praxi.praxi)

## **PRAXI Intellectual Property S.p.A.**

### **Consulenza in Proprietà Industriale e Intellettuale**

È la società del Gruppo PRAXI che opera nel campo della tutela e della protezione della proprietà intellettuale: brevetti, marchi, modelli di utilità, design e diritti d'autore.

[www.praxi-ip.praxi](http://www.praxi-ip.praxi)

## **PRAXI Alliance**

### **Worldwide Executive Search**

È il network globale fondato da PRAXI e dedicato all'Executive Search, oltre che all'offerta di servizi di sviluppo strategico in ambito HR (assessment, sviluppo della leadership, executive coaching).

[www.praxialliance.praxi](http://www.praxialliance.praxi)

## **PRAXI Valuations**

### **Global Independent Advisers**

È il network globale fondato da PRAXI per assistere i Clienti a livello internazionale. Il network è costituito da una rete di professionisti indipendenti nella valutazione di beni patrimoniali mobili e immobili.

[www.praxivaluations.praxi](http://www.praxivaluations.praxi)

## **UpsideTown S.r.l.**

### **Real Estate & Green Energy Crowdfunding**

Fintech indipendente specializzata in iniziative crowdfunding nei settori real estate e green energy che si rivolge a investitori privati e professionali.

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

## **Consalia Ltd.**

### **Sales Business School**

È una joint venture con base a Londra, con specifico know-how in area sales and marketing, per progetti di consulenza ed interventi formativi worldwide.

[www.consalia.com](http://www.consalia.com)

# La struttura territoriale

(Capitale Materiale)

La Sede Legale e Amministrativa è situata a Torino (Corso Vittorio Emanuele II n. 3), mentre le sedi operative sono dislocate in diverse Regioni italiane.

La strategia di PRAXI è di presidiare la qualità e la capacità di creare valore per il Cliente: in questo senso l'acquisizione e la gestione di un progetto sono gestite per competenza professionale e non per competenza territoriale.





La politica di gestione del Capitale Materiale da parte di PRAXI prevede un continuo ricorso a investimenti, eterogenei per tipologia e finalità:

### Uffici

Manutenzione degli uffici e acquisto di strutture di proprietà. Tale attività è volta al mantenimento di elevati livelli di benessere dei lavoratori.

### Open innovation

Team dedicato all’individuazione di nuove opportunità di business, anche attraverso il consolidamento di partnership e collaborazioni con l’ecosistema delle start up.

### Dotazioni tecnologiche

Particolare attenzione è dedicata all’efficienza e sicurezza informatica, con l’obiettivo di garantire strumenti tecnologici avanzati sia per i dipendenti, che possono operare indipendentemente dal luogo fisico in cui si trovano, sia per clienti, assicurando la continuità operativa e la qualità dei servizi. L’infrastruttura IT di PRAXI prevede che ogni singola sede sia collegata in rete al proprio interno e con le altre sedi, oltre che con l’ambiente esterno, con un presidio centralizzato a livello di hardware.

Nel corso del 2024 abbiamo acquistato 176 dispositivi elettronici (89 PC, 4 Stampanti, 83 Smartphone).

Al 31 dicembre 2024 sono presenti e attivi in azienda 403 dispositivi elettronici (350 PC, 45 stampanti, 8 Server FISICI, 190 Server VIRTUALI)

Il traffico dati web complessivo è stato pari a circa 3000 GB, mentre lo spazio di archiviazione utilizzato su Microsoft 365 (ammonta a circa 1.23 TB).

I nostri data center sono ospitati presso l’infrastruttura Equinix, che utilizza energia rinnovabile al 96%, con un piano per raggiungere il 100% entro il 2030.

Scopri di più ➡

### Outcome relativi al Capitale Materiale

|                                     | 2024 | 2023 | 2022 |
|-------------------------------------|------|------|------|
| Infrastrutture di proprietà         | 5    | 5    | 5    |
| Infrastrutture in affitto o leasing | 5    | 5    | 5    |
| Numero di sedi e siti               | 10   | 10   | 10   |

### Outcome relativi al Capitale Materiale

|                                                      | PROPRIETÀ | AFFITTO |
|------------------------------------------------------|-----------|---------|
| Bologna, via Guglielmo Marconi n. 71                 |           | *       |
| Firenze, via Cristoforo Landino n. 14                |           | *       |
| Genova, via XX Settembre n. 8                        | *         |         |
| Milano, via Mario Pagano n. 69/A                     | *         |         |
| Napoli, piazza Giovanni Bovio n. 22                  |           | *       |
| Padova, via Niccolò Tommaseo n. 76/D                 | *         |         |
| Roma, via Leonida Bissolati n. 20                    |           | *       |
| Torino, corso Vittorio Emanuele II n. 3              | *         |         |
| Trento, via Alcide De Gasperi n. 77 (Palazzo Stella) |           | *       |
| Verona, corso Porta Nuova n. 60                      | *         |         |



# Contesto di riferimento

Per definire il nostro contesto di riferimento facciamo riferimento ad Assoconsult, l'Associazione costituita nel 1997 che rappresenta le società di Consulenza di Management in Italia.

Secondo il 15° Rapporto 2023-2024, il settore si conferma in forte espansione con +13,7% di crescita registrata nel 2023, preconsuntivo 2024 di +10,1% e prime previsioni per il 2025 con un incremento stimato tra +8% e +10%. In sintesi, nonostante sia previsto un rallentamento per i prossimi anni, la crescita dovrebbe rimanere sostenuta.

## +13,7%

La Crescita nel 2023

## +10,1%

Preconsuntivo 2024



Scarica il documento



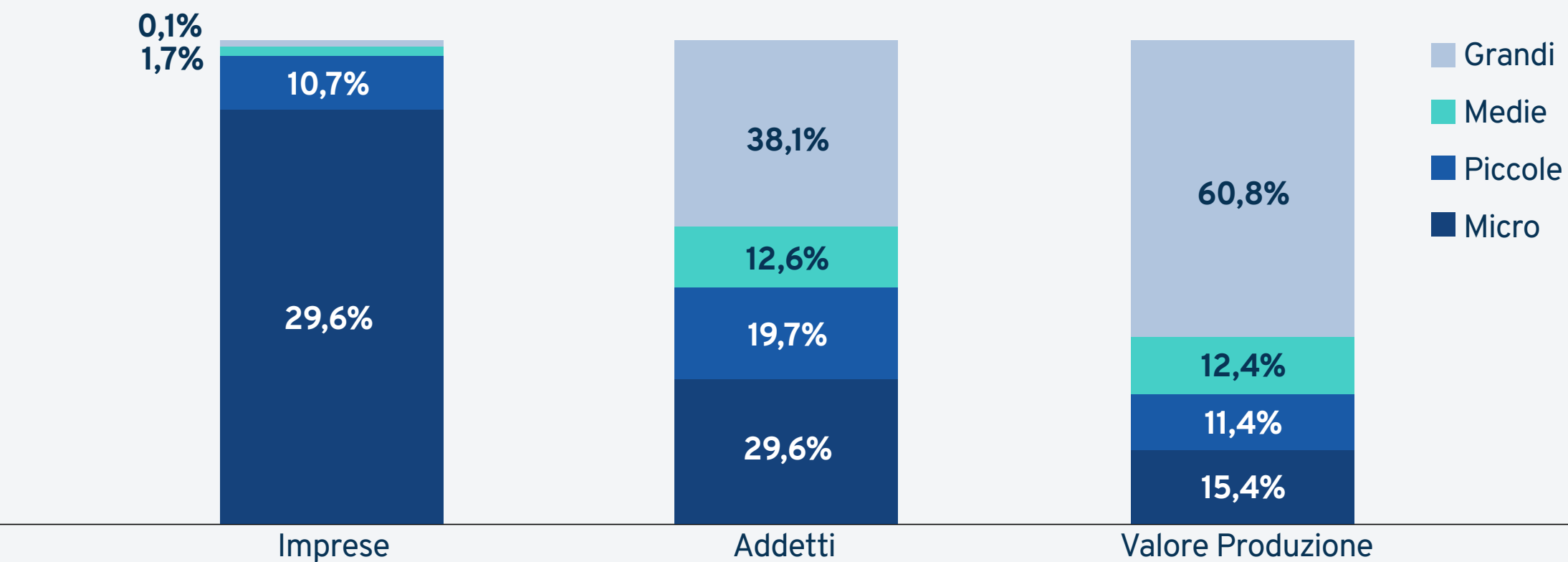
Il settore del Management Consulting in Italia è composto da circa 26.600 imprese, che generano un valore della produzione di oltre 6,6 miliardi di euro e impiegano circa 65.500 addetti. Il settore si caratterizza per un'elevata polarizzazione, con una miriade di micro aziende e poche grandissime imprese di consulenza, con un livello di concentrazione in continuo aumento:

- le micro società (meno di 3 addetti) sono circa 23.300. Nel complesso queste imprese realizzano poco più del 15% del valore della produzione del settore; il loro peso è in continuo calo: nel 2010 rappresentavano infatti quasi il 30% del valore della produzione;
- le piccole società di consulenza (tra 3 e 9 addetti) sono oltre 2.800 e realizzano poco più dell'11% del valore della produzione. Nel 2010 rappresentavano il 16%;
- le medie imprese (tra 10 e 49 addetti) sono circa 460 e realizzano poco più del 12% del valore della produzione del settore. Nel 2010 rappresentavano il 14%;
- le grandi società (oltre 50 addetti) sono 36. Esse realizzano circa il 61% del valore della produzione del settore; il loro peso è in forte crescita: nel 2010 rappresentavano il 41% del valore della produzione;

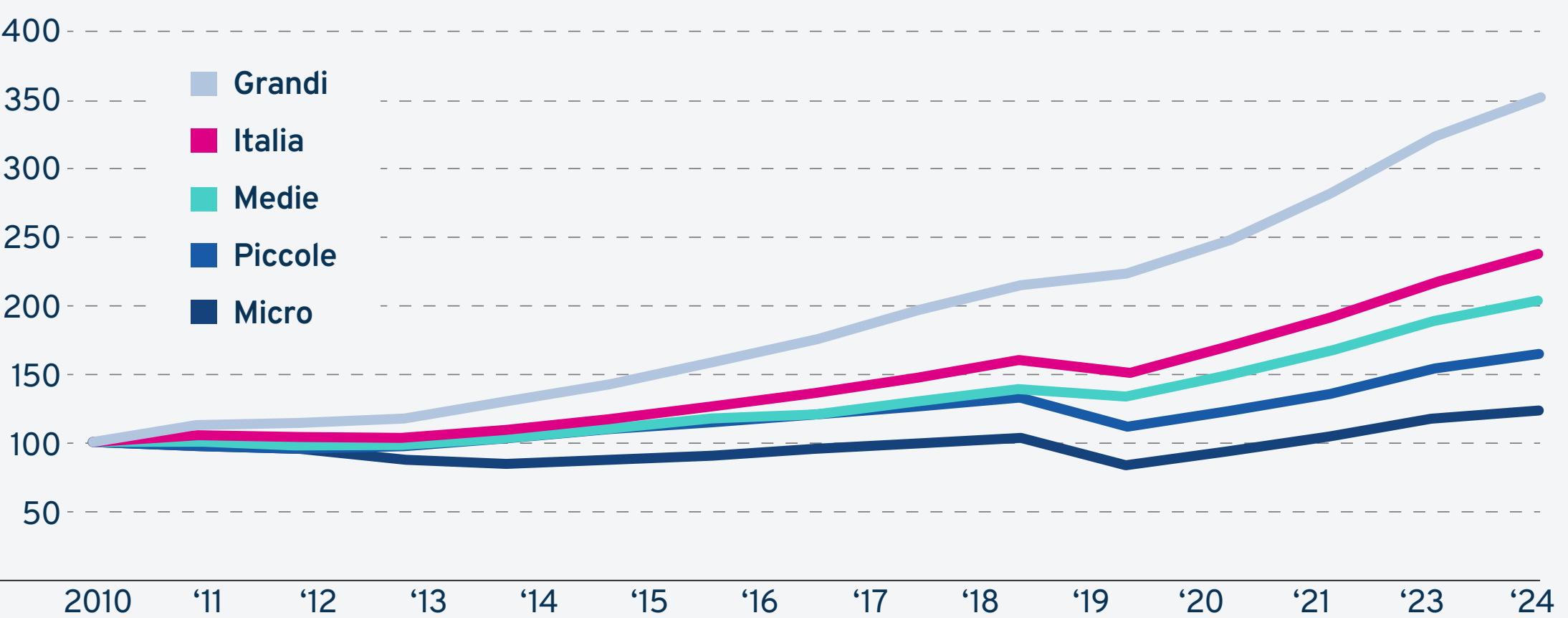
Negli ultimi dieci anni, il settore della consulenza ha mostrato un'evoluzione significativa:

- è cresciuto notevolmente, con ritmi di crescita delle grandi società (+ di 50 professionisti) nettamente superiori rispetto alle piccole e medie imprese;
- è cresciuto maggiormente laddove il Sistema Paese si è trovato ad affrontare grandi sfide;
- ha raggiunto un tasso di produttività dei propri servizi di 2,5 volte maggiore a quello della produttività industriale.

### Ripartizione delle società di Management Consulting per dimensione



### Il valore della produzione per classi dimensionali dal 2010 al 2024





# Strategia di Sostenibilità

PRAXI promuove la Sostenibilità sotto il profilo economico, sociale e ambientale e ne integra i principi all'interno della propria governance, mirando a una crescita economica sostenibile e inclusiva, che valorizzi le risorse disponibili e che sia capace di preservarle per il futuro. Il nostro è un impegno a lungo termine, volto alla soddisfazione di obiettivi di sviluppo sostenibili per le nostre persone e per tutti gli Stakeholders, con particolare attenzione agli impatti generati dal business e alla qualità dei servizi offerti ai clienti.

Vogliamo essere riconosciuti come un'organizzazione etica e socialmente responsabile, che adotta una gestione attenta dei rischi e degli impatti economici, sociali e ambientali connessi al business e che svolge le attività sempre nel rispetto delle normative vigenti.

Con l'obiettivo di rafforzare il proprio contributo alla Sostenibilità, PRAXI riconosce e si ispira agli UNSDGs – UN Sustainable Development Goals, aderendo e integrando nella propria visione strategica gli obiettivi di sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite, contribuendo così ad una crescita sostenibile, etica e a lungo termine, generando benefici per la collettività e preservando l'ambiente.

La Società ha intrapreso un percorso di progressiva e costante integrazione delle componenti ESG nella propria strategia aziendale e operatività d'impresa.

La strategia ESG di PRAXI è pensata per garantire uno sviluppo economico del business in linea con i principi della Sostenibilità. Essa rappresenta una guida per inquadrare gli aspetti principali sui quali si declina la Sostenibilità per PRAXI, tenendo conto degli impatti generati dal business, dei rischi e delle opportunità che possono influenzarne lo sviluppo e della capacità di innovare e generare valore durevole nel tempo.





# I 5 pilastri della strategia ESG di PRAXI



## Etica e integrità

PRAXI conduce le proprie attività aziendali nel rispetto dei più elevati standard etici, garantendo la conformità alle normative vigenti e adottando una politica di tolleranza zero verso qualsiasi forma di corruzione.



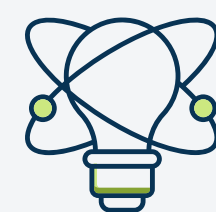
## Valore della persona umana

PRAXI è quotidianamente impegnata a valorizzare il capitale umano, promuovendo lo sviluppo personale e professionale dei propri collaboratori. Garantiamo un ambiente di lavoro sicuro, inclusivo e orientato alla crescita e allo sviluppo delle competenze.



## Centralità del Cliente

PRAXI è attenta a comprendere in modo approfondito e accurato le esigenze dei propri clienti, con l'obiettivo di generare il massimo valore. Attraverso elevati standard qualitativi, approcci metodologici innovativi e soluzioni efficaci e concrete, PRAXI costruisce relazioni solide e basate sulla fiducia.



## Innovazione

PRAXI promuove l'innovazione, sia all'interno della propria organizzazione che nei servizi offerti, considerandola un elemento chiave per il cambiamento e un fattore determinante nella creazione di valore per le imprese.



## Impegno ESG

PRAXI integra i principi ambientali, sociali ed economici nei propri processi aziendali e nei servizi offerti, con l'obiettivo di perseguire in modo efficace ed efficiente gli obiettivi di Sostenibilità dichiarati.



## 4 SDGs scelti fra i 17 UN Sustainable Development Goals di AGENDA 2023

Gli obiettivi di sviluppo sostenibile sono una serie di 17 obiettivi interconnessi, definiti dall'Organizzazione delle Nazioni Unite come strategia “per ottenere un futuro migliore e più sostenibile per tutti”. Sono conosciuti anche come “Agenda 2030”, dal nome del documento intitolato “Trasformare il nostro mondo. L'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile”, che riconosce lo stretto legame tra il benessere umano, la salute dei sistemi naturali e la presenza di sfide comuni per tutti i Paesi.

Gli obiettivi di sviluppo sostenibile mirano ad affrontare un'ampia gamma di questioni relative allo sviluppo economico e sociale, tra cui la povertà, la fame, il diritto alla salute e all'istruzione, l'accesso all'acqua e all'energia, il lavoro, la crescita economica inclusiva e sostenibile, il cambiamento climatico e la tutela dell'ambiente, l'urbanizzazione, i modelli di produzione e consumo, l'uguaglianza sociale e di genere, la giustizia e la pace.



Tra i 17 obiettivi dell'AGENDA 2030, dopo un'attenta e approfondita valutazione da parte della Direzione aziendale, PRAXI ha individuato 4 SDGs su cui, in modo prevalente, ritiene di poter impattare con il proprio business:

- **Obiettivo 5: parità di genere.**
- **Obiettivo 8: lavoro dignitoso e crescita economica.**
- **Obiettivo 9: imprese, innovazione e infrastrutture.**
- **Obiettivo 10: ridurre le disuguaglianze.**







Dagli obiettivi alle azioni: il percorso strategico

| OBIETTIVO SELEZIONATO                                                               | TARGET IDENTIFICATI                                                                                                                                                                                                           | INDICATORI RILEVANTI                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | CONTRIBUTI E AZIONI                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | AMBITO               |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|
|    | 5.1 Ottenere la certificazione UNI:PdR 125:2022                                                                                                                                                                               | a) Certificazione SI – NO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 1. L'azienda si impegna, nel corso del FY 2025 ad ottenere la Certificazione sulla Parità di Genere secondo la norma UNI PdR 125:2022                                                                                                                                                                               | Sociale e Governance |
|                                                                                     | 5.2 Garantire piena ed effettiva partecipazione femminile e pari opportunità di leadership ad ogni livello decisionale aziendale                                                                                              | b) Numero di dipendenti donna<br>c) Numero di dipendenti donna / numero di dipendenti totale<br>d) Numero di dipendenti donna in posizioni apicali (dirigenti e quadri direzionali)<br>e) Numero di dipendenti donna in posizioni apicali (dirigenti e quadri direzionali)/Numero di dipendenti totali in posizioni apicali (dirigenti e quadri direzionali) | 2. L'azienda si impegna, nel Medio periodo (2 – 5 anni) a far crescere il numero di dipendenti donna in posizioni apicali (dirigenti e quadri direzionali)<br>3. L'azienda si impegna, nel Breve periodo (1 anno) a rendere più inclusiva la Policy sul Welfare adottata accogliendo il concetto di “genitorialità” |                      |
|  | 8.1 Continuare la redistribuzione del valore aggiunto creato dall'azienda per mezzo della sua attività                                                                                                                        | a) Valore Premi da MaC distribuiti<br>b) Valore Utili distribuiti<br>c) Numero dipendenti assunti nell'anno<br>d) Ore di formazione erogate nell'anno in totale e per singolo dipendente                                                                                                                                                                     | 4. Nel Medio periodo (2 – 5 anni) l'azienda si impegna a far crescere di almeno il 10% il numero di dipendenti a livello nazionale                                                                                                                                                                                  | Sociale e Governance |
|                                                                                     | 8.2 Creare opportunità di lavoro garantendo un ambiente di lavoro positivo e l'impegno a sviluppare la crescita professionale delle persone                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 5. Nel Breve periodo (1 anno) l'azienda si impegna ad offrire opportunità di formazione per lo sviluppo di competenze distintive a tutta la popolazione aziendale; nel Medio periodo (2 – 5 anni) l'azienda si impegna ad effettuare una mappatura delle competenze di tutto il personale dipendente dell'azienda   |                      |
|                                                                                     | 8.3 Preservare, valorizzare e sviluppare le competenze distintive di PRAXI, garantendo alle sue persone formazione e coinvolgimento in programmi di sviluppo continuo al fine di consolidare la propria posizione nel settore |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 6. L'azienda continua il suo impegno nel garantire alla popolazione aziendale di utilizzare forme di lavoro a distanza che possono consentire un miglior equilibrio vita – lavoro (Work – Life Balance)                                                                                                             |                      |



| OBIETTIVO SELEZIONATO                                                               | TARGET IDENTIFICATI                                                                                                                                                          | INDICATORI RILEVANTI                                                                                                         | CONTRIBUTI E AZIONI                                                                                                                                                                                                                                       | AMBITO     |
|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
|    | 9.1 Continuare a garantire la solidità patrimoniale-finanziaria dell'azienda per poter investire nello sviluppo e nell'innovazione dei servizi                               | a) Dati di bilancio<br>b) Trend di crescita della società negli ultimi 3 anni (N dipendenti, Valore Fatturato, Valore Utili) | 7. Nel Breve periodo (1 anno) l'azienda si impegna a mantenere la propria solidità patrimoniale-finanziaria; nel Medio periodo (2 – 5 anni) l'azienda si impegna a far crescere di almeno il 10% il Valore del Fatturato e il Valore degli Utili generati | Governance |
|                                                                                     | 9.2 Continuare a perseguire la crescita dimensionale dell'azienda                                                                                                            |                                                                                                                              | 8. Nel Medio periodo (2 - 5 anni) l'azienda si impegna a far evolvere la propria organizzazione in modo che sia sempre rispondente alle esigenze del mercato e allineata all'evoluzione del contesto                                                      |            |
|                                                                                     | 9.3 Promuovere l'adozione e l'uso di soluzioni digitali nei servizi di consulenza                                                                                            |                                                                                                                              | 9. Nel Breve periodo (1 anno) l'azienda si impegna a introdurre nei propri servizi di consulenza strumenti e soluzioni basate sull'Intelligenza Artificiale                                                                                               |            |
|  | 10.1 Aumentare l'impatto positivo sulle comunità locali attraverso un incremento negli impegni e nelle iniziative di responsabilità sociale d'impresa (CSR) a livello locale | a) Valore elargizioni nelle iniziative di Corporate Social Responsibility                                                    | 10. Nel Breve periodo (1 anno) l'azienda si impegna ad aumentare fino ad un massimo del 10% sul triennio precedente i contributi ad iniziative con valenza sociale                                                                                        | Sociale    |
|                                                                                     | 10.2 Aumentare l'impatto positivo sulla comunità locale attraverso un incremento di ore dedicate al progetto di sostegno manageriale PRAXI4YOU                               |                                                                                                                              | 11. Nel Breve periodo (1 anno) l'azienda si impegna a riproporre il progetto PRAXI4YOU                                                                                                                                                                    |            |

PRAXI si impegna al monitoraggio costante dell'avanzamento delle attività verso tali obiettivi e target di Sostenibilità identificando le tematiche materiali e operando per il costante allineamento tra la gestione delle tematiche ESG e la strategia complessiva della Società.

PRAXI rendiconta il proprio costante impegno sul tema della Sostenibilità attraverso la redazione e la pubblicazione ogni anno, a partire dal FY 2025, di un Bilancio Consolidato di Sostenibilità a cui partecipano tutte le aziende controllate da PRAXI. fornendo i dati per la rendicontazione.



# ESRS 2



## CRITERI PER LA REDAZIONE

# BP1 - Le basi per la preparazione della dichiarazione di Sostenibilità

PRAXI ha deciso di redigere il suo secondo Bilancio di Sostenibilità, riferito al Fiscal Year (FY) 2024, in modalità individuale e volontaria. Questo in preparazione al Bilancio di Sostenibilità di Gruppo (Consolidato).

In questo bilancio PRAXI si è avvalsa dell'opzione di omettere una specifica informazione corrispondente alla proprietà intellettuale. Inoltre, il perimetro di rendicontazione non copre la catena del valore, ma fa riferimento esclusivamente a PRAXI.

Questo in preparazione al Bilancio di Sostenibilità di Gruppo (Consolidato) che sarà obbligata a redigere nel 2026 con riferimento al FY 2025 (in linea con le attuali regole europee e nazionali in vigore).



GOVERNANCE

# GOV1 - Il ruolo dell’Amministrazione, della Direzione e organi di Controllo

PRAXI ha adottato un sistema di Governance tradizionale, costituito da: Assemblea dei Soci, Consiglio di Amministrazione (CdA) e Collegio Sindacale. Caratteristica distintiva della Governance di PRAXI è rappresentata dal fatto che tutti i soci sono operativi all’interno dell’organizzazione.

CDA

Ai sensi dell’articolo 16 dello Statuto, il Consiglio di Amministrazione ha i più ampi poteri per la gestione ordinaria e straordinaria della Società senza limitazioni, esclusi soltanto quelli che la legge e lo statuto riservano all’Assemblea.

Al CdA fanno quindi capo le funzioni e la responsabilità degli indirizzi strategici ed organizzativi, nonché la verifica dell’esistenza dei controlli necessari per monitorare l’andamento della Società e delle società del Gruppo.

## Consiglio di Amministrazione

| NOME                  | CARICA                                       | TERMINE CARICA                               |
|-----------------------|----------------------------------------------|----------------------------------------------|
| Giulio Crosetto       | Presidente Onorario, Consigliere con deleghe | Fino approvazione del bilancio al 31/12/2024 |
| Vito M. Crosetto      | Presidente Esecutivo                         |                                              |
| Maurizio Negri        | Vice Presidente Vicario                      |                                              |
| Piercarlo Andreoletti | Vice Presidente                              |                                              |
| Maria Teresa Cerutti  | Vice Presidente                              |                                              |
| Antonio Gamba         | Vice Presidente                              |                                              |
| Marco Andreoletti     | Amministratore Delegato                      |                                              |
| Mara Crosetto         | Consigliere con deleghe                      |                                              |
| Jan Spaic             | Consigliere con deleghe                      |                                              |
| Elena Caffarena       | Consigliere                                  |                                              |
| Andrea Del Monte      | Consigliere                                  |                                              |
| Marco Giugliano       | Consigliere                                  |                                              |
| Daniele Gurioli       | Consigliere                                  |                                              |
| Paolo Longobardi      | Consigliere                                  |                                              |
| Francesco Rossi       | Consigliere                                  |                                              |
| Fabio Sola            | Consigliere                                  |                                              |

Consiglio di Amministrazione

Il Consiglio di Amministrazione viene nominato dall'Assemblea, considerando la preparazione e competenza delle figure quale criterio principale di assegnazione dei ruoli.

Rispetto ai temi della Sostenibilità, il CdA detiene il ruolo

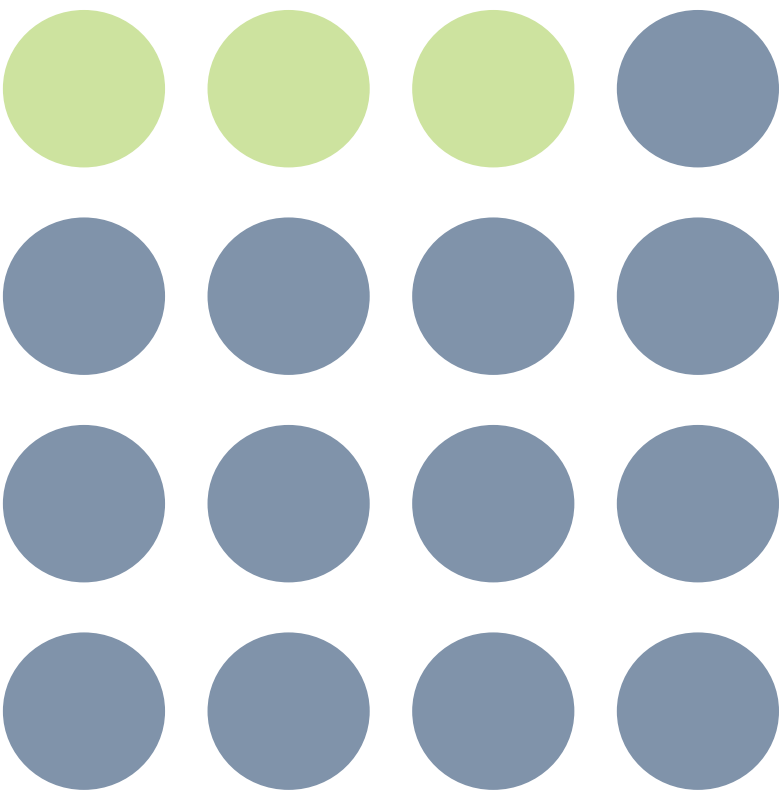
centrale nel controllo e gestione degli impatti e adotta il Bilancio di Sostenibilità quale strumento di condivisione delle strategie e tematiche rilevanti da presidiare.

Il sistema di verifica interno delle criticità comunica con il CdA mediante un sistema formale.

Collegio sindacale

| NOME                | CARICA                            | TERMINE CARICA                               |
|---------------------|-----------------------------------|----------------------------------------------|
| Braja Piera         | Presidente del Collegio Sindacale | Fino approvazione del bilancio al 31/12/2024 |
| Balducci Gian Piero | Sindaco                           |                                              |
| Gabola Andrea       | Sindaco                           |                                              |
| Braja Eugenio Mario | Sindaco Supplente                 |                                              |
| Aschieri Edoardo    | Sindaco Supplente                 |                                              |
| Revi.Tor.Srl        | Società di Revisione              |                                              |

Amministratori



3 Donne 13 Uomini



La sorveglianza degli impatti, dei rischi e delle opportunità sarà affidata, all'interno del CdA, al futuro Comitato ESG. Questo organismo avrà il compito di supportare il Consiglio di Amministrazione e la Direzione Aziendale nelle tematiche ESG e sarà composto da membri selezionati per le loro competenze specialistiche in questo ambito.

