



Report di Sostenibilità 2023

Indice

Lettera agli Stakeholder	3
Nota metodologica	5
1. Digital Bros: chi siamo	8
1.1. <i>La storia</i>	8
1.2. <i>Modello di Business</i>	9
1.3. <i>Filosofia e valori</i>	12
1.4. <i>Modello di governance</i>	13
2. Il nostro percorso di sostenibilità	18
2.1. <i>Mappa degli stakeholder</i>	19
2.2. <i>Analisi di materialità</i>	20
3. Performance economica e Governance	23
3.1 <i>Performance economiche</i>	23
3.2 <i>Etica aziendale e compliance</i>	26
4. Responsabilità sociale	33
4.1. <i>Gestione e sviluppo del capitale umano</i>	33
4.2. <i>Comunità locali</i>	41
4.3. <i>Player satisfaction</i>	43
4.4. <i>Filiera responsabile</i>	45
5. Ambiente e cambiamento climatico	48
5.1 <i>Consumo di energia ed emissioni di gas serra</i>	49
5.2 <i>Gestione dei rifiuti</i>	51
6. Appendice	53
6.1. <i>Indicatori di risultato</i>	53
6.2. <i>GRI Context Index</i>	67

Lettera agli Stakeholder

Cari Stakeholder,

il Report di Sostenibilità 2023 del Gruppo Digital Bros rappresenta un'ulteriore conferma del nostro impegno verso i principi di sostenibilità ambientale, sociale e di governance ("ESG"). Infatti, dopo aver adottato la Politica ESG del Gruppo, il Codice di Condotta e la Politica di Engagement degli Azionisti, il Report riafferma l'impegno del Gruppo per garantire la massima trasparenza nel dialogo con tutti i portatori di interesse, fornendo un quadro sintetico dei principali risultati raggiunti e delle sfide affrontate da Digital Bros nell'esercizio concluso il 30 giugno 2023.

L'obiettivo principale del Report consiste nel fornire una visione il più possibile completa degli sforzi compiuti per integrare le questioni di sostenibilità nelle operazioni quotidiane del Gruppo. Per Digital Bros, infatti, la capacità di adattarsi alle mutevoli condizioni di mercato non riguarda solamente le attività della Società e delle sue controllate, ma anche le modalità in cui collabora con tutti i partner nella catena del valore e con i consumatori finali. In questo contesto, le considerazioni di sostenibilità sono intrinsecamente incluse all'interno del modello di business e nelle decisioni strategiche del Gruppo, avendo tutte l'obiettivo comune della creazione di valore a lungo termine. Il Report offre una panoramica delle modalità in cui, ad oggi, i principi ESG sono integrati nel processo decisionale di Digital Bros, come punto di partenza del percorso che porterà alla redazione del primo Bilancio di Sostenibilità in conformità alla Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) alla fine del prossimo esercizio.

Durante il periodo di rendicontazione, il Gruppo ha generato ricavi per €118 milioni, segnando una diminuzione del 10,8% rispetto all'esercizio precedente. Il contesto competitivo post-pandemico, caratterizzato da una inferiore liquidità di mercato, un eccesso di nuove uscite di videogiochi ed una maggiore selettività dei consumatori, rende più difficile attrarre i giocatori verso nuove proprietà intellettuali e, di conseguenza, raggiungere i livelli di ricavi e volumi attesi. Nonostante le difficoltà, il Gruppo è comunque riuscito a mantenere un buon livello di redditività, con un EBIT di €19,3 milioni anche a seguito di svalutazioni legate ai risultati inferiori alle attese di alcuni nuovi lanci. In un'ottica più positiva, i ricavi del settore operativo Free to Play sono più che triplicati, con un aumento di €14,9 milioni, per effetto dell'acquisizione dell'editore statunitense 505 Go Inc..

Il Gruppo ha recentemente rivisto la sua strategia editoriale per allinearla alle attuali condizioni di mercato. La crescita futura sarà guidata da titoli la cui proprietà intellettuale è posseduta dal Gruppo o in co-proprietà con lo sviluppatore, con le nuove uscite concentrate in specifiche nicchie di mercato, e da un contestuale processo di riduzione dei costi, implementato prestando la massima attenzione alle implicazioni ESG di queste decisioni ed impegnandosi ad assicurare la massima trasparenza nell'affrontare questi cambiamenti.

Questi mesi difficili hanno evidenziato quanto sia importante essere flessibili per riuscire ad accogliere il cambiamento, adattandosi ed evolvendo il proprio modello di business in base al contesto di mercato. In queste dinamiche, i principi ESG diventeranno sempre più importanti per permettere uno sviluppo sostenibile. Nel breve periodo, il Gruppo lavorerà al proprio piano di sostenibilità, considerando i punti di forza e le aree di miglioramento emerse in questo Report. Il piano includerà la formalizzazione di alcuni

processi di monitoraggio e due diligence lungo l'intera catena del valore, anche attraverso l'istituzione di un nuovo comitato all'interno del Consiglio di amministrazione, dedicato a sviluppare e supportare iniziative in questo senso, allineando la crescita sostenibile del Gruppo con gli interessi dei suoi stakeholder.

Cogliamo l'occasione per ringraziare i nostri azionisti, dipendenti, partner e tutti gli stakeholder per la fiducia ed il supporto. Il vostro contributo è stato fondamentale per superare le recenti difficoltà e, insieme, continueremo a guidare il Gruppo verso un successo sostenibile.

Nota metodologica

Il primo Report di Sostenibilità di Digital Bros S.p.A. (“Digital Bros” o “Gruppo”) intende rappresentare l’approccio del Gruppo rispetto all’integrazione della sostenibilità nelle operazioni aziendali, fornendo un quadro delle prestazioni in ambito ambientale, sociale e di governance nel corso dell’esercizio 2022-2023 (periodo dal 1° luglio 2022 al 30 giugno 2023, “l’Esercizio”).

La relazione è stata redatta sulla base di una selezione dei “*Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards*” (“Standard GRI”) definiti dalla *Global Reporting Initiative* (GRI). La tabella “*GRI Context Index*” riportata in appendice al documento illustra gli indicatori GRI ritenuti più rilevanti per l’attività del Gruppo e, di conseguenza, rendicontati al 30 giugno 2023. Ove disponibili, la relazione include anche i dati relativi all’esercizio precedente (30 giugno 2022)¹, così da valutare le attività su un periodo più esteso e confrontare direttamente i risultati nei due esercizi.

I temi trattati nel presente Report di Sostenibilità sono stati selezionati sulla base dei risultati ottenuti dall’analisi di materialità 2023, che ha portato all’identificazione delle questioni più rilevanti per il Gruppo in tema di sostenibilità (“temi materiali”). L’analisi di materialità 2023 è stata realizzata come aggiornamento della valutazione condotta nel 2022. Il management del Gruppo ha validato i temi materiali oggetto della rendicontazione, così come descritti nel seguente paragrafo “Analisi di Materialità”.

Il parametro di rendicontazione comprende le seguenti società, consolidate integralmente nel Bilancio Consolidato del Gruppo al 30 giugno 2023:

- Digital Bros S.p.A.
- 505 Games S.p.A.
- 505 Mobile S.r.l.
- Game Entertainment S.r.l.
- Hook S.r.l.
- AvantGarden S.r.l.
- Digital Bros Game Academy S.r.l.
- Kunos Simulazioni S.r.l.
- Supernova Games Studios S.r.l.
- DR Studios Ltd.
- 505 Games Ltd.
- 505 Games (US) Inc.
- 505 Games Interactive (US) Inc.
- 505 Go Inc.
- 505 Mobile (US) Inc.
- Chrysalide Jeux et Divertissement Inc.
- Ingame Studios a.s.
- 505 Games Australia Pty Ltd.

¹ 505 Go Inc. è stata acquisita dal Gruppo nell’esercizio 2023 e, per effetto di ciò, non sono disponibili dati comparativi per l’esercizio precedente. Tutti i dati presentati si riferiscono alle attività e performance dalla data di acquisizione (luglio 2022).

- Infinity Plus Two Pty Ltd.
- Infinite Interactive Pty Ltd.
- Digital Bros Asia Pacific (HK) Ltd.
- Digital Bros China (Shenzhen) Ltd.
- 505 Games Japan K.K.

Le seguenti società, seppur consolidate integralmente nel Bilancio Consolidato del Gruppo al 30 giugno 2023, sono state escluse dall'ambito di rendicontazione a causa della natura delle operazioni o in quanto oggetto di cessazione nel periodo di raccolta dei dati:

- 505 Games France S.a.s.
- 505 Games Spain S.l.u.
- 505 Games GmbH
- Rasplata B.V.

Le società Seekhana Ltd. e Game Network s.r.l. sono state escluse dal perimetro di rendicontazione in quanto non operative nel periodo.

Eventuali ulteriori esclusioni a causa dell'indisponibilità dei dati sono state opportunamente segnalate nelle note a piè di pagina di ciascun paragrafo.

Per semplificare il processo di rendicontazione, i dati sono stati raccolti e aggregati per Paese o per area geografica. Tale approccio risponde all'esigenza di rendicontare dati di diverse entità legali operanti all'interno della stessa sede e riflette la gestione della struttura operativa del Gruppo, in cui le controllate appartenenti alla stessa area geografica condividono risorse e infrastrutture.

Nei casi in cui la rendicontazione dei dati quantitativi per area geografica sia richiesta dagli standard GRI la suddivisione è stata la seguente:

Europa	Italia	<ul style="list-style-type: none"> • Digital Bros S.p.A • 505 Games S.p.A. • 505 Mobile S.r.l. • Game Entertainment S.r.l. • Hook S.r.l. • AvantGarden S.r.l. • Digital Bros Game Academy S.r.l. • Kunos Simulazioni S.r.l. • Supernova Games Studios S.r.l.
	Repubblica Ceca	<ul style="list-style-type: none"> • Ingame Studios a.s.

	Regno Unito	<ul style="list-style-type: none"> • DR Studios Ltd. • 505 Games Ltd.
Nord America	Stati Uniti	<ul style="list-style-type: none"> • 505 Games (US) Inc. • 505 Games Interactive (US) Inc. • 505 Go Inc. • 505 Mobile (US) Inc.
	Canada	<ul style="list-style-type: none"> • Chrysalide Jeux et Divertissement Inc
Australia	Australia	<ul style="list-style-type: none"> • 505 Games Australia Pty Ltd. • Infinity Plus Two Pty Ltd. • Infinite Interactive Pty Ltd.
Asia	Asia	<ul style="list-style-type: none"> • Digital Bros Asia Pacific (HK) Ltd. • Digital Bros China (Shenzhen) Ltd. • 505 Games Japan K.K.

Per garantire una maggiore affidabilità dei dati, l'uso di stime è stato ridotto al minimo e, ove necessarie, le stime sono state calcolate utilizzando le più opportune metodologie disponibili e sono state opportunamente segnalate nel documento.

Non si evidenziano cambiamenti significativi nella struttura organizzativa, dimensione, struttura proprietaria e nella catena di fornitura del Gruppo nel periodo di rendicontazione.

Il Report di Sostenibilità 2023 di Digital Bros non è stato oggetto di revisione esterna.

Il Consiglio di amministrazione di Digital Bros ha discusso e approvato il presente Report di Sostenibilità in data 14 novembre 2024.