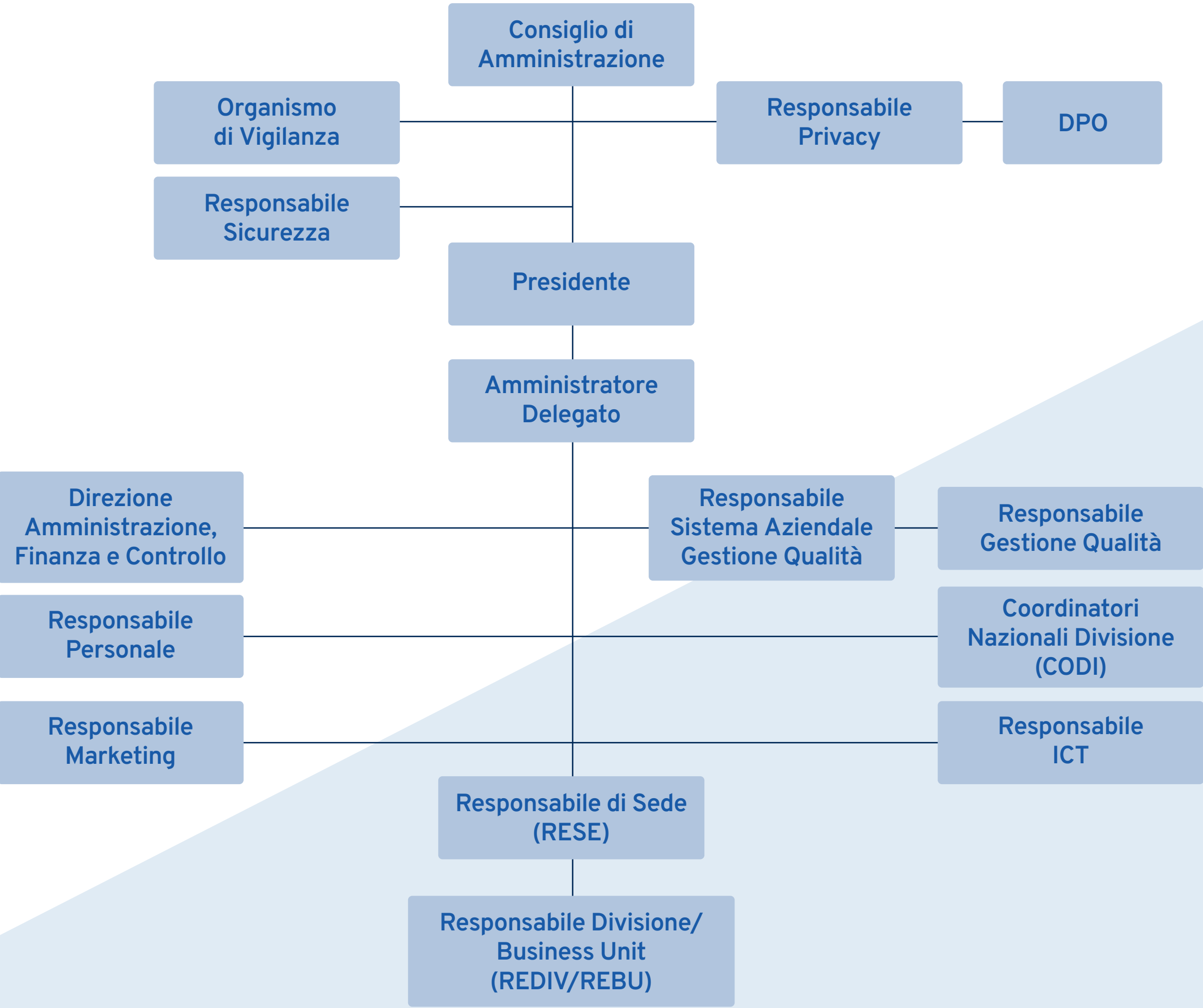
Gli organi di Amministrazione, Direzione e Controllo, insieme all'alta dirigenza, svolgono un ruolo attivo nella definizione degli obiettivi relativi agli impatti materiali, ai rischi e alle opportunità. Partecipano direttamente al processo di identificazione delle tematiche materiali attraverso l'Analisi di Doppia Materialità e alla definizione degli IRO. Inoltre, assicurano il monitoraggio dell'attuazione degli impegni assunti e delle azioni di mitigazione individuate, verificandone l'effettiva implementazione.

In particolare, il CdA, informato, supportato dal Comitato ESG, svolgerà attività di supervisione sulle questioni ambientali, sociali e di governance che l'impresa affronta o potrebbe dover affrontare, tra cui:

- la valutazione e le eventuali modifiche degli aspetti relativi alla Sostenibilità della strategia e il modello di business dell'impresa;
- l'identificazione e la valutazione dei rischi, delle opportunità e degli impatti materiali;
- le politiche e gli obiettivi correlati, i piani d'azione e le risorse dedicate;
- la rendicontazione di Sostenibilità.

Le funzioni di vigilanza ex art 2403 c.c. sono svolte dal Collegio Sindacale. La revisione legale ex art. 2409-bis c.c. è affidata a una Società di revisione appositamente incaricata.

L'attuale Organigramma della Società è il seguente



In linea generale, è importante sottolineare come la Società sia fortemente orientata al conseguimento degli obiettivi gestionali. Accanto alle ordinarie procedure formali di autorizzazione e controllo delle operazioni di gestione, garantite attraverso il Sistema Qualità, l'organizzazione si distingue per l'intensa focalizzazione sui risultati.

In particolare, la grande enfasi posta al raggiungimento degli obiettivi, articolati su brevi cicli temporali (mensili), si traduce in un rigoroso sistema di monitoraggio e controllo, che si avvale di report analitici dettagliati, predisposti entro poche settimane dalla chiusura di ciascun periodo di riferimento.

Tali report sono sistematicamente condivisi e discussi nell'ambito degli organi direttivi e operativi, tra cui il Consiglio di Amministrazione (CdA), il Comitato Direttivo (CODI), il Responsabile di Sede (RESE) e i Responsabili delle Divisioni/ Business Unit (REDIV/REBU).

## GOVERNANCE

# GOV2 - La gestione del flusso informativo

Il Consiglio di Amministrazione verrà informato semestralmente – ed ogniqualvolta ce ne sarà la necessità - dal Comitato ESG sulla eventuale necessità di revisione della Policy di Sostenibilità e/o altre tematiche in ambito Sostenibilità (es. rendicontazione annuale, identificazione, monitoraggio e rendicontazione IRO eventuali azioni di miglioramento).



GOVERNANCE

GOV3 - La dichiarazione sulla Due Diligence di Sostenibilità e mappatura

Collegio sindacale

| ELEMENTI FONDAMENTALI DELLA DUE DILIGENCE                                         | SEZIONI INFORMATIVE DELLA DICHIARAZIONE DELLA SOSTENIBILITÀ |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| Incorporare la due diligence in governance, strategy e business model             | GOV 1<br>GOV 2<br>SBM 3                                     |
| Impegnarsi con tutti gli Stakeholders in tutte le fasi chiave della due diligence | IRO 1<br>GOV 2                                              |
| Identificare e valutare gli impatti negativi                                      | SBM 3<br>IRO 1                                              |
| Intraprendere le azioni per affrontare gli impatti negativi                       | E1-3, S1-4, S4-4                                            |
| Monitorare l'efficacia degli sforzi e comunicare                                  | Non presente in questo report                               |

GOVERNANCE

GOV4 - La gestione del rischio e i controlli interni sulla Sostenibilità

I principali rischi identificati riguardano i temi di Governance e Sociali. Al fine di mitigarli, il Comitato ESG collabora con esperti interni, con l'obiettivo di acquisire conoscenze sulle procedure operative e definire una solida governance dei sistemi di raccolta e controllo dei dati.

SBM-3: Risk Management ➔

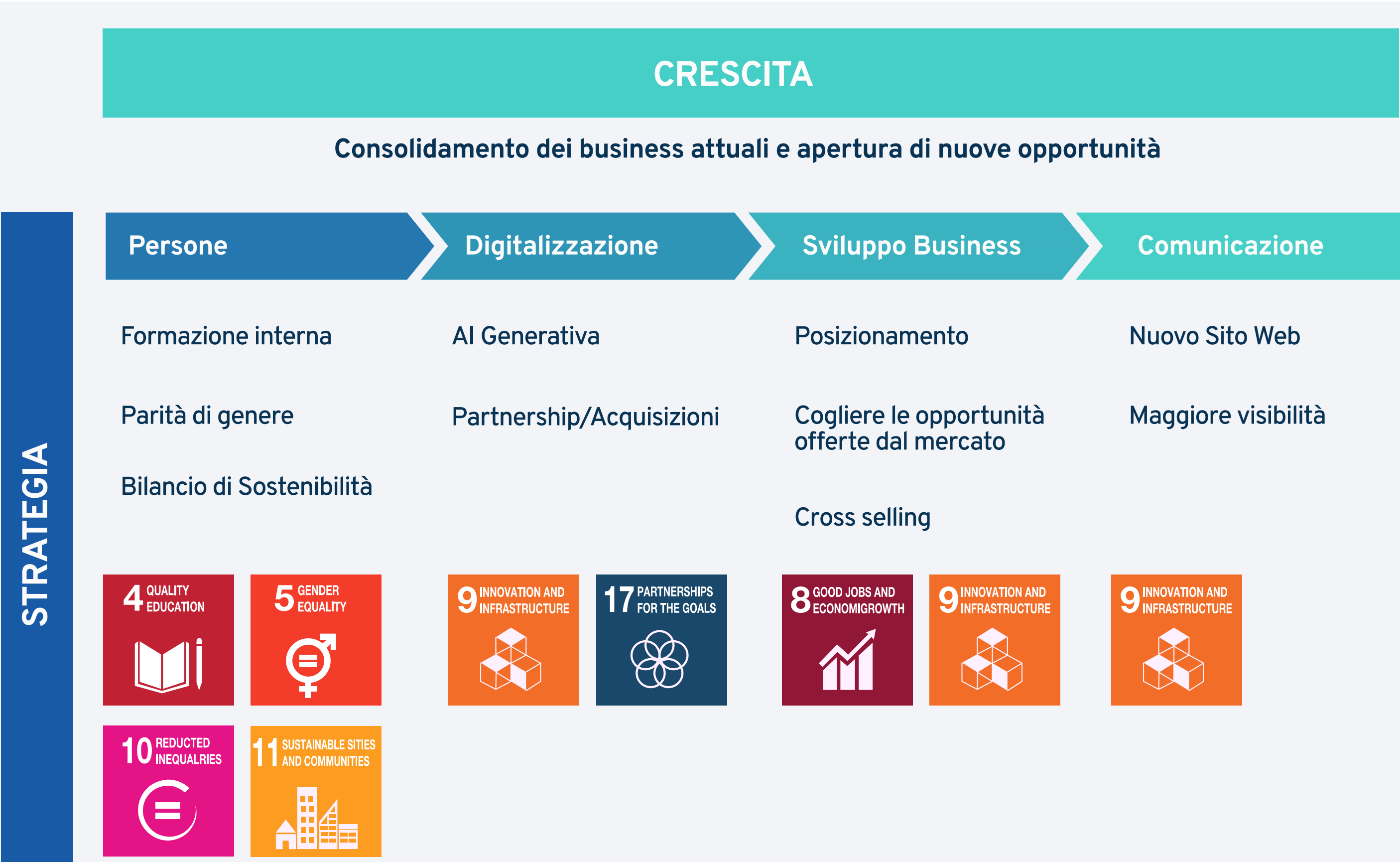
# STRATEGIA

## SBM 1 - La posizione di mercato, strategia, modello/i di business e catena del valore

PRAXI opera nel settore della consulenza manageriale, un'attività che da sempre svolge un ruolo strategico di supporto e affiancamento a imprese e organizzazioni appartenenti a ogni comparto della filiera produttiva, rispondendo a una domanda di mercato in costante crescita.

PRAXI adotta un approccio strategico alla gestione d'impresa, che verte su una serie di obiettivi complementari e due distinti ambiti strategici: il primo orientato al posizionamento competitivo della Società sul mercato, il secondo focalizzato sulle tematiche di Sostenibilità e sulla valorizzazione dei capitali intangibili.

Nell'ultima edizione dello Studio Plimsoll Italia – società specializzata nell'analisi e nel monitoraggio dei dati economici di oltre 5.000 mercati a livello globale, basandosi su fonti ufficiali quali bilanci, visure e altre informazioni pubbliche – PRAXI è stata esaminata e valutata in benchmark con le 245 maggiori società del settore della consulenza imprenditoriale e strategica in Italia, collocandosi al 25 ° posto.





Nel 2024 il Centro Studi ItalyPost, in collaborazione con L'Economia del Corriere della Sera, ha realizzato un'indagine sui bilanci delle imprese italiane che, tra il 2017 e il 2023, hanno registrato performance superiori alla media.

A seguito di questo studio, **PRAXI è stata inclusa tra le “1000 Champions 2025”, un prestigioso riconoscimento che celebra le aziende italiane che si sono distinte per la crescita e le performance eccezionali negli ultimi sei anni.**



Nello specifico, sono stati esaminati i bilanci degli ultimi sei anni secondo i seguenti parametri:

- CAGR 2017-2023: **uguale o superiore al 7%**;
- EBITDA medio degli ultimi 3 esercizi: **uguale o superiore al 12%**;
- PFN/EBITDA medio degli ultimi 3 esercizi: **inferiore o uguale a 1,5**;
- EBIT 2023: **positivo**;
- Risultato netto 2023: **positivo**.

A seguito di questa analisi, sono state selezionate le 1000 migliori aziende italiane, di cui 700 nella fascia 30-120 milioni di fatturato e 300 nella fascia 120-500 milioni di fatturato.

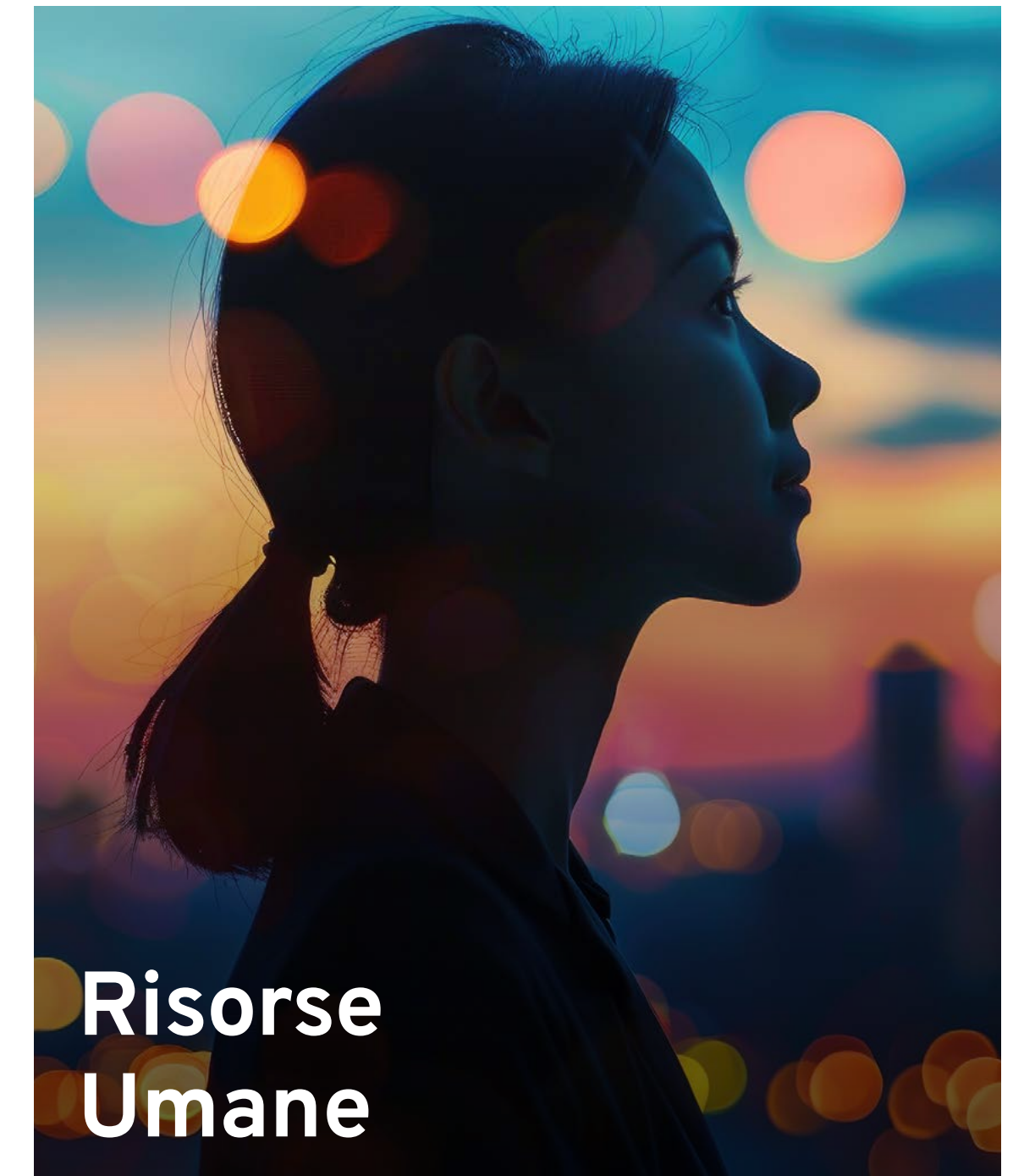
L'attività di PRAXI è rivolta al settore privato (aziende manifatturiere e di servizi, enti, ecc.) e a quello pubblico (aziende ed enti pubblici; amministrazioni centrali; regioni, province e comuni; comunità montane; sanità; camere di commercio; università e strutture didattiche, ecc.).





## Come PRAXI si presenta al mercato: strategia e struttura operativa

Le 4 aree operative di PRAXI, diversificate e integrate al fine di rispondere alle esigenze sempre più interdisciplinari del cliente, sono le seguenti:





## CONSULENZA DIREZIONALE

Consulenza su temi strategici, organizzativi e di sviluppo. Le principali aree di intervento riguardano la struttura organizzativa, la qualità, la logistica, le ristrutturazioni aziendali, la valutazione di aziende, le operazioni di M&A (Merger & Acquisition), i sistemi di comunicazione interna ed esterna e la realizzazione di studi e ricerche.

Ci occupiamo anche di metodologie specifiche per il controllo tecnico-economico delle attività, processi e procedure, nonché dell'applicazione di soluzioni informatiche relative ai nuovi modelli organizzativi. Inoltre, supportiamo le aziende nell'adozione di metodologie Agile per la gestione dei progetti, favoriamo il business development attraverso strategie di crescita sostenibile e curiamo la customer experience per rafforzare la fidelizzazione e il valore del brand.





## DIGITAL SOLUTIONS

Offriamo servizi di consulenza e di sviluppo informatico, supportando le aziende nella trasformazione digitale con soluzioni tecnologiche avanzate. Operiamo su diversi livelli:

- progettazione, realizzazione, installazione e assistenza di soluzioni informatiche personalizzate, sviluppate sulle specifiche esigenze del cliente;
- implementazione di soluzioni ERP per la gestione integrata ed efficiente delle attività aziendali;
- applicazioni di Business Intelligence, per trasformare i dati in informazioni strategiche e facilitare il processo decisionale;
- soluzioni per la gestione amministrativa e del personale, realizzate da PRAXI, per migliorare l'organizzazione aziendale;

- applicazioni contabili gestionali (non ERP) per un controllo efficace delle attività finanziarie;
- soluzioni e-Business per potenziare la presenza online e ottimizzare l'esperienza digitale dei clienti;
- assistenza tecnologica specializzata per garantire il corretto funzionamento, la sicurezza e l'aggiornamento continuo delle soluzioni digitali.

Grazie alla sinergia con le altre Business Unit di PRAXI, integriamo le competenze informatiche con strategie organizzative e gestionali, creando soluzioni digitali su misura per i nostri clienti.





## VALUTAZIONI E ADVISORY

PRAXI è fra le prime Società di Valutazioni in Italia ad essere “regulated by RICS”, the Royal Institution of Chartered Surveyors, con un team che include diversi Professional Members di RICS. Le nostre aree di intervento coprono i settori Industrial, Energy, Real Estate, Due Diligence e Advisory.

Grazie a gruppi di lavoro adeguatamente strutturati e dimensionati, siamo in grado di gestire interventi articolati e complessi nei seguenti ambiti:

- Real Estate: valutazione del patrimonio immobiliare per ottimizzare la gestione e la performance a lungo termine, contribuendo a decisioni strategiche e a una gestione efficiente delle risorse;
- Due Diligence: supporto nelle operazioni di investimento, con analisi dettagliate per gestire il rischio e massimizzare il valore, consentendo operazioni informate e vantaggiose;
- Plant & Machinery: valutazione di impianti e macchinari, per garantire efficienza operativa e un'adeguata gestione delle risorse, assicurando un utilizzo ottimale e un controllo efficace;

- Energy & Transizione Energetica: consulenza strategica per ottimizzare l'uso delle risorse energetiche e supportare la transizione verso soluzioni sostenibili, allineando le imprese agli obiettivi globali di sostenibilità;
- Business & Intangibles: valorizzazione di business e asset immateriali per prendere decisioni strategiche fondate su analisi precise, guidando i clienti in scelte di valore a lungo termine;
- Industria 4.0: ottimizzazione dei processi produttivi tramite tecnologie emergenti, per migliorare l'efficienza, la competitività e la sostenibilità delle imprese;
- Sostenibilità ESG: integrazione dei principi di sostenibilità ESG nelle decisioni aziendali per creare valore a lungo termine e rispondere alle sfide future in un contesto globale in continua evoluzione.





## RISORSE UMANE

L'attività di PRAXI Risorse Umane si concentra su tre aree principali: Ricerca e Selezione, Formazione Manageriale e Sviluppo Organizzativo. Offriamo soluzioni integrate per la gestione delle risorse umane, coprendo l'intero ciclo di vita professionale in azienda, dalla selezione alla crescita e valorizzazione del talento. Le nostre soluzioni sono progettate per rispondere alle sfide del cambiamento e ottimizzare il potenziale umano in un contesto aziendale in continua evoluzione.

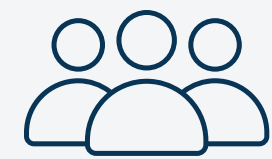
Nello specifico, i nostri servizi includono:

- Executive Search & Recruitment: selezioniamo i professionisti più adatti per supportare la strategia aziendale e favorire la crescita;
- Sviluppo Organizzativo: ottimizziamo i processi aziendali e l'Employee Experience per potenziare team e performance;
- Assessment: valutiamo e sviluppiamo competenze chiave, supportando la crescita professionale con un approccio human-centered;
- Formazione: progettiamo percorsi formativi per sviluppare competenze manageriali e affrontare le sfide dell'innovazione;
- Coaching: offriamo soluzioni di coaching personalizzato per migliorare le performance e raggiungere gli obiettivi aziendali.





## 6 Key Factors:



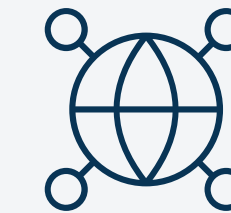
### Capacità Interna

I consulenti PRAXI sono dipendenti della Società e hanno ottenuto le più prestigiose certificazioni a livello nazionale e internazionale.



### Concretezza

Realizziamo progetti di cambiamento, dall'impostazione strategica alla delivery operativa sul campo, utilizzando un approccio concreto e misurabile.



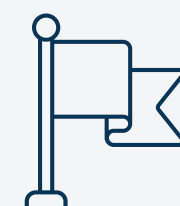
### Visione Worldwide

Abbiamo partecipazioni e partnership con società di consulenza a livello internazionale, che consentono di servire i clienti in qualunque parte del mondo.



### Trasferimento di know-how

Curiamo con attenzione la fase di analisi e comprensione del contesto e il coinvolgimento delle persone che operano nell'organizzazione del Cliente, per garantire soluzioni efficaci, motivazione al cambiamento e trasferimento del know-how.



### Dimensione

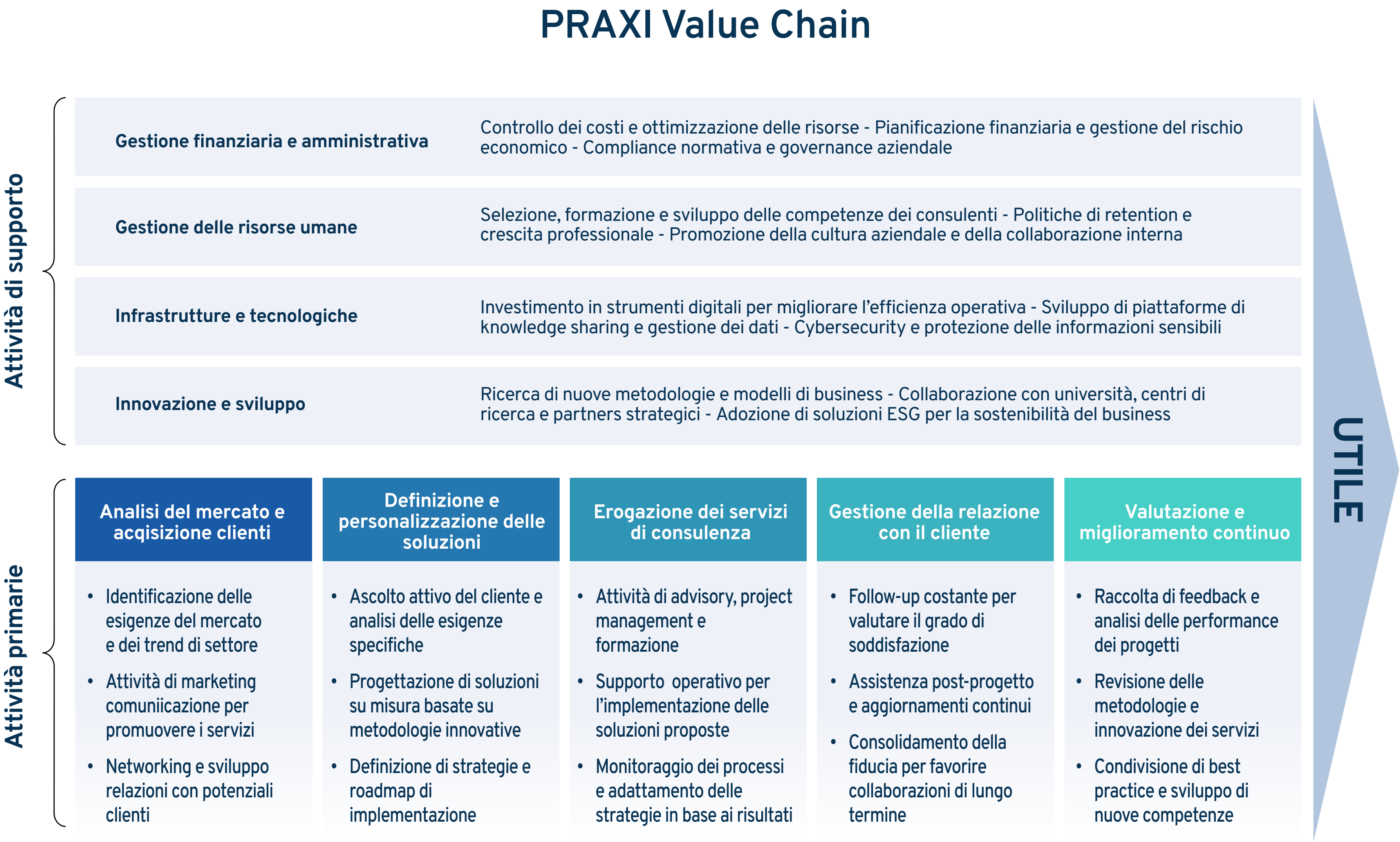
Quasi 60 anni di storia e oltre 12.000 Clienti hanno consentito a PRAXI di raggiungere una dimensione di primo piano nel panorama italiano delle società di consulenza.



### Innovazione

Sempre aggiornati sulle nuove frontiere del management e delle organizzazioni, con un approccio di benchmark e nel rispetto delle specificità locali, lavoriamo con i Clienti per innovare con Sostenibilità le loro realtà aziendali

PRAXI ha una **catena del valore** che le consente di differenziarsi sul mercato, offrendo soluzioni di qualità e ad alto impatto per i clienti, assicurandosi così una crescita sostenibile nel lungo periodo.





Il processo commerciale di PRAXI si fonda su un modello integrato e orientato al cliente, finalizzato a garantire la massima qualità delle soluzioni consulenziali proposte e la costruzione di relazioni di fiducia durature. Ogni fase è caratterizzata da un approccio consulenziale che mette al centro le esigenze specifiche dei clienti, supportandoli nella definizione e nell'implementazione di strategie efficaci per la crescita e l'innovazione:

## 1 Individuazione delle Opportunità e Primo Contatto

Il processo commerciale prende avvio dall'attività di analisi e monitoraggio del mercato di riferimento, con l'obiettivo di intercettare nuove opportunità di business e di comprendere in anticipo i bisogni emergenti delle organizzazioni.

## 2 Analisi delle Esigenze e Comprensione del Contesto

Questa fase prevede incontri dedicati con i decision maker aziendali per comprendere il contesto organizzativo, le criticità da affrontare e gli obiettivi strategici che intende raggiungere. L'approccio è orientato alla co-progettazione e all'ascolto attivo, elementi fondamentali per garantire soluzioni realmente su misura.

## 3 Progettazione dell'Offerta Consulenziale

Sulla base delle informazioni raccolte, viene predisposta una proposta tecnico-economica che dettaglia l'offerta di consulenza in: obiettivi, metodologie di intervento, tempistiche, team di lavoro coinvolto, deliverable e condizioni economiche. La proposta si caratterizza per un forte orientamento alla personalizzazione, in modo da rispondere puntualmente alle specifiche esigenze del cliente. In caso di tematiche complesse o di progetti che richiedano una valutazione multidisciplinare, PRAXI coinvolge i propri esperti e specialisti dei diversi ambiti di consulenza (Organizzazione, HR, Digital Innovation, Sustainability, etc.) per garantire un approccio integrato e ad alto valore aggiunto.

## 4 Presentazione e Negoziazione

La proposta viene presentata e discussa con il cliente, con l'obiettivo di verificarne l'aderenza alle aspettative e di raccogliere eventuali osservazioni o suggerimenti per una rimodulazione dell'offerta.

[Continua alla slide successiva](#)

## 5 Formalizzazione dell'Accordo e Attivazione del Progetto

A seguito dell'approvazione dell'offerta, PRAXI procede alla formalizzazione del contratto, definendo in modo chiaro le clausole e i termini di esecuzione. Una volta perfezionato l'accordo, viene attivata la fase operativa, che prevede la costituzione del team di progetto e la pianificazione delle attività.

## 6 Erogazione del Servizio e Gestione della Relazione

Durante l'intero ciclo di vita del progetto, PRAXI assicura un dialogo costante con il cliente, attraverso riunioni periodiche di avanzamento e momenti di verifica dei risultati intermedi. La gestione della relazione è affidata al Responsabile di Progetto, che garantisce il rispetto degli impegni assunti e la qualità delle prestazioni erogate.

## 7 Valutazione dei Risultati e Customer Satisfaction

Al termine dell'intervento, PRAXI condivide con il cliente un momento di valutazione dei risultati raggiunti, analizzando il grado di soddisfazione rispetto agli obiettivi prefissati e raccogliendo feedback utili al miglioramento continuo dei propri servizi.

## 8 Fidelizzazione e Sviluppo Continuativo

Il processo commerciale non si esaurisce con la chiusura del progetto, ma prosegue nella gestione del rapporto continuativo con il cliente. PRAXI si propone come partner strategico, supportando i clienti nell'affrontare le sfide future e nello sviluppo di nuove opportunità di collaborazione.

Il processo commerciale non si esaurisce con la chiusura del progetto, ma prosegue nella gestione del rapporto continuativo con il cliente. PRAXI si propone come partner strategico, supportando i clienti nell'affrontare le sfide future e nello sviluppo di nuove opportunità di collaborazione.

La formazione interdisciplinare e continua, l'adozione di pratiche professionali altamente qualitative, lo sviluppo della ricerca per soluzioni sempre innovative, la promozione della responsabilità sociale ed etica, incoraggiando pratiche sostenibili e principi di equità e giustizia lungo tutta la catena del valore, sono di fatto il focus del nostro lavoro.



STRATEGIA

# SBM 2 - Il coinvolgimento degli Stakeholders

(capitale sociale e relazionale)

## Coinvolgimento degli Stakeholders nella Strategia ESG di PRAXI

| TIPOLOGIA DI STAKEHOLDER | LEGITTIME ASPETTATIVE                                                                                | MODALITÀ DI ENGAGEMENT                                                                                                                                          |
|--------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Azionisti                | Remunerazione del capitale, reputazione, innovazione e prospettiva di lungo periodo                  | Assemblea annuale e distribuzione degli utili                                                                                                                   |
| Personale dipendente     | Ambiente di lavoro positivo, trasparente sistema incentivante, opportunità di crescita professionale | Sistema premiante, formazione, coaching, sviluppo organizzativo interno, socialità interna, iniziative di comunicazione interna                                 |
| Clienti                  | Supporto all'individuazione delle problematiche e risoluzione delle stesse                           | Soluzioni concrete, puntuali e innovative, team di progetto con competenze multidisciplinari, Qualità del servizio, condivisione degli approfondimenti tematici |
| Partner professionali    | Rapporto professionale duraturo e proficuo                                                           | Progettazione congiunta, incontri commerciali, partnership, newsletter                                                                                          |

## Come sono stati coinvolti gli Stakeholders in ambito Sostenibilità

| STAKEHOLDERS | CHI                                                                                                 | NUMERO | MODALITÀ                                                                                         |
|--------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Clienti      | I clienti che si sono dimostrati più sensibili e attivi rispetto ai temi di Sostenibilità           | 4      | Condivisione di un questionario ESG con google forms e intervento a sostegno del Cliente Leader  |
| Azionisti    | Maggioranza del capitale                                                                            | 16     | Presentazione in plenaria dell'Analisi di Doppia Materialità e questionario ESG con google forms |
| Dipendenti   | I dipendenti con maggiore sensibilità, interesse e che sono più coinvolti sui temi di Sostenibilità | 5      | Presentazione in plenaria dell'Analisi di Doppia Materialità e questionario ESG con google forms |

Sito web [www.praxi.praxi](http://www.praxi.praxi)

74 587

Utenti

256 .293

Sessioni

449

News pubblicate sul sito (2009-2024)



TOP 5 EVENTI E CONTENUTI PIÙ PERFORMANTI



Coffee Brain  
Utenti: 1.330  
Sessioni: 2.090  
Bounce Rate: 45%



Marchi, design e brevetti  
Beni intangibili  
di valore per l'impresa  
Utenti: 596  
Sessioni: 630  
Bounce Rate: 21%



I maghetti delle  
App entrano  
nell'universo PRAXI  
Utenti: 472  
Sessioni: 552  
Bounce Rate: 20%



Italmach: case  
history di successo  
tra inclusione e  
sostenibilità  
Utenti: 406  
Sessioni: 466  
Bounce Rate: 7%



Assessment di selezione  
della PA: il nuovo peso delle  
competenze comportamentali  
Utenti: 406  
Sessioni: 565  
Bounce Rate: 30%



LinkedIn

56.335

Followers

+4%

Crescita ultimi 12 mesi



Youtube

49

Video Pubblicati

6.254

Visualizzazioni

TOP 5

POST PER IMPRESSIONI UNICHE



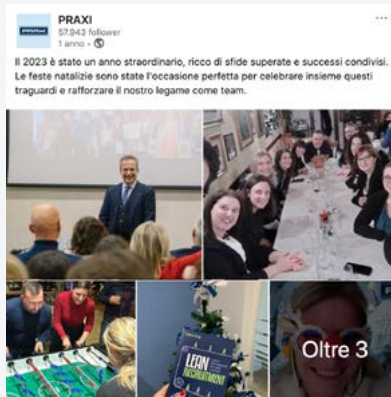
PRAXI4YOU  
Seconda  
comunicazione



PRAXI4YOU  
Terza  
comunicazione



Annuncio  
Wezard 2024



#Wepraxi  
Capodanno 2024



Unioni Industriali  
Torino, Industria  
Felix 2024

TOP 5 POST PER ENGAGEMENT RATE



Trend 2025



Evento HR Agile  
post evento



#Wepraxi  
Capodanno 2024

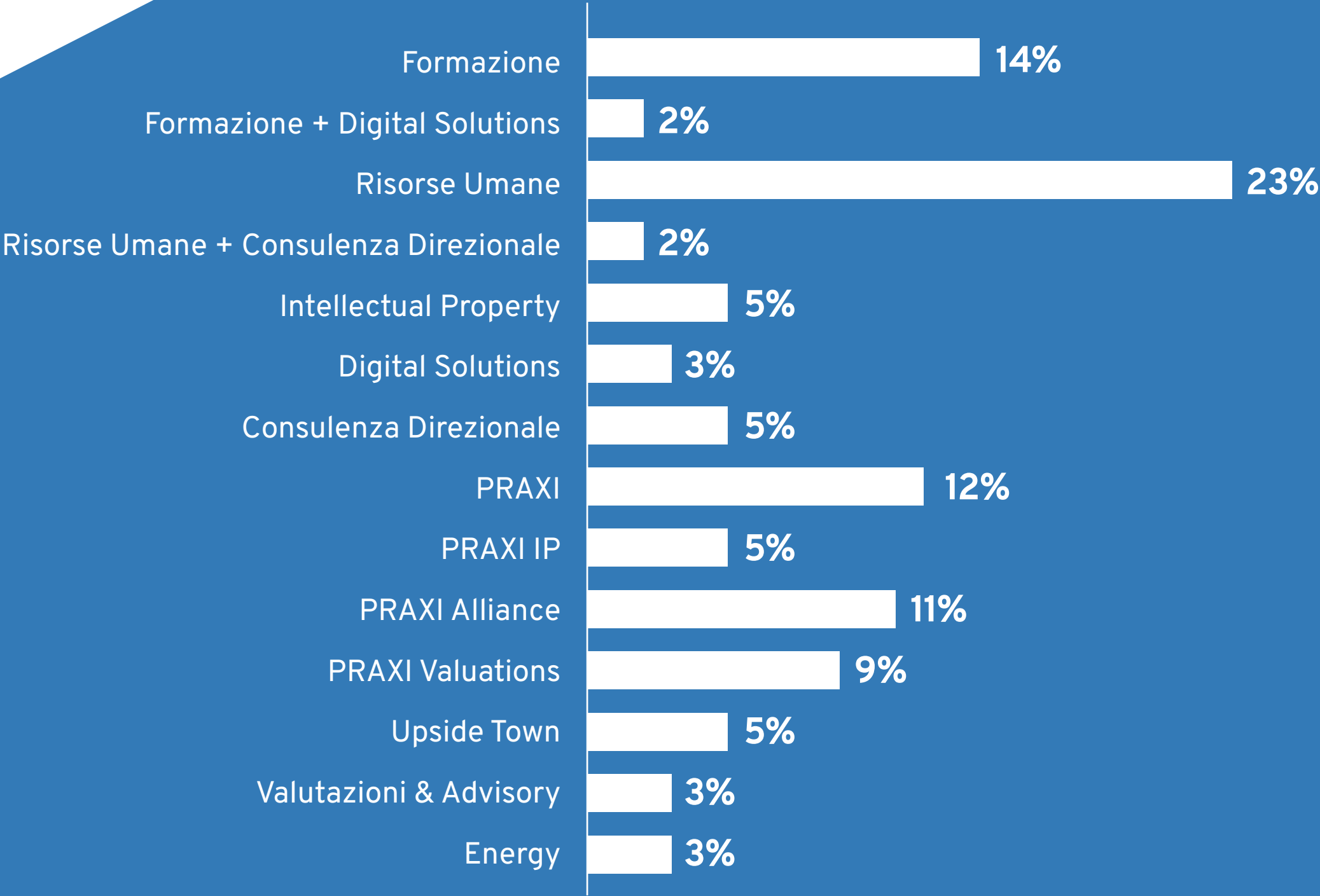
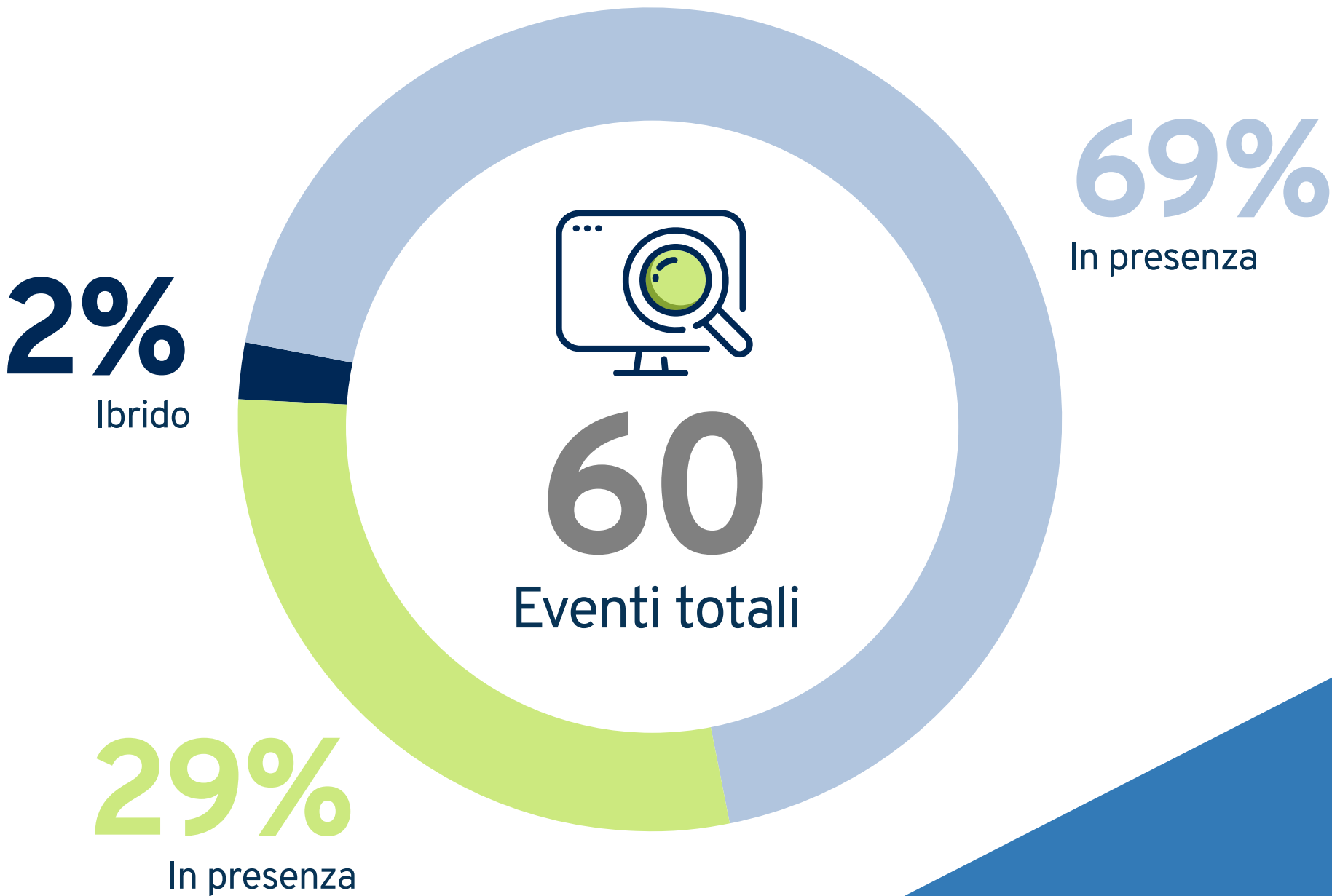


AIDP Congresso  
2024 post evento



Milano Padel Cup  
2024

# Eventi

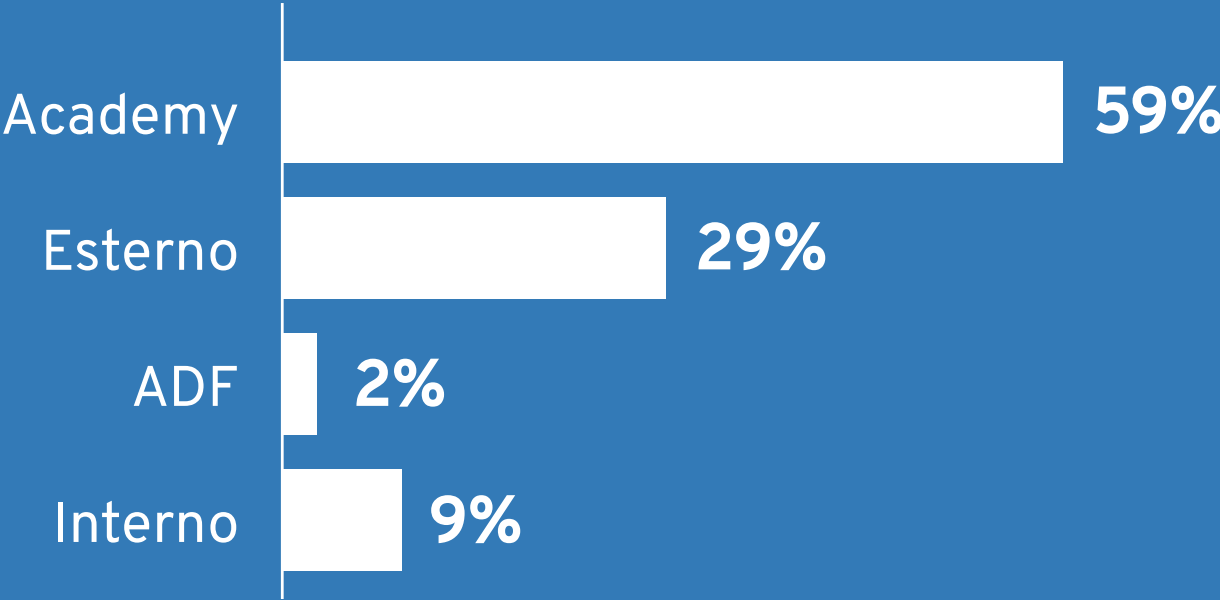




# Newsletters



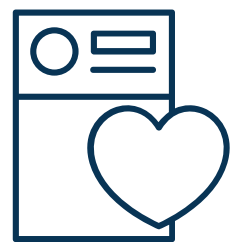
## Audience



# Ambassador Program

Team di 40 Ambassador (+5 rispetto al 2023) trasversale a tutte le sedi e BU aziendali nato con lo scopo di promuovere il networking interno per:

- Migliorare e sistematizzare il processo di raccolta dei contenuti PRAXI facendo leva sulla comunicazione interna
- Efficientare la comunicazione al mercato attraverso i canali PRAXI, web e social
- Promuovere l'aggiornamento e il lavoro Cross Area



23

contenuti prodotti, tra cui articoli e case studies aziendali, con l'obiettivo di aumentare la visibilità e la consapevolezza sulle attività di PRAXI.



11

meetings organizzati, per stimolare il confronto interno, condividere esperienze e favorire il networking tra i vari dipartimenti.

## Top 10 Post Linkedin

| TITOLO                                                         | LINK AL POST         |
|----------------------------------------------------------------|----------------------|
| Case study - Apprendimento Agile nel settore automotive        | <a href="#">&gt;</a> |
| Articolo - Configurazioni di autoconsumo diffuso               | <a href="#">&gt;</a> |
| Articolo - Incentivi per comunità energetiche rinnovabili      | <a href="#">&gt;</a> |
| Articolo - AI nei processi di recruiting                       | <a href="#">&gt;</a> |
| Articolo - Creare un ambiente di lavoro inclusivo per la Gen Z | <a href="#">&gt;</a> |
| Articolo - Assessment di selezione nella PA                    | <a href="#">&gt;</a> |
| Articolo - Adottare un bilancio di sostenibilità trasparente   | <a href="#">&gt;</a> |
| Articolo - Sostenibilità ed employer branding                  | <a href="#">&gt;</a> |
| Articolo - Upskilling e reskilling                             | <a href="#">&gt;</a> |
| Articolo - Leadership adattiva per le sfide del mondo B.A.N.I. | <a href="#">&gt;</a> |

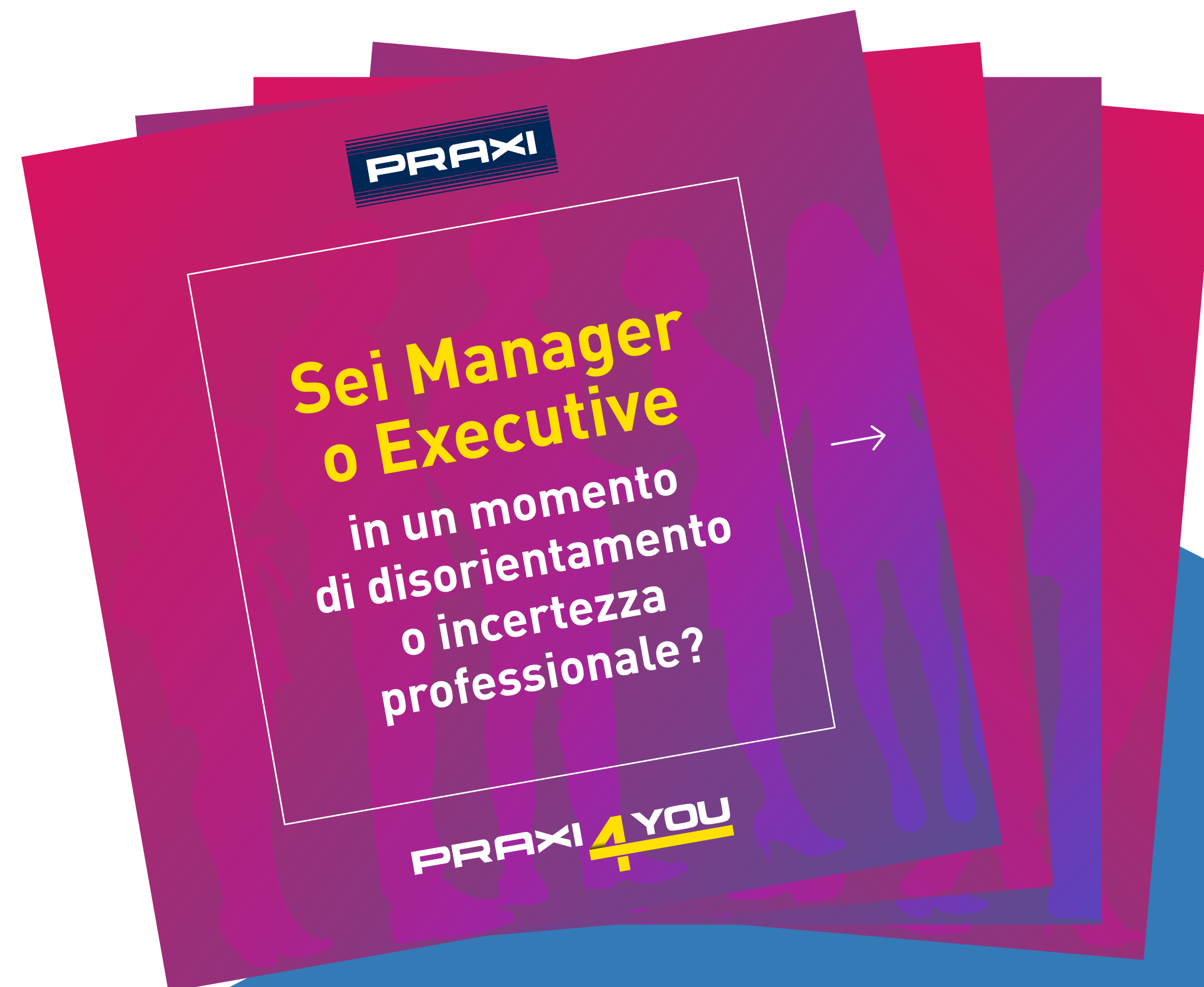
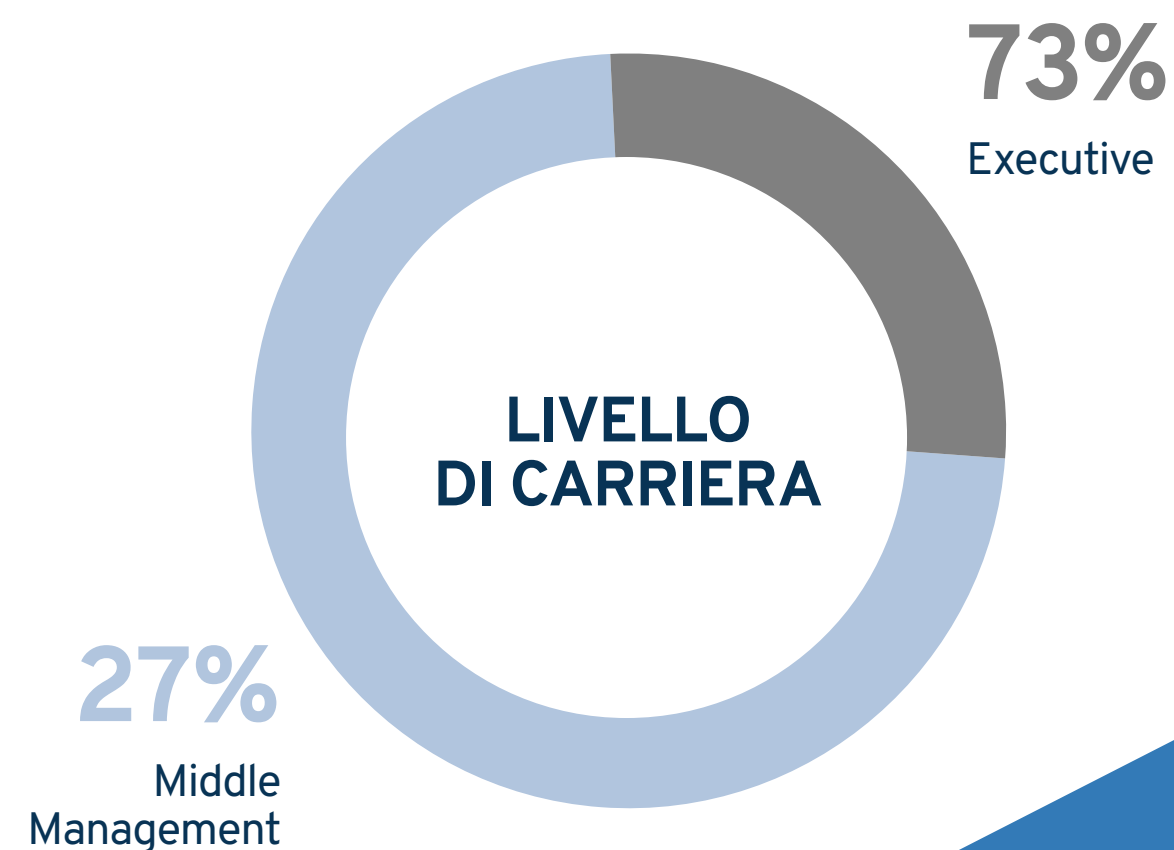
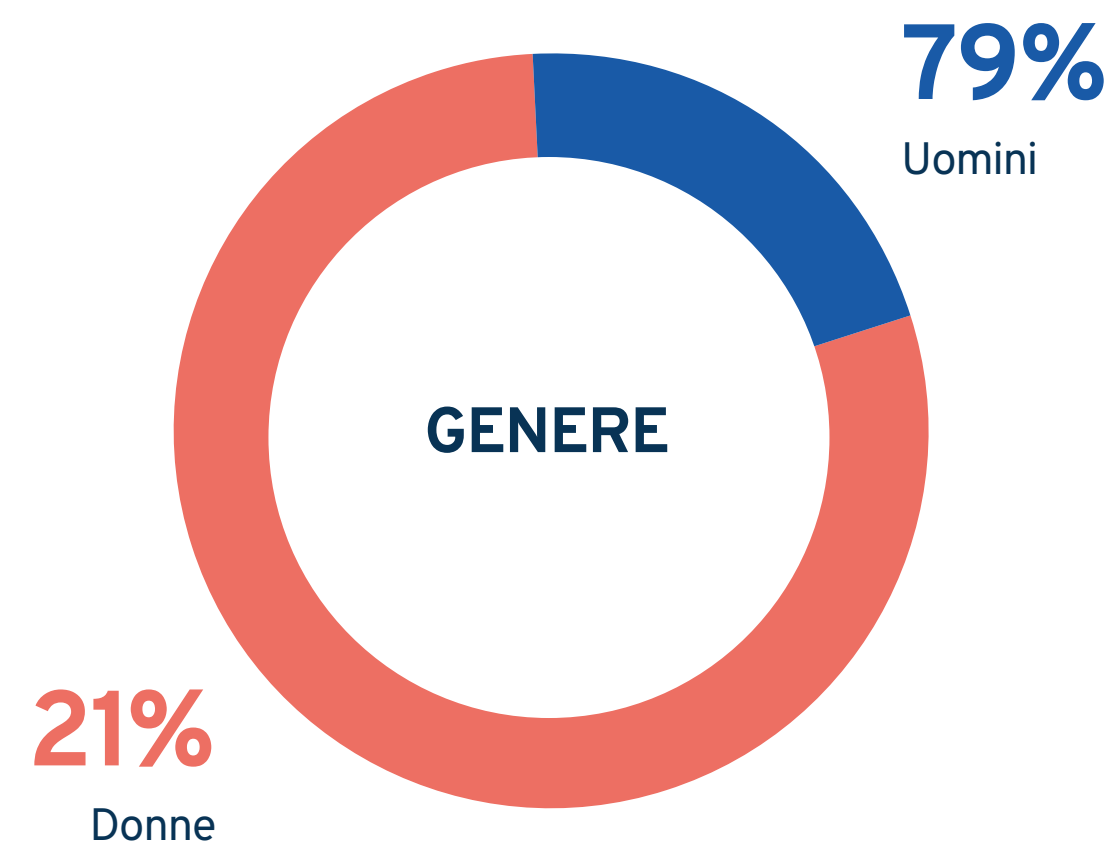


# PRAXI4YOU

Da 59 anni PRAXI sostiene le imprese nel loro sviluppo. L'instabilità economica e i cambiamenti tecnologici e sociali degli ultimi anni hanno reso ancora più complessa la realtà professionale delle figure che rappresentano i nostri interlocutori abituali: Manager ed Executive per i quali affrontare il cambiamento richiede nuove competenze, resilienza e adattabilità.

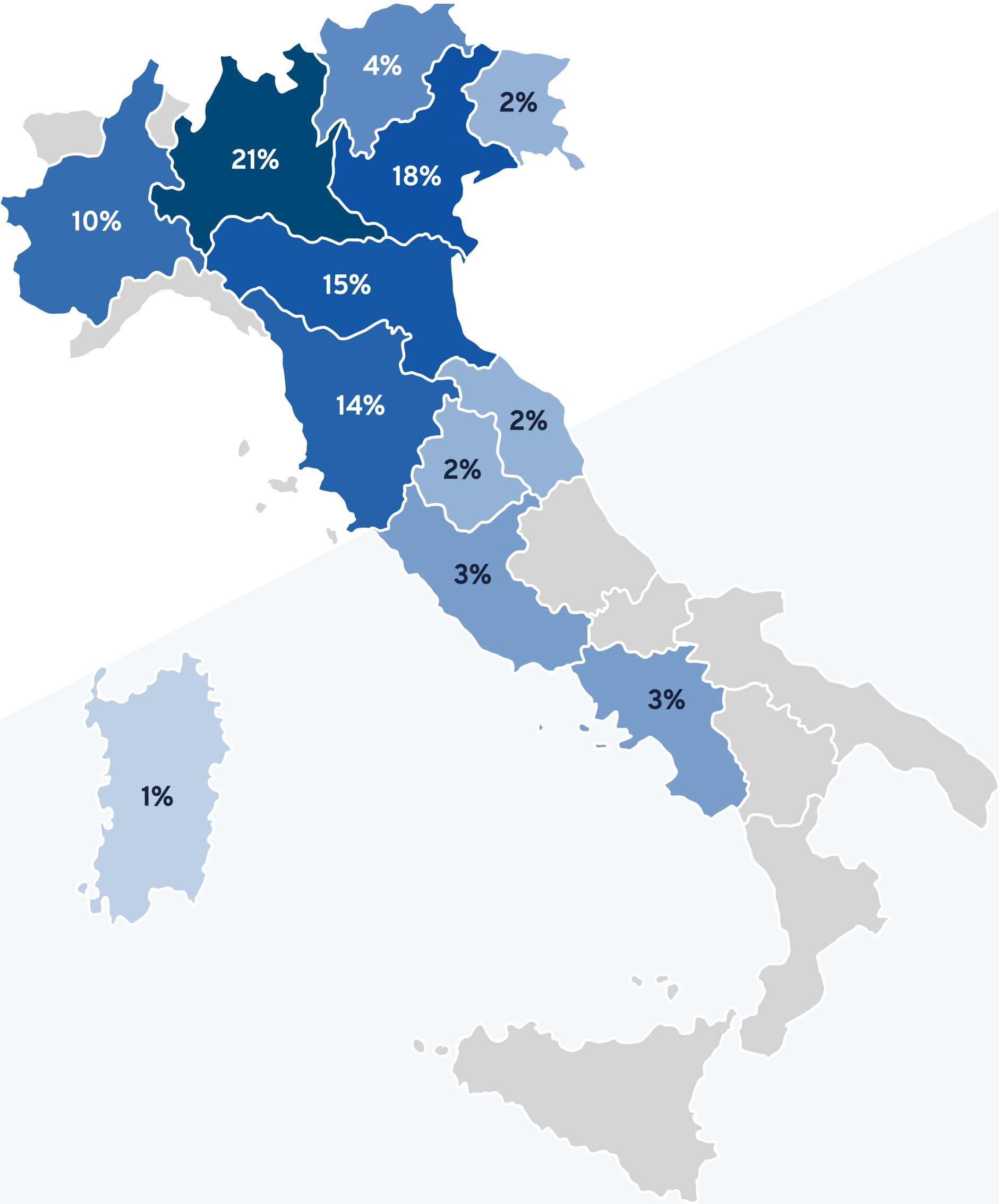
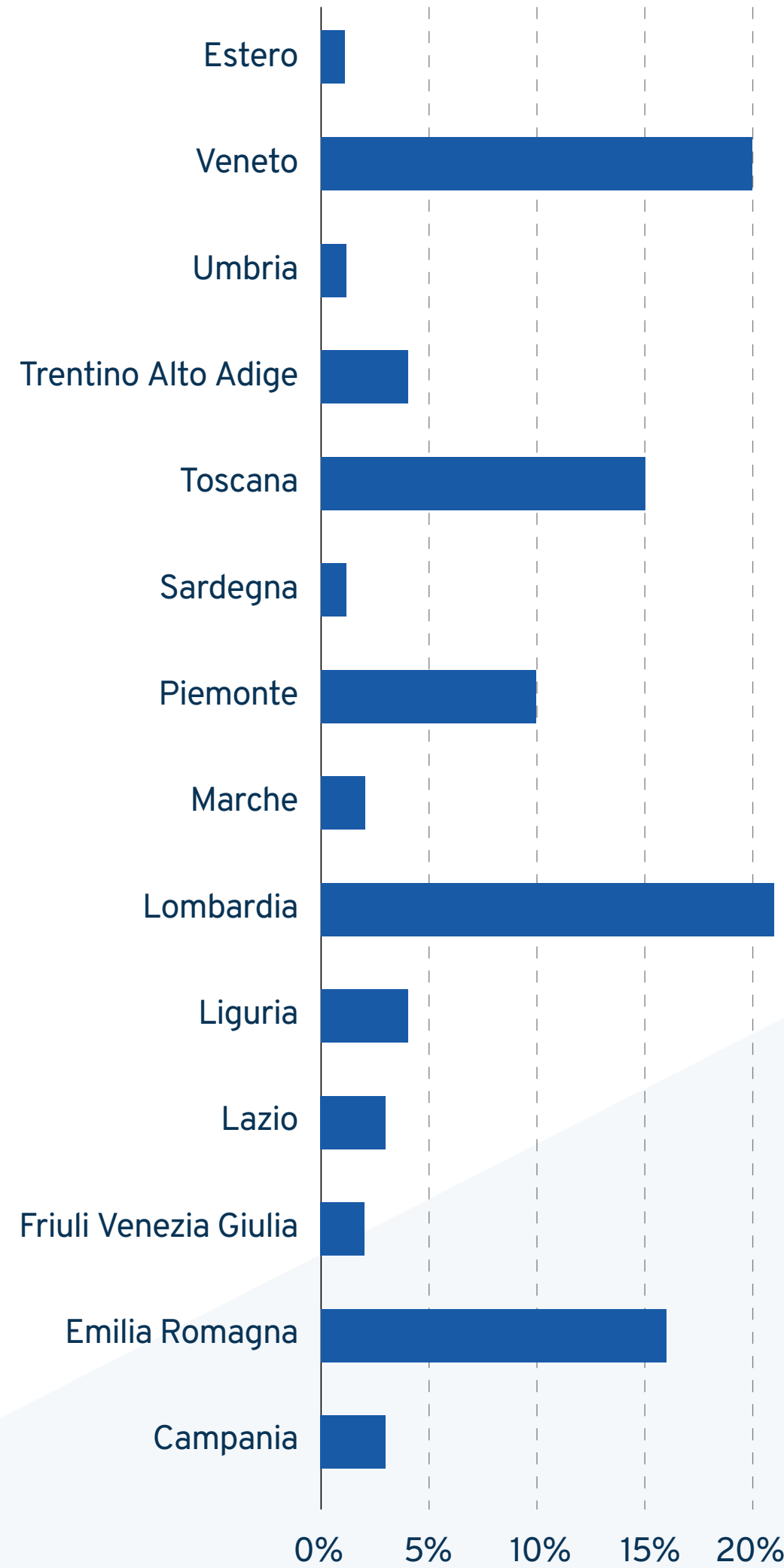
Ecco perché abbiamo sostenuto nel corso del 2024 il PROGETTO PRAXI4YOU.