Per ulteriori informazioni e chiarimenti riguardanti il Report di Sostenibilità:

[Stefano Salbe - CFO](#)

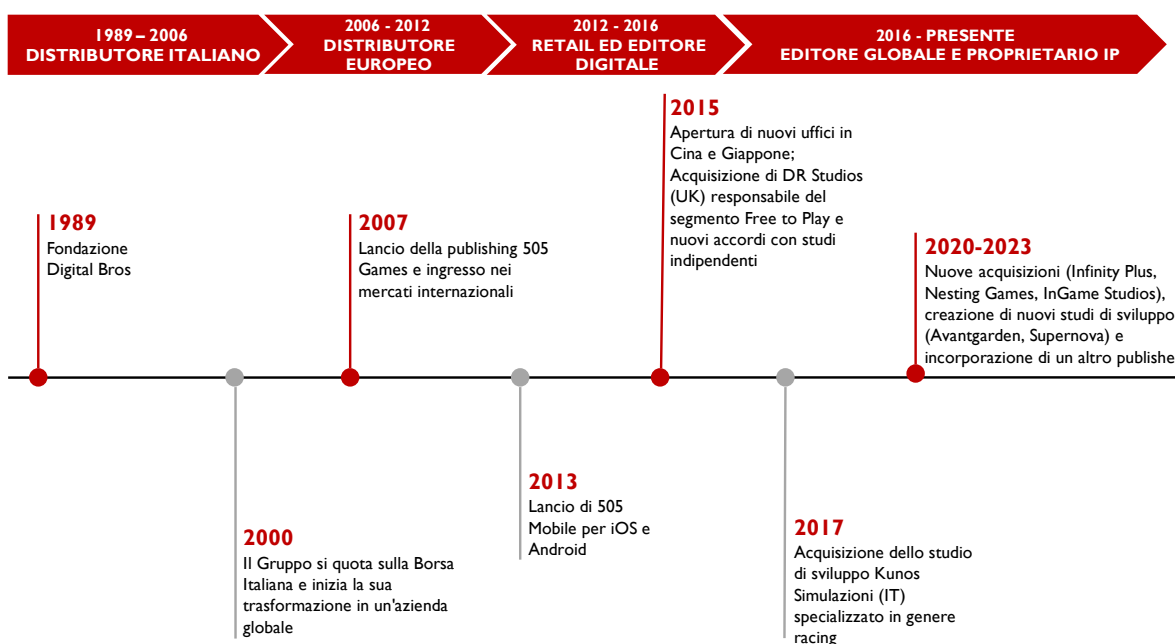
[Tel. + 39 02 413031](tel:+3902413031) | ir@digitalbros.com

Il presente documento è disponibile nella sezione Sostenibilità del sito web della Società www.digitalbros.com.

I. Digital Bros: chi siamo

I.1. La storia

Nel 1989, spinti dalla loro passione condivisa per la tecnologia e l'intrattenimento, i fratelli Abramo (Rami) e Raffaele (Raffi) Galante fondano Digital Bros. Nei primi anni di attività, la Società distribuisce videogiochi di editori internazionali sul mercato italiano attraverso il proprio brand Halifax. Tra questi, titoli di straordinario successo come Pro Evolution Soccer, Tomb Raider e Resident Evil hanno contribuito significativamente alla creazione e alla crescita del mercato dei videogiochi in Italia.



Nel 2000, il Gruppo si è quotato in Borsa per sostenere la sua crescita internazionale e per finanziare la sua trasformazione in *publisher* globale. Oggi, Digital Bros è quotata nel segmento Euronext STAR Milan di Borsa Italiana.

Con l'espansione delle attività come distributore europeo, nel 2006 la Società fonda 505 Games, come sua divisione di *publishing* internazionale. Attraverso questa nuova etichetta, Digital Bros ha accelerato il processo di internazionalizzazione ed evoluzione in un editore globale, aprendo nuove sedi in mercati chiave, come Stati Uniti, Regno Unito, Francia, Spagna e Germania.

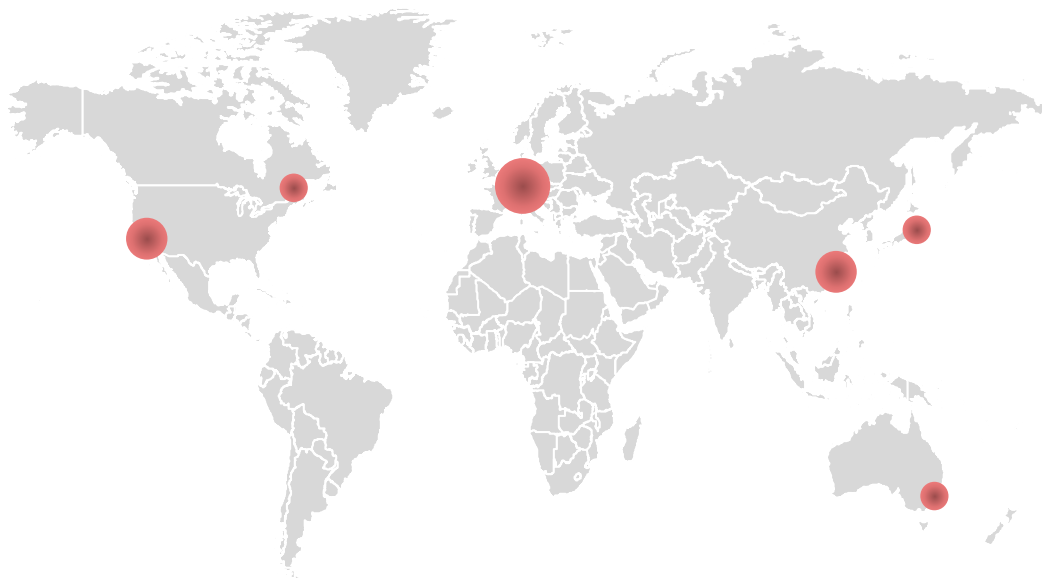
Nel corso della sua storia, Digital Bros ha più volte adattato il proprio modello di business per adattarsi alla continua evoluzione del mercato dei videogiochi. Per esempio, per rispondere alla crescente diffusione dei contenuti di intrattenimento sulle piattaforme *mobile* (iOS e Android), il Gruppo ha creato una divisione dedicata, 505 Mobile.

La digitalizzazione del mercato ha rafforzato ed accelerato il processo di internazionalizzazione del Gruppo. Nel 2015, Digital Bros ha consolidato la sua presenza in Asia attraverso l'apertura di nuovi uffici a Hong Kong, Shenzhen e Tokyo.

In un contesto competitivo in costante evoluzione, è fondamentale per il Gruppo riuscire a costruire una libreria di prodotti sufficientemente diversificata. Digital Bros ha quindi investito per espandere il proprio portafoglio di proprietà intellettuali (IP) tramite l'acquisizione di studi di sviluppo e accordi a lungo termine con studi esterni indipendenti. Questa fase più recente nell'evoluzione del Gruppo ha finalizzato l'evoluzione in *publisher* globale e proprietario di diverse IP. Tra il 2015 e il 2023, il Gruppo ha acquisito e fondato diversi studi di sviluppo sia nel segmento Premium che Free to Play, tra cui: DR Studios (UK), Kunos Simulazioni (ITA), AvantGarden (ITA, precedentemente Ovosonico), Nesting Games (Chrysalide Jeux et Divertissement Inc., CAN), Infinity Plus Two (AUS), Supernova Game Studio (ITA), InGame Studios (CZE), e l'editore statunitense 505 Go Inc. (precedentemente D3 Go!).

1.2. Modello di Business

Digital Bros si è evoluto fino a diventare uno dei principali attori nel settore dell'intrattenimento digitale. Oggi, il Gruppo può contare su una solida presenza in Italia, Regno Unito, Repubblica Ceca, Stati Uniti, Canada, Cina, Giappone e Australia.



Il Gruppo è guidato da valori come l'innovazione, lo sviluppo tecnologico e la creatività, al fine di creare un portafoglio di proprietà intellettuali che incontri le abitudini e le preferenze dei consumatori, rimanendo al passo con le tendenze del settore. Attraverso i propri studi di sviluppo interno e le collaborazioni con gli studi indipendenti, Digital Bros è costantemente impegnato nell'ampliamento e nel miglioramento della propria offerta.

Il modello di business del Gruppo si articola in tre aree principali: sviluppo, pubblicazione e distribuzione dei videogiochi. Questa strategia punta ad ottimizzare le diverse fasi della produzione del videogioco, dalla creazione alla distribuzione, in modo da garantirne la qualità e l'efficienza, assicurando un'ottimale copertura del mercato.

Studi di sviluppo interni

DR STUDIOS (Regno Unito)

Il team, oltre ad essere creatore di alcune IP interne, sviluppa e coordina le attività del segmento Free to Play del Gruppo.

KUNOS SIMULAZIONI (Italia)

Studio italiano con esperienza pluriennale nella realizzazione di simulatori di guida. È il creatore del pluri-acclamato videogioco Assetto Corsa.

INFINITY PLUS (Australia)

Creatori dei videogiochi best seller Gems of War e Puzzle Quest. Quest'ultimo vanta una community di oltre 32 milioni di videogiocatori in tutto il mondo.

AVANTGARDEN (Italia)

Precedentemente conosciuto come Ovosonico, AvantGarden è lo studio italiano, creatore di titoli d'eccellenza e pluripremiati quali Murasaki Baby e Last Day of June.

SUPERNOVA GAMES STUDIOS (Italia)

Studio italiano creato con l'obiettivo di ampliare alcune delle IP strategiche del Gruppo, focalizzandosi su sperimentazione e innovazione tecnologica volte a creare contenuti all'avanguardia.

NESTING GAMES (Canada)

Studio canadese dedicato alla creazione di RPG (videogiochi di ruolo) caratterizzati da grandi personaggi, una narrazione e un gameplay importanti ed immersivi.

INGAME STUDIOS (Repubblica Ceca)

Studio con sede a Brno, focalizzato sulla creazione e sullo sviluppo di videogiochi soprattutto in prima persona per PC e console.

L'attività svolta dagli studi di sviluppo si concentra sulla ricerca dell'eccellenza tecnologica e del design creativo. Investendo in ricerca e sviluppo, il Gruppo intende rimanere al passo con le

tendenze del settore, integrando nei suoi videogiochi le ultime innovazioni tecnologiche. Sviluppatori, designer e ingegneri collaborano per produrre videogiochi di alta qualità e con un adeguato livello di innovazione, al fine di catturare l'attenzione dei consumatori a livello globale.

Le attività di *publishing* vengono svolte principalmente attraverso le controllate 505 Games (Premium Games) e 505 Mobile (Free to Play). Il marchio Hook² viene utilizzato per pubblicare titoli con budget ridotto.

Il Gruppo collabora anche con sviluppatori indipendenti per realizzare nuove idee ed alimentare un portafoglio di proprietà intellettuali dinamico ed in costante aggiornamento. Tra questi si distinguono titoli di successo come "*Bloodstained*," "*Death Stranding*" e "*Terraria*," che sono stati in grado di attrarre milioni di giocatori in tutto il mondo. Solitamente il Gruppo acquista i diritti dei videogiochi sviluppati da studi esterni tramite contratti di licenza esclusiva o attraverso contratti per lo sfruttamento a lungo termine dei diritti su scala globale al fine di ottenere un maggiore controllo sulle diverse proprietà intellettuali in portafoglio.

In qualità di editore, il Gruppo non solo finanzia la creazione del videogioco, ma ne supervisiona anche lo sviluppo e la produzione. A completamento della fase di produzione, il Gruppo si occupa dei processi di localizzazione, di *testing*, e, prima del lancio sul mercato, identifica ed implementa le strategie di marketing e comunicazione più appropriate per ciascun prodotto. Il Gruppo sfrutta la sua estesa rete di collaboratori e la pluridecennale conoscenza del mercato per assicurarsi che i videogiochi raggiungano un pubblico più vasto possibile.