PRAXI4YOU nasce dal desiderio di supportare in modo concreto lo sviluppo individuale e collettivo. Come Professionisti della Ricerca e Selezione, vogliamo fare la nostra parte, mettendo a disposizione la nostra professionalità, competenza e conoscenza del mercato del lavoro.

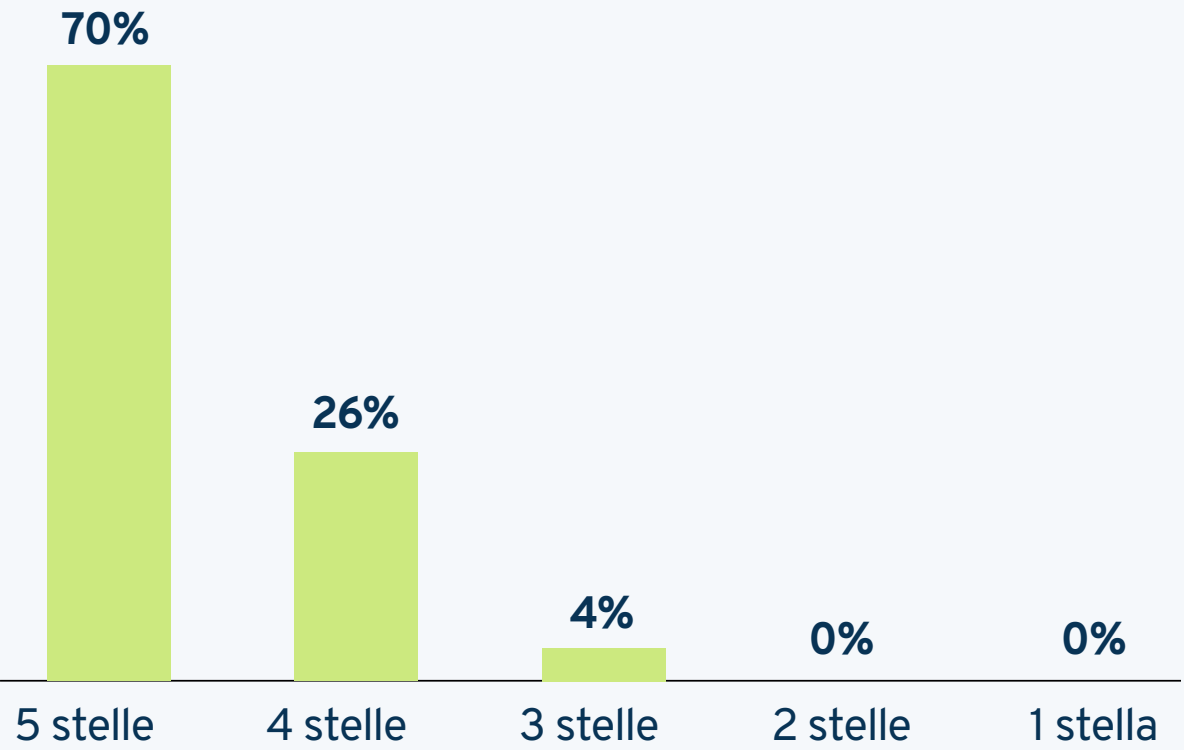


Il nostro impegno? Offrire alle persone che ne hanno fatto richiesta un momento di ascolto dedicato, donando competenza, esperienza e tempo.





Degli oltre 100 manager aderenti da tutta Italia, al termine del progetto 50 hanno espresso un livello di soddisfazione pari a 4,6 su 5.





## STRATEGIA

# SBM 3 - Gli impatti materiali, rischi e opportunità e loro interazione con strategia e modello di business

Di seguito presentiamo una panoramica degli impatti, dei rischi e delle principali opportunità derivanti dalla valutazione della rilevanza, compresa una descrizione riguardante:

La localizzazione, nel modello aziendale, di tali impatti, rischi e opportunità

Gli effetti attuali e previsti, nonché le risposte adottate o pianificate per affrontarli

Dagli obiettivi alle azioni: il percorso strategico

| SPECIFICA DEL<br>TEMA MATERIALE                                                                                                                                                                                                                                                                                        | PROSPETTIVA IMPACT                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                             | PROSPETTIVA FINANCIAL                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                       |                                                |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | IMPATTI EFFETTIVI /ATTUALI                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | LIVELLO DI RILEVANZA<br>IMPACT (INSIDE-OUT) | RISCHI E OPPORTUNITÀ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | LIVELLO<br>DI IMPATTO | LIVELLO DI RILEVANZA<br>FINANCIAL (OUTSIDE-IN) |
| Per “Condotta Etica del Business” PRAXI intende il rispetto dei principi etici, della trasparenza e dell'integrità in tutte le attività aziendali, incluse la lotta alla corruzione, il rispetto delle normative e la promozione di comportamenti equi e responsabili verso dipendenti, clienti, fornitori e comunità. | <b>POSITIVI</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Miglioramento della reputazione</li><li>Riduzione dei rischi legali e operativi</li><li>Rafforzamento delle relazioni con gli Stakeholders</li><li>Aumento della competitività</li></ul>                                                                                                                                                                                                                        | 4,27                                        | <b>OPPORTUNITÀ</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Accesso a nuovi mercati/business e clienti anche grazie a maggiori opportunità di partnership strategiche, a maggiori capacità di attrarre investimenti e al rafforzamento delle relazioni con gli stakeholder</li><li>Aumento della fedeltà e retention dei clienti</li><li>Maggiore capacità attrattiva dei talenti</li><li>Minori costi operativi legati a contenziosi e risarcimenti</li><li>Innovazione più rapida ed efficace</li></ul> |                       | 4,32                                           |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                             | <ul style="list-style-type: none"><li>Rischi reputazionali</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Alto                  |                                                |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                             | <ul style="list-style-type: none"><li>Rischi legali e regolatori</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Alto                  |                                                |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                             | <ul style="list-style-type: none"><li>Rischi finanziari</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Medio                 |                                                |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                             | <ul style="list-style-type: none"><li>Rischi operativi</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Medio                 |                                                |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                             | <ul style="list-style-type: none"><li>Rischi strategici</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Alto                  |                                                |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>NEGATIVI - eventuali</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Danno alla reputazione e perdita di fiducia dei clienti</li><li>Perdita di clienti e calo delle vendite</li><li>Rischi legali e sanzioni finanziarie</li><li>Difficoltà nell’attrarre e trattenere talenti</li><li>Difficoltà di accesso ai finanziamenti</li><li>Esclusione da partnership e appalti pubblici</li><li>Effetto negativo sulla crescita e sulla sostenibilità del business</li></ul> |                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                       |                                                |



| SPECIFICA DEL<br>TEMA MATERIALE                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | PROSPETTIVA IMPACT                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                             | PROSPETTIVA FINANCIAL                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                       |                                                |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | IMPATTI EFFETTIVI /ATTUALI                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | LIVELLO DI RILEVANZA<br>IMPACT (INSIDE-OUT) | RISCHI E OPPORTUNITÀ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | LIVELLO<br>DI IMPATTO | LIVELLO DI RILEVANZA<br>FINANCIAL (OUTSIDE-IN) |
| Per “Solidità Patrimoniale-Finanziaria” PRAXI intende la capacità dell’azienda di mantenere una struttura finanziaria equilibrata e sostenibile nel tempo, garantendo la disponibilità di risorse economiche per far fronte agli impegni, investire nello sviluppo di nuovi business e affrontare eventuali rischi o crisi di mercato. | <b>POSITIVI</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Maggiore resilienza e stabilità nel lungo periodo (capacità di affrontare crisi economiche, miglior accesso al credito e ai finanziamenti)</li><li>• Maggiori opportunità di crescita e investimenti</li><li>• Rafforzamento della fiducia degli stakeholder</li></ul>                                                                                                    | 4,00                                        | <b>OPPORTUNITÀ</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Possibilità di sviluppare e implementare piani strategici a lungo termine senza pressione finanziaria</li><li>• Eventuali finanziamenti per investimenti a condizioni più vantaggiose</li><li>• Migliore capacità di gestione del rischio e di resilienza alle crisi</li></ul> |                       | 4,18                                           |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                             | <ul style="list-style-type: none"><li>• Rischio di insolvenza e crisi di liquidità</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                              | Alto                  |                                                |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>NEGATIVI - eventuali</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Maggiori rischi di insolvenza e difficoltà operative (ridotta capacità di investimento, tagli ai costi e riduzione del personale)</li><li>• Perdita di credibilità e reputazione sul mercato (peggioramento delle condizioni di credito, erosione della fiducia negli Stakeholders)</li><li>• Maggiore vulnerabilità ai rischi esterni e alle crisi</li></ul> |                                             | <ul style="list-style-type: none"><li>• Rischio reputazionale e perdita di competitività</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                        | Medio                 |                                                |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                             | <ul style="list-style-type: none"><li>• Rischio operativo e discontinuità aziendale</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                             | Alto                  |                                                |

| SPECIFICA DEL<br>TEMA MATERIALE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | PROSPETTIVA IMPACT                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                             | PROSPETTIVA FINANCIAL                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                       |                                                |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | IMPATTI EFFETTIVI /ATTUALI                                                                                                                                                                                                                                                              | LIVELLO DI RILEVANZA<br>IMPACT (INSIDE-OUT) | RISCHI E OPPORTUNITÀ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | LIVELLO<br>DI IMPATTO | LIVELLO DI RILEVANZA<br>FINANCIAL (OUTSIDE-IN) |
| Per “Centralità della<br>persona (Motivazione del<br>personale)” PRAXI intende<br>l’impegno nel valorizzare i<br>dipendenti, promuovendo<br>il loro benessere,<br>coinvolgimento e sviluppo<br>professionale attraverso un<br>ambiente di lavoro inclusivo,<br>stimolante e in grado di<br>riconoscere e premiare le<br>competenze e i contributi<br>individuali. | <b>POSITIVI</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Miglioramento del clima aziendale e della produttività</li><li>Maggiore capacità di attrazione e retention dei talenti</li><li>Miglioramento della reputazione aziendale e rafforzamento del posizionamento competitivo</li></ul> | 4,68                                        | <b>OPPORTUNITÀ</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Possibilità di sviluppare e implementare piani strategici a lungo termine senza pressione finanziaria</li><li>Eventuali finanziamenti per investimenti a condizioni più vantaggiose</li><li>Migliore capacità di gestione del rischio e di resilienza alle crisi</li></ul> |                       | 4,32                                           |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                             | <ul style="list-style-type: none"><li>Rischio di elevato turnover e perdita di competenze</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                 | Medio                 |                                                |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <b>NEGATIVI - eventuali</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Aumento del turnover e perdita di competenze</li><li>Riduzione della produttività e del coinvolgimento delle persone</li><li>Danni reputazionali e rischi legali</li></ul>                                            |                                             | <ul style="list-style-type: none"><li>Rischio di calo della produttività e peggioramento del clima aziendale</li></ul>                                                                                                                                                                                                              | Medio                 |                                                |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                             | <ul style="list-style-type: none"><li>Rischio reputazionale</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                               | Medio                 |                                                |



| SPECIFICA DEL<br>TEMA MATERIALE                                                                                                                                                                                                             | PROSPETTIVA IMPACT                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                             | PROSPETTIVA FINANCIAL                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                       |                                                |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                             | IMPATTI EFFETTIVI /ATTUALI                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | LIVELLO DI RILEVANZA<br>IMPACT (INSIDE-OUT) | RISCHI E OPPORTUNITÀ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | LIVELLO<br>DI IMPATTO | LIVELLO DI RILEVANZA<br>FINANCIAL (OUTSIDE-IN) |
| Per “Centralità del Cliente” PRAXI intende l’attenzione nel comprendere e soddisfare i bisogni dei clienti, fornendo soluzioni personalizzate, servizi di qualità e un’esperienza che crei valore e rafforzi relazioni di fiducia durature. | <b>POSITIVI</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Aumento della soddisfazione e fidelizzazione dei clienti</li><li>Crescita dei ricavi e della quota di mercato</li><li>Migliore reputazione e posizionamento competitivo</li><li>Maggiore innovazione e sviluppo di prodotti/servizi personalizzati</li><li>Relazioni più solide con gli stakeholder</li></ul> | 4,18                                        | <b>OPPORTUNITÀ</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Aumento della Customer Lifetime Value (CLV): clienti soddisfatti e fidelizzati tendono a fare acquisti ripetuti e a generare un valore maggiore nel tempo. Ciò consente di rafforzare la relazione, ridurre i costi di acquisizione e migliorare la stabilità dei ricavi.</li><li>Miglioramento continuo dei prodotti/servizi: ascoltare i feedback dei clienti consente di sviluppare soluzioni più innovative, rispondendo alle esigenze emergenti e anticipando le tendenze del mercato. Questo aiuta l’azienda a differenziarsi dai competitor, aumentando la sua quota di mercato.</li><li>Costruzione di una reputazione solida: un’azienda focalizzata sul cliente costruisce una reputazione positiva che si traduce in una maggiore fiducia da parte degli stakeholder (clienti, investitori, partner).</li><li>Aumento della competitività: un brand percepito come attento alle esigenze dei clienti è in grado di attrarre e mantenere talenti, migliorare le relazioni con i partner e accedere a nuove opportunità di business.</li></ul> |                       | 4,18                                           |
|                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                             | <ul style="list-style-type: none"><li>Rischio finanziario</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Medio                 |                                                |
|                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                             | <ul style="list-style-type: none"><li>Rischio reputazionale</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Alto                  |                                                |
|                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                             | <ul style="list-style-type: none"><li>Rischio di perdita di competitività</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Medio                 |                                                |
|                                                                                                                                                                                                                                             | <b>NEGATIVI - eventuali</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Aumento della complessità operativa e dei costi con pressione sui margini di profitto</li><li>Rischio di aspettative non soddisfatte</li><li>Dipendenza da un numero limitato di clienti o mercati</li><li>Maggiore esposizione a recensioni negative e danni reputazionali</li></ul>             |                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                       |                                                |

| SPECIFICA DEL<br>TEMA MATERIALE                                                                                                                                                                                                        | PROSPETTIVA IMPACT                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                             | PROSPETTIVA FINANCIAL                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                       |                                                |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                        | IMPATTI EFFETTIVI /ATTUALI                                                                                                                                                                                                                                                                                                | LIVELLO DI RILEVANZA<br>IMPACT (INSIDE-OUT) | RISCHI E OPPORTUNITÀ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | LIVELLO<br>DI IMPATTO | LIVELLO DI RILEVANZA<br>FINANCIAL (OUTSIDE-IN) |
| Per “Soluzioni Digitali e Innovazione nei Servizi di Consulenza” PRAXI intende la capacità di adottare strumenti tecnologici avanzati e approcci innovativi per migliorare l’efficienza, la qualità e l’efficacia dei servizi offerti. | <b>POSITIVI</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Miglioramento dell’efficienza operativa</li><li>Espansione del mercato e accesso a nuovi clienti</li></ul>                                                                                                                                                          | 4,27                                        | <b>OPPORTUNITÀ</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Espansione del mercato e crescita del business: la digitalizzazione permette di raggiungere nuovi clienti in diverse aree geografiche, offrire servizi da remoto e sviluppare modelli di business scalabili.</li><li>Maggiore fidelizzazione dei clienti grazie a servizi innovativi e rafforzamento del brand positioning.</li><li>Maggiore efficienza e sostenibilità operativa: l’uso di strumenti digitali supporta l’ottimizzazione dei processi interni, aiuta a ridurre i costi operativi e favorisce la sostenibilità dell’azienda.</li></ul> |                       | 4,05                                           |
|                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                             | <ul style="list-style-type: none"><li>Rischio di obsolescenza tecnologica</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Alto                  |                                                |
|                                                                                                                                                                                                                                        | <b>NEGATIVI - eventuali</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Rischio di obsolescenza tecnologica</li><li>Barriere di adozione interna</li><li>Sicurezza informatica e rischi di compliance</li><li>Perdita della componente umana nella consulenza</li><li>Costi elevati di implementazione e manutenzione</li></ul> |                                             | <ul style="list-style-type: none"><li>Rischio di sicurezza informatica e compliance</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Basso                 |                                                |
|                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                             | <ul style="list-style-type: none"><li>Rischio di riduzione della qualità della relazione cliente-consulente</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Basso                 |                                                |



| SPECIFICA DEL<br>TEMA MATERIALE                                                                                                                                                                                                                                                               | PROSPETTIVA IMPACT                                                                                                                                                                                                                                   |                                             | PROSPETTIVA FINANCIAL                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                       |                                                |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                               | IMPATTI EFFETTIVI /ATTUALI                                                                                                                                                                                                                           | LIVELLO DI RILEVANZA<br>IMPACT (INSIDE-OUT) | RISCHI E OPPORTUNITÀ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | LIVELLO<br>DI IMPATTO | LIVELLO DI RILEVANZA<br>FINANCIAL (OUTSIDE-IN) |
| Per “Presidio delle Competenze Distintive e Valorizzazione Risorse Umane” PRAXI intende il costante investimento nello sviluppo delle competenze chiave dei collaboratori, favorendo percorsi di crescita professionale, formazione e valorizzazione delle potenzialità di ciascun individuo. | <b>POSITIVI</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Miglioramento della competitività aziendale e della capacità di adattamento ai cambiamenti</li><li>Aumento della retention e dell’engagement dei dipendenti</li></ul>                          | 4,55                                        | <b>OPPORTUNITÀ</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Differenziazione competitiva e leadership di mercato: PRAXI offrire servizi di consulenza di alta qualità grazie alle proprie competenze distintive.</li><li>Aumento della reputazione e attrattività sul mercato (clienti e dipendenti).</li><li>Riduzione del turnover e stabilità del know-how aziendale.</li><li>Maggiore resilienza e adattabilità ai cambiamenti</li></ul> |                       | 4,09                                           |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                      |                                             | <ul style="list-style-type: none"><li>Rischio di perdita di know-how strategico</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Alto                  |                                                |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                               | <b>NEGATIVI - eventuali</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Rischio di perdita di know-how strategico</li><li>Difficoltà nell’attrarre e trattenere talenti</li><li>Costi da sostenere per la formazione e lo sviluppo del personale</li></ul> |                                             | <ul style="list-style-type: none"><li>Rischio turnover</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Basso                 |                                                |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                      |                                             | <ul style="list-style-type: none"><li>Rischio di obsolescenza delle competenze</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Alto                  |                                                |

| SPECIFICA DEL<br>TEMA MATERIALE                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | PROSPETTIVA IMPACT                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                             | PROSPETTIVA FINANCIAL                                                                                                                                                                                         |                       |                                                |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | IMPATTI EFFETTIVI /ATTUALI                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | LIVELLO DI RILEVANZA<br>IMPACT (INSIDE-OUT) | RISCHI E OPPORTUNITÀ                                                                                                                                                                                          | LIVELLO<br>DI IMPATTO | LIVELLO DI RILEVANZA<br>FINANCIAL (OUTSIDE-IN) |
| Per “Gestione, Attrazione, Sviluppo e Retention dei Talenti” PRAXI intende l’impegno a creare una cultura aziendale che attragga i migliori talenti, li supporti nel loro sviluppo professionale continuo e offra opportunità di crescita, incentivando la loro permanenza in azienda attraverso programmi di motivazione e benessere. | <b>POSITIVI</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Miglioramento della produttività e delle performance aziendali</li><li>Maggiore capacità di attrarre e trattenere talenti di alto livello</li><li>Miglioramento del clima aziendale e della cultura organizzativa</li><li>Maggiore adattabilità ai cambiamenti del mercato</li></ul>                                                                       | 4,55                                        | <b>OPPORTUNITÀ</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Maggiore attrattività sul mercato del lavoro e employer branding rafforzato</li><li>Maggiore retention e crescita delle competenze interne</li></ul> |                       | 4,09                                           |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                             | <ul style="list-style-type: none"><li>Rischio di difficoltà nell’attrarre talenti</li></ul>                                                                                                                   | Medio                 |                                                |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>NEGATIVI - eventuali</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Difficoltà nell’attrarre le migliori risorse sul mercato a causa di una gestione inefficace</li><li>Aumento del turnover e perdita di competenze chiave</li><li>Calo della produttività e impatto negativo sul clima aziendale</li><li>Rischio di obsolescenza delle competenze</li><li>Impatto negativo sulla reputazione aziendale</li></ul> |                                             | <ul style="list-style-type: none"><li>Rischio di alta rotazione e perdita di competenze chiave</li></ul>                                                                                                      | Medio                 |                                                |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                             | <ul style="list-style-type: none"><li>Rischio di demotivazione e bassa produttività</li></ul>                                                                                                                 | Basso                 |                                                |



PRAXI fornisce una visione completa delle strategie adottate per identificare, valutare e gestire i rischi legati alle dimensioni finanziarie, ambientali, sociali e di governance. L'obiettivo è dimostrare agli Stakeholders che la Governance è consapevole dei rischi ESG associati alle sue attività e che ha pertanto implementato strategie efficaci per affrontarli, gestirli e migliorarli nel tempo.

PRAXI si impegna a rispettare tutte le normative vigenti in materia ambientale, sociale e di governance, promuovendo un miglioramento continuo volto a ridurre gli impatti ambientali effettivi e potenziali, favorendo condizioni di lavoro sicure, inclusive e rispettose dei diritti umani e garantendo la trasparenza e l'integrità nella gestione aziendale.

Per l'attività di gestione dei rischi, PRAXI adotta il modello di qualificazione noto come “matrice probabilità-impatto”. Una volta identificato un rischio, questo viene valutato sulla base di due criteri: la probabilità che si verifichi e il relativo impatto sulla qualità del servizio erogato al cliente. L'attività di mappatura e di gestione dei rischi è verificata periodicamente. Le attività di PRAXI possono essere raggruppate e schematizzate, a livello logico, come sequenza di processi strutturati, svolti da team aziendali integrati, appositamente costituiti.

### I rischi mappati periodicamente

| TIPOLOGIA DI RISCHIO                   | MISURA DI MITIGAZIONE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | CAPITALE IMPATTATO                   |
|----------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|
| Economico- finanziario                 | Controllo di gestione interno, monitoraggio delle performance                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Finanziario, Materiale               |
| Organizzativo                          | Sistema di Gestione della Qualità, Modello 231, Codice Etico, gestione sistema informatico, innovazione                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Intellettuale, Sociale e Relazionale |
| Risorse umane                          | Codice Etico, sistema di incentivazione e remunerazione, formazione interna, piano welfare, innovazione                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Umano, Sociale e Relazionale         |
| Privacy                                | Sistema interno di protezione dei dati, contrattualistica, policy per la tenuta dei dati, DPO interno, gestione sistema informatico                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Sociale e Relazionale                |
| Legale                                 | Predisposizione accurata dei contratti, verifica e aggiornamento dei contratti                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Intellettuale, Sociale e Relazionale |
| Salute e sicurezza sul luogo di lavoro | Medico competente, visite mediche, valutazione dei rischi                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Umano, Intellettuale                 |
| Reputazionale                          | Mantenimento di un'alta qualità del servizio, anche in ottica di innovazione. Sono di primario interesse aziendale: <ul style="list-style-type: none"><li>la piena soddisfazione delle esigenze del cliente destinatario della prestazione</li><li>la creazione di un solido rapporto con il cliente, ispirato alla qualità del servizio, alla correttezza e all'efficienza</li><li>il mantenimento di un atteggiamento professionale leale e collaborativo nei riguardi del cliente</li></ul> | Sociale e Relazionale                |
| Ambientale                             | Interventi interni per l'efficientamento energetico e delle strutture aziendali, policy sul corretto smaltimento dei rifiuti e sull'acquisto dei materiali, smart working                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Naturale                             |
| Sicurezza dei dati                     | Dominio di primo livello “:PRAXI”, policy di accesso ai dati, protezione del sistema informatico                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Intellettuale                        |
| Qualità                                | Servizi erogati da personale dipendente, in modo da poter gestire gli imprevisti e dare così continuità di servizio al cliente, Sistema di Gestione della Qualità                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Intellettuale, Sociale e Relazionale |
| Comunicazione                          | Iniziative sia interne, sia esterne (newsletter, comunicazioni social, convegni, iniziative sul territorio)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Sociale e Relazionale, Intellettuale |
| Rischio di comportamenti illeciti      | Redazione, adozione e pubblicizzazione di una procedura di Whistleblowing                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Umano, Sociale e Relazionale         |



## GESTIONE DEGLI IMPATTI, DEI RISCHI E DELLE OPPORTUNITÀ

# IRO 1 - Descrizione dei processi per identificare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità

Ogni azione intrapresa da PRAXI viene "valutata" anche in termini Sostenibilità. Per questo, nel Bilancio di Sostenibilità 2024 abbiamo deciso di adottare un approccio rigoroso per identificare e analizzare i temi materiali che influenzano operatività e impatto ambientale e sociale.

Nello specifico, prendendo come riferimento il documento "EFRAG IG1 – Materiality Assessment" dell'European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG), abbiamo seguito le linee guida generali per effettuare un'analisi completa di doppia materialità e adottato un processo di assessment della doppia materialità denominato LEAP composto da quattro fasi (Locate, Assessment, Evaluation, Prepare):

### FASE A

comprensione del contesto

### FASE B

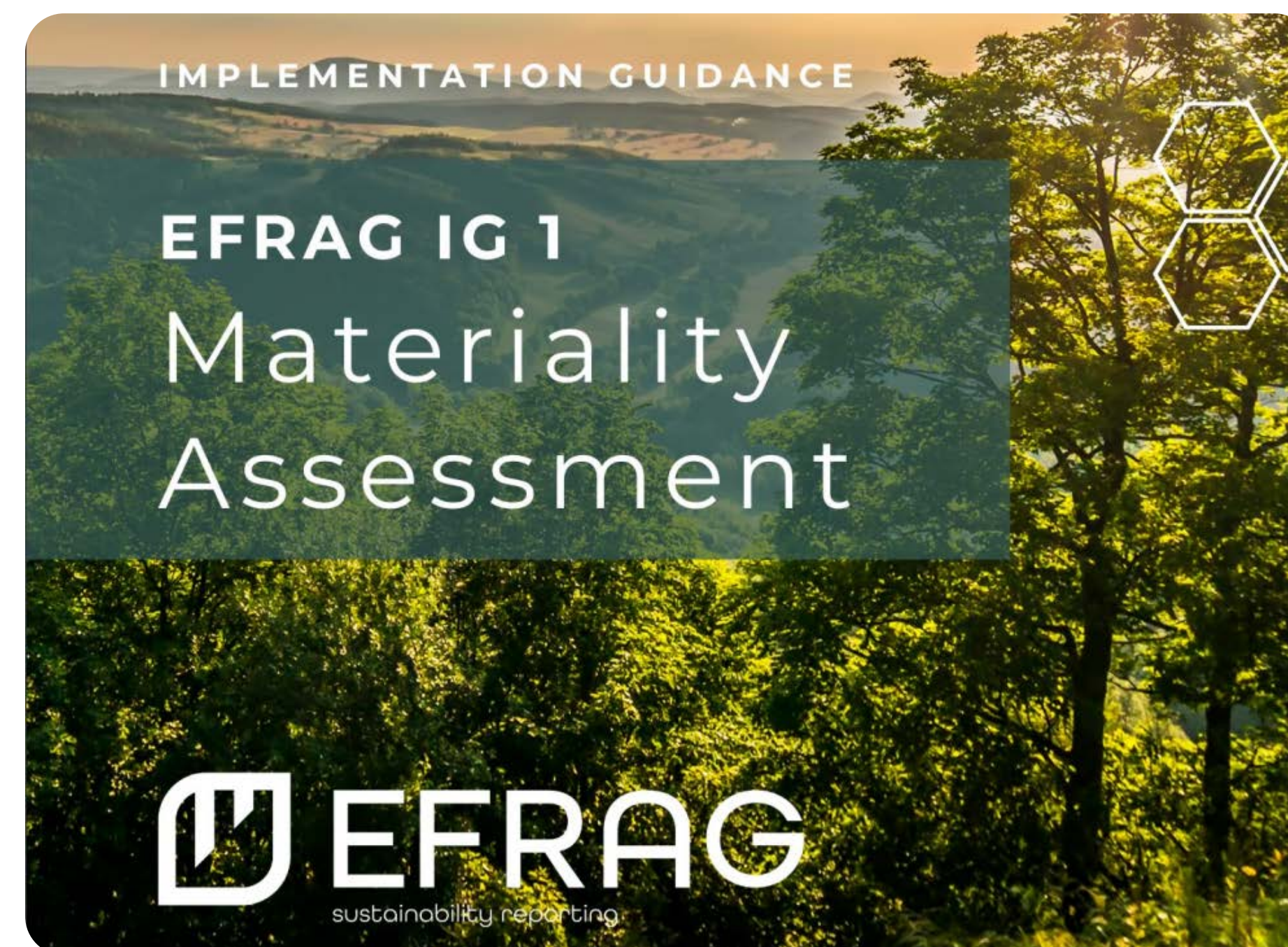
identificazione degli IRO effettivi e potenziali legati a questioni di Sostenibilità

### FASE C

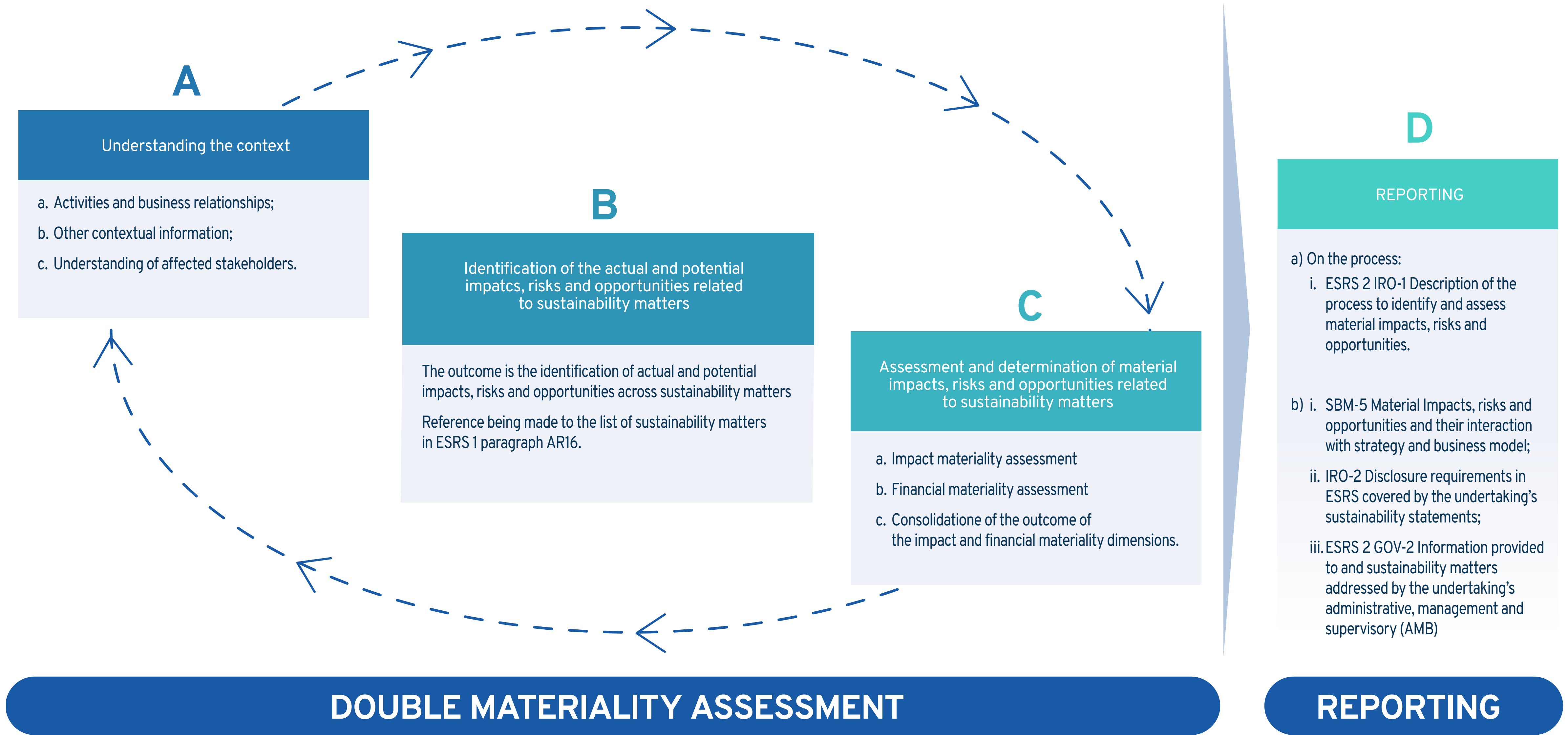
valutazione e determinazione degli IRO materiali legati a questioni di Sostenibilità

### FASE D

reporting del processo di Analisi di Doppia Materialità (matrice).







## FASE A – Comprensione del contesto

**Il primo passo per identificare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità materiali per PRAXI è stato mappare e comprendere il proprio modello di business e la catena del valore.**

Le risorse e i principali Stakeholders sono stati mappati attraverso le attività chiave della catena del valore per creare un ambito chiaramente definito per la valutazione. Questa panoramica è stata fondamentale perché è stata l'input iniziale per identificare gli IRO (Impatti, Rischi ed Opportunità) dell'azienda con riferimento a:

### 1. Attività e rapporti commerciali

È stata effettuata l'analisi del piano aziendale e della strategia di sviluppo dell'azienda. A questa analisi si è aggiunto un approfondimento sull'attività aziendale e sui servizi dell'impresa. Quindi si sono mappati i rapporti commerciali dell'azienda e della catena del valore, a monte e a valle, compresi il tipo e la natura dei rapporti commerciali.

### 2. Altre informazioni contestuali

L'analisi del contesto interno è stata affiancata da un'approfondita valutazione del contesto esterno, con particolare attenzione agli aspetti geopolitici ed economici, sia a livello nazionale che internazionale. Si è posto particolare accento sugli sviluppi macroeconomici e sulle dinamiche del settore di riferimento. L'analisi dei fattori esterni è stata supportata dalla lettura di studi di settore, come il 15° Rapporto Assoconsult, per comprendere le sfide e le opportunità emergenti che potrebbero influire sul business.

### 3. Comprensione e coinvolgimento degli Stakeholders

Ultimo aspetto della FASE A è stata l'identificazione degli Stakeholders potenzialmente interessati alle attività proprie dell'azienda. Identificati tali Stakeholders, e dopo aver definito le diverse modalità di coinvolgimento, essi sono stati successivamente ingaggiati nell'attività di Analisi di Doppia Materialità.

Classificando gli Stakeholders secondo i criteri di influenza e dipendenza, abbiamo selezionato gli attori da coinvolgere nel processo di doppia materialità:

- clienti;
- azionisti;
- dipendenti con posizioni organizzative.

Abbiamo poi dialogato con le parti interessate chiedendo loro di valutare l'importanza e l'impatto dei vari temi attraverso questionari dedicati, che hanno permesso di integrare l'analisi dei rischi e degli impatti e, in questo modo, di individuare i temi materiali per l'azienda su cui questo Bilancio è stato costruito.



## FASE B – Identificazione degli Impatti, Rischi ed Opportunità (IRO) materiali

**Nella FASE B si sono identificati Impatti, Rischi ed Opportunità (IRO) materiali legati alle questioni di Sostenibilità rilevanti prendendo in considerazione solo ed esclusivamente le proprie attività.**

Il processo di identificazione degli IRO si è svolto partendo dalle questioni di Sostenibilità elencate nell'appendice degli standard ESRS, integrandole con le questioni più specifiche rispetto al modello di business dell'azienda, alla sua strategia e alle sue attività.

La Società ha proceduto alla valutazione della doppia materialità attraverso la descrizione e la misurazione di impatti, rischi e opportunità materiali e finanziari e la loro interazione con la strategia e il modello aziendale.

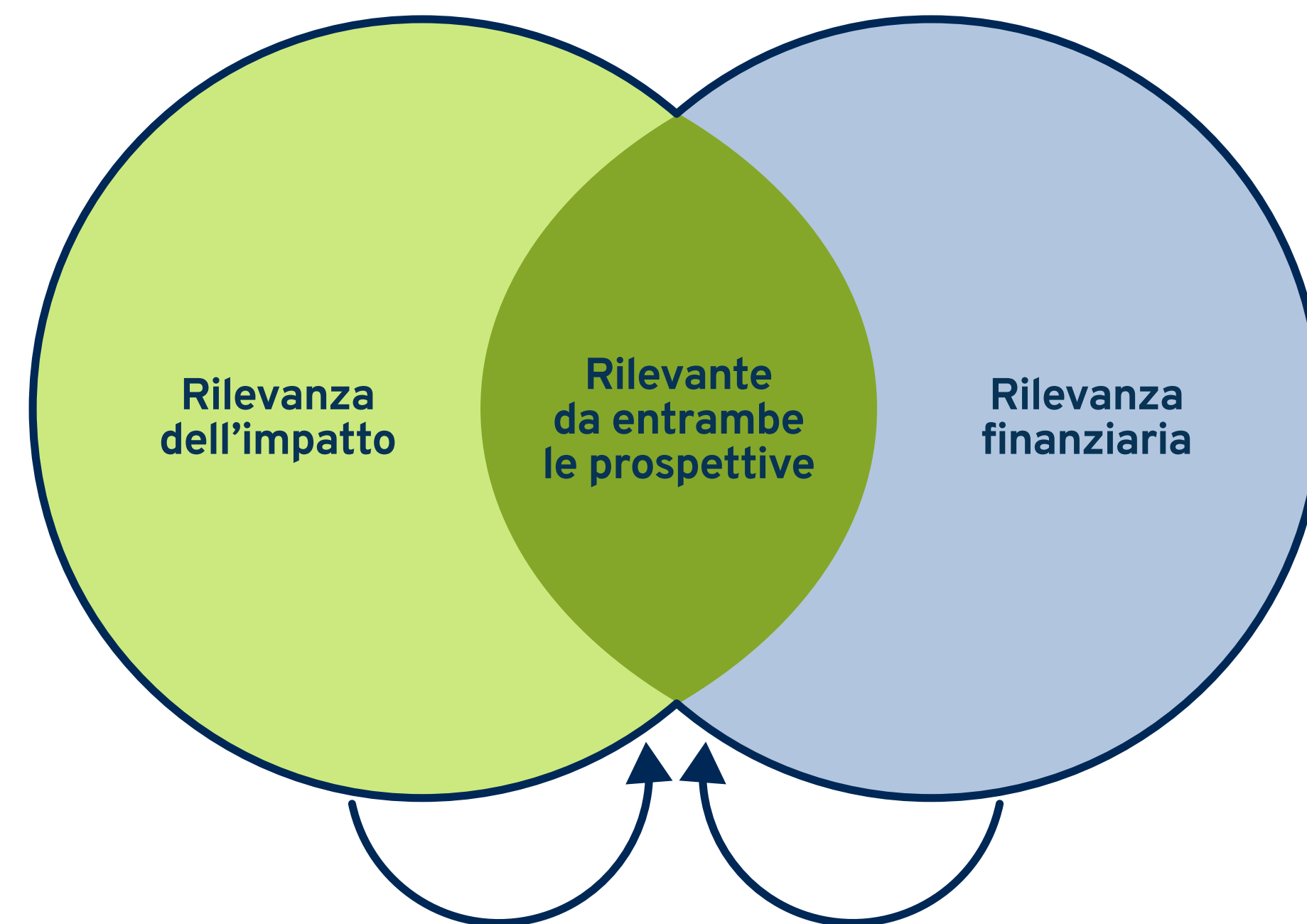
Materialità dell'impatto: con l'**approccio inside-out**, ha considerato gli impatti che l'azienda ha nei

confronti dell'ambiente e delle persone.

Materialità finanziaria: con l'approccio outside-in, ha considerato le questioni di Sostenibilità che possono avere un impatto finanziario sull'azienda stessa.

Nel corso di questa attività si è anche determinata la soglia (di impatto e finanziaria) oltre la quale le questioni di Sostenibilità sono considerate temi di materialità "rilevanti" (Soglia = 4 / 5). Attraverso questa procedura si sono così identificati i temi di materialità "rilevanti", rispetto ai quali sono state poi divulgate le relative informazioni:

1. Condotta etica del business;
2. Solidità patrimoniale e finanziaria;
3. Centralità della persona;
4. Centralità del cliente;
5. Soluzioni digitali e innovazione nei servizi di consulenza;
6. Presidio delle competenze distintive e valorizzazione risorse umane;
7. Gestione, attrazione, sviluppo e retention dei talenti.



Fonte: EFRAG IG 1 – Materiality Assessment

# FASE C - Valutazione e determinazione degli IRO materiali legati a questioni di Sostenibilità.

In ottemperanza a quanto indicato nel Regolamento Delegato 2023/2772 del 31 luglio 2023 la tabella che segue riporta l'associazione delle Questioni di Sostenibilità riportate in ESRS 1 – Appendice A - AR16 con i temi materiali di PRAXI.

## Questioni di Sostenibilità Ambientali

| ESRS TEMATICI | TEMA                   | SOTTOTEMA                                                                                                                                                                                                                                                                                            | SOTTO-SOTTOTEMA                                                                                                                                                                                    | TEMI MATERIALI PRAXI                                                                                       |
|---------------|------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ESRS E1       | Cambiamenti Climatici  | <ul style="list-style-type: none"><li>Adattamento ai cambiamenti climatici</li><li>Mitigazione dei cambiamenti climatici</li><li>Energia</li></ul>                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                    | <ul style="list-style-type: none"><li>Soluzioni digitali e innovazione nei servizi di consulenza</li></ul> |
| ESRS E2       | Inquinamento           | <ul style="list-style-type: none"><li>Inquinamento dell'aria</li><li>Inquinamento dell'acqua</li><li>Inquinamento del suolo</li><li>Inquinamento di organismi viventi e risorse alimentari</li><li>Sostanze preoccupanti</li><li>Sostanze estremamente preoccupanti</li><li>Microplastiche</li></ul> |                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                            |
| ESRS E3       | Acque e risorse marine | <ul style="list-style-type: none"><li>Acque</li><li>Risorse marine</li></ul>                                                                                                                                                                                                                         | <ul style="list-style-type: none"><li>Consumo idrico</li><li>Prelievi idrici</li><li>Scarichi di acque</li><li>Scarichi di acque negli oceani</li><li>Estrazione e uso di risorse marine</li></ul> |                                                                                                            |



| ESRS TEMATICI | TEMA                       | SOTTOTEMA                                                                                                                                                                   | SOTTO-SOTTOTEMA                                                                                                                                                                                                                                                                | TEMI MATERIALI PRAXI |
|---------------|----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|
| ESRS E4       | Biodiversità ed Ecosistemi | <ul style="list-style-type: none"><li>Fattori di impatto diretto sulla perdita di biodiversità</li></ul>                                                                    | <ul style="list-style-type: none"><li>Cambiamenti climatici</li><li>Cambiamento di uso del suolo, cambiamento di uso dell’acqua dolce e cambiamento di uso del mare</li><li>Sfruttamento diretto</li><li>Specie esotiche invasive</li><li>Inquinamento</li><li>Altro</li></ul> |                      |
|               |                            | <ul style="list-style-type: none"><li>Impatti sullo stato delle specie</li></ul>                                                                                            | <p>Esempi:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>Dimensioni della popolazione di una specie</li><li>Rischio di estinzione globale di una specie</li></ul>                                                                                                                  |                      |
|               |                            | <ul style="list-style-type: none"><li>Impatti sull’estensione e sulla condizione degli ecosistemi</li></ul>                                                                 | <p>Esempi:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>Degrado del suolo</li><li>Desertificazione</li><li>Impermeabilizzazione del suolo</li></ul>                                                                                                                               |                      |
|               |                            | <ul style="list-style-type: none"><li>Impatti e dipendenze in termini di servizi ecosistemici</li></ul>                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                |                      |
| ESRS E5       | Economia Circolare         | <ul style="list-style-type: none"><li>Afflussi di risorse, compreso l’uso delle risorse</li><li>Deflussi di risorse connessi a prodotti e servizi</li><li>Rifiuti</li></ul> |                                                                                                                                                                                                                                                                                |                      |

Questioni di Sostenibilità Sociali

| ESRS TEMATICI | TEMA                 | SOTTOTEMA                                          | SOTTO-SOTTOTEMA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | TEMI MATERIALI PRAXI                                                                                                                                   |
|---------------|----------------------|----------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ESRS S1       | Forza Lavoro Propria | • Condizioni di lavoro                             | <div><ul style="list-style-type: none"><li>• Occupazione sicura</li><li>• Orario di lavoro</li><li>• Salari adeguati</li><li>• Dialogo sociale</li><li>• Libertà di associazione, esistenza di comitati aziendali e diritti di informazione, consultazione e partecipazione dei lavoratori</li><li>• Contrattazione collettiva, inclusa la percentuale di lavoratori coperti da contratti collettivi</li><li>• Equilibrio tra vita professionale e vita privata</li><li>• Salute e sicurezza</li></ul></div> | <div><ul style="list-style-type: none"><li>• Centralità della persona</li><li>• Gestione, attrazione, sviluppo e retention dei talenti</li></ul></div> |
|               |                      | • Parità di trattamento e di opportunità per tutti | <div><ul style="list-style-type: none"><li>• Parità di genere e parità di retribuzione per un lavoro di pari valore</li><li>• Formazione e sviluppo delle competenze</li><li>• Occupazione e inclusione delle persone con disabilità</li><li>• Misure contro la violenza e le molestie sul luogo di lavoro</li><li>• Diversità</li></ul></div>                                                                                                                                                               | <div>Presidio delle competenze distintive e valorizzazione delle risorse umane</div>                                                                   |
|               |                      | • Altri diritti connessi al lavoro                 | <div><ul style="list-style-type: none"><li>• Lavoro minorile</li><li>• Lavoro forzato</li><li>• Alloggi adeguati</li><li>• Riservatezza</li></ul></div>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                        |



| ESRS TEMATICI | TEMA                               | SOTTOTEMA                                               | SOTTO-SOTTOTEMA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | TEMI MATERIALI PRAXI |
|---------------|------------------------------------|---------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|
| ESRS S2       | Lavoratori nella Catena del Valore | • Condizioni di lavoro                                  | <div><div>• Occupazione sicura</div><div>• Orario di lavoro</div><div>• Salari adeguati</div><div>• Dialogo sociale</div><div>• Libertà di associazione, compresa l'esistenza di comitati aziendali</div><div>• Contrattazione collettiva</div><div>• Equilibrio tra vita professionale e vita privata</div><div>• Salute e sicurezza</div></div> |                      |
|               |                                    | • Parità di trattamento e di opportunità per tutti      | <div><div>• Parità di genere e parità di retribuzione per un lavoro di pari valore</div><div>• Formazione e sviluppo delle competenze</div><div>• Occupazione e inclusione delle persone con disabilità</div><div>• Misure contro la violenza e le molestie sul luogo di lavoro</div><div>• Diversità</div></div>                                 |                      |
|               |                                    | • Altri diritti connessi al lavoro                      | <div><div>• Lavoro minorile</div><div>• Lavoro forzato</div><div>• Alloggi adeguati</div><div>• Acqua e servizi igienico-sanitari</div><div>• Riservatezza</div></div>                                                                                                                                                                            |                      |
| ESRS S3       | Comunità interessate               | • Diritti economici, sociali e culturali delle comunità | <div><div>• Alloggi adeguati</div><div>• Alimentazione adeguata</div><div>• Acqua e servizi igienico-sanitari</div><div>• Impatti legati al territorio</div><div>• Impatti legati alla sicurezza</div></div>                                                                                                                                      |                      |
|               |                                    | • Diritti civili e politici delle comunità              | <div><div>• Libertà di espressione</div><div>• Libertà di associazione</div><div>• Impatti sui difensori dei diritti umani</div></div>                                                                                                                                                                                                            |                      |
|               |                                    | • Diritti dei popoli indigeni                           | <div><div>• Consenso libero, previo e informato</div><div>• Autodeterminazione</div><div>• Diritti culturali</div></div>                                                                                                                                                                                                                          |                      |



| ESRS TEMATICI | TEMA                              | SOTTOTEMA                                                                                                                                                                                                                                                                       | SOTTO-SOTTOTEMA                                                                                                                                          | TEMI MATERIALI PRAXI                                                                  |
|---------------|-----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| ESRS S4       | Consumatori e Utilizzatori Finali | <ul style="list-style-type: none"><li>• Impatti legati alle informazioni per i consumatori e/o per gli utilizzatori finali</li></ul>                                                                                                                                            | <ul style="list-style-type: none"><li>• Riservatezza</li><li>• Libertà di espressione</li><li>• Accesso a informazioni (di qualità)</li></ul>            |                                                                                       |
|               |                                   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Sicurezza personale dei consumatori e/o degli utilizzatori finali</li></ul>                                                                                                                                                             | <ul style="list-style-type: none"><li>• Salute e sicurezza</li><li>• Sicurezza della persona</li><li>• Protezione dei bambini</li></ul>                  |                                                                                       |
|               |                                   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Inclusione sociale dei consumatori e/o degli utilizzatori finali</li></ul>                                                                                                                                                              | <ul style="list-style-type: none"><li>• Non discriminazione</li><li>• Accesso a prodotti e servizi</li><li>• Pratiche commerciali responsabili</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Centralità del Cliente</li></ul>              |
| ESRS G1       | Condotta delle Imprese            | <ul style="list-style-type: none"><li>• Cultura d'impresa</li><li>• Protezione degli informatori</li><li>• Benessere degli animali</li><li>• Impegno politico e attività di lobbying</li><li>• Gestione dei rapporti con i fornitori, comprese le prassi di pagamento</li></ul> |                                                                                                                                                          | <ul style="list-style-type: none"><li>• Solidità patrimoniale e finanziaria</li></ul> |
|               |                                   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Corruzione attiva e passiva</li></ul>                                                                                                                                                                                                   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Prevenzione e individuazione compresa la formazione</li><li>• Incidenti</li></ul>                                | <ul style="list-style-type: none"><li>• Condotta etica del business</li></ul>         |



Per ogni tema materiale di PRAXI si è proceduto a misurare la gravità in termini di scala, portata e irrimediabilità:

1

Scala

Quanto è grave l'impatto

2

Portata

Quanto è diffuso l'impatto

3

Irrimediabilità

La misura in cui l'impatto può esser rimediato, riportando l'ambiente o le persone colpite in una situazione simile a quella in cui si trovavano prima dell'impatto negativo.

Tabella degli impatti negativi classificati per severità

| IMPATTI NEGATIVI                                                    | SEVERITÀ                            |                                         |                                                     | SPI |
|---------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------------------|-----------------------------------------------------|-----|
|                                                                     | SCALA<br>(Quanto è grave l'impatto) | PORTATA<br>(Quanto è diffuso l'impatto) | IRRIMEDIABILITÀ<br>(Quanto ci si può porre rimedio) |     |
|                                                                     | 1-10                                | 1-10                                    | 1-10                                                |     |
| Condotta etica del business                                         | 9                                   | 2                                       | 6                                                   | 108 |
| Solidità patrimoniale e finanziaria                                 | 8                                   | 1                                       | 3                                                   | 24  |
| Centralità della persona                                            | 5                                   | 4                                       | 4                                                   | 80  |
| Centralità del cliente                                              | 8                                   | 4                                       | 8                                                   | 256 |
| Soluzioni digitali e innovazione nei servizi di consulenza          | 4                                   | 7                                       | 2                                                   | 56  |
| Presidio delle competenze distintive e valorizzazione risorse umane | 8                                   | 7                                       | 2                                                   | 112 |
| Gestione, attrazione, sviluppo e retention dei talenti              | 8                                   | 6                                       | 4                                                   | 192 |

Si è calcolato quindi l'indice SPI (Scala X Portata X Irrimediabilità) individuando i temi più critici su cui porre l'attenzione.

Si tratta dei temi che possono avere un forte e diretto impatto sul successo aziendale e sulla sua sostenibilità nel lungo periodo, ovvero influenzano direttamente la capacità dell'azienda di generare valore, rispondere alle aspettative degli Stakeholders e affrontare le sfide del contesto competitivo:

- La “Centralità del cliente” non è solo un vantaggio competitivo, ma un requisito essenziale per la crescita e la sopravvivenza dell'azienda. La società, quindi, deve impegnarsi sempre di più e sempre meglio ad ascoltare, comprendere e soddisfare le esigenze dei propri clienti.
- La “Gestione, attrazione, sviluppo e retention dei talenti”, in un mercato del lavoro sempre più competitivo, rappresenta una sfida fondamentale. Una gestione inefficace dei talenti può generare difficoltà nel reclutamento, nell'engagement o nella crescita professionale dei propri dipendenti e può compromettere la produttività, la capacità innovativa e la qualità del lavoro, incidendo infine sulla competitività aziendale.
- Ogni organizzazione possiede competenze chiave che la rendono unica nel mercato. PRAXI riconosce che il “Presidio delle competenze distintive e la valorizzazione

delle risorse umane” rappresenta un tema critico, in quanto una gestione inefficace potrebbe comportare la perdita di know-how strategico, difficoltà nello sviluppo di nuove competenze e il rischio di perdere talenti.

- Operare con integrità, trasparenza e responsabilità è essenziale per mantenere la fiducia di clienti, investitori e istituzioni. La “Condotta etica del business” rappresenta la radice fondativa di PRAXI, poiché un comportamento non etico può causare gravi conseguenze legali e reputazionali alla Società e compromettere irrimediabilmente il business nel lungo periodo.

Per mitigare i rischi e trasformare le criticità in opportunità, la Società:

- ha adottato un codice etico, ha implementato sistemi di monitoraggio della compliance e promuove iniziative di corporate governance trasparente;
- ha avviato una strategia di rafforzamento delle politiche HR, sviluppando programmi di upskilling e reskilling, per garantire che le competenze distintive siano sempre valorizzate e aggiornate e lavorando per migliorare il benessere dei dipendenti;
- investe continuamente nella costruzione di strategie customer-centric, migliorando la customer experience e l'engagement.
- 

Per quanto riguarda gli impatti positivi, è stato valutato il beneficio in termini di scala e portata.

Si è calcolato quindi l'indice SP (Scala X Portata) individuando i temi che possono generare i benefici maggiori per la Società. Anche in questo caso si confermano i temi che possono portare i maggiori benefici alla società perché rappresentano i pilastri fondamentali per la crescita sostenibile, la competitività e l'innovazione aziendale:

## Centralità del cliente

Mettere il cliente al centro delle strategie aziendali significa comprendere e soddisfare in modo proattivo le sue esigenze, offrendo prodotti e servizi di qualità, innovativi e sostenibili. Vuol dire creare Valore e Competitività. I principali benefici includono:

- **Esperienza positiva e personalizzata:** rafforza la relazione con i clienti, aumentando la loro fiducia e riducendo il tasso di abbandono.
- **Affidabilità e vicinanza alle esigenze del mercato:** un'azienda che centra la propria attività sul cliente viene percepita come più affidabile, migliorando la sua immagine e attrattività.
- **Maggiore fidelizzazione:** clienti soddisfatti sono più propensi a ripetere gli acquisti e a raccomandare l'azienda, generando un impatto positivo sui ricavi.



- **Sviluppo di soluzioni mirate ed efficaci:** ascoltare i clienti permette di sviluppare soluzioni più mirate ed efficaci, mantenendo l'azienda competitiva e al passo con le nuove tendenze.

### Gestione, Attrazione, Sviluppo e Retention dei Talenti

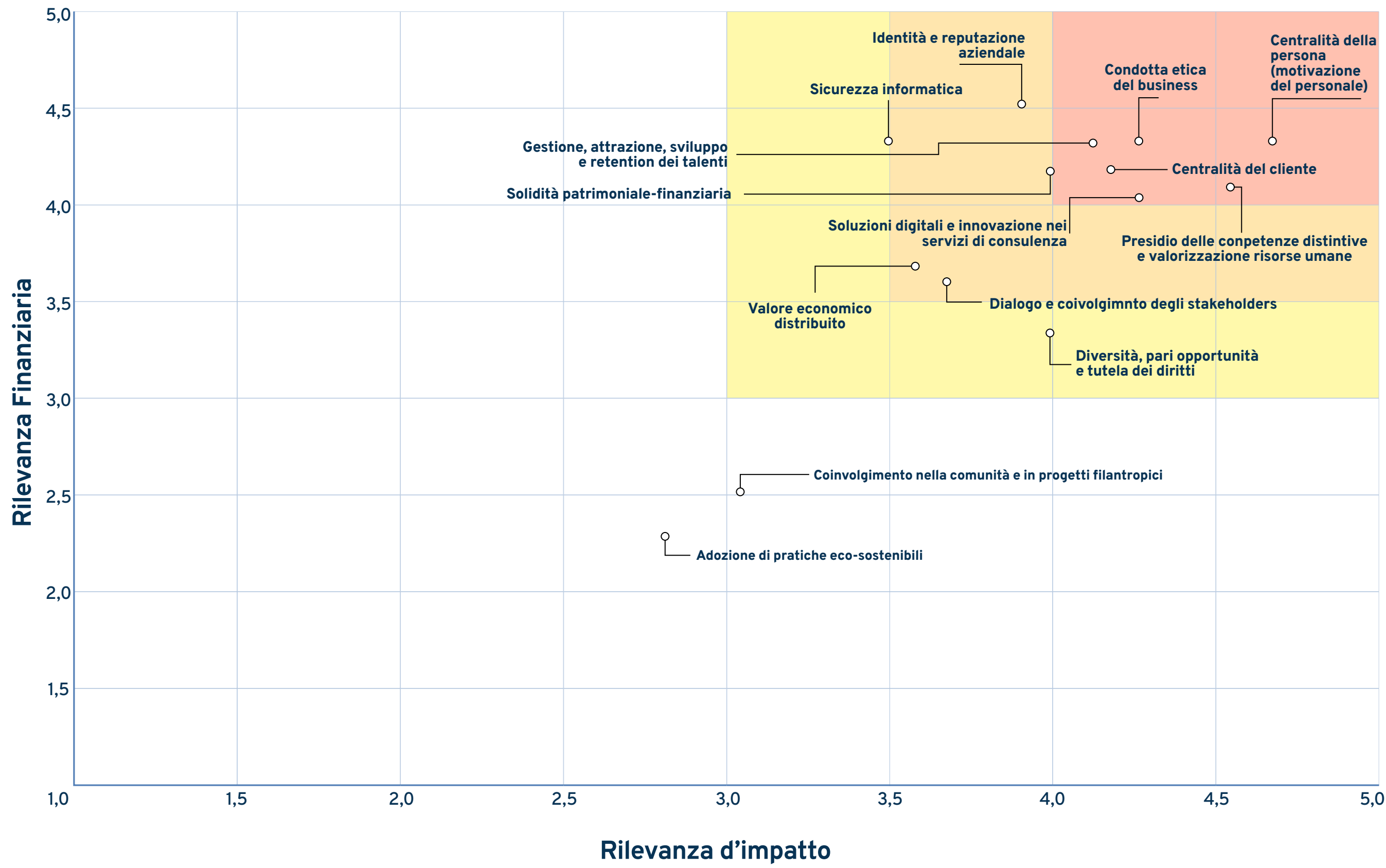
Le persone sono la risorsa più preziosa di un'organizzazione. Investire nella loro crescita e nel loro benessere porta benefici concreti:

- dipendenti motivati e coinvolti lavorano con maggiore efficienza e contribuiscono attivamente al successo aziendale;
- attrarre talenti sviluppando le loro competenze permette all'azienda di affrontare meglio le sfide del mercato e di guidare il cambiamento;
- creare un ambiente di lavoro positivo e offrire opportunità di crescita aiuta a trattenere i migliori talenti, evitando costosi processi di selezione e formazione di nuovi dipendenti;
- un'azienda che investe nelle persone diventa un luogo di lavoro ambito, attirando professionisti qualificati e aumentando il proprio valore competitivo.