Le attività di *publishing* si articolano in due distinti segmenti di mercato: Premium Games e Free to Play:

- **Premium Games:** include i prodotti che prevedono un pagamento iniziale per accedere al videogioco. Spesso, dopo il lancio, il prodotto viene aggiornato ed arricchito con sequel, pacchetti di espansione o contenuti aggiuntivi (*Downloadable Content*, "DLC"). L'attività del Gruppo consiste principalmente nella pubblicazione di videogiochi prodotti dagli studi interni o, nel caso di videogiochi realizzati da studi indipendenti, nell'acquisire i diritti delle proprietà intellettuali (IP) o stipulare accordi per il loro sfruttamento a lungo termine, per poi distribuirli su scala globale attraverso i principali *marketplace* digitali e tramite il canale *retail* tradizionale. Il Gruppo può fare affidamento su una profonda conoscenza del settore, *partnership* consolidate con i principali attori del mercato, come Steam, Epic Games, Sony, Microsoft, Nintendo, Google, Apple e Amazon, e sulla presenza diretta in Asia, Europa e Nord America, che assicurano il presidio di tutti i canali di distribuzione. Gli studi di sviluppo interni che operano nel segmento Premium Games includono:
 - Kunos Simulazioni S.r.l. (Italia)
 - Ingame Studios a.s. (Repubblica Ceca)
 - AvantGarden S.r.l. (Italia)
 - Supernova Games Studios S.r.l. (Italia)
 - Chrysalide Jeux et Divertissement Inc. (Canada, controllata al 75%)

² Dal 7 novembre 2024, l'etichetta Hook è stata rinominata 505 Pulse.

- **Free to Play:** si riferisce allo sviluppo e alla pubblicazione di videogiochi per i quali l'accesso è gratuito, ma che solitamente vengono monetizzati tramite pubblicità e acquisti in-app per ottenere beni virtuali o per sbloccare contenuti aggiuntivi. Le attività di *publishing* in questo segmento sono prevalentemente svolte da 505 Mobile (Italia e Stati Uniti) e 505 Go Inc. (Stati Uniti). Le attività di sviluppo di giochi Free to Play sono svolte dagli studi interni DR Studios nel Regno Unito e Infinity Plus in Australia.

L'attività di Digital Bros non si limita all'intrattenimento dei giocatori, ma si impegna anche nell'adottare pratiche aziendali sostenibili e responsabili. Il Gruppo promuove la diversità e l'inclusione all'interno della propria forza lavoro e mantiene elevati standard etici nello svolgimento di tutte le sue operazioni, con l'obiettivo di ridurre il proprio impatto ambientale ed assicurare la creazione di valore a lungo termine per gli *stakeholder* e nelle comunità in cui opera.

Con una presenza strategica nei principali mercati globali e un impegno costante verso l'eccellenza e l'innovazione, Digital Bros continua ad essere un attore di primo piano nel settore dei videogiochi, intrattenendo e ispirando il pubblico di tutto il mondo, sempre garantendo i più alti standard di responsabilità sociale d'impresa.

1.3. Filosofia e valori

“Creiamo videogiochi a cui ci piace giocare”

Il Gruppo è guidato dalla volontà di creare contenuti sempre nuovi per il mercato dell'*entertainment*, stimolando la curiosità e l'immaginazione dei propri consumatori. Dalla sua fondazione nel 1989, il Gruppo è sempre stato attento alle esigenze del mercato, lanciando numerosi titoli di eccellenza e offrendo agli utenti nuove esperienze di gioco immersive.

Creatività, innovazione, passione, internazionalizzazione e lavoro di squadra sono i valori alla base dell'attività quotidiana di Digital Bros.

Creatività

Coltiviamo la fantasia e l'inventiva. Garantendo e stimolando l'espressione creativa, realizziamo videogames mai uguali, contribuendo alla creazione di un portafoglio di prodotti diversificato.

Innovazione

Valorizziamo il cambiamento e le nuove idee al fine di proporre contenuti in linea con le richieste del mercato, adattandoci alla costante evoluzione tecnologica che caratterizza il settore videoludico.

Passione

Amiamo quello che facciamo e cerchiamo di farlo al meglio. L'impegno e la dedizione di ognuno di noi si riflette nella creazione di videogiochi capaci di appassionare milioni di giocatori, facendo di Digital Bros uno dei *player* di riferimento nell'industria.

Internazionalizzazione

Vogliamo creare videogiochi in grado di divertire i giocatori di tutto il mondo nel rispetto della diversità culturale. Le nostre sedi internazionali ci permettono di conoscere a fondo le peculiarità di ogni area geografica, assicurando una presenza stabile in ogni mercato.

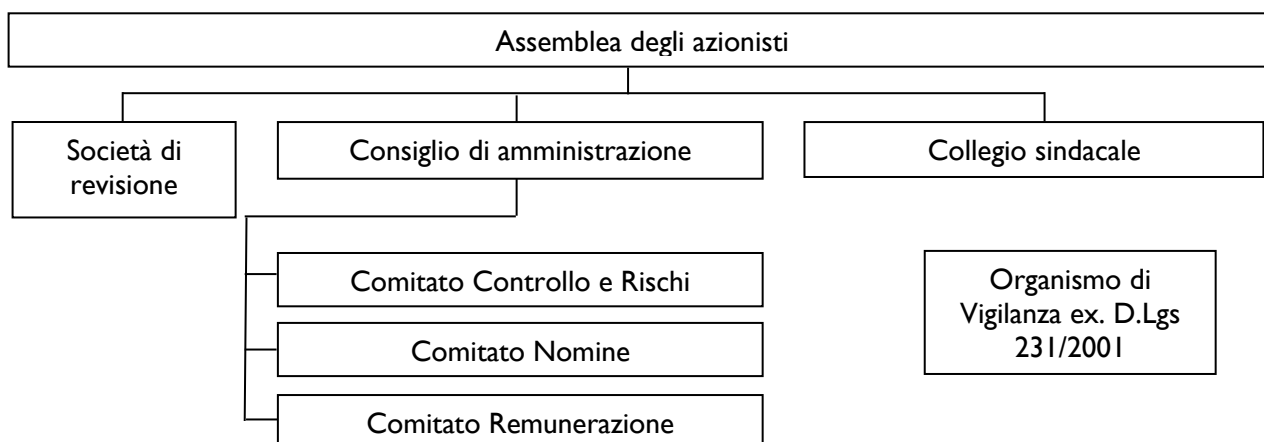
Lavoro di squadra

Collaborazione, fiducia e motivazione sono alla base del nostro impegno. Ogni giorno i nostri *team* in tutto il mondo lavorano assieme, promuovendo un dialogo costruttivo e un ambiente inclusivo e sostenibile in cui ognuno possa crescere e vedere il proprio talento valorizzato.

1.4. Modello di governance

Digital Bros S.p.A. è un Gruppo con sede a Milano, quotato sull'Euronext STAR Milan di Borsa Italiana e parte del FTSE Italia Small Cap index. Il Gruppo ha aderito all'applicazione del **Codice di Corporate Governance** approvato dal **Comitato per la Corporate Governance** per la definizione del proprio sistema di governo societario.

La Società ha adottato un modello di controllo di tipo tradizionale, che si articola in un Consiglio di Amministrazione e in un Collegio Sindacale nominati dall'Assemblea degli Azionisti.



Il **Consiglio di amministrazione** al 30 giugno 2023 è composto da nove membri, cinque uomini e quattro donne.

Il dettaglio della composizione del Consiglio di amministrazione al 30 giugno 2023 è riportato di seguito:

Carica	Nome	Ruolo	Mandato ³	Altre posizioni e ruoli significativi	Genere	Fascia di età	Competenze significative per il Gruppo
Presidente e AD	Abramo Galante	Consigliere esecutivo	2020-2023 (Approvazione Bilancio al 30 giugno 2023)	Ricopre diverse cariche come amministratore o amministratore unico presso le Società del Gruppo	Uomo	>50	Fondatore di Digital Bros, con oltre 35 anni di esperienza nel settore dei videogiochi
AD	Raffaele Galante	Consigliere esecutivo	2020-2023 (Approvazione Bilancio al 30 giugno 2023)	Ricopre diverse cariche come amministratore o amministratore unico presso le Società del Gruppo	Uomo	>50	
Director	Davide Galante	Consigliere non esecutivo	2020-2023 (Approvazione Bilancio al 30 giugno 2023)	N/A	Uomo	>50	Fondatore di Digital Bros insieme ai figli Abramo e Raffaele Galante, congiuntamente con le sue attività imprenditoriali e commerciali.
Director	Sylvia Anna Bartyan	Consigliere indipendente	2020-2023 (Approvazione Bilancio al 30 giugno 2023)	Membro del Comitato Controllo e Rischi e del Comitato di Remunerazione ; Presidente del Comitato Nomine	Donna	30-50	Competenze legali (diritto commerciale, societario, immobiliare ed edilizio)
Director	Lidia Florean	Consigliere non esecutivo	2020-2023 (Approvazione Bilancio al 30 giugno 2023)	N/A	Donna	>50	Collaboratrice del Gruppo dal 1990
Director	Susanna Pedretti	Consigliere indipendente	2020-2023 (Approvazione Bilancio al 30 giugno 2023)	Membro del Comitato Controllo e Rischi e del Comitato Nomine ; Presidente del Comitato di Remunerazione	Donna	30-50	Consulenza legale in ambito governance e sostenibilità, controllo interno e gestione dei rischi per società industriali e commerciali
Director	Stefano Salbe ⁴	Consigliere esecutivo	2020-2023 (Approvazione Bilancio al 30 giugno 2023)	CFO del Gruppo; Amministratore incaricato del sistema di controllo interno e di gestione dei rischi; Dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari. Ricopre diverse cariche come amministratore o Direttore generale presso le Società del Gruppo	Uomo	>50	Competenze in ambito amministrativo, finance, controllo interno e gestione dei rischi, investor relation manager
Director	Laura Soifer ⁵	Consigliere indipendente	2020-2023 (Approvazione Bilancio al 30 giugno 2023)	Presidente del Comitato Controllo e Rischi ; Membro del Comitato Nomine e del Comitato di Remunerazione	Donna	30-50	Sviluppo, costruzione e implementazione di sistemi di sistemi di controllo di gestione in diversi settori
Director	Dario Treves	Consigliere esecutivo	2020-2023 (Approvazione Bilancio al 30 giugno 2023)	General Counsel del Gruppo	Uomo	>50	Affari societari e attività legali (competenza in materia civile, processuale e fallimentare)

³ L'Assemblea degli azionisti del 20 ottobre 2020 ha nominato il Consiglio di amministrazione e il Collegio sindacale del Gruppo, in carica fino all'Assemblea degli azionisti convocata per l'approvazione del Bilancio al 30 giugno 2023.

⁴ Dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari ai sensi dell'Art. 154 bis del Decr. Legislativo 58/98.

⁵ Lead Independent Director.

Abramo Galante ricopre il ruolo di Presidente del Consiglio di amministrazione e di Amministratore Delegato della Società, insieme a Raffaele Galante. Gli Amministratori Delegati possiedono tutti i poteri di ordinaria e straordinaria amministrazione, in osservanza della Legge e dello Statuto societario.

Gli organi societari sono nominati sulla base degli orientamenti forniti dal Consiglio di amministrazione uscente, che delinea le competenze professionali e manageriali ritenute necessarie per ricoprire il ruolo. Il Consiglio di amministrazione ha istituito tre comitati endoconsiliari: il Comitato Controllo e Rischi, il Comitato Nomine ed il Comitato Remunerazione, tutti composti da tre consiglieri indipendenti, di cui due membri ed un Presidente.