L'ultimo passaggio è stato il consolidamento dei risultati relativi alla rilevanza dell'impatto e alla rilevanza finanziaria, analizzandone l'interazione. Questo processo ha portato alla definizione degli impatti, dei rischi e delle opportunità materiali (SBM 3), che hanno rappresentato la base per la redazione della presente dichiarazione di Sostenibilità.

## FASE D - reporting del processo di Analisi di Doppia Materialità (matrice)

Il lavoro è stato infine sintetizzato nella Matrice di Doppia Materialità come di seguito rappresentata:





# PRAXI per il Pianeta



## E1 – CAMBIAMENTI CLIMATICI

# E1-1 Piano di transizione per la mitigazione dei cambiamenti climatici

Con il Bilancio di Sostenibilità su base volontaria per l'esercizio 2024, PRAXI intende proseguire e rafforzare il proprio percorso di Sostenibilità.

Il primo piano di transizione, volto a garantire la coerenza della nostra strategia e del nostro modello di business con il percorso verso un'economia sostenibile e l'obiettivo di limitare il riscaldamento globale a 1,5°C, in linea con l'Accordo di Parigi, sarà adottato dall'Azienda a valle del primo bilancio obbligatorio, previsto – secondo le normative attualmente in vigore – con riferimento all'esercizio 2025. In tale contesto, l'eventuale ricorso a crediti di carbonio sarà un'opzione eventualmente valutata all'interno del piano di transizione.

## E1 – CAMBIAMENTI CLIMATICI

# SBM3 - Impatti, rischi e opportunità rilevanti e la loro interazione con la strategia ed il modello aziendale

PRAXI concepisce, progetta e realizza soluzioni di consulenza per le aziende clienti, attraverso un processo ad alta intensità di capitale intellettuale e basso impatto ambientale.

Nello specifico, l'impatto che registriamo è limitato alle soluzioni tecnologiche e digitali che introduciamo nella nostra attività di consulenza. Queste soluzioni sono costantemente aggiornate in linea con le innovazioni del mercato, ma possono esporre l'azienda a rischi di transizione, in particolare nel caso in cui emergano innovazioni disruptive, i cosiddetti "game changers". L'adozione di tali innovazioni potrebbe richiedere investimenti significativi di tempo e risorse, ma rappresenta anche un'opportunità strategica per mantenere il nostro vantaggio competitivo.

Vedere tabella SBM-3 

I temi ambientali rilevanti per PRAXI sono i seguenti:

- Soluzioni digitali e innovazione nei servizi di consulenza



## E1 – CAMBIAMENTI CLIMATICI

# IRO-1 Gestione degli impatti, dei rischi e delle opportunità

**Come delineato nel nostro processo complessivo ESRS2 IRO-1, PRAXI ha adottato un approccio strutturato per valutare in modo accurato la propria esposizione ai rischi e alle opportunità legate alla Sostenibilità.**

Questa analisi approfondita è stata condotta grazie alle competenze interne specialistiche, attraverso un'Analisi di Doppia Materialità focalizzata sull'analisi dei temi climatici per noi rilevanti. Sono stati esaminati il nostro modello di business e i nostri servizi, valutandone impatti, rischi e opportunità.

Nello specifico, questo processo ha permesso di rilevare i seguenti IRO rilevanti:

- Rischio di Obsolescenza Tecnologica →
- Rischio di Sicurezza Informatica e Compliance →
- Rischio di Riduzione della Qualità della Relazione Cliente-Consulente →

Riteniamo che a questo approccio, che fornisce una visione solida e adeguata della nostra situazione, occorra aggiungere anche un'ulteriore metodologia, nota come **ANALISI DEGLI SCENARI**, per affinare ulteriormente la nostra capacità di gestione dei rischi e delle opportunità legate alla Sostenibilità. Per effettuare l'analisi degli scenari si è preso come riferimento la griglia fornita dalla task force tecnica (TCFD).

Per PRAXI, un tema su cui porre l'attenzione è certamente quello della produzione di CO<sub>2</sub> (GHG) legata alla propria attività di business.

In generale, il settore della consulenza professionale, caratterizzato da un'elevata mobilità dei propri collaboratori, genera un impatto significativo in termini di emissioni di gas serra (GHG), principalmente dovute ai viaggi di lavoro, in particolare quelli aerei. Secondo la Global Business Travel Association (GBTA), i viaggi d'affari rappresentano il 12% del traffico globale aereo, ma contribuiscono in modo sproporzionato alle emissioni,

data la frequenza e la lunghezza dei voli effettuati dai professionisti del settore. Il crescente impegno globale verso la decarbonizzazione – sancito dagli Accordi di Parigi e dagli obiettivi net-zero promossi dalla Science Based Targets initiative (SBTi) – impone alle società di servizi professionali di integrare strategie di riduzione delle emissioni Scope 3, tra cui quelle legate ai viaggi di lavoro.

Presentiamo di seguito la nostra analisi, che considera 3 driver del cambiamento:



## Regolamentazione

Con l'introduzione della **Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)** e dei nuovi **European Sustainability Reporting Standards (ESRS)**, il reporting delle emissioni Scope 3 (incluse quelle da viaggi d'affari) diventa obbligatorio.



## Pressione degli stakeholder

I clienti B2B, le istituzioni finanziarie e i talenti professionali chiedono impegni concreti verso la decarbonizzazione.



## Innovazione tecnologica

La diffusione di piattaforme di videoconferenza avanzate (es. Zoom, MS Teams) e soluzioni di collaborazione virtuale immersive (VR/AR) consente di mantenere elevati standard di servizio con ridotta necessità di spostamenti.



## Scenario 1

### Business as Usual (BAU)

#### Ipotesi

Nessuna azione di contenimento dei viaggi di lavoro; mantenimento dei livelli attuali di spostamenti.

#### Conseguenze

- Continuo aumento delle emissioni GHG legate ai trasporti, specialmente da trasporto aereo.
- Maggiore esposizione a rischi reputazionali e legali, in un contesto normativo europeo sempre più stringente (ESG Reporting secondo gli ESRS, Tassonomia UE).
- Possibile perdita di competitività rispetto ai competitor più virtuosi che riducono il proprio impatto ambientale.

## Scenario 2

### Riduzione Progressiva dei Viaggi Fisici a favore di Alternativa Digitale (Hybrid)

#### Ipotesi

Razionalizzazione dei viaggi di lavoro (-30% entro il 2030), con una forte adozione di strumenti digitali per la gestione dei clienti (videoconferenze, consulenza virtuale).

**Fonti:** Secondo il report McKinsey & Company 2021, le emissioni di CO<sub>2</sub> legate ai viaggi d'affari potrebbero essere ridotte fino al 55% grazie all'adozione delle tecnologie digitali.

#### Conseguenze

- Diminuzione diretta delle emissioni Scope 3 derivanti dai trasporti.
- Riduzione dei costi operativi (spese di viaggio e trasferta).
- Necessità di investire in formazione per il miglior utilizzo di strumenti di comunicazione digitale e mantenere alta la qualità del servizio consulenziale a distanza.

## Scenario 3

### Neutralità Carbonica sui Viaggi di Lavoro

#### Ipotesi

Oltre alla riduzione dei viaggi, implementazione di strategie di compensazione delle emissioni residue (es. carbon offsetting certificato).

#### Fonti

l'International Air Transport Association (IATA) stima che i programmi di compensazione, integrati con un uso consapevole dei voli, possano contribuire al raggiungimento del target net-zero entro il 2050.

#### Conseguenze

- Neutralizzazione dell'impatto climatico residuo derivante dai viaggi essenziali.
- Rafforzamento della reputazione aziendale in ottica ESG.
- Possibile incremento dei costi legati ai progetti di compensazione certificata.

Alla luce di questi scenari analizzati, proponiamo di seguito alcuni spunti di azioni di mitigazione che potrebbero essere adottate nel prossimo futuro e che poi potranno trovare adeguato spazio all'interno del futuro Piano di Transizione:



## Policy Viaggi Sostenibili

Implementare una travel policy che incentivi l'uso di mezzi di trasporto a basse emissioni (es. Treni; fonte: European Environment Agency).



## Adozione del Remote Consulting

Promuovere servizi di consulenza remota per attività non strettamente legate alla presenza fisica.



## Compenzazione Certificata

Investire in programmi di riforestazione, energie rinnovabili o progetti di carbon offsetting certificati Gold Standard o Verified Carbon Standard (VCS).



## Sensibilizzazione interna

Formazione dei consulenti sui temi dell'impatto ambientale e incentivazione di comportamenti responsabili.



## E1 – CAMBIAMENTI CLIMATICI

# E1-2 Politiche relative alla mitigazione dei cambiamenti climatici e all'adattamento agli stessi

Scegliendo di redigere su base volontaria il proprio Bilancio di Sostenibilità per il secondo anno consecutivo, PRAXI conferma il proprio impegno verso un futuro più sostenibile anche dal punto di vista ambientale, che vuol dire agire nella direzione della mitigazione dei cambiamenti climatici.

Nello specifico, le azioni ambientali di PRAXI sono orientate a:

Limitare l'emissione in atmosfera di CO2 derivante dall'uso dei trasporti effettuato dai consulenti per lo svolgimento del proprio lavoro

Migliorare l'efficienza energetica delle sedi PRAXI

Compensare le emissioni di CO2 emesse dalla Società nello svolgimento delle attività di business attraverso interventi di mitigazione

Implementare tecnologia disponibile che favorisca un più basso fabbisogno energetico

Anche se abbiamo già compiuto passi importanti, il nostro percorso verso la riduzione delle emissioni di carbonio è nelle sue fasi iniziali, ma siamo certi di poter raggiungere nel medio periodo (2 – 5 anni) importanti risultati di riduzione della nostra impronta carbonica.

E1 – CAMBIAMENTI CLIMATICI

E1-3 Azioni e risorse relative alle politiche in materia di cambiamenti climatici

PRAXI ha adottato e intende implementare nel prossimo futuro strategie e investimenti mirati per ridurre la propria impronta ecologica (GHG) e migliorare la Sostenibilità del proprio modello di business.

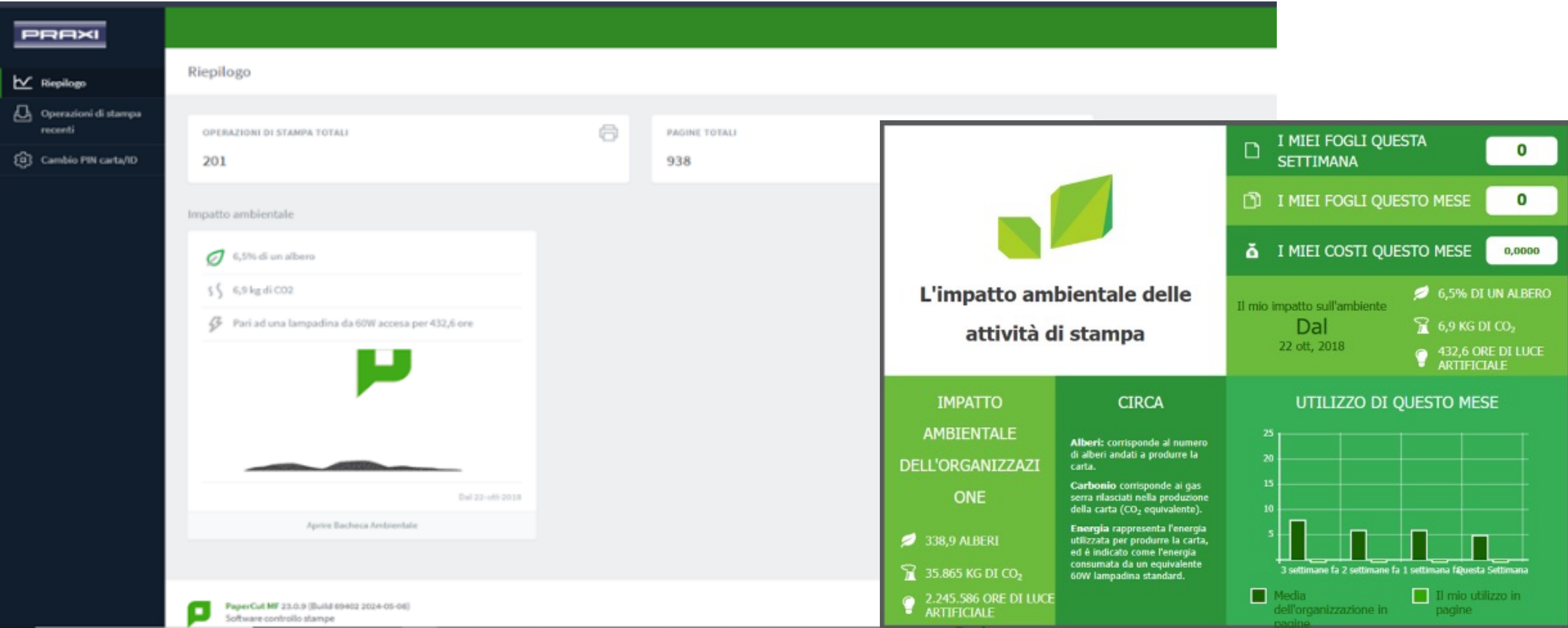
Le azioni derivano dai risultati dell’Analisi di Doppia Materialità:



| TEMA MATERIALE                                             | SPECIFICA DEL TEMA MATERIALE                                                                                                                                                                                                           | MISURE DI MITIGAZIONE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | KPI                                                                                                                                                                                                                             |
|------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Soluzioni digitali e innovazione nei servizi di consulenza | Per “Soluzioni Digitali e Innovazione nei Servizi di Consulenza” PRAXI intende la capacità di adottare strumenti tecnologici avanzati e approcci innovativi per migliorare l’efficienza, la qualità e l’efficacia dei servizi offerti. | Ci impegniamo a promuovere soluzioni di telecomunicazione ecologiche (es. Microsoft Teams, Google Meet, ecc.) come alternativa ai viaggi di lavoro, riducendo così l’impatto ambientale degli spostamenti. Qualora un incontro in presenza presso il cliente risulti indispensabile, sarà necessario privilegiare mezzi di trasporto a basso impatto ambientale rispetto all’auto, valutando anche soluzioni ibride (es. combinazione treno + carpooling).                                                                                                                                                                                                                                                     | <ul style="list-style-type: none"><li>% di riduzione dei viaggi di lavoro rispetto all’anno precedente.</li></ul>                                                                                                               |
| Soluzioni digitali e innovazione nei servizi di consulenza | Per “Soluzioni Digitali e Innovazione nei Servizi di Consulenza” PRAXI intende la capacità di adottare strumenti tecnologici avanzati e approcci innovativi per migliorare l’efficienza, la qualità e l’efficacia dei servizi offerti. | Puntiamo a ridurre il consumo energetico complessivo dei nostri uffici ottimizzando i sistemi di riscaldamento e raffreddamento. Inoltre, intendiamo favorire l’uso della mobilità sostenibile, incentivando il ricorso a taxi elettrici e auto aziendali ibride. Nel prossimo futuro, valuteremo anche un incremento della quota di energia proveniente da fonti rinnovabili. Un esempio è la scelta relativa ai nostri Data Center, ospitati presso l’infrastruttura Equinix, che utilizza energia rinnovabile al 96% con l’obiettivo di arrivare al 100% entro il 2030, <a href="https://www.equinix.it/data-centers/data-center-excellence">https://www.equinix.it/data-centers/data-center-excellence</a> | <ul style="list-style-type: none"><li>% di riduzione del consumo energetico rispetto all’anno precedente (kWh risparmiati).</li><li>% di energia proveniente da fonti rinnovabili sul totale dell’energia utilizzata.</li></ul> |

Abbiamo avviato e continueremo a implementare interventi di compensazione delle emissioni di CO2. Nello specifico, è stato realizzato un investimento su 100 mq di bambuseto insistente nel comparto di Torre Pallavicina a Bergamo. Su questo bambuseto si coltiva bambù gigante e l’intera superficie è dedicata al progetto Forever Zero CO2. Questo investimento ha consentito nel corso del 2024 di compensare 2,6 tonnellate di CO2.





PRAXI si è dotata di un sistema di monitoraggio e gestione delle stampe (Papercut) che, oltre a soddisfare i criteri di riservatezza e gestione tramite il ritiro delle stampe attraverso un codice personale, permette di responsabilizzare gli utenti fornendo loro informazioni sull'utilizzo delle stampanti e dell'impatto ambientale derivante, favorendo così l'adozione di comportamenti più etici in termini ambientali in merito alle stampe cartacee.

Questo sistema ci permette di avere sotto controllo circa il 65% delle stampanti attualmente presenti in azienda. Abbiamo l'obiettivo di estendere questo sistema al 100% delle stampanti attive in PRAXI entro 5 anni.

Impatto ambientale del Gruppo dal 1 gennaio 2024 al 31 dicembre 2025

| GRUPPO           | ALBERI CONSUMATI | CO2 PRODOTTA | ORE DI LAMPADINA EQUIVALENTI | FOGLI   | PAGINE TOTALI |
|------------------|------------------|--------------|------------------------------|---------|---------------|
| Tutti gli utenti | 67,91            | 7.187,4kg    | 450.016,6                    | 565.940 | 740.818       |

Oltre alle azioni di cui ai punti precedenti, PRAXI presta attenzione anche alle proprie scelte di consumo, adottando soluzioni sempre più sostenibili in tutte le sue sedi, tra cui:

- Produzione di documenti promozionali stampati su materiale proveniente da una gestione forestale sostenibile per promuovere “... la gestione e l’uso delle foreste e dei terreni forestali in un modo e ad un ritmo che mantengano la loro biodiversità, produttività, capacità di rigenerazione, vitalità e il loro potenziale per svolgere, ora e in futuro, le loro funzioni ecologiche, economiche e sociali, a livello locale, nazionale e globale e che non provochino danni ad altri ecosistemi “. (Fonte: Forest Europe – Definizione adottata dall’Organizzazione delle Nazioni Unite per l’alimentazione e l’agricoltura (FAO).
- Acquisto di beni di primo consumo (bicchieri, tovaglioli, carta per stampanti) con criteri di Sostenibilità e facilità di smaltimento ecologico.
- Dotazione di distributori di acqua filtrata negli uffici e di borracce termiche brandizzate PRAXI in sostituzione delle bottiglie di plastica.
- Installazione di soffiatori elettrici nei bagni per sostituire le salviette di carta, riducendo i rifiuti e il consumo di materiali usa e getta.
- Contenitori per la raccolta differenziata dei rifiuti.





## E1 – CAMBIAMENTI CLIMATICI

### E1-4 Obiettivi relativi alla mitigazione dei cambiamenti climatici e all'adattamento agli stessi e leva di decarbonizzazione

Nel suo secondo anno di rendicontazione della Sostenibilità su base volontaria, con riferimento al FY2024, PRAXI ha scelto di procedere ad un nuovo calcolo delle emissioni di GHG, come esercizio preparatorio all'anno base FY2025, nel quale PRAXI renderà in regime obbligatorio la propria Sostenibilità enunciando anche gli obiettivi GHG che intende perseguire.

## E1 – CAMBIAMENTI CLIMATICI

### E1-5 Consumo di energia e mix energetico

PRAXI ha consumato nel corso del FY2024 circa 185 mila KWh di energia elettrica di cui circa il 4,54% proveniente da fonti rinnovabili. Nello stesso periodo di riferimento ha consumato circa 78 mila MWh di Gas naturale.

#### Energia elettrica



**185.000 kw**

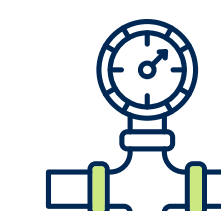
Energia elettrica consumata



**4,5%**

Proveniente da  
Fonti Rinnovabili (Equinix)

#### Gas



**78.000 m<sup>3</sup>**

Totale annuo di consumo di Gas naturale

## E1 – CAMBIAMENTI CLIMATICI

### E1-6 Emissioni lorde di gas di scope 1,2,3 ed emissioni totali di gas in tco2eq

Di seguito viene presentato il report rilasciato dalla piattaforma Greenverse.

[Sfoggia il Report](#)

## E1 – CAMBIAMENTI CLIMATICI

### E1-7 Assorbimenti di gas e progetti di mitigazione delle emissioni di gas finanziati con crediti di carbonio

Con il Bilancio di Sostenibilità su base volontaria per l'esercizio 2024, PRAXI intende proseguire e rafforzare il proprio percorso di Sostenibilità.

Il primo piano di transizione, a garanzia che la nostra strategia e il nostro modello di business sono compatibili con la transizione verso un'economia sostenibile e la limitazione del riscaldamento globale a 1,5 gradi in linea con l'Accordo di Parigi, sarà adottato dall'azienda a valle del primo bilancio obbligatorio previsto, con le attuali normative in vigore, con riferimento al FY2025.

Per questo motivo, l'eventuale ricorso ai crediti di carbonio sarà un'opzione eventualmente valutata all'interno del primo piano di transizione presentato dall'azienda.



## E1 – CAMBIAMENTI CLIMATICI

# E1-9 Effetti finanziari attesi di rischi fisici e di transizione rilevanti e potenziali opportunità legate al clima

Con il Bilancio di Sostenibilità su base volontaria per l'esercizio 2024, PRAXI intende proseguire e rafforzare il proprio percorso di Sostenibilità.

Una prima valutazione degli effetti finanziari attesi derivanti dai rischi fisici e di transizione rilevanti, nonché dalle potenziali opportunità legate al clima, sarà effettuata da PRAXI nel bilancio obbligatorio relativo all'anno fiscale 2025. Tale valutazione terrà conto anche della flessibilità prevista dalla direttiva CSRD, che consente di rinviare l'obbligo di informativa dettagliata fino al primo anno di obbligatorietà del bilancio, garantendo così il tempo necessario per una valutazione accurata e completa.

PRAXI non rendiconta i seguenti ESRS tematici in quanto, dall'Analisi di Doppia Materialità condotta, non sono emersi temi rilevanti in relazione a questo standard tematico:

**E2**

INQUINAMENTO

**E3**

 ACQUE E  
RISORSE MARINE

**E4**

 BIODIVERSITÀ  
ED ECOSISTEMI

**E5**

 ECONOMIA  
CIRCOLARE



# PRAXI per le Persone



## S1 - FORZA LAVORO PROPRIA

# SBM-2 Interessi e opinioni dei portatori d'interesse

**PRAXI riconosce nel proprio capitale umano un asset strategico fondamentale e che le competenze distintive, l'esperienza e l'engagement delle persone sono alla base della qualità dei servizi di consulenza offerti al mercato.**

La strategia e il modello aziendale di PRAXI garantiscono un ambiente di lavoro che promuove la crescita professionale, il benessere e la valorizzazione delle persone, attenuando i potenziali impatti negativi e potenziando quelli positivi.

L'ascolto attivo e il coinvolgimento delle persone costituiscono elementi centrali per valutare l'adeguatezza della strategia aziendale e dei relativi processi. A tal fine, PRAXI promuove regolarmente colloqui individuali e momenti di confronto strutturati, che consentono di raccogliere feedback rispetto alla qualità dell'ambiente lavorativo, alle opportunità di sviluppo professionale, all'equilibrio vita-lavoro e al grado di soddisfazione rispetto alla mission e ai valori aziendali. Le opinioni e gli interessi espressi orientano le decisioni strategiche e i piani di miglioramento, al fine di prevenire e mitigare rischi quali l'insoddisfazione, il turnover e la perdita di competenze critiche.

Il modello di business di PRAXI prevede inoltre un sistema integrato di welfare aziendale, la formazione continua e percorsi di sviluppo finalizzati a rafforzare la retention, la motivazione e l'allineamento delle risorse umane agli obiettivi aziendali. Queste iniziative mirano a garantire che la strategia dell'organizzazione sia pienamente coerente con le esigenze e le aspettative delle persone, contribuendo a creare un ambiente di lavoro inclusivo, stimolante e sostenibile.

L'approccio di PRAXI alla gestione responsabile delle risorse umane è pienamente allineato alle indicazioni di autorevoli fonti internazionali, che evidenziano il valore strategico dell'ascolto, della valorizzazione dei collaboratori e dell'integrazione di questi aspetti all'interno della strategia aziendale. Tra queste:

### **OECD Guidelines for Multinational Enterprises**

Le Linee Guida dell'OCSE raccomandano alle imprese di garantire “condizioni di lavoro dignitose”, valorizzare le competenze e promuovere un ambiente inclusivo e sicuro. Sottolineano come l'ascolto delle opinioni dei lavoratori e il loro coinvolgimento nei processi decisionali contribuiscano a una gestione responsabile e sostenibile dell'impresa.

**Consulta il documento** [→](#)

### **ILO Declaration on Fundamental Principles and Rights at Work**

L'Organizzazione Internazionale del Lavoro (ILO) promuove i diritti fondamentali sul lavoro, tra cui la partecipazione dei dipendenti e il dialogo sociale, ritenuti fondamentali per garantire un ambiente di lavoro equo e inclusivo. Questo principio è strettamente legato alla capacità delle aziende di mitigare i rischi sociali attraverso modelli partecipativi.

**Consulta il documento** [→](#)

### **Sustainability Accounting Standards Board (SASB) – Human Capital Framework**

SASB evidenzia che una gestione efficace del capitale umano è strettamente connessa al successo finanziario delle imprese. Promuove pratiche di coinvolgimento dei dipendenti, sviluppo professionale e benessere sul luogo di lavoro, elementi fondamentali del modello di business sostenibile.

**Consulta il documento** [→](#)



S1 - FORZA LAVORO PROPRIA

# SBM-3 Impatti rischi ed opportunità rilevanti e loro interazioni con la strategia ed il modello aziendale

Le nostre persone sono una risorsa fondamentale che, insieme alla tecnologia, contribuisce alla creazione del valore aziendale. Investiamo nella loro crescita personale e professionale, promuovendo una cultura inclusiva in cui ciascun individuo si senta apprezzato e supportato.

Gli argomenti materiali affrontati in questo ESRS riguardano la gestione, l’attrazione, lo sviluppo e la retention delle persone, con particolare attenzione alla salute, alla sicurezza e al benessere dei lavoratori.

Promuoviamo la diversità, la parità retributiva e l’inclusione delle persone con disabilità, riconoscendo che questi temi sono fondamentali per il benessere organizzativo e per la costruzione di un ambiente inclusivo. In linea con questo impegno, diamo massima priorità alla prevenzione di ogni forma di violenza e molestia, con l’obiettivo di garantire un contesto lavorativo sicuro, rispettoso e solidale.

Siamo convinti che la formazione continua e lo sviluppo delle competenze rappresentino leve strategiche, e per questo investiamo attivamente nella crescita delle nostre persone, generando valore non solo per l’azienda ma anche per la collettività.

Infine, la sicurezza sul lavoro resta per noi una priorità assoluta: ci impegniamo a promuovere ambienti professionali protetti, migliorandoli costantemente.

Riferimenti: Tabella ESRS SBM-3 [→](#)

|                                                                           |                                                          |
|---------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| Centralità della persona                                                  | Centralità del cliente                                   |
| Presidio delle competenze distintive e valorizzazione delle risorse umane | Gestione, attrazione, sviluppo e retention delle persone |

## S1 - FORZA LAVORO PROPRIA

# S1-1 Politiche relative alla forza lavoro propria

**PRAXI rinnova il proprio impegno costante nella tutela dei diritti umani e dei diritti del lavoro, integrandoli pienamente nelle proprie pratiche aziendali. Le nostre politiche di gestione delle risorse umane affrontano in modo mirato gli aspetti materiali che possono influenzare il benessere delle persone, dimostrando concretamente l'adesione ai valori fondamentali dell'azienda.**

Tali principi si applicano a tutte le attività operative e lungo l'intera catena del valore, in coerenza con i principali standard internazionali di riferimento tra cui la Dichiarazione Universale dei Diritti Umani, le Linee guida dell'OCSE, i Principi Guida delle Nazioni Unite (UNGP), la Convenzione sui Diritti del Fanciullo, le Convenzioni dell'ILO e le leggi e regolamenti applicabili in ogni giurisdizione in cui operiamo.

Il nostro Codice Etico rappresenta la guida fondamentale per una condotta responsabile e trasparente, regolando aspetti chiave come l'integrità personale, la sicurezza sul lavoro, la tutela ambientale, la gestione dei conflitti di interesse, la protezione delle informazioni riservate, la privacy e l'etica dei dati. Rappresenta inoltre il nostro fermo impegno contro pratiche commerciali sleali come la corruzione, la concussione e la frode.

A tutela della salute, sicurezza e benessere dei nostri collaboratori, adottiamo un sistema di gestione in linea con le normative più avanzate, orientato alla prevenzione degli infortuni e alla promozione di ambienti di lavoro sani e sicuri.

L'inclusione è un principio cardine delle nostre politiche HR. Il Codice Etico e la policy aziendale prevedono impegni concreti a favore dei gruppi vulnerabili, promuovendo un contesto in cui ogni persona si senta accolta, valorizzata e rispettata.

Per rafforzare trasparenza e responsabilità, PRAXI ha implementato un sistema di segnalazione anonimo (whistleblowing) che consente a chiunque di segnalare comportamenti non conformi. Le segnalazioni, gestite dall'Organismo di Vigilanza (OdV) o dal dipartimento Risorse Umane (così come descritto nella policy specifica), sono oggetto di indagini rigorose e rappresentano un'opportunità per migliorare continuamente i nostri processi di prevenzione e controllo.

Le competenze rappresentano un asset strategico per PRAXI. Il processo di selezione si basa su criteri rigorosi e trasparenti, finalizzati a valutare non solo le qualifiche ed esperienze, ma anche l'adesione ai nostri valori etici. Cerchiamo persone che definiamo "praxiane": professionisti che condividono il nostro approccio etico alla vita e al lavoro.

Questa visione si estende anche ai programmi di tirocinio e stage, pensati come reali percorsi di crescita e inserimento



all'interno del Gruppo. In ogni fase del percorso professionale, garantiamo pari opportunità, escludendo qualsiasi forma di discriminazione e promuovendo attivamente l'equità e l'inclusione.

PRAXI si distingue per un forte orientamento meritocratico, che guida l'assegnazione di incarichi di responsabilità e ruoli dirigenziali, assicurando la valorizzazione concreta della diversità e dell'equità all'interno dell'organizzazione.

Tutto il personale, in particolare coloro che ricoprono ruoli organizzativi e di responsabilità, è formato sulle politiche e sulle pratiche di non discriminazione adottate dalla Società e sulle strategie da adottare per prevenire, affrontare e risolvere eventuali situazioni di discriminazione sistemiche e occasionali.

Per favorire più elevati standard qualitativi e un migliore Work-Life Balance, a tutto il personale si applica il regolamento sullo Smart Working, concepito per facilitare la conciliazione tra le esigenze personali e professionali, incrementare il benessere delle persone e contribuire alla sostenibilità ambientale. Quest'ultima si traduce in un impatto positivo a livello ecologico, urbanistico, sociale ed economico.

Nello specifico, ciascun dipendente di PRAXI può svolgere la propria prestazione lavorativa in modalità Smart Working fino a due giorni a settimana, previo consenso del

Responsabile e compatibilmente con le mansioni svolte. Inoltre, al fine di offrire sostegno alla genitorialità, la prestazione di lavoro può essere interamente svolta in modalità Smart Working dalla Dipendente in gravidanza a partire dai due mesi precedenti la data presunta del parto e fino al compimento del primo anno di età del figlio, ovvero fino al compimento del primo anno dall'ingresso in famiglia del minore adottato o affidato. Particolare attenzione è inoltre riservata alle richieste motivate di estensione dello Smart Working presentate dall'altro genitore, sempre entro il primo anno di vita o dall'ingresso in famiglia del minore.

In ogni caso, laddove si presentino esigenze specifiche, è sempre possibile definire un accordo individuale tra l'Azienda e il Dipendente per disciplinare modalità lavorative personalizzate.

### Programmi volti a promuovere l'accesso allo sviluppo delle competenze

All'interno del Piano Strategico 2023-2025, PRAXI ha integrato il Piano di Formazione aziendale "Prospettive di Sviluppo", con l'obiettivo di valorizzare il capitale umano e rafforzare una competitività sostenibile nel mercato della consulenza. Destinato a tutta la popolazione aziendale, il Piano risponde a tre obiettivi strategici:

- creare un ambiente favorevole allo sviluppo di competenze tecniche e trasversali, individuali e di team;

- valorizzare la crescita dimensionale dell'organizzazione;
- supportare il cambio generazionale.

La progettazione del Piano è stata avviata a partire dai risultati di una survey interna, somministrata nel 2023 a tutto il personale, con l'intento di identificare le azioni prioritarie da intraprendere. Da questa fase sono nati tre gruppi di lavoro interni, costituiti su base volontaria e rappresentativi dei diversi territori e Business Unit, che hanno presentato le loro proposte a maggio 2024.

Il processo di progettazione e implementazione è stato coordinato e monitorato da un apposito Comitato di Coordinamento. L'evento di avvio ufficiale del Piano è avvenuto a ottobre 2024.

I percorsi previsti riguardano competenze trasversali e di natura tecnica, in linea con le esigenze di un mercato in costante evoluzione. Ogni aula, in presenza o da remoto, è stata progettata tenendo conto delle priorità emerse dalla survey, per permettere a ciascuna/o di allenare le proprie competenze e approfondire la conoscenza dell'ambito consulenziale PRAXI (socialità interna, produttività, sviluppo del mercato, innovazione, produzione di know-how), nonché di interpretare al meglio il "way of being PRAXI" (etica, trasparenza, ascolto, feedback, senso di appartenenza e di rappresentanza).

Il Piano ha inoltre affiancato ulteriori iniziative formative, mirate a ruoli e profili specifici, tra cui:

- corsi di Lingua Inglese (Business e Conversation);
- formazione su Generative AI per aree di competenza specifica;
- formazione per il ruolo di “Buddy” nel programma aziendale di onboarding, dedicato all’accoglienza dei nuovi ingressi.

Inoltre, anche nel 2024, ci siamo inoltre impegnati nel sostenere percorsi di certificazione internazionale, quali:

- Lean SIX Sigma, metodologia utilizzata per il miglioramento dei processi.
- PerformanSe Echo, strumento per l’identificazione di motivazioni e condizioni che favoriscono o frenano l’impegno nel contesto professionale.
- DISC Trainer Personal profile Persolog, strumento che supporta l’analisi delle tendenze comportamentali nelle dinamiche professionali.

In generale, gli interventi formativi si sono svolti secondo tre tipologie di modalità formative: Webinar live, da remoto; aule in presenza; autoapprendimento su piattaforma digitale (LMS, Learning Management System). Il nostro impegno per un approccio sostenibile a 360° si è tradotto infatti anche nell’implementazione della Piattaforma LMS PRAXI4Learning, volendo promuovere, anche

attraverso contesto formativo interno, logiche inclusive e di efficientamento economico, sociale e ambientale. L’offerta formativa erogata in modalità digitale, accessibile a tutta la popolazione aziendale, intende supportare il lifelong learning delle Persone, favorendo l’autoformazione e la responsabilizzazione circa il personale processo di crescita e apprendimento, con attività formative preparatorie/ integrative, rispetto alle aule in presenza/da remoto, previste nell’ambito dei rispettivi percorsi di seguito illustrati.

Per quanto riguarda la composizione delle aule (presenza e da remoto), sono state volutamente coinvolte Persone di seniority, BU e territori differenti sia per valorizzare al meglio l’approccio trasversale di cross fertilization dell’esperienza formativa per favorire lo scambio del know-how sia per stimolare l’engagement.

All’interno del Piano formativo “Prospettive di Sviluppo”, sono stati attivati tre percorsi specifici, dedicati a:

- Consulenti con ruoli organizzativi e gestionali;
- Consulenti con ruoli di progetto;
- Ruoli di staff (figure tecnico-specialistiche trasversali alle varie Divisioni/BU).

I percorsi sono stati avviati a fine novembre 2024 e si concluderanno entro ottobre 2025. Tutti i partecipanti

hanno preso parte alla formazione in aula sul tema “Comunicazione efficace e inclusiva”, pensata per rafforzare la socialità interna e promuovere l’inclusività a tutti i livelli organizzativi.

Oltre al materiale didattico, ogni partecipante ha ricevuto un Booklet personale, contenente strumenti pratici e approfondimenti volti a favorire l’apprendimento continuo e l’autosviluppo nel contesto lavorativo.

In linea con quanto emerso dalla survey interna, PRAXI valorizza il contributo di ogni persona anche nel processo di miglioramento delle iniziative formative. I dati raccolti dai questionari di gradimento confermano risultati estremamente positivi: elevata soddisfazione dei partecipanti, coerenza con i bisogni espressi e utilità concreta per il consolidamento di competenze e relazioni professionali di valore.



## S1 - FORZA LAVORO PROPRIA

# S1-2 Processi di coinvolgimento della forza lavoro propria e dei rappresentanti dei lavoratori in merito agli impatti

PRAXI valorizza attivamente il contributo delle proprie persone, promuovendo un ambiente in cui si sentano libere di esprimere opinioni, idee e intuizioni, anche attraverso un dialogo diretto e costante con il management.

A tal fine, vengono organizzati regolarmente incontri in presenza presso le sedi territoriali, che coinvolgono sia i Responsabili di Sede sia l'Alta Direzione. Parallelamente, sono previsti momenti di confronto da remoto che coinvolgono più sedi contemporaneamente, con l'obiettivo di:

- condividere informazioni societarie rilevanti;
- confrontarsi sull'andamento e le prospettive del business;
- ascoltare attivamente le esigenze delle persone;
- offrire supporto concreto;
- raccogliere feedback utili a orientare le decisioni aziendali.

## S1 - FORZA LAVORO PROPRIA

# S1-3 Processi per porre rimedio agli impatti negativi e canali che consentono ai lavoratori propri di sollevare preoccupazioni

I dipendenti che subiscono discriminazioni o molestie possono trovare supporto in tutte le figure apicali aziendali e, in particolare, nel personale che si occupa di risorse umane, mentre la dirigenza ha il dovere di segnalare eventuali casi di questo tipo di cui sono testimoni o di cui vengono informati.

Le segnalazioni possono essere inviate direttamente alle risorse umane o attraverso il nostro sistema di whistleblowing, che garantisce riservatezza e protezione.

## S1 - FORZA LAVORO PROPRIA

# S1-4 Interventi su impatti rilevanti per la forza lavoro propria e approcci per la gestione dei rischi e delle opportunità, nonché efficacia delle azioni intraprese

PRAXI è impegnata a garantire buone condizioni di lavoro e a salvaguardare i diritti legati al lavoro, conformandosi alle normative esistenti e agli standard riconosciuti in materia di diritti umani.

PRAXI è altresì impegnata a mantenere un elevato standard di pratiche sul posto di lavoro che siano in linea con i requisiti legali e le linee guida etiche, garantendo che tutte le persone siano trattate con equità e rispetto.



Azioni specifiche messe in atto, collegate ai temi materiali individuati nell’analisi di doppia materialità

| TEMA MATERIALE           | SPECIFICA DEL TEMA MATERIALE                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | MISURE DI MITIGAZIONE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | KPI                                                                                                               |
|--------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Centralità della persona | Per “Centralità della persona (Motivazione del personale)” PRAXI intende l’impegno nel valorizzare i dipendenti, promuovendo il loro benessere, coinvolgimento e sviluppo professionale attraverso un ambiente di lavoro inclusivo, stimolante e in grado di riconoscere e premiare le competenze e i contributi individuali. | <ul style="list-style-type: none"><li>• Stiamo sviluppando percorsi di crescita e valorizzazione dei talenti</li><li>• Siamo attenti con le nostre scelte gestionali a potenziare il coinvolgimento di tutte le persone e, in generale, a migliorare il benessere aziendale</li><li>• Attraverso attività di sensibilizzazione e formazione, siamo orientati al miglioramento continuo della leadership e del people management</li></ul>      | Ore di formazione per dipendente: numero di ore medie di formazione e sviluppo professionale per ogni dipendente. |
|                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | <ul style="list-style-type: none"><li>• Abbiamo in essere di far partire progetti interni di ascolto e di engagement</li><li>• Lavoriamo ogni giorno alla costruzione di modelli interni di leadership inclusiva e motivante</li><li>• Investiamo in formazione su soft skills e collaborazione</li></ul>                                                                                                                                      |                                                                                                                   |
|                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | <ul style="list-style-type: none"><li>• Adottiamo codici etici e policy aziendali chiare</li><li>• Effettuiamo un monitoraggio continuo della compliance e formazione sulle normative</li><li>• Utilizziamo metodologie riconosciute a livello internazionale per comunicare e ingaggiare gli Stakeholders</li></ul>                                                                                                                           |                                                                                                                   |
|                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | <ul style="list-style-type: none"><li>• Gestiamo in modo proattivo le aspettative dei clienti</li><li>• Cerchiamo in modo continuo e puntuale di raccogliere il grado di soddisfazione dei clienti intervenendo tempestivamente nel caso non sia positivo</li><li>• Abbiamo policy interne di gestione di eventuali crisi reputazionali, che ci consentono di rispondere tempestivamente a recensioni negative o situazioni critiche</li></ul> |                                                                                                                   |
|                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | <ul style="list-style-type: none"><li>• Investiamo in ricerca e sviluppo per adattarci rapidamente alle evoluzioni del mercato e alle nuove esigenze dei clienti</li><li>• Abbiamo processi aziendali strutturati per essere più agili e capaci di rispondere ai cambiamenti di mercato</li><li>• Ci confrontiamo continuamente con i competitor per identificare best practice e nuove opportunità di crescita</li></ul>                      |                                                                                                                   |

| TEMA MATERIALE                                                            | SPECIFICA DEL TEMA MATERIALE                                                                                                                                                                                                                                                                  | MISURE DI MITIGAZIONE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | KPI                                                                                                                                             |
|---------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Presidio delle competenze distintive e valorizzazione delle risorse umane | Per “Presidio delle Competenze Distintive e Valorizzazione Risorse Umane” PRAXI intende il costante investimento nello sviluppo delle competenze chiave dei collaboratori, favorendo percorsi di crescita professionale, formazione e valorizzazione delle potenzialità di ciascun individuo. | <ul style="list-style-type: none"><li>• Abbiamo implementato un programma di Knowledge Management in ambito Risorse Umane anche con la creazione di un assistente AI dedicato</li><li>• Abbiamo adottato programmi di mentorship e affiancamento, anche tra sedi diverse</li><li>• Abbiamo implementato un programma volto alla crescita delle persone e dei talenti, anche per facilitare la successione nei ruoli chiave</li></ul> | Indice di competenza media: percentuale di dipendenti che possiedono certificazioni o competenze avanzate nelle aree chiave dell'azienda.       |
|                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                               | <ul style="list-style-type: none"><li>• Adottiamo un sistema di compensation &amp; benefits collegato al livello di responsabilità in azienda e alle performance</li><li>• Favoriamo lo sviluppo professionale e la crescita interna</li><li>• Lavoriamo costantemente al mantenimento di un buon clima aziendale e allo sviluppo di una cultura organizzativa inclusiva</li></ul>                                                   | Investimenti in formazione per le competenze distintive                                                                                         |
|                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                               | <ul style="list-style-type: none"><li>• Investiamo nella formazione continua e nell’aggiornamento professionale</li><li>• Promuoviamo una cultura aziendale orientata all’innovazione</li><li>• Monitoriamo i trend di settore, in modo da supportare l’aggiornamento delle strategie aziendali</li></ul>                                                                                                                            | Engagement dei dipendenti in attività di sviluppo professionale: percentuale di dipendenti che partecipano a corsi di aggiornamento e sviluppo. |



| TEMA MATERIALE                                         | SPECIFICA DEL TEMA MATERIALE                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | MISURE DI MITIGAZIONE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | KPI                                                                                                                                                              |
|--------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Gestione, attrazione, sviluppo e retention dei talenti | Per “Gestione, Attrazione, Sviluppo e Retention dei Talenti” PRAXI intende l’impegno a creare una cultura aziendale che attragga i migliori talenti, li supporti nel loro sviluppo professionale continuo e offra opportunità di crescita, incentivando la loro permanenza in azienda attraverso programmi di motivazione e benessere. | <ul style="list-style-type: none"><li>• Abbiamo attivato un progetto volto al racconto del nostro employer branding, per mostrare i benefici lavorativi, la cultura aziendale positiva e le opportunità di crescita</li><li>• Siamo attenti a leggere le esigenze del mercato, offrendo pacchetti retributivi competitivi per l’inserimento di validi professionisti nei nostri team</li><li>• Abbiamo, al nostro attivo, collaborazioni con università e istituti di formazione</li></ul> | Tasso di attrazione di talenti (Quality of Hire): percentuale di assunzioni che si rivelano di alta qualità (basato su performance, feedback dei manager, ecc.). |
|                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <ul style="list-style-type: none"><li>• Adottiamo piani di sviluppo per i dipendenti, mostrando loro le opportunità di crescita all’interno dell’azienda</li><li>• Investiamo nella formazione continua e nel trasferimento delle competenze</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                     | Sviluppo della leadership interna: percentuale di posizioni di leadership ricoperte da dipendenti formati internamente.                                          |
|                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <ul style="list-style-type: none"><li>• Abbiamo intenzione di implementare in modo più stabile e continuo una cultura del feedback</li><li>• Abbiamo intenzione di continuare nello sviluppo di programmi di wellbeing</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                  |

S1 - FORZA LAVORO PROPRIA

# S1-5 Obiettivi legati alla gestione degli impatti negativi rilevanti, al potenziamento degli impatti positivi e alla gestione dei rischi e delle opportunità rilevanti

PRAXI si impegna a realizzare le seguenti attività e, al contempo, a monitorarne lo stato di avanzamento e l’impatto sui propri dipendenti e sul business:

| ATTIVITÀ                                                                                                                                                       | PERIODO            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| Conseguire la Certificazione sulla Parità di Genere secondo la norma UNI PdR 125:2022                                                                          | Breve (1 anno)     |
| Far crescere il numero di dipendenti donna in posizioni apicali (dirigenti e quadri direzionali)                                                               | Medio (2 – 5 anni) |
| Rendere più inclusiva la Policy sul Welfare adottata accogliendo il concetto di “genitorialità”                                                                | Fatto              |
| Estendere all’intera popolazione aziendale l’accesso al sistema premiante                                                                                      | Fatto              |
| Far crescere di almeno il 10% il numero di dipendenti a livello nazionale                                                                                      | Medio (2 – 5 anni) |
| Offrire opportunità di formazione per lo sviluppo di competenze distintive a tutta la popolazione aziendale                                                    | Breve (1 anno)     |
| Effettuare una mappatura delle competenze di tutto il personale dipendente dell’azienda                                                                        | Medio (2 – 5 anni) |
| Garantire alla popolazione aziendale di utilizzare forme di lavoro a distanza che possono consentire un miglior equilibrio vita – lavoro (Work – Life Balance) | Fatto              |



S1 - FORZA LAVORO PROPRIA

S1-6 Caratteristiche dei dipendenti dell'impresa

I dati riportati sono stati ottenuti tramite analisi interne e strumenti aziendali, con riferimento all'anno fiscale FY 2024.

186%

Tasso di compensazione del turnover  
(Ingressi/uscite nel periodo x 100)

344.202

Le ore complessive lavorate nel periodo di riferimento

231

Il numero medio annuo dei dipendenti in Italia

| GENERE            | NUMERO MEDIO ANNUO DI DIPENDENTI |
|-------------------|----------------------------------|
| Uomini            | 102                              |
| Donne             | 129                              |
| Altro             | -                                |
| Non comunicato    | -                                |
| Totali dipendenti | 231                              |

| FY 2024                                                                 |        |       |                |        |
|-------------------------------------------------------------------------|--------|-------|----------------|--------|
| DONNE                                                                   | UOMINI | ALTRO | NON COMUNICATO | TOTALE |
| Numero di dipendenti (in numero di persone o ETP)                       |        |       |                |        |
| 129                                                                     | 102    | -     | -              | 231    |
| Numero di dipendenti a tempo indeterminato (in numero di persone o ETP) |        |       |                |        |
| 127                                                                     | 101    | -     | -              | 228    |
| Numero di dipendenti a tempo determinato (in numero di persone o ETP)   |        |       |                |        |
| 2                                                                       | 1      | -     | -              | 3      |

## S1 - FORZA LAVORO PROPRIA

### S1-7 Caratteristiche dei lavoratori non dipendenti nella forza lavoro propria dell'impresa

PRAXI nel 2024 rendiconta una percentuale del totale dei dipendenti coperti da contratti collettivi pari al 100%.

## S1 - FORZA LAVORO PROPRIA

### S1-8 Copertura della contrattazione collettiva e dialogo sociale focus

Contrattazione collettiva:

PRAXI nel 2024 rendiconta una percentuale del totale dei dipendenti coperti da contratti collettivi pari al 100%.  
I seguenti dati sono stati ricavati attraverso analisi interne e strumenti aziendali. Si riferiscono al FY 2024.



S1 - FORZA LAVORO PROPRIA

S1-9 Metriche della diversità

Nel FY 2024 la popolazione aziendale inquadrata come Dirigente risulta essere di 25 unità medie, con una percentuale sul totale medio del personale dipendente di 10,82%.

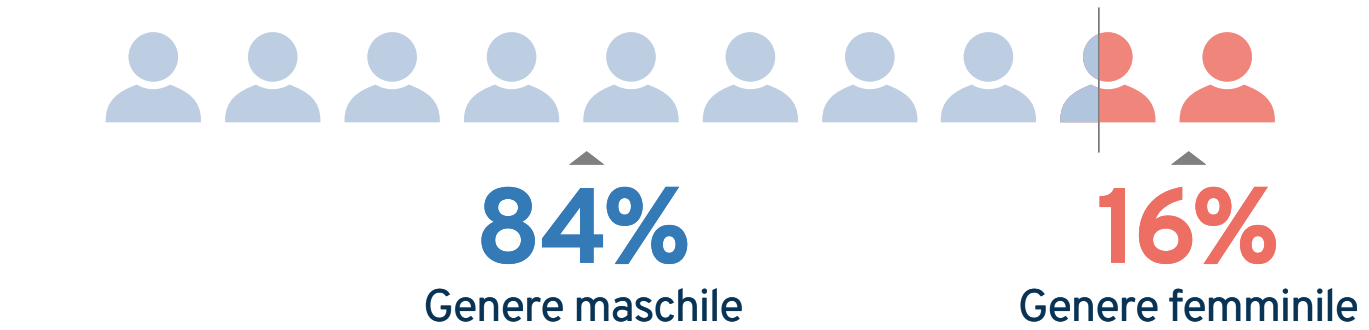
La composizione della popolazione dirigenziale risulta essere:

- 84% Dirigenti di genere maschile sul totale medio dirigenti;
- 16% Dirigenti di genere femminile sul totale medio Dirigenti.

Dirigenti

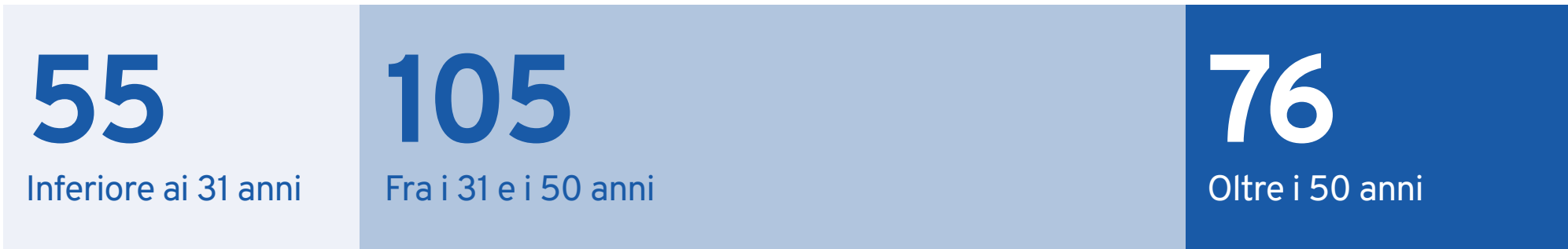
25

Totale medio annuo di Dirigenti



Siamo consapevoli del ruolo cruciale che una leadership diversificata può avere nell’apportare nuove prospettive strategiche e nell’incentivare una cultura aziendale più equa e inclusiva. L’azienda è determinata a monitorare costantemente l’andamento della rappresentanza di genere ai livelli più alti dell’organizzazione, al fine di garantire una crescita sostenibile e socialmente responsabile. Nel prossimo futuro, PRAXI intende adottare iniziative mirate allo sviluppo della leadership femminile.

Totale medio annuo di Dipendenti per età



PRAXI attribuisce grande valore alla diversità generazionale all’interno della propria forza lavoro, considerandola un elemento fondamentale per l’innovazione, la crescita e la continuità aziendale. Un team eterogeneo per età consente di combinare l’entusiasmo e la dinamicità delle risorse più giovani con l’esperienza e la competenza consolidata dei lavoratori senior.

## S1 - FORZA LAVORO PROPRIA

### S1-10 Salari adeguati

PRAXI si impegna a garantire condizioni di lavoro eque e retribuzioni adeguate per tutti i propri dipendenti e collaboratori, in conformità con i parametri di riferimento applicabili nel settore.

PRAXI si impegna a garantire condizioni di lavoro eque e retribuzioni adeguate per tutti i propri dipendenti e collaboratori, in conformità con i parametri di riferimento applicabili nel settore.

L'azienda assicura che la propria forza lavoro percepisca un salario in linea con gli standard normativi e contrattuali, riconoscendo il valore del contributo di ogni risorsa al successo dell'impresa.

## S1 - FORZA LAVORO PROPRIA

### S1-11 Protezione sociale adeguata

PRAXI garantisce a tutto il proprio personale dipendente il pieno rispetto degli istituti di protezione sociale, in conformità con la normativa vigente in Italia e il CCNL di categoria.

Ad integrazione delle prestazioni del welfare pubblico, PRAXI ha adottato un Piano di Welfare aziendale finalizzato ad accrescere il benessere individuale e familiare dei dipendenti, permettendo loro di:

Accedere a prestazioni e servizi integrativi rispetto all'intervento pubblico;

Ottenere un miglioramento del proprio potere d'acquisto.



S1 - FORZA LAVORO PROPRIA

# S1-12 Persone con disabilità

L'Azienda riconosce l'importanza di garantire la piena integrazione delle persone con disabilità, adottando politiche e pratiche che favoriscano la loro partecipazione attiva alla vita aziendale.

PRAXI adempie agli obblighi posti a tutela dell'inserimento nel mondo del lavoro delle persone con disabilità: nel 2024 risultano presenti in media nell'organico 6 persone con disabilità e 3 persone appartenenti a categorie protette (L. 68/99).

PRAXI continuerà a sviluppare iniziative volte a migliorare l'accessibilità, la formazione e l'integrazione professionale delle persone con disabilità, contribuendo così a costruire un ambiente di lavoro sempre più equo e inclusivo.

S1 - FORZA LAVORO PROPRIA

# S1-13 Metriche di formazione e sviluppo delle competenze

PRAXI nel FY204 non ha attivato progetti di valutazione delle prestazioni del proprio personale dipendente.

Nel FY 2024 la percentuale di dipendenti che ha partecipato a corsi di aggiornamento e sviluppo è stata pari al 100%.

| TEMA FORMAZIONE                          | ORE   | %   |
|------------------------------------------|-------|-----|
| contenuti ambito trasversale/soft skills | 1.242 | 22  |
| contenuti ambito tecnico/specialistico   | 1.863 | 33  |
| Obbligatoria                             | 2.522 | 45  |
| TOTALE ORE DI FORMAZIONE EROGATE         | 5.605 | 100 |

## S1 - FORZA LAVORO PROPRIA

# S1-14 Metriche di salute e sicurezza

**La tutela della salute e della sicurezza dei lavoratori rappresenta una priorità assoluta per PRAXI, che si impegna a garantire ambienti di lavoro sicuri e conformi agli standard normativi vigenti.**

Nel periodo di riferimento, PRAXI non ha registrato decessi dovuti a lesioni o malattie connesse al lavoro tra i propri dipendenti. Questo risultato conferma l'efficacia delle politiche di sicurezza adottate e l'attenzione dell'azienda nel promuovere una cultura della prevenzione.

PRAXI continuerà a investire in iniziative di sensibilizzazione, aggiornamento normativo e miglioramento infrastrutturale, con l'obiettivo di mantenere elevati standard di sicurezza e tutelare il benessere di tutti i lavoratori.

Nel periodo di rendicontazione, è stato registrato 1 incidente sul lavoro in itinere con un conseguente tasso di frequenza di infortuni sul lavoro di 2,67 per milione di ore lavorate. Sebbene l'infortunio non abbia avuto esiti fatali, tale evento è stato attentamente analizzato per individuare le cause e implementare azioni correttive volte a prevenire il ripetersi di situazioni simili.

Nel periodo di rendicontazione, il numero di casi riguardanti malattie connesse al lavoro svolto è pari a zero.

PRAXI monitora con attenzione lo stato di salute dei propri dipendenti, riconoscendo l'importanza di prevenire e gestire efficacemente le malattie professionali e gli infortuni. L'Azienda adotta misure preventive mirate, tra cui programmi di sorveglianza sanitaria, formazione specifica e miglioramenti delle condizioni lavorative, al fine di tutelare il benessere dei lavoratori e ridurre l'impatto delle assenze per motivi di salute.

Nel periodo di rendicontazione, PRAXI ha registrato:

- 12 giorni persi a causa di infortuni sul lavoro;
- 0 giorni persi a causa di malattie connesse al lavoro.

In applicazione delle norme contrattuali, PRAXI garantisce ai propri dipendenti – attraverso le casse sanitarie e i fondi di categoria – prestazioni sanitarie integrative del SSN e, in particolare per i dirigenti, garanzie assicurative nei casi di morte, non autosufficienza, invalidità permanente, perdita d'impiego, infortuni professionali ed extraprofessionali.

### Infortuni e malattie



1

Totale incidenti sul lavoro

2,67

Tasso di frequenza di infortuni sul lavoro per milione di ore lavorate

0

Totale casi di malattie connesse al lavoro svolto



S1 - FORZA LAVORO PROPRIA

# S1-15 Metriche dell’equilibrio tra vita professionale e vita privata

Nel corso del 2024 sono stati 40 i dipendenti che hanno usufruito dei congedi familiari e personali nell’ultimo anno di rendicontazione, in particolare per:

- Permessi Legge 104/1992 per sé e per familiari con disabilità;
- Congedi straordinari biennali Legge 104/1992 per familiari con disabilità;
- Congedi di maternità e paternità;
- Congedi parentali;
- Permessi per studio e sostenimento esami;
- Permessi per lutto e grave infermità.

La percentuale di dipendenti che hanno usufruito dei congedi sul totale medio annuo dei dipendenti è pari al 17%.

Congedi



40

Dipendenti che hanno usufruito di congedi familiari e personali

17% sul totale medio annuo dei dipendenti

S1 - FORZA LAVORO PROPRIA

# S1-16 Metriche di remunerazione e divario retributivo e remunerazione totale

PRAXI è impegnata a garantire equità salariale tra i propri dipendenti, promuovendo una cultura aziendale basata sulla valorizzazione del merito, della competenza e delle pari opportunità. Il monitoraggio del divario retributivo di genere, inteso come differenza percentuale tra la retribuzione media degli uomini e quella delle donne, è uno strumento fondamentale per valutare il livello di equità interna e individuare eventuali aree di miglioramento.

Nel periodo di rendicontazione, a parità di mansione e di livelli contrattuali, PRAXI non registra divario retributivo di genere.

Remunerazioni

2,3

Tasso di remunerazione totale annua\*

\*Il tasso di remunerazione totale annua

Remunerazione totale annua per la persona con il salario più elevato dell’impresa

Remunerazione totale annua mediana dei dipendenti (ad esclusione della persona con il salario più elevato)

## S1 - FORZA LAVORO PROPRIA

# S1-17 Incidenti, denunce e impatti gravi in materia di diritti umani

L'azienda adotta politiche rigorose per prevenire qualsiasi forma di discriminazione, promuovendo una cultura basata sul rispetto reciproco e sulla valorizzazione delle diversità.

Nel periodo di rendicontazione, PRAXI non ha registrato alcun episodio di discriminazione. In particolare:

### Sanzioni

0

Denunce ricevute  
per atti discriminatori

0€

Per ammende, sanzioni o risarcimenti  
per episodi discriminatori

Questi risultati confermano l'efficacia delle misure adottate dall'azienda per garantire un ambiente di lavoro etico e conforme ai principi di equità e inclusione.