La nomina del Consiglio di amministrazione avviene sulla base delle liste presentate dagli azionisti e votate dall'Assemblea degli azionisti. I candidati dovrebbero essere in possesso di una o più delle seguenti caratteristiche professionali: conoscenza del settore in cui opera il Gruppo, esperienza imprenditoriale e/o manageriale, esperienza internazionale, competenze in ambito di controllo e gestione dei rischi, con specifica conoscenza in ambito amministrativo, contabile e finanziario. Oltre a queste caratteristiche, competenze in ambito sostenibilità, responsabilità sociale e innovazione sono particolarmente apprezzate.

Il **Comitato Nomine** ha il compito di assicurare il rispetto della normativa in materia di parità di genere nel Consiglio di amministrazione. Qualora i candidati eletti non consentano il rispetto della disciplina inerente l'equilibrio tra generi, il candidato del genere più rappresentato eletto come ultimo in ordine progressivo nella lista di maggioranza sarà sostituito dal primo candidato del genere meno rappresentato dalla stessa lista. Tale procedura è applicata sino a che la composizione del Consiglio di amministrazione non risulti conforme alla disciplina pro tempore vigente inerente l'equilibrio tra generi. Qualora detta procedura non arrivi ad assicurare il rispetto dell'equilibrio tra generi, l'ultima sostituzione avverrà con delibera dell'Assemblea degli azionisti a maggioranza relativa.

La definizione della remunerazione degli amministratori esecutivi, non esecutivi e dei dirigenti con responsabilità strategiche coinvolge il Consiglio di amministrazione ed il **Comitato Remunerazione**, che esamina preventivamente le politiche di remunerazione, formula proposte e monitora l'applicazione delle decisioni adottate dal Consiglio di amministrazione. L'ammontare totale della remunerazione degli amministratori è fissato dall'Assemblea degli azionisti al momento della nomina, per tutta la durata del mandato.

La **Politica di remunerazione degli amministratori esecutivi e dei dirigenti con responsabilità strategiche** è stata approvata dall'Assemblea degli azionisti in data 28 ottobre 2020, allo scopo di motivare le risorse in maniera tale da permettere lo svolgimento dei propri incarichi e l'assunzione delle responsabilità assegnate con prestazioni di eccellenza, garantendo altresì un adeguato bilanciamento della componente variabile della retribuzione rispetto a quella fissa così da allinearla a specifici obiettivi di performance.

La politica di remunerazione della Società garantisce un equilibrio tra la componente fissa e la componente variabile, così che siano in linea con gli obiettivi strategici del Gruppo e coerenti con il settore e le attività svolte. Nell'Esercizio, la remunerazione degli amministratori esecutivi prevede una retribuzione fissa, una componente variabile che non ecceda il 30% della retribuzione fissa annua e basata sul raggiungimento di specifici obiettivi di *performance*, ed una componente variabile di medio/lungo termine correlata alla crescita della marginalità operativa articolata su tre periodi, fino ad un massimo del 5% dell'EBIT consolidato realizzato nei rispettivi periodi. La componente variabile di medio/lungo periodo è strettamente correlata alla crescita sostenibile del Gruppo, mentre la componente variabile di breve periodo è definita per un terzo da un criterio ESG (miglioramento del rating ESG di Digital Bros). Gli amministratori esecutivi e alcune figure manageriali all'interno del Gruppo sono anche beneficiari del Piano di Stock Options, comprensivo di un differimento dei diritti spettanti ai beneficiari (*vesting period*) e clausole relative al diritto di esercitare le opzioni non ancora esercitate nel caso di uscita dalla società (*Bad e Good Leaver*). Per gli amministratori esecutivi sono inoltre previste delle componenti di retribuzione non monetaria stabilite dal C.C.N.L. Dirigenti Commercio e Terziario in materia previdenziale, assistenziale ed assicurativa. È infine prevista la disponibilità di un'autovettura ad uso promiscuo. Non sono stati stipulati accordi tra la società e gli amministratori che prevedano indennità in caso di dimissioni, licenziamento o revoca senza giusta causa o nel caso in cui il rapporto di lavoro dovesse cessare a seguito di un'offerta pubblica di acquisto. La remunerazione degli amministratori non esecutivi è determinata in misura fissa dal Consiglio di amministrazione.

Nell'ambito del processo di remunerazione, il Consiglio di amministrazione definisce e aggiorna la Politica di Remunerazione, definisce i piani di incentivi basati su azioni e li sottopone all'approvazione dell'Assemblea degli azionisti. Il Comitato Remunerazione valuta il raggiungimento degli obiettivi di performance inclusi nei piani di remunerazione, presenta proposte relativamente alla remunerazione degli amministratori esecutivi e dei dirigenti con responsabilità strategiche e in merito alla loro componente variabile (obiettivi di performance a breve e medio/lungo termine).

L'Assemblea degli azionisti stabilisce la remunerazione del Consiglio di amministrazione, approva eventuali piani di incentivazione basati su titoli azionari ed esprime annualmente il proprio parere sulla Relazione sulla politica in materia di remunerazione e sui compensi corrisposti, mentre il Collegio sindacale ne monitora l'aderenza alla Politica di Remunerazione.

Il secondo organo di governo coinvolto nella preparazione ed approvazione della Politica di Remunerazione è il Collegio Sindacale, che supervisiona la conformità alla normativa pro tempore ed allo Statuto sociale e vigila sull'efficacia dei controlli interni. Al 30 giugno 2023, il Collegio sindacale è composto da cinque membri, con una distribuzione di genere pari al 60% uomini e al 40% donne. Il modello di governance include anche la società di revisione EY S.p.A. nominata dall'Assemblea degli Azionisti per il periodo 2022/2030 e l'Organismo di Vigilanza (ex D.Lgs. 231/2001).

Il Consiglio di amministrazione è responsabile della definizione e del monitoraggio delle strategie del Gruppo, con particolare attenzione allo sviluppo sostenibile. Nell'esercizio precedente, il

Consiglio ha approvato diverse politiche chiave, tra cui il Codice Etico del Gruppo, la Politica per la gestione del dialogo con le generalità degli azionisti e la Politica ESG. Il Consiglio di amministrazione supervisiona l'implementazione di queste politiche attraverso gli Amministratori Delegati e il CFO, che ricopre anche il ruolo di Investor Relation Manager.

Sebbene durante il periodo di rendicontazione non sia stato formalmente nominato un Comitato per la Sostenibilità, il CFO gestisce informalmente tutte le procedure inerenti tematiche ESG, riferendo al Consiglio di amministrazione in merito agli impatti economici, ambientali e sociali del Gruppo, anche sottoponendo le proprie proposte in merito alle azioni atte a mitigare tali impatti e migliorare i rating ESG del Gruppo. Inoltre, il CFO, in qualità di Amministratore incaricato del sistema di controllo interno, identifica i principali rischi aziendali coordinandosi con i dipartimenti pertinenti, aggiornando regolarmente il Consiglio di amministrazione e il Comitato Controllo e Rischi su eventuali problematiche emerse presso le società del Gruppo. Il Consiglio di amministrazione è l'organo responsabile della revisione ed approvazione delle informazioni riportate nel presente Report di Sostenibilità.

Il Consiglio di amministrazione riconosce la necessità di creare una struttura interna incaricata della valutazione della performance degli organi sociali e dei dirigenti strategici in relazione al loro impatto sulle tematiche ESG, al fine di rafforzare la supervisione sulle attività e gli sforzi intrapresi dal Gruppo. In linea con questo impegno, il Consiglio di amministrazione uscente ha raccomandato l'istituzione di un Comitato di Sostenibilità con responsabilità specifiche, al fine di migliorare la supervisione dei processi una volta che il quadro delle attività ESG del Gruppo sarà pienamente definito. Alla data di redazione, la struttura interna non è ancora stata istituita, ma il Consiglio di amministrazione ha previsto l'istituzione del Comitato di Sostenibilità immediatamente successivamente alla pubblicazione del presente Report di Sostenibilità.

2. Il nostro percorso di sostenibilità

I principi ambientali, sociali e di governance (“ESG”) sono fondamentali per lo sviluppo sostenibile di Digital Bros e per la creazione di valore a lungo termine per i suoi *stakeholder*. Di conseguenza, il Gruppo ha intrapreso un percorso di sostenibilità allo scopo di integrare i valori e i principi ESG nella strategia aziendale e nelle sue operazioni quotidiane.

Il primo passo in questo senso si è concretizzato con l’approvazione della Politica ESG del Gruppo nel corso dell’esercizio 2022, la quale delinea le linee guida in termini di responsabilità sociale d’impresa e sostenibilità. La Politica ESG integra il Codice Etico, la Politica per la gestione del dialogo con la generalità degli azionisti e tutte le altre procedure e politiche interne legate a queste tematiche. I principi contenuti nella Politica ESG sono integrati nelle procedure interne delle società del Gruppo, nel rispetto delle normative locali e degli standard internazionali.

Digital Bros si impegna a rispettare i diritti umani e dei lavoratori, a preservare l’ambiente e a combattere il cambiamento climatico, a contrastare la corruzione e a rispettare i più elevati standard di governance. Gli stessi requisiti si applicano ai fornitori del Gruppo. La Politica ESG è sviluppata attorno al modello di sostenibilità delineato nel Codice Etico, che identifica i principi considerati prioritari ed essenziali per la crescita sostenibile del Gruppo.



Come step successivo, il Gruppo ha condotto un’analisi di materialità e identificato i propri *stakeholder*. Questo processo è essenziale per individuare le tematiche ambientali, sociali e di governance più rilevanti per Digital Bros e tutti i soggetti coinvolti nelle sue attività, o che siano portatori di interesse nei suoi confronti. Le informazioni raccolte da questa analisi sono state utilizzate come base per la redazione del presente Report di Sostenibilità, in modo che venissero affrontati i temi ESG più significativi e rilevanti per questi soggetti.

2.1. Mappa degli stakeholder

Il processo di identificazione degli *stakeholder*, delle loro aspettative e dei loro interessi, rappresenta uno dei passaggi chiave nella definizione dei contenuti del Report di Sostenibilità. Infatti, un'azienda socialmente responsabile dovrebbe valutare e rispettare le esigenze di ogni portatore di interesse, valutando gli effetti economici, sociali e ambientali delle proprie azioni e operazioni.

Nel percorso di crescita e sviluppo sostenibile di Digital Bros, gli *stakeholder* svolgono un ruolo fondamentale. Infatti, creare e consolidare rapporti basati sulla fiducia reciproca, la chiarezza, la trasparenza e l'ascolto è prioritario per il Gruppo. Questo approccio consente di comprendere e adattarsi alle aspettative e alle necessità in continua evoluzione dei propri *stakeholder* che, direttamente o indirettamente, influenzano le operazioni del Gruppo e, a loro volta, ne sono influenzati.

Secondo gli Standard GRI, la categoria degli ***stakeholder*** include tutte le entità o gli individui che ragionevolmente si prevede siano influenzati dai prodotti, servizi o attività della Società, o le cui azioni potrebbero ragionevolmente influire sulla capacità della Società di attuare efficacemente le proprie strategie e raggiungere i propri obiettivi.

In conformità con le linee guida di rendicontazione GRI, Digital Bros ha realizzato una **mappatura** delle categorie di *stakeholder* più rilevanti, attraverso un'analisi approfondita del contesto in cui opera, confrontando i risultati di questa analisi tramite un esercizio di *benchmarking* che ha valutato le pratiche dei principali concorrenti del settore e le *best practice* nazionali ed internazionali in materia di sostenibilità. Le categorie di *stakeholder* di maggiore interesse per Digital Bros, come confermate dal Consiglio di amministrazione sono le seguenti:

Mappa degli stakeholder di Digital Bros



2.2. Analisi di materialità

La pubblicazione di questo primo Report di Sostenibilità segna un passo importante verso l'identificazione dei temi materiali più rilevanti per il Gruppo, in conformità con gli Standard di Rendicontazione stabiliti dalla Global Reporting Initiative (GRI).

La prima analisi di materialità di Digital Bros del 2022 è stata utilizzata come base per la versione più recente, aggiornata nell'esercizio 2023 in occasione della redazione del Report di Sostenibilità. I **temi materiali** stabiliti dalla GRI nella versione del 2021, in vigore dal 1° gennaio 2023, sono definiti come quegli aspetti che rappresentano gli impatti più significativi dell'organizzazione **sull'economia, l'ambiente e la società**, inclusi gli effetti sui **diritti umani**, sia positivi che negativi.

La metodologia adottata per condurre l'analisi di materialità si basa su una valutazione rigorosa dei temi e delle categorie di *stakeholder* coinvolte. Essa è composta da due fasi principali:

- Fase 1: identificazione dei temi di sostenibilità più significativi per il settore di attività del Gruppo attraverso un'analisi di **benchmarking**, effettuata tenendo in considerazione le conclusioni dei concorrenti, documenti settoriali, quadri normativi applicabili in ambito di sostenibilità e le più aggiornate tendenze di settore. Questo processo ha portato alla classificazione dei temi materiali in tre aree distinte (Ambiente, Sociale e Governance), elencate in maniera gerarchica in base alla loro frequenza, calcolata come il rapporto tra il numero di occorrenze di un tema specifico nelle fonti pubbliche consultate e il numero totale delle fonti esaminate. Questi temi sono stati successivamente aggregati e razionalizzati per rispecchiare al meglio la realtà di Digital Bros. Si prega di notare che, per questo primo anno di rendicontazione, gli *stakeholder* esterni non sono stati coinvolti nell'identificazione dei temi materiali.
- Fase 2: a partire dai temi individuati, sono stati analizzati e mappati gli **impatti principali, positivi e negativi, potenziali o effettivi, generati** dal Gruppo attraverso le sue attività e le sue relazioni con i diversi soggetti, considerando la loro rilevanza nelle circostanze e nel contesto operativo specifico di Digital Bros. Secondo gli Standard GRI in vigore, i temi rilevanti per la rendicontazione sono quelli che riflettono gli impatti positivi e negativi più significativi sull'economia, sull'ambiente e sulla società, ivi compresa la tutela dei diritti umani.

Di seguito è riportato l'elenco dei temi materiali ESG approvati dal Consiglio di amministrazione rendicontati nella presente relazione e i relativi impatti:

Temi materiali per il Gruppo e relativi impatti

Tema	Impatto	Descrizione	Tipo
Riduzione delle emissioni e lotta al cambiamento climatico	Emissioni climalteranti	Generazione di impatti ambientali negativi in termini di emissioni climalteranti derivanti dalle attività produttive e da emissioni dirette/indirette di gas a effetto serra (all'interno della filiera)	Negativo Attuale
	Consumo di fonti energetiche non rinnovabili	Impatto ambientale negativo e relative emissioni di gas a effetto serra dovute al consumo di energia da risorse non rinnovabili (in particolare per uffici e data center).	Negativo Attuale
Governance ed etica di business	Creazione di una cultura aziendale basata sull'etica di business	Maggiore consapevolezza e cultura di manager, dipendenti, partner commerciali e altri soggetti su temi di etica e diritti umani.	Positivo Attuale
	Rispetto delle leggi e dei regolamenti	Rispetto delle leggi e dei regolamenti attraverso la definizione di un sistema di regole e procedure aziendali, che generino un impatto positivo sulla società in cui opera il Gruppo.	Positivo Attuale
	Percezione negativa verso i valori di governance e l'impegno ESG della Società	Comunicazione non trasparente e inefficace a proposito dei valori e le azioni intraprese a beneficio degli stakeholder e della comunità in cui opera il Gruppo, con potenziali danni sulle attività economiche	Negativo Potenziale
Performance economica	Sostenibilità economica per gli stakeholder	Strategia aziendale in grado di generare un valore economico diretto da distribuire tra gli stakeholders.	Positivo Attuale
	Impatto economico sulla generalità degli azionisti	Erosione dei dividendi degli azionisti dovuta a performance economiche scadenti e volatili .	Negativo Potenziale
Gestione delle risorse umane	Promozione della salute e della sicurezza dei lavoratori	Garantire la sicurezza di tutti i lavoratori del Gruppo (e/o lungo la catena del valore), eliminando gli incidenti e le malattie legate al post di lavoro	Positivo Attuale
	Infortuni e malattie sul luogo di lavoro	Infortuni e malattie professionali con conseguenze negative sulla salute dei lavoratori e dei collaboratori , anche parzialmente dovute alla mancata sorveglianza sanitaria e applicazione dei sistemi di gestione della salute e della sicurezza.	Negativo Potenziale
	Miglioramento della comunicazione e collaborazione tra i dipendenti	Ambiente di lavoro sano e stimolante che promuove il benessere dei dipendenti, programmi di benessere e attività di team building in modo da creare legami tra i dipendenti, con conseguente miglioramento della comunicazione, collaborazione più efficiente e maggiore coesione .	Positivo Attuale
	Sviluppo delle competenze dei dipendenti	Promozione della formazione ad personam incentrata sulle esigenze del dipendente, favorendo un percorso di carriera stimolante e	Positivo Potenziale

		migliorando le competenze all'interno e all'esterno dell'organizzazione.	
	Mancata soddisfazione dei dipendenti e perdita di know-how	Perdita di personale e know-how/conoscenze chiave con impatti negativi sulla continuità operativa e la competitività del Gruppo.	Negativo Potenziale
	Mancanza di attrattiva per le nuove generazioni e le nuove potenziali risorse	Scarsa attrattività del Gruppo come luogo di lavoro per le nuove generazioni e i potenziali candidati a causa di inadeguati livelli retributivi e politiche HR non adeguatamente strutturate per la crescita professionale e il benessere del dipendente.	Negativo Potenziale
	Cultura aziendale incentrata sulla diversità e l'inclusività	Miglioramento del benessere dei dipendenti attraverso un ambiente di lavoro fondato su principi di etica, integrità e inclusività , promuovendo una cultura aziendale che rigetta ogni forma di discriminazione, dentro e fuori dal luogo di lavoro.	Positivo Attuale
	Episodi di discriminazione/molestie/a busi	Ambiente di lavoro non inclusivo che crea discriminazioni tra i dipendenti , anche in termini di trattamento ingiusto su temi di responsabilità, retribuzione e avanzamento di carriera	Negativo Potenziale
Player satisfaction	Maggiore coinvolgimento dei giocatori e fedeltà verso il brand	Ricerca della soddisfazione dei giocatori centrando le loro aspettative, preferenze ed esigenze , aumentandone il coinvolgimento e la fedeltà al brand.	Positivo Attuale
Filiera responsabile	Creazione di una catena di approvvigionamento sostenibile, trasparente e controllata	Miglioramento delle prestazioni ESG dei fornitori, sensibilizzandoli a questi temi e richiedendo la rendicontazione del loro impatto sociale e ambientale, aumentando così la responsabilità complessiva dell'intera catena di fornitura.	Positivo Potenziale
	Impatti negativi sulle persone nelle aree dove operano i fornitori	Impatti sociali negativi lungo la filiera, con danni ai lavoratori ed alle comunità in cui operano i fornitori causati dalla mancata considerazione di criteri ESG .	Negativo Attuale
Creazione di valore nelle comunità locali	Contributo al benessere della comunità locale	Attività di beneficenza, donazioni o valorizzazione del territorio con impatto positivo sulla comunità locale.	Positivo Attuale
	Percezione negativa da parte della comunità locale	Percezione negative della comunità locale a causa delle operazioni della Società , interpretate come egoistiche o ambigue .	Negativo Potenziale
Diritti umani	Rispetto dei diritti umani	Le azioni del Gruppo tendono al rispetto dei diritti umani all'interno dell'organizzazione – inclusi il management e i partner commerciali - e lungo la catena del valore .	Positivo Attuale
	Violazione dei diritti umani	Violazione dei diritti umani lungo la supply chain (ad esempio, del diritto alla libertà di associazione e alla contrattazione collettiva, lavoro minorile, lavoro forzato o obbligatorio) che pregiudica la dignità umana e lo sviluppo della comunità .	Negativo Potenziale

3. Performance economiche e Governance

3.1 Performance economiche

L'industria dei videogiochi nel 2023 ha generato un fatturato di 183,9 miliardi di dollari ed è in costante evoluzione e crescita. Negli ultimi anni, gli investimenti nel settore sono aumentati significativamente per adattarsi e per promuovere l'evoluzione tecnologica, contribuendo allo sviluppo e all'implementazione di nuovi strumenti (come, tra gli altri, la realtà virtuale e l'intelligenza artificiale) che hanno un elevato potenziale di applicazione in diversi altri ambiti.

Il risultato economico del Gruppo è stato realizzato dalle attività di **produzione di videogiochi** per tutte le **piattaforme Console, PC, Mobile e Streaming** e alla loro distribuzione su scala globale nei canali digitali e *retail*. Il Gruppo opera nei segmenti Premium e Free to Play attraverso due unità distinte. Negli anni, particolare attenzione è stata rivolta all'innovazione tecnologica e alla creatività dei contenuti, al fine di realizzare un ampio **portafoglio di Proprietà Intellettuale (IP)**. Tale portafoglio è progettato per rispondere all'evoluzione delle abitudini e delle richieste dei giocatori di tutte le età e livelli di abilità ed è il frutto sia della collaborazione con partner esterni e sia delle attività degli studi di sviluppo interni al Gruppo.

A seguito della pandemia, il Gruppo ha incrementato significativamente i propri investimenti per supportare le attività di sviluppo di videogiochi in diverse aree geografiche (Italia, Cina, Spagna, Repubblica Ceca, Giappone, Canada). Nel corso dell'esercizio 2022, il Gruppo ha rafforzato le proprie attività nel segmento Free to Play con l'acquisizione dell'editore americano D3 Go!. A partire dall'anno solare 2023, il Gruppo, così come la maggioranza dei suoi concorrenti, ha dovuto affrontare diverse difficoltà, come il rallentamento generale della crescita del mercato, l'aumento dei costi di sviluppo e l'uscita di un numero record di nuovi giochi sulle piattaforme digitali, fattori che hanno reso più difficile il raggiungimento dei volumi di vendita attesi. Questo scenario competitivo ha spinto verso un ripensamento della strategia editoriale e ad un processo di riorganizzazione delle attività del Gruppo.

Digital Bros genera un impatto positivo per i suoi *stakeholder* e per le comunità in cui opera attraverso la creazione di posti di lavoro, la distribuzione di valore economico lungo la catena di fornitura e il pagamento di imposte e tributi alle autorità locali. Il valore economico generato e distribuito evidenzia la solidità finanziaria del Gruppo e mostra come questo venga per la maggior parte distribuito ai principali *stakeholder* e/o reinvestito per promuovere la crescita aziendale.