## S2 – Lavoratori nella catena del valore

PRAXI non rendiconta il presente ESRS tematico in quanto, dall'Analisi di Doppia Materialità condotta, non sono emersi temi rilevanti in relazione a questo standard tematico.

## S3 – Comunità interessate

PRAXI non rendiconta il presente ESRS tematico in quanto, dall'Analisi di Doppia Materialità condotta, non sono emersi temi rilevanti in relazione a questo standard tematico.

## S4 – Consumatori e utilizzatori finali

PRAXI è impegnata a garantire che le politiche relative ai consumatori e/o agli utilizzatori finali siano conformi alle norme riconosciute a livello internazionale pertinenti per i consumatori e/o gli utilizzatori finali, compresi i principi guida delle Nazioni Unite su imprese e diritti umani. Nel corso del 2024 non sono state riscontrate a valle della catena del valore violazioni dei principi del Global Compact delle Nazioni Unite e delle linee guida dell'OCSE.

S4 – CONSUMATORI ED UTILIZZATORI FINALI

SBM-2 Interessi e opinioni dei portatori d’interessi

PRAXI lavora in un mercato B2B e considera gli impatti sulle aziende che fanno parte della sua catena del valore.

| STAKEHOLDERS | WHY                                                                                                                                                                                  | HOW                                                                                                                                    | RESULT                                                                                                                                                                                                                          |
|--------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Clienti      | <ul style="list-style-type: none"><li>• Creazione di valore e fiducia</li><li>• Partecipazione consapevole ai loro obiettivi</li><li>• Supporto alla transizione ecologica</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Coinvolgimento formale e informale attraverso survey specifiche</li></ul>                      | <ul style="list-style-type: none"><li>• Rafforzare le relazioni esistenti e favorirne di nuove puntando alla creazione di partnership solide e durature</li></ul>                                                               |
| Azionisti    | <ul style="list-style-type: none"><li>• Garanzia di una comunicazione trasparente e accurata</li><li>• Garanzie di generazione del valore per gli azionisti</li></ul>                | <ul style="list-style-type: none"><li>• Impegno formale attraverso l’Assemblea generale annuale e il dialogo continuo</li></ul>        | <ul style="list-style-type: none"><li>• Garantire un flusso di informazioni chiaro e affidabile</li><li>• Garantire un ritorno finanziario positivo attraverso crescita e margini</li></ul>                                     |
| Dipendenti   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Partecipazione alla generazione di ricavi e opportunità di crescita</li><li>• Corresponsabilità nelle performance di sostenibilità</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Coinvolgimento formale e informale attraverso scambi quotidiani e incontri specifici</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Garantire un flusso di informazioni chiaro e affidabile</li><li>• Rafforzare sempre di più le relazioni esistenti puntando alla creazione di partnership solide ed autentiche</li></ul> |



## S4 – CONSUMATORI ED UTILIZZATORI FINALI

# SBM-3 Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale

**I clienti rappresentano un elemento centrale nella strategia di PRAXI, contribuendo in modo significativo alla creazione di valore per l'impresa.**

PRAXI ha individuato come tema materiale, nell'ambito di questo specifico standard ESRS, la “Centralità del Cliente”. (Vedere Tabella SBM-3) →

Operando esclusivamente in un mercato Business-to-Business (B2B), PRAXI si distingue come una delle principali società di consulenza in grado di presidiare direttamente tutte le fasi del processo di erogazione dei propri servizi, garantendo un supporto strategico, operativo e specialistico ai clienti attivi nei settori industriali, dei servizi e della pubblica amministrazione. Grazie a un approccio integrato e multidisciplinare,

PRAXI affianca i propri clienti lungo l'intero percorso consulenziale: dall'analisi preliminare e la definizione delle esigenze, alla progettazione delle soluzioni, fino all'implementazione e al monitoraggio dei risultati. Questo modello consulenziale consente di rispondere con flessibilità e precisione alle specifiche necessità di ciascun cliente, assicurando interventi su misura che valorizzano le competenze distintive dei professionisti coinvolti e massimizzano l'impatto dei progetti sul business aziendale.

L'organizzazione si avvale di un team altamente qualificato, composto da consulenti con competenze specialistiche nei settori strategici di riferimento, quali l'organizzazione aziendale, la gestione delle risorse umane, il supporto alla governance, la Sostenibilità (ESG), la valutazione e valorizzazione immobiliare, l'Information Technology e la Digital Transformation. Questo consente

a PRAXI di offrire soluzioni innovative e ad alto valore aggiunto, operando in stretta sinergia con i clienti. Che si tratti di sviluppare un nuovo modello organizzativo, ottimizzare i processi interni o supportare il cambiamento culturale, PRAXI si propone come partner di fiducia, capace di trasformare le esigenze strategiche in risultati concreti e misurabili.

59 anni di esperienza nel settore della consulenza e un portafoglio di servizi completo e personalizzabile, fanno di PRAXI molto più di un semplice fornitore di servizi: la Società si configura come un partner strategico per le organizzazioni che desiderano affrontare con successo le sfide della competitività, dell'innovazione e della sostenibilità. La presenza di sedi operative su tutto il territorio nazionale e la collaborazione con partner internazionali qualificati garantiscono prossimità, tempestività di intervento e un servizio altamente efficiente.

PRAXI riconosce il ruolo centrale dei propri clienti nella generazione del valore d'impresa. Per questo, la Società si impegna a promuovere un modello di relazione basato su ascolto, fiducia e innovazione continua, contribuendo allo sviluppo dei propri clienti e favorendo la crescita sostenibile delle loro organizzazioni. Attraverso un approccio etico, inclusivo e orientato ai risultati, PRAXI garantisce che tutti gli Stakeholders coinvolti – dipendenti, consulenti esterni e partner – possano beneficiare di un ecosistema consulenziale improntato alla responsabilità e alla creazione di valore condiviso.

Il costante impegno della Società nella ricerca dell'eccellenza consulenziale mira a garantire un livello di servizio elevato e soluzioni personalizzate in linea con le esigenze dei clienti. Tuttavia, sono stati individuati alcuni potenziali impatti negativi che potrebbero influenzare l'esperienza complessiva dei clienti.

Un primo rischio è rappresentato dalla possibile difficoltà di interpretare con piena accuratezza le esigenze specifiche di ciascun cliente. PRAXI si distingue per un approccio consulenziale rigoroso e altamente specialistico, ma la complessità dei contesti organizzativi e strategici dei clienti potrebbe talvolta generare disallineamenti tra le soluzioni proposte e le aspettative iniziali. Ciò può comportare la necessità di ulteriori fasi di confronto e revisione dei

progetti, con l'obiettivo di affinare gli interventi e allinearli pienamente alle reali necessità.

Un secondo impatto potenziale è legato all'elevato livello di personalizzazione che caratterizza l'offerta consulenziale di PRAXI. Se da un lato la customizzazione dei servizi rappresenta un valore aggiunto distintivo, dall'altro può determinare complessità nella gestione dei costi e nella sostenibilità economica delle attività progettuali. La necessità di adattare costantemente metodologie e approcci alle specificità del cliente può comportare tempi più lunghi di realizzazione e la revisione dei parametri economici dei progetti, con possibili riflessi sulle condizioni commerciali applicate.

PRAXI è consapevole di queste sfide e si impegna quotidianamente a mitigarne gli effetti, mantenendo un dialogo costante e trasparente con i propri clienti, investendo nella formazione continua del proprio capitale umano e adottando strumenti e metodologie all'avanguardia per garantire la qualità e l'efficacia dei propri servizi.



## S4 – CONSUMATORI ED UTILIZZATORI FINALI

# S4-1 Politiche connesse ai consumatori e agli utilizzatori finali

PRAXI lavora in un mercato B2B e considera gli impatti sulle aziende che fanno parte della sua catena del valore.

Le nostre politiche per la gestione dei clienti sono elencate di seguito:

**Codice Etico**

**Modello di  
Organizzazione  
ai sensi del  
Dlgs 231/2001**

**Policy di  
Whistleblowing**

**Modello di gestione  
della qualità  
(ISO 9001)**

**GDPR Informativa  
sulla privacy dei dati**

**Politica generale  
sulla sicurezza  
delle informazioni  
e Data Breach**

## S4 – CONSUMATORI ED UTILIZZATORI FINALI

# S4-2 Processi di coinvolgimento dei consumatori e degli utilizzatori finali in merito agli impatti

**PRAXI riconosce che il coinvolgimento attivo dei clienti è essenziale per garantire un servizio efficace e per mitigare gli impatti negativi individuati attraverso l'Analisi di Doppia Materialità.**

Il nostro approccio si basa su un dialogo aperto e continuo, supportato da strumenti digitali e strategie personalizzate che ci permettono di comprendere le esigenze specifiche di ciascun cliente e di co-progettare soluzioni efficaci.

Attraverso focus group, workshop di co-design, interviste strutturate e survey dedicate, raccogliamo insight direttamente dai nostri clienti per comprendere le sfide che affrontano e come con i nostri servizi possiamo soddisfare le loro aspettative. Questo approccio consente di:

- Efficientare le nostre attività di consulenza ottimizzando l'investimento di risorse da impegnare nella realizzazione di un progetto;
- Aumentare l'efficacia delle nostre attività di consulenza orientandole alla piena comprensione e soddisfazione delle esigenze del cliente.

Lavoriamo affinché i clienti abbiano aspettative realistiche e allineate agli obiettivi di ciascun progetto. Lo facciamo attraverso:

- Confronti iniziali per la definizione di obiettivi e di risultati attesi;
- Confronti periodici e incontri di revisione per aggiornare i clienti sull'andamento delle attività e raccogliere feedback continui finalizzati alla piena rispondenza tra esigenza e risposta.

Investiamo costantemente nella diversificazione dei nostri servizi e nell'espansione del nostro network. Grazie a partnership strategiche con associazioni di categoria, enti formativi e aziende leader in settori complementari, riusciamo a offrire soluzioni sempre più integrate e a intercettare nuove opportunità di business.

Grazie a queste strategie, il nostro impegno nel coinvolgimento dei clienti non si limita a una semplice interazione transazionale, ma si traduce in una vera e propria partnership di valore. Attraverso un approccio basato sulla collaborazione, la trasparenza e il miglioramento continuo, ci assicuriamo che le aziende con cui lavoriamo possano affrontare con successo le loro sfide e cogliere nuove opportunità di crescita sostenibile.



## S4 – CONSUMATORI ED UTILIZZATORI FINALI

# S4-3 Processi per porre rimedio agli impatti negativi e canali che consentono ai consumatori finali di esprimere preoccupazioni

Durante l'intero ciclo di vita del progetto PRAXI assicura un dialogo costante con il cliente, attraverso riunioni periodiche di avanzamento e momenti di verifica dei risultati intermedi.

Questo approccio, di tipo AGILE, utile a raccogliere in tempo reale eventuali lamentele e spunti di miglioramento per offrire un prodotto sempre più rispondente alle richieste e un servizio sempre più efficiente, consente alla Società di offrire servizi allineati alle esigenze dei clienti e a ridurre al minimo, fino ad eliminarlo, ogni rischio di impatto negativo.

S4 – CONSUMATORI ED UTILIZZATORI FINALI

S4-4 Interventi sugli impatti rilevanti per consumatori e utilizzatori finali, approcci per la gestione dei rischi e il conseguimento delle opportunità, ed efficacia delle azioni intraprese

Per mitigare gli eventuali impatti negativi, PRAXI investe costantemente in un dialogo attivo e in un ascolto proattivo dei clienti, al fine di garantire una comunicazione chiara e trasparente sin dalle fasi iniziali dello sviluppo del servizio.

Riportiamo di seguito azioni specifiche legate ai temi materiali emersi nell'Analisi di Doppia Materialità sviluppata:

| TEMA MATERIALE         | SPECIFICA DEL TEMA MATERIALE                                                                                                                                                                                                                | MISURE DI MITIGAZIONE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | KPI                                                                                                                                                                                                                                     |
|------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Centralità del cliente | Per “Centralità del Cliente” PRAXI intende l'attenzione nel comprendere e soddisfare i bisogni dei clienti, fornendo soluzioni personalizzate, servizi di qualità e un'esperienza che crei valore e rafforzi relazioni di fiducia durature. | <ul style="list-style-type: none"><li>• Pur nella difesa della qualità del nostro intervento, siamo sempre attenti ad adottare una sana e corretta politica di pricing e all'ottimizzazione dei costi.</li><li>• Effettuiamo monitoraggio e analisi costanti (tendenzialmente mensili) della redditività aziendale e dei progetti.</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <ul style="list-style-type: none"><li>• Tasso di soddisfazione del cliente.</li><li>• Tasso di fidelizzazione del cliente: percentuale di clienti che continuano a fare affari con l'azienda su un periodo di tempo definito.</li></ul> |
|                        |                                                                                                                                                                                                                                             | <ul style="list-style-type: none"><li>• Gestiamo in modo proattivo le aspettative dei clienti.</li><li>• Cerchiamo in modo continuo e puntuale di raccogliere il grado di soddisfazione dei clienti, intervenendo tempestivamente nel caso non sia positivo.</li><li>• Abbiamo policy interne di gestione di eventuali crisi reputazionali, che ci consentono di rispondere tempestivamente a recensioni negative o situazioni critiche.</li><li>• Investiamo in ricerca e sviluppo per adattarci rapidamente alle evoluzioni del mercato e alle nuove esigenze dei clienti.</li><li>• Abbiamo processi aziendali strutturati per essere più agili e capaci di rispondere ai cambiamenti di mercato.</li><li>• Ci confrontiamo continuamente con i competitor per identificare best practice e nuove opportunità di crescita.</li></ul> |                                                                                                                                                                                                                                         |



## S4 – CONSUMATORI ED UTILIZZATORI FINALI

# S4-5 Obiettivi legati alla gestione degli impatti rilevanti negativi, al potenziamento degli impatti positivi e alla gestione dei rischi e delle opportunità rilevanti

In riferimento al nostro approccio e alla gestione della relazione con il cliente - elemento centrale della nostra attività - non sono stati individuati obiettivi materiali specifici da perseguire in questa fase. Ciò è dovuto al fatto che il nostro processo operativo, ormai consolidato, assicura quotidianamente il rispetto e l'allineamento con le politiche aziendali vigenti.



# PRAXI per la Prosperità



G1 – CONDOTTA AZIENDALE

GOV-1 Ruolo degli organi di amministrazione, direzione e controllo

Riferirsi a ESRS2 GOV 1

PRAXI

L'azienda

ESRS 2

PRAXI per il Pianeta

PRAXI per le Persone

PRAXI per la Prosperità

Conclusioni

Appendice

 29 di 129

GOVERNANCE

GOV1 - Il ruolo dell'Amministrazione, della Direzione e organi di Controllo

PRAXI ha adottato un sistema di Governance tradizionale, costituito da: Assemblea dei Soci, Consiglio di Amministrazione (CdA) e Collegio Sindacale. Caratteristica distintiva della Governance di PRAXI è rappresentata dal fatto che tutti i soci sono operativi all'interno dell'organizzazione.

**CDA**

Ai sensi dell'articolo 16 dello Statuto, il Consiglio di Amministrazione ha i più ampi poteri per la gestione ordinaria e straordinaria della Società senza limitazioni, esclusi soltanto quelli che la legge e lo statuto riservano all'Assemblea.

Al CdA fanno quindi capo le funzioni e la responsabilità degli indirizzi strategici ed organizzativi, nonché la verifica dell'esistenza dei controlli necessari per monitorare l'andamento della Società e delle società del Gruppo.

Consiglio di amministrazione

| NOME                  | CARICA                                       | TERMINE CARICA                               |
|-----------------------|----------------------------------------------|----------------------------------------------|
| Giulio Crosetto       | Presidente Onorario, Consigliere con deleghe | Fino approvazione del bilancio al 31/12/2024 |
| Vito M. Crosetto      | Presidente Esecutivo                         |                                              |
| Maurizio Negri        | Vice Presidente Vicario                      |                                              |
| Piercarlo Andreoletti | Vice Presidente                              |                                              |
| Maria Teresa Cerutti  | Vice Presidente                              |                                              |
| Antonio Gamba         | Vice Presidente                              |                                              |
| Marco Andreoletti     | Amministratore Delegato                      |                                              |
| Mara Crosetto         | Consigliere con deleghe                      |                                              |
| Jan Spaic             | Consigliere con deleghe                      |                                              |
| Elena Caffarena       | Consigliere                                  |                                              |
| Andrea Del Monte      | Consigliere                                  |                                              |
| Marco Giugliano       | Consigliere                                  |                                              |
| Daniele Gurioli       | Consigliere                                  |                                              |
| Paolo Longobardi      | Consigliere                                  |                                              |
| Francesco Rossi       | Consigliere                                  |                                              |
| Fabio Sola            | Consigliere                                  |                                              |

## G1 – CONDOTTA AZIENDALE

# IRO-1 Descrizione dei processi per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti

Come delineato nel nostro processo complessivo ESRS2 IRO-1, PRAXI ha adottato un approccio strutturato per valutare in modo accurato la propria esposizione ai rischi e alle opportunità legate alla Sostenibilità.

La condotta aziendale è essenziale per il nostro modello di business, che dipende fortemente dalla competenza e dall'impegno della nostra forza lavoro e dei lavoratori lungo la nostra catena del valore.

Il rispetto della legislazione vigente e delle linee guida internazionali sulla condotta etica delle imprese è una priorità, sia per le potenziali conseguenze legali immediate - e, a loro volta, economiche - della non conformità, sia per gli effetti sulla capacità di raggiungere gli obiettivi aziendali in merito al mantenimento di una

forza lavoro efficiente e competente. La promozione di una cultura aziendale volta a proteggere i dipendenti e gli altri Stakeholders da potenziali impatti sui diritti umani, prevenire episodi di corruzione e proteggere gli informatori che segnalano queste o altre questioni, non è solo strettamente necessaria da un punto di vista legale e in termini di ottenimento della licenza di operare, ma anche vitale per la nostra strategia sociale interna e gli obiettivi commerciali.

I temi di governance rilevanti per PRAXI sono:

- Solidità patrimoniale e finanziaria;
- Condotta Etica del Business informatica.



G1 – CONDOTTA AZIENDALE

# G1-1 Politiche interne e corporate culture nella condotta degli affari

In merito ai meccanismi adottati per l’identificazione, la segnalazione e l’approfondimento di eventuali comportamenti illeciti o in violazione del Codice Etico, PRAXI ha implementato dal 2015 un proprio Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ai sensi del D.Lgs. 231/2001 ➡ distribuito a tutto il personale dipendente.

In conformità con i requisiti normativi previsti dalla legislazione nazionale di recepimento della Direttiva UE sulla protezione dei whistleblower, PRAXI ha implementato un sistema di segnalazione indipendente e autonomo, accessibile a tutti i dipendenti. (link sistema whistleblowing)

Tutti i nuovi dipendenti ricevono una formazione sulla condotta aziendale, in conformità con le linee guida definite da PRAXI. Vengono forniti documenti e informazioni relative a:

- Codice Etico e il Modello Organizzativo 231/2021;
- Le possibili conseguenze del mancato rispetto delle relative linee guida e policy;
- I canali di comunicazione disponibili per la segnalazione di reclami o incidenti, ad esempio il Whistleblower System;
- Dove e come le policy sono rese disponibili.

| ATTIVITÀ                                                                                                       | PERIODO            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| Mantenere la propria solidità patrimoniale-finanziaria                                                         | Breve (1 anno)     |
| Far crescere di almeno il 10% il valore della produzione e il valore degli utili generati                      | Medio (2 – 5 anni) |
| Far evolvere la propria organizzazione in modo che sia sempre rispondente ai trend e alle esigenze del mercato | Medio (2 – 5 anni) |
| Introdurre nei propri servizi di consulenza strumenti e soluzioni basate sull’Intelligenza Artificiale         | Breve (1 anno)     |
| Aumentare del 10% i contributi ad iniziative con valenza sociale                                               | Medio (2 – 5 anni) |
| Confermare e implementare il progetto PRAXI4YOU a favore dei manager aziendali in difficoltà                   | Breve (1 anno)     |

## G1 – CONDOTTA AZIENDALE

# G1-2 Gestione dei rapporti con i fornitori

PRAXI, in quanto società di consulenza, ritiene non applicabile questo obbligo di rendicontazione in considerazione della natura del proprio business.



G1 – CONDOTTA AZIENDALE

# G1-3 Procedure interne di prevenzione e scoperta di atti di corruzione e concussione

In merito ai meccanismi adottati per prevenire e identificare possibili atti di corruzione e concussione, PRAXI ha adottato a partire dal 2015 il Modello Organizzativo 231/2021 ➡ distribuito a tutto il personale dipendente della sua organizzazione.

Tutti i nuovi dipendenti ricevono una formazione sulla condotta aziendale, in conformità con le linee guida definite da PRAXI. Vengono forniti documenti e informazioni relative a:

- Codice Etico e il Modello Organizzativo 231/2021;
- Le possibili conseguenze del mancato rispetto delle relative linee guida e policy;
- I canali di comunicazione disponibili per la segnalazione di reclami o incidenti, ad esempio il Whistleblower System;
- Dove e come le policy sono rese disponibili.

G1 – CONDOTTA AZIENDALE

# G1-4 Casi avvenuti di corruzione e concussione

Nel 2024 non abbiamo avuto incidenti, condanne o multe per violazione delle leggi anticorruzione e anti-concussione, né per violazioni delle procedure e degli standard in relazione alla lotta alla concussione e alla corruzione.

| EPISODI DI CORRUZIONE E DI CONCUSSIONE                                          | 2024 |
|---------------------------------------------------------------------------------|------|
| Numero di condanne per violazione delle leggi anticorruzione e anti-concussione | 0    |
| Multe per violazione delle leggi anticorruzione e anti-concussione              | 0    |
| WHISTLEBLOWER REPORTS                                                           | 2024 |
| Numero di segnalazioni effettuate tramite il sistema di segnalazione            | 0    |
| Numero di segnalazioni nell'ambito del sistema di segnalazione                  | 0    |

G1 – CONDOTTA AZIENDALE

# G1-5 Impegno politico e attività di lobbying

PRAXI, nello svolgimento delle proprie attività di business, non attua iniziative di natura politica o di lobbying, né fornisce supporto finanziario a tali attività.

Nessun componente dell’organo di governance di PRAXI risulta essere stato nominato, nei due anni precedenti il proprio incarico, in organi di governance di amministrazioni pubbliche.

G1 – CONDOTTA AZIENDALE

# G1-6 Politiche di pagamento con i partner commerciali

| PRATICHE DI PAGAMENTO                                      | 2024 |
|------------------------------------------------------------|------|
| Giorni medi di pagamento ai fornitori                      | 60   |
| Percentuale di pagamenti in linea con i termini concordati | 100% |
| Numero di cause legali per ritardati pagamenti             | 0    |





[L'azienda](#)

[ESRS 2](#)

[PRAXI per il Pianeta](#)

[PRAXI per le Persone](#)

[PRAXI per la Prosperità](#)

[Conclusioni](#)

[Appendice](#)



125 di 130

# Conclusioni



# Conclusioni

**Il presente Bilancio di Sostenibilità rappresenta per PRAXI un ulteriore passo in un percorso intrapreso nel 2023 con consapevolezza e determinazione.**

La scelta di rendicontare in modo trasparente il nostro impatto ambientale, sociale e di governance (ESG) non è solo un atto formale, ma l'espressione concreta della nostra convinzione che la Sostenibilità sia un valore imprescindibile per il futuro dell'Azienda, dei nostri Stakeholders e della comunità in cui operiamo. Crediamo fermamente che un modello di business responsabile e sostenibile sia la chiave per creare valore nel lungo termine, riducendo gli impatti negativi e potenziando le opportunità di crescita e innovazione. Per questo, il nostro impegno non si esaurisce con questo report: nei prossimi anni continueremo a investire nel miglioramento delle nostre performance ESG, rafforzando le nostre politiche ambientali, sociali e di governance.

Sappiamo che la strada verso la Sostenibilità è un percorso in continua evoluzione, ma siamo pronti ad affrontare le sfide future con lo stesso spirito di innovazione, responsabilità e attenzione che da sempre caratterizzano la nostra Società.



# Appendice



# Stato Patrimoniale e Conto Economico

| Stato Patrimoniale Attivo |    |                                        |            |            | Stato Patrimoniale Passivo |     |                                        |            |            |
|---------------------------|----|----------------------------------------|------------|------------|----------------------------|-----|----------------------------------------|------------|------------|
|                           |    | DESCRIZIONE                            | 31/12/24   | 31/12/23   |                            |     | DESCRIZIONE                            | 31/12/24   | 31/12/23   |
| B                         |    | IMMOBILIZZAZIONI                       | 22.095.017 | 21.944.329 | A                          |     | PATRIMONIO NETTO                       | 25.409.783 | 24.943.801 |
|                           | I  | Immateriali                            | 2.795.893  | 1.944.918  |                            | I   | Capitale sociale                       | 6.000.000  | 6.000.000  |
|                           | I  | Materiali                              | 15.169.182 | 15.890.969 |                            | III | Riserve di rivalutazione               | 7.804.637  | 7.804.637  |
|                           | I  | Finanziarie                            | 3.129.942  | 4.108.442  |                            | IV  | Riserva legale                         | 1.200.000  | 1.200.000  |
| C                         |    | ATTIVO CIRCOLANTE                      | 13.569.223 | 13.298.893 |                            | VI  | Altre riserve distintamente indicate   | 7.694.976  | 7.055.427  |
|                           | I  | Rimanenze                              | 2.619.696  | 2.329.128  |                            | IX  | Utile (perdita) dell'esercizio         | 2.710.170  | 2.883.737  |
|                           | II | Crediti                                | 6.427.201  | 6.507.800  | B                          |     | FONDI PER RISCHI E ONERI               | 447.650    | 464.330    |
|                           |    | Esigibili entro l'esercizio successivo | 6.118.037  | 6.196.518  | C                          |     | TRATTAMENTO FINE RAPPORTO              | 1.492.902  | 1.481.515  |
|                           | IV | Disponibilità liquide                  | 4.522.326  | 4.461.965  | D                          |     | DEBITI                                 | 8.655.841  | 8.707.548  |
| D                         |    | RATEI E RISCONTI ATTIVI                | 366.116    | 388.613    |                            |     | Esigibili entro l'esercizio successivo | 6.814.502  | 6.673.323  |
|                           |    | TOTALE ATTIVITA'                       | 36.030.356 | 35.631.835 |                            |     | Esigibili oltre l'esercizio successivo | 1.841.339  | 2.034.225  |
|                           |    |                                        |            |            | E                          |     | RATEI E RISCONTI PASSIVI               | 24.180     | 34.641     |
|                           |    |                                        |            |            |                            |     | TOTALE PASSIVITA'                      | 36.030.356 | 35.631.835 |



Conto Economico

|    | DESCRIZIONE                                              | 31/12/24   | 31/12/23   |
|----|----------------------------------------------------------|------------|------------|
| A  | VALORE DELLA PRODUZIONE                                  | 26.268.589 | 25.307.874 |
| 1  | Ricavi delle vendite e delle prestazioni                 | 25.793.798 | 24.811.646 |
| 3  | Variazioni di lavori in corso su ordinazione             | 290.568    | 329.534    |
| 5  | Altri ricavi e proventi con separata indicazione del     | 184.223    | 166.694    |
| B  | COSTI DELLA PRODUZIONE                                   | 23.267.828 | 21.644.617 |
| 6  | Per materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci    | 30.275     | 34.313     |
| 7  | Per servizi                                              | 5.572.350  | 5.186.969  |
| 8  | Per godimento di beni di terzi                           | 715.464    | 678.292    |
| 9  | Per il personale                                         | 15.249.360 | 14.192.921 |
| a  | Salari e stipendi                                        | 11.052.057 | 10.246.308 |
| b  | Oneri sociali                                            | 3.377.068  | 3.194.365  |
| c  | Trattamento di fine rapporto                             | 820.235    | 752.248    |
| 10 | Ammortamenti e svalutazioni                              | 1.233.174  | 1.108.720  |
| a  | Ammortamento delle immobilizzazioni immateriali          | 365.063    | 241.864    |
| b  | Ammortamento delle immobilizzazioni materiali            | 819.017    | 824.595    |
| d  | Svalutazione dei crediti compr. all'attivo c. e disp. l. | 49.094     | 42.261     |
| 14 | Oneri diversi di gestione                                | 467.205    | 443.402    |
|    | Differenza tra valore e costi della produzione (A-B)     | 3.000.761  | 3.663.257  |

|         | DESCRIZIONE                                                       | 31/12/24  | 31/12/23  |
|---------|-------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|
| C       | PROVENTI E ONERI FINANZIARI                                       | 581.001   | 232.133   |
| 15      | Proventi da partecipazioni da imprese controllate                 | 518.500   | 200.000   |
| 16      | Altri proventi finanziari                                         | 90.257    | 67.542    |
| a       | da crediti iscritti nelle immobilizzazioni                        | 30.000    | 17.589    |
| b       | da titoli iscritti nelle immobilizzazioni                         | -         | 2.434     |
| d       | Proventi diversi dai precedenti                                   | 60.257    | 47.519    |
| 17      | Interessi e altri oneri finanziari                                | -30.623   | -36.706   |
|         | Altri                                                             | -30.623   | -36.706   |
| 17-bis) | Utili e perdite su cambi                                          | 2.867     | 1.297     |
| D       | RETTIFICHE DI VALORE DI ATTIVITÀ FINANZIARIE                      | -         | -         |
| 18      | Rivalutazioni                                                     | -         | -         |
|         | di partecipazioni                                                 | -         | -         |
|         | RISULTATO PRIMA DELLE IMPOSTE                                     | 3.581.762 | 3.895.390 |
| 20      | Imposte sul reddito dell'eserc. corrente, differite ed anticipate | 916.320   | 1.011.653 |
|         | Imposte correnti                                                  | -         | 1.043.005 |
|         | Imposte differite e anticipate                                    | -46.001   | -31.352   |
|         | UTILE DELL'ESERCIZIO                                              | 2.710.170 | 2.883.737 |



**PRAXI** Group:

**PRAXI**

**Organizzazione e Consulenza**

Bologna Firenze Genova Milano Napoli  
Padova Roma Torino Trento Verona  
[www.praxi.praxi](http://www.praxi.praxi)

**PRAXI Intellectual Property**

**Consulenza in Proprietà Industriale e Intellettuale**

Torino Civitanova M. Genova Firenze Lugano Milano  
Padova Roma Savona Trento Venezia M. Verona  
[www.praxi-ip.praxi](http://www.praxi-ip.praxi)

**PRAXI Alliance**

**Worldwide Executive Search**

[www.praxialliance.praxi](http://www.praxialliance.praxi)

**PRAXI Valuations**

**Global Independent Advisers**

[www.praxivaluations.praxi](http://www.praxivaluations.praxi)

**UpsideTown**

**Real Estate & Green Energy Crowdfunding**

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

**Consalia**

**Sales Business School**

London  
[www.consalia.com](http://www.consalia.com)



Seguici