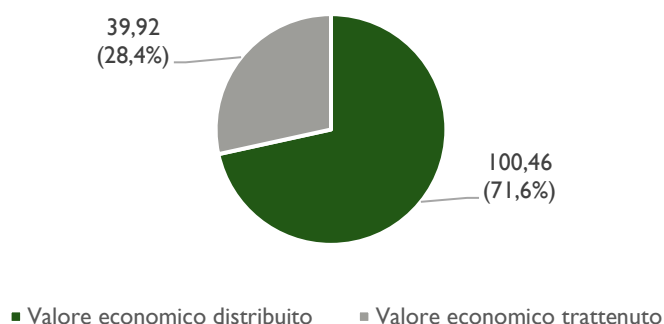
Al 30 giugno 2023, il **valore economico generato direttamente**⁶ da Digital Bros, calcolato riclassificando le voci del conto economico consolidato per l'esercizio, ammontava a **€140,38**

⁶ Le informazioni sulla creazione e distribuzione del valore economico forniscono un'indicazione fondamentale su come la società genera ricchezza per gli *stakeholder*. Le diverse componenti del valore economico generato e distribuito (VEGD) forniscono anche un profilo economico dell'organizzazione, che può essere utile per normalizzare altri indicatori di performance. Come richiesto dalla GRI, il VEGD è calcolato per competenza, includendo i componenti di base delle operazioni globali dell'organizzazione come elencato di seguito: Valore economico diretto generato: ricavi

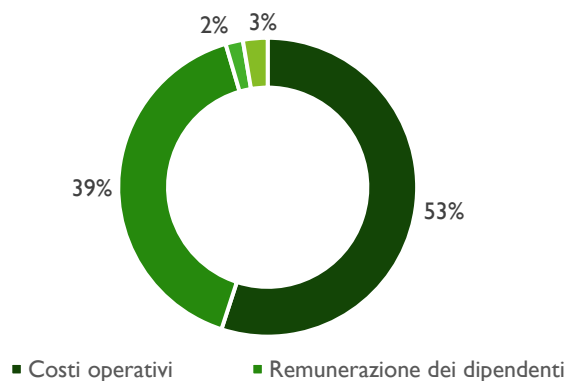
milioni, di cui oltre €100 milioni distribuiti, in lieve diminuzione rispetto all'anno precedente. In particolare, il valore generato è diminuito del 7,4% (€151,54 milioni nell'esercizio 2022), mentre il valore distribuito del 4,0% (€104,71 milioni nell'esercizio 2022).

In base alle definizioni fornite dagli Standard GRI, il Gruppo ha distribuito il 71,6% del proprio valore economico, di cui il 52,7% è destinato ai costi operativi (consumo di materie prime, variazioni delle scorte, costi per servizi, costi per l'uso di beni di terzi e altri costi di gestione), mentre il 38,7% è distribuito al personale sotto forma di retribuzione per le attività svolte durante l'esercizio. Infine, circa il 28% del capitale è stato trattenuto dal Gruppo (-15% rispetto all'esercizio 2022).

Valore economico direttamente generato al 30 giugno 2023
(milioni di Euro)



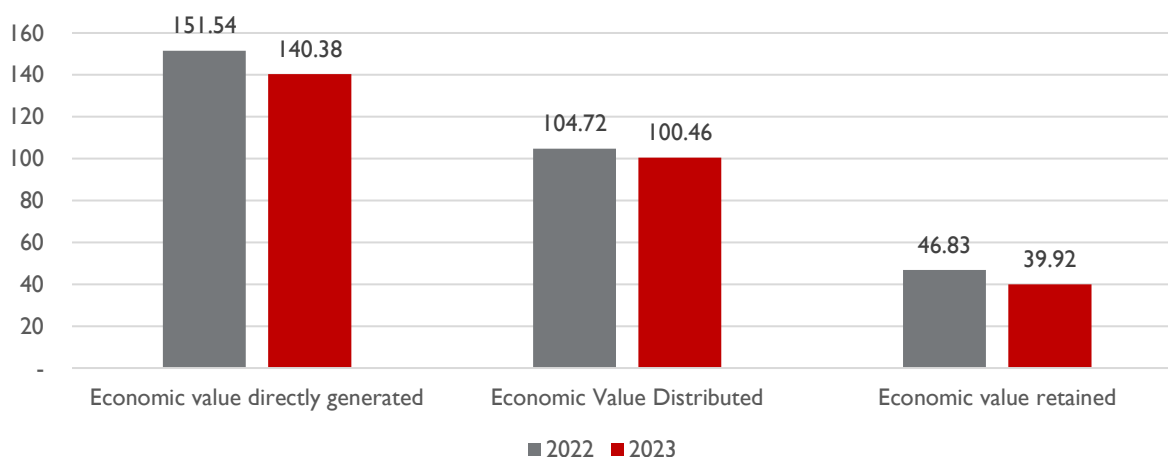
Valore economico distribuito al 30 giugno 2023 (%)



ii. Valore economico distribuito: costi operativi, salari e benefici per i dipendenti, pagamenti ai finanziatori, pagamenti ai governi e investimenti nella comunità

iii. Valore economico non distribuito: differenza tra valore economico diretto generato e valore economico distribuito.

Valore economico direttamente generato, distribuito e trattenuto nell'esercizio 2022 e 2023 (milioni di Euro)



La **crescente digitalizzazione** del settore intensifica la concorrenza. Per Digital Bros, la sfida principale consiste nell' aumentare i ricavi derivanti dai giochi sviluppati su proprietà intellettuali interamente detenute o co-detenute. Infatti, il controllo diretto sui prodotti pubblicati e distribuiti dal Gruppo diventerà ancora più cruciale per la sua crescita a lungo termine.

L'**attenzione sul controllo della proprietà intellettuale** permette di contrastare la disintermediazione degli editori e meglio rispondere alle nuove sfide emerse sul mercato. Infatti, per la natura stessa del business, la redditività effettiva di un videogioco è maggiore per la sua seconda versione. Al momento del lancio, una parte significativa dei ricavi deve essere destinata a coprire gli investimenti effettuati nelle attività di sviluppo, produzione, promozione e pubblicità (in media, solo le spese di marketing rappresentano circa il 10-15% del fatturato atteso). Nel caso delle seconde versioni, solitamente tali costi sono sensibilmente inferiori, rendendo i sequel e gli spin-off più redditizi per il Gruppo.

Nei prossimi esercizi, Digital Bros punta ad eliminare ogni dipendenza da accordi di distribuzione tradizionali, con l'obiettivo di generare ricavi esclusivamente dalle proprie proprietà intellettuali o tramite co-proprietà e accordi esclusivi a lungo termine. Questo ambizioso obiettivo ha richiesto e continua a richiedere al Gruppo importanti investimenti.

Il Gruppo è fiducioso che la sua strategia di potenziamento del portafoglio prodotti, focalizzata su selezionate nicchie di mercato con buon potenziale di espansione e sfruttando la consolidata base di clienti nelle diverse aree geografiche, contribuirà a mitigare i rischi operativi e finanziari derivanti dalle nuove sfide che stanno emergendo sul mercato dei videogiochi.

3.2 Etica aziendale e compliance

Il Codice Etico, la Politica ESG e la Politica per la gestione del dialogo con le generalità degli azionisti definiscono i principi e i valori che il Gruppo ha adottato o intende adottare per una crescita sostenibile e per mitigare eventuali impatti negativi derivanti dalle sue attività. Infatti, sebbene l'industria dei videogiochi, con la sua comunità digitale, offra numerosi benefici (come scambi culturali, socializzazione e intrattenimento a livello globale, miglioramento delle competenze tecnologiche e informatiche degli utenti), non è immune ad alcuni impatti negativi in ambito sociale, psicologico ed economico, che Digital Bros si impegna a minimizzare. Come per qualsiasi altra attività svolta *online*, gli utenti (soprattutto i giocatori più giovani) potrebbero essere esposti a contenuti espliciti, comportamenti nocivi, molestie e ad alcune problematiche legate alla salute mentale, come l'isolamento e la dipendenza dai videogiochi. Digital Bros, sia attraverso le etichette di *publishing* sia tramite gli studi di sviluppo interni, cerca di mitigare queste problematiche progettando ed implementando strumenti di moderazione e rigide linee guida per le comunità dei giocatori, al fine di promuovere ambienti di gioco e comunità sicure.

Digital Bros si impegna a rispettare i diritti umani e dei lavoratori, a preservare l'ambiente e a combattere i cambiamenti climatici, a lottare contro la corruzione e a mantenere alti standard di governance. Gli stessi requisiti si applicano anche ai fornitori del Gruppo. La **Politica ESG** si sviluppa sulla base del modello di sostenibilità delineato nel Codice Etico, che identifica i principi considerati prioritari ed essenziali per la crescita sostenibile del Gruppo. Questi principi sono:

- **Rispetto** delle leggi e dei regolamenti
- **Trasparenza**, correttezza e completezza dell'informazione
- **Valore della persona**, tutela dei diritti umani e pari opportunità
- **Prevenzione di potenziali conflitti di interesse**
- **Riservatezza**
- **Libertà di mercato.**

Tutti i videogiochi passano attraverso un **sistema di rating dei contenuti** svolto da organismi internazionali al fine di identificare la fascia di età appropriata per le caratteristiche del gioco. Gli organismi principali in questo ambito sono PEGI in Europa (Pan European Game Information), ESRB (Entertainment Software Rating Board) in Nord America e CERO (Computer Entertainment Rating Organization) in Giappone.

Il Gruppo adatta le proprie attività in considerazione dei requisiti specifici di ogni area geografica. Tutto il materiale di marketing, pubblicità e comunicazione indica esplicitamente se il videogioco è appropriato per tutte le fasce d'età o se sono applicabili restrizioni specifiche.

La controllata 505 Games ha istituito un sistema di regole di comportamento per la comunità dei giocatori, affinché interagiscano tra loro in modo rispettoso. Tali linee guida non tollerano contenuti che possano essere considerati offensivi, *spam*, insulti, pubblicità, *hack*, l'utilizzo di trucchi, identità false, contenuti trapelati illegalmente, materiale illecito o protetto da *copyright*.

Il Gruppo fornisce ai consumatori una **piattaforma di supporto**, dove viene data la possibilità di segnalare eventuali problemi tecnici, dubbi o altre problematiche legate ai giochi. Digital Bros monitora con attenzione i *social network* per raccogliere *feedback* e rispondere a dubbi e domande

e garantisce la trasparenza dei prezzi dei propri prodotti, evitando dichiarazioni fuorvianti sulle piattaforme di vendita. Nell'Esercizio, così come nel 2022, non si sono verificati incidenti legati al mancato rispetto delle normative e/o dei codici di comportamento volontari relativamente alla comunicazione di marketing, comprese pubblicità, promozioni e sponsorizzazioni.

Digital Bros si impegna a svolgere la propria attività in modo etico e sostenibile, richiedendo e aspettandosi dai propri amministratori, dipendenti e collaboratori (inclusi fornitori, distributori, sviluppatori, consulenti e tutti i partner delle società controllate) che agiscano nel rispetto delle leggi e dei regolamenti, in linea con i valori fondamentali del Gruppo.

Il Gruppo garantisce la **trasparenza** e il **rispetto delle disposizioni di legge** pubblicando tutte le comunicazioni societarie e le procedure aziendali atte a prevenire reati societari, quali comunicazioni false (come per esempio informazioni fuorvianti o non veritiere sui risultati finanziari della Società o altre informazioni societarie, al fine di trarre in inganno gli azionisti o il pubblico, traendone un beneficio), attività illecite sulle azioni del Gruppo (come la restituzione dei conferimenti al fine di ridurre il capitale sociale o l'allocazione illegittima degli utili e delle riserve, o l'aumento fittizio del capitale sociale), o qualsiasi influenza illegittima sull'Assemblea degli azionisti, *insider trading*, corruzione e incitamento alla corruzione.

In materia di adempimenti fiscali, Digital Bros opera nel rispetto della normativa vigente riguardante il calcolo e il pagamento delle tasse, cercando di sfruttare le opportunità legislative pensate per favorire nuovi investimenti.

Il Gruppo si impegna a svolgere un'adeguata **due diligence**, tesa a mitigare il rischio di riciclaggio di denaro, ad assicurare la buona fede dei propri partner commerciali e la mancanza di eventuali restrizioni legali relative alla transazione.

Dipendenti, dirigenti, amministratori e collaboratori hanno il divieto di accettare, dare o promettere, direttamente o indirettamente, anche per il tramite di interposta persona qualsiasi cosa di valore (denaro, doni, opportunità commerciali, altra utilità, ecc.) se ciò è inteso a garantire un vantaggio improprio per sé stessi o per il Gruppo. Le interazioni con funzionari pubblici sono limitate esclusivamente al personale autorizzato. Questi individui autorizzati non possono accettare/offrire/promettere, direttamente, indirettamente o tramite un intermediario, denaro, regali, beni, servizi, benefici o favori a pubblici ufficiali (o a persone ad essi collegate) al fine di promuovere interessi personali o del Gruppo, o per remunerare un loro atto o per ottenere un servizio o favore che altrimenti non sarebbe concesso. Si sottolinea che in entrambi gli esercizi oggetto di rendicontazione **non si sono verificati reati di corruzione** all'interno del Gruppo.

Per quanto riguarda la trasparenza finanziaria, il Gruppo si impegna a garantire una rendicontazione contabile veritiera che possa offrire una rappresentazione fedele della situazione finanziaria del Gruppo, al fine di prevenire e mitigare i rischi di natura finanziaria e operativa e per evitare possibili frodi. A tal fine, il Gruppo adotta una **rigorosa politica contabile**, garantendo una rendicontazione trasparente, precisa, esaustiva e verificabile in piena conformità con le norme di legge, i principi contabili e gli standard internazionali.

Tutti i dipendenti del Gruppo sono pertanto tenuti ad operare in modo da garantire la completezza e l'accuratezza della documentazione finanziaria, la prevenzione dei rischi, la tempestività, la salvaguardia del valore delle attività e dei beni aziendali. L'uniformità dei processi e l'implementazione di una piattaforma ERP unificata, condivisa tra tutte le società del Gruppo con sistemi di controllo automatico delle registrazioni di vendita e acquisto di servizi, consentono un controllo efficace dei processi delle singole unità. Oltre a ciò, i revisori interni ed esterni hanno pieno accesso ai dati, documenti ed alle informazioni necessarie per svolgere le loro funzioni e attività.

Il *management* ritiene che il **dialogo con la generalità degli azionisti** sia un fattore strategico fondamentale per la sua crescita sostenibile e promuove un confronto aperto, continuo e trasparente con gli azionisti del Gruppo. Durante gli incontri tenuti nell'esercizio 2023, i temi più ricorrenti hanno riguardato le prospettive aziendali a breve e medio termine, il portafoglio di Proprietà Intellettuale in fase di sviluppo, nonché le principali tendenze del mercato videoludico e la sua evoluzione dopo il periodo pandemico. Il CFO, nella sua funzione di *Investor Relation Manager*, riferisce al Consiglio di amministrazione a proposito degli incontri con azionisti, investitori, analisti e *broker*. Tutti i comunicati stampa, le relazioni finanziarie trimestrali e annuali, così come ogni altro documento rilevante, sono messi a disposizione sul sito web della Società, in lingua italiana ed inglese, immediatamente a seguito dell'approvazione da parte degli organi competenti, così da garantire una comunicazione tempestiva al pubblico. L'*Investor Relation Manager* riceve e raccoglie le richieste di informazioni provenienti da azionisti istituzionali e privati, analisti e *media*. Alcuni membri del Consiglio di amministrazione (come il Presidente o un membro di un comitato) possono essere coinvolti nel dialogo con gli azionisti qualora l'argomento trattato lo richieda.

Digital Bros ha implementato un **sistema di controllo interno e di gestione dei rischi**, costituito da un insieme di processi volti a monitorare l'affidabilità delle informazioni finanziarie della Società, il rispetto delle leggi e dei regolamenti e la protezione dei beni aziendali. Questo sistema coinvolge:

- il Consiglio di amministrazione, che fornisce linee guida generali, approva il bilancio consolidato del Gruppo e il piano di revisione interna;
- gli Amministratori Delegati, responsabili dell'attuazione delle linee guida definite dal Consiglio di amministrazione;
- l'Amministratore incaricato del controllo interno e della gestione dei rischi, che sovrintende le attività del Gruppo con l'obiettivo di ridurre i rischi operativi e finanziari;
- il Comitato Controllo e Rischi, con funzione consultiva;
- la funzione di Internal Audit, che redige un piano di lavoro e riferisce sui principali risultati delle verifiche.

Il **Comitato Controllo e Rischi**, composto esclusivamente da amministratori indipendenti, si riunisce periodicamente per discutere di qualsiasi rischio (anche potenziale) verificatosi nel periodo. Nell'Esercizio, il Comitato si è riunito cinque volte, con la partecipazione di tutti i membri del Collegio Sindacale, insieme all'Amministratore incaricato del sistema di controllo interno e gestione dei rischi, Stefano Salbe. Alle riunioni sono stati invitati anche la Società di

Revisione, l'Organismo di Vigilanza e la funzione di Internal Audit, in considerazione della loro partecipazione al processo di controllo e gestione dei rischi.

Durante il periodo di rendicontazione, il responsabile della funzione di Internal Audit ha redatto il proprio piano annuale (approvato dal Consiglio di amministrazione), programmato e svolto verifiche di controllo dirette e specifiche sulla Società e le sue controllate. Per ciascuna verifica, è stato redatto un rapporto dettagliato sulle attività valutate, l'oggetto della verifica, la metodologia operativa adottata, la durata e il periodo di riferimento del test, i risultati ottenuti e le raccomandazioni formulate.

Il Comitato Controllo e Rischi, nella sua funzione di Comitato Parti Correlate, si è riunito due volte e non sono state rilevate infrazioni nel periodo di riferimento.

Il Gruppo ha istituito un Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ai sensi del Decreto Legislativo 231/2001 ("Modello 231") al fine di garantire condizioni di equità e trasparenza nello svolgimento delle attività aziendali, tutelare l'immagine e la reputazione del Gruppo, le aspettative degli stakeholder e il lavoro dei dipendenti. Il Modello 231 è atto a prevenire comportamenti illeciti da parte di amministratori, dipendenti e collaboratori soggetti alla direzione o alla vigilanza della Società e, pertanto, è condiviso e firmato da tutti i dipendenti. Il Codice Etico di Digital Bros è parte integrante e fondamentale del Modello, servendo come ulteriore strumento per la tutela della legalità e la corretta gestione delle questioni ambientali. L'obiettivo è perseguito garantendo l'accurata gestione delle risorse e dei processi interni, monitorandone l'efficacia e mantenendo robusti sistemi di controllo che permettano il raggiungimento di un livello di prevenzione del rischio in linea con i requisiti del Decreto Legislativo 231/2001.

In linea con le disposizioni dell'Art. 6, comma 4-bis, l'applicazione del Modello 231 è garantita dall'**Organismo di Vigilanza** ("OdV"), un organismo monocratico esterno alla Società, dotato di adeguate competenze professionali e spiccate capacità di controllo, indipendenza di giudizio e integrità morale. L'OdV deve essere informato tempestivamente all'indirizzo email dedicato ODV@Digital-bros.net al verificarsi di qualsiasi atto, comportamento o evento che possa comportare una violazione del Modello 231 o che, più in generale, sia rilevante ai fini del Decreto Legislativo 231/2001.

Il **Codice Etico** definisce l'insieme dei valori, doveri e responsabilità che caratterizzano le attività e il modello di business di Digital Bros. Gli standard di comportamento indicati nel Codice mirano a orientare le azioni dei destinatari affinché siano conformi ai principi di correttezza, lealtà e trasparenza e con gli obiettivi indicati nel Modello 231. Il rispetto delle disposizioni del Codice Etico è un elemento essenziale degli obblighi contrattuali di tutti i dipendenti del Gruppo e di tutti i partner commerciali.

Il Gruppo garantisce una corretta diffusione e comunicazione delle norme di comportamento tra tutti i dipendenti, collaboratori e partner. Sono previste **attività periodiche di formazione e comunicazioni** destinate al personale aziendale e ai membri degli organi sociali, che vengono registrate dall'OdV. Il Gruppo fornisce una copia della Sezione Generale e della Sezione Speciale del Modello 231 ai nuovi membri degli organi sociali, ai nuovi assunti e a tutti i partner commerciali. Il Gruppo ha inoltre implementato un **manuale di controllo interno**, che viene

distribuito ad amministratori, dirigenti chiave e dipendenti con accesso a informazioni sensibili, che illustra i requisiti necessari per il sistema di controllo interno e gestione del rischio. Il manuale comprende strumenti quali i processi di pianificazione e controllo aziendale, il Decreto Legislativo 231/2001, la procedura di identificazione dei rischi, la procedura di rendicontazione contabile e le principali procedure operative.

Sono inoltre state organizzate sessioni di formazione specifica condotte da esperti legali, che hanno trattato vari aspetti del Decreto Legislativo 231/2001, inclusi il quadro normativo, l'analisi di casi studio, il modello organizzativo, i reati e le aree a rischio, la gestione dei rischi, l'Organismo di Vigilanza (OdV) e i protocolli di comunicazione con quest'ultimo. Ogni sessione di formazione ha avuto una durata di quattro ore e si è conclusa con un test. La formazione ha validità fino al verificarsi di modifiche significative al Decreto Legislativo o al Modello 231, in conformità con quanto espresso Decreto stesso.

Il Collegio Sindacale, l'Organismo di Vigilanza (OdV) e i revisori esterni hanno ricevuto adeguata informazione in merito all'applicazione del Decreto Legislativo 231/2001, mentre gli amministratori esecutivi e i dirigenti chiave hanno ricevuto una specifica formazione.

Qualsiasi violazione delle disposizioni del Codice Etico e del Decreto Legislativo 231/2001 può comportare un procedimento disciplinare per i dipendenti e i fornitori del Gruppo, anche attraverso l'applicazione di sanzioni. Per i dipendenti italiani, tali sanzioni seguono l'art. 227 del CCNL Confindustria (Contratto Collettivo Nazionale del Lavoro). In caso di infrazioni commesse dai dirigenti, le sanzioni sono quelle previste dal Contratto Collettivo Nazionale per i Dirigenti secondo le procedure dall'art. 7 della Legge n. 300 del 30 maggio 1970, rispettando i principi di gradualità e proporzionalità rispetto alla gravità dell'infrazione. Le sanzioni per gli amministratori devono essere notificate al Consiglio di amministrazione e al Collegio Sindacale, osservando l'art. 2392 del Codice Civile. Se l'infrazione è imputabile a un membro del Collegio Sindacale, l'OdV deve informare gli altri membri e il Consiglio di amministrazione, che delinearanno la sanzione appropriata.

Digital Bros ha altresì implementato un canale di segnalazione (c.d. *whistleblowing*), attraverso il quale è possibile denunciare in buona fede attività illegali e comportamenti inappropriati o contrari alle politiche aziendali e alla normativa in vigore. Il Gruppo utilizza la piattaforma *EthicsPoint* gestita da una terza parte specializzata, Navex Global Inc., che garantisce professionalità, discrezione e rispetto delle normative locali per proteggere la riservatezza dell'identità del segnalante, della persona segnalata e di eventuali terzi coinvolti e la segretezza dei fatti oggetto della segnalazione.

La Società ha individuato quale destinatario delle segnalazioni un ufficio dedicato (il "Comitato"), composto dalla Funzione di Internal Audit, dal General Counsel e dal responsabile delle risorse umane del Gruppo. Nel caso in cui uno dei membri del Comitato sia coinvolto nella segnalazione, gli altri membri decideranno sulla questione segnalata. Il Comitato è tenuto a fornire una risposta al segnalante entro tre mesi dalla data di conferma della ricezione o, in assenza di tale conferma, entro tre mesi dalla scadenza del periodo di sette giorni dalla presentazione della segnalazione. Alla ricezione della segnalazione, il Comitato effettua una valutazione preliminare per verificare se essa sia pertinente. Se la questione segnalata riguarda materie riguardanti il Decreto Legislativo

231/2001, il Comitato dovrà coinvolgere l'Organismo di Vigilanza. La segnalazione può essere considerata:

- non significativa, se non riguarda violazioni rilevabili nell'ambito della procedura;
- non processabile, in caso di assenza di elementi fattuali che giustificano un'indagine o contenuti troppo generici;
- significativa e processabile.

Se la violazione è confermata, il processo può comportare procedimenti disciplinari nei confronti della persona segnalata (in conformità con le leggi applicabili e i contratti collettivi di lavoro).

Nel caso in cui, invece, la segnalazione venga effettuata in mala fede e/o con intento diffamatorio, il Comitato potrebbe avviare un procedimento disciplinare nei confronti del segnalante. Gli esiti delle valutazioni di tutte le segnalazioni ricevute sono raccolti in una relazione riferita periodicamente al Consiglio di amministrazione tramite il Comitato Controllo e Rischi. Le relazioni e la documentazione correlata sono conservate sulla piattaforma per un periodo massimo di 5 anni dalla comunicazione sugli esiti della verifica fornita dal Comitato.

Per le aziende italiane, il segnalante e altre persone protette che ritengono di essere soggetti a ritorsioni possono segnalarle all'ANAC⁷ per le misure sanzionatorie di sua competenza.

Nel 2019 il Gruppo ha introdotto una **Politica di Diversità**, poi aggiornata nel mese di settembre 2023. Essa mira a soddisfare le aspettative degli *stakeholder* promuovendo le condizioni necessarie affinché l'organo di governo svolga le proprie funzioni in modo efficace e virtuoso, attraverso processi decisionali che integrino profili manageriali e professionali diversi tra loro. La politica intende valorizzare la diversità quale elemento fondante della sostenibilità nel medio/ lungo termine nelle attività aziendali, fungendo da paradigma di riferimento per i dipendenti e per i componenti degli organi amministrativi e di controllo dell'azienda. Il documento ribadisce la priorità di promuovere e mantenere un ambiente di lavoro collaborativo, leale e sinergico.

⁷ Autorità Nazionale Anti Corruzione, ANAC, autorità amministrativa indipendente la cui missione consiste nel salvaguardare l'integrità della Pubblica Amministrazione, contrastando illegalità e corruzione e promuovendo la trasparenza, anche supervisionando i contratti pubblici.

Privacy e protezione dei dati

Digital Bros non ha né la proprietà né l'accesso ai dati sensibili dei propri giocatori, ma ritiene comunque fondamentale la tutela della *privacy* e la protezione dei dati. In tal senso, ha implementato un programma di formazione completo per alcuni dipendenti individuati all'interno del Gruppo, svolto regolarmente sia in presenza che online utilizzando gli stessi materiali per tutte le società del Gruppo, così da garantire un continuo aggiornamento e l'uniformità delle informazioni.

Le problematiche relative alla protezione dei dati e alla sicurezza informatica sono critiche per il Gruppo, che ha stipulato una polizza assicurativa al fine di mitigare l'impatto economico e finanziario causato da potenziali perdite di dati, interruzioni dell'attività, violazioni della *privacy* e violazioni dei dati.

Digital Bros ha adottato una Politica sulla Privacy che definisce le modalità di gestione del sito web della Società, www.digitalbros.com in riferimento all'uso di *cookie*, strumenti di tracciamento e del trattamento dei dati personali degli utenti che vi accedono. Le informazioni vengono fornite in conformità con il Regolamento 2016/679/UE⁸, l'Articolo 122 del Codice Privacy⁹ ed il Provvedimento generale del Garante dell'8 maggio 2014, in materia di *cookie*. I dati degli utenti del sito sono conservati per un periodo non superiore a quanto necessario per gli scopi aziendali¹⁰ e comunque secondo i termini previsti dalle disposizioni di legge.

Digital Bros ha inoltre nominato un *Data Protection Officer*, che può essere contattato via email all'indirizzo dpo@digitalbros.com.

⁸ Regolamento generale sulla protezione dei dati, GDPR

⁹ Decreto Legislativo 196/03, c.d. Codice Privacy

¹⁰ Principio di limitazione della conservazione dei dati, secondo l'Art. 5 del Regolamento UE 2016/679

4. Responsabilità sociale

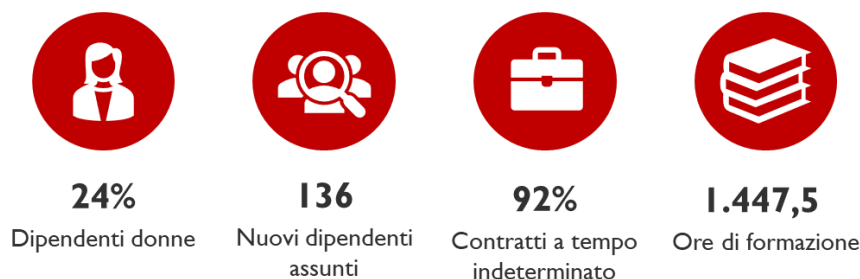
Le persone sono al centro dell'impegno di Digital Bros per la sostenibilità. Il Gruppo promuove la creazione di un ambiente di lavoro sano, inclusivo e meritocratico, garantendo pari opportunità in tutte i processi relativi alla gestione delle risorse umane, dalla selezione alla formazione e lo sviluppo delle competenze. Digital Bros ripudia ogni forma di discriminazione che possa ledere al mantenimento di un luogo di lavoro sicuro e rispettoso. Il Gruppo promuove il benessere dei dipendenti anche attraverso il riconoscimento di orari di lavoro adeguati, diritti di congedo e la possibilità di lavorare da remoto, nel rispetto delle normative sulla salute e sicurezza.

Questo impegno si estende anche ai giocatori e alle comunità locali, garantendo la sicurezza e la qualità dei prodotti del Gruppo, ricercando la soddisfazione del cliente finale, sempre nel rispetto della concorrenza e della normativa in vigore.

Digital Bros si impegna a tutelare e promuovere i diritti umani fondamentali, assicurando che nessuno dei propri prodotti sia associato a forme di lavoro minorile o moderna schiavitù, garantendo il rispetto di pratiche etiche nello svolgimento di tutte le attività operative.

4.1. Gestione e sviluppo del capitale umano

FY2023 in breve



Il team di Digital Bros

Le persone sono centrali nel processo di crescita di Digital Bros e ogni individuo è cruciale per il suo successo, contribuendo all'innovazione del Gruppo attraverso l'apporto di idee e valori. Per promuovere il loro benessere, il loro sviluppo professionale e la loro sicurezza, il Gruppo promuove una cultura inclusiva, che sia in grado di valorizzare la diversità e di garantire un adeguato equilibrio tra vita professionale e personale. Questo approccio incoraggia i *team* nell'impegno per la creazione di esperienze coinvolgenti per milioni di giocatori in tutto il mondo e promuove allo stesso tempo la crescita individuale e collettiva.

Al 30 giugno 2023, Digital Bros impiega una forza lavoro di 462 persone, di cui il 24% sono donne, e 184 collaboratori esterni. Entrambi i totali risultano in aumento rispetto all'esercizio precedente. In particolare, si registra un aumento del 17% dei dipendenti e del 5% dei

collaboratori esterni. Tale crescita riflette l'espansione delle attività del Gruppo e il suo continuo impegno alla promozione dell'innovazione e della creatività nel settore dei videogiochi, che si concretizza negli investimenti per la promozione del talento e per fornire risorse adeguate allo sviluppo di nuovi prodotti con una migliore esperienze di gioco.

La percentuale di contratti a tempo indeterminato rimane stabile al 92% della forza lavoro totale, con una variazione minima rispetto all'esercizio precedente. Questa percentuale è distribuita in modo uniforme tra uomini e donne, con il 93% degli uomini e il 91% delle donne che ricoprono posizioni a tempo indeterminato. Nell'Esercizio, i lavoratori *part-time* rappresentano il 6% della forza lavoro, di cui il 64% è rappresentato da donne, mentre i dipendenti con orari non garantiti costituiscono solo il 2% della forza lavoro, di cui il 36% sono donne.

I Contratti Collettivi Nazionali di Lavoro (CCNL) si applicano esclusivamente alla Capogruppo e alle sue controllate italiane. Per effetto di ciò, data la presenza del Gruppo anche in Paesi dove i contratti collettivi non sono obbligatori, solo il 25% della forza lavoro è coperto da un CCNL. In particolare, questi includono il CCNL per il Commercio Terziario - Distribuzione e Servizi e il CCNL Metalmeccanici - Industria. Negli altri Paesi, le condizioni di lavoro e i termini di impiego sono regolati dalle leggi locali in vigore in ciascun territorio, stipulati con l'assistenza di consulenti locali che delineano le *best practice* applicabili, in particolare attraverso analisi di *benchmarking* di aziende multinazionali di piccole e medie dimensioni con uffici in quelle aree geografiche.

Infine, per quanto riguarda il *turnover* dei dipendenti, il Gruppo ha registrato un tasso del 16%. Questa cifra è in linea con le tendenze del settore e non rappresenta un rischio significativo per Digital Bros, che opera in un ambiente altamente competitivo dove la forte mobilità dei talenti rappresenta una caratteristica intrinseca dell'industria videoludica.

Selezione del personale

All'inizio di ogni esercizio, il Gruppo valuta le esigenze in termini di nuove assunzioni per ciascuna entità locale e definisce il budget necessario a coprire le eventuali posizioni aperte. Questi ruoli vengono esaminati annualmente dagli Amministratori Delegati per garantire che siano in linea con il budget assegnato.

Il processo di selezione ed assunzione è gestito a livello locale con una certa autonomia nelle decisioni di assunzione, mentre la sede centrale di Milano supervisiona il processo per garantirne la coerenza nei diversi Paesi. Il processo di *onboarding* è delineato a livello centrale per garantire un'esperienza omogenea per tutte le nuove assunzioni. Al momento dell'accettazione dell'offerta, *l'onboarding* è automatizzato per tutti i Paesi attraverso il sistema di HR centralizzato, nel quale viene aggiornato automaticamente anche l'organigramma societario. I nuovi assunti sono tenuti a firmare il Codice Etico e, se disponibile, ricevono un manuale del dipendente redatto dalla rispettiva entità locale.



Codice di condotta



Manuale per i dipendenti

La gestione dei contratti è gestita in maniera indipendente da ogni controllata del Gruppo, nel rispetto della legislazione e delle prassi locali. L'accesso al sistema HR è limitato ad un numero limitato di utenti privilegiati in Italia, Regno Unito e Stati Uniti, al fine di proteggere le informazioni sensibili di dipendenti e collaboratori. Questa strategia permette di ridurre al minimo gli accessi non autorizzati e al contempo promuove l'efficacia e la sicurezza delle operazioni in ambito di gestione delle risorse umane a livello globale.

Valutazione delle *performance*

All'interno del sistema di gestione delle risorse umane, il processo di valutazione delle *performance* è strutturato con attenzione, al fine di garantire la protezione dei dati sensibili attraverso un sistema di permessi che restringa l'accesso ai non autorizzati. Il processo non si basa su tradizionali classifiche, ma si concentra sullo sviluppo del potenziale individuale attraverso attività di *coaching* e seguendo il principio del "crescere valorizzando i punti di forza". Questo approccio incoraggia i dipendenti a migliorare le proprie abilità partendo dalle proprie competenze uniche, favorendo così il loro sviluppo personale e professionale.

Nell'Esercizio, il 57% del totale dei dipendenti ha ricevuto una valutazione delle *performance*. Queste valutazioni creano un canale per un dialogo per favorire la riflessione sui risultati raggiunti e una base per fissare obiettivi futuri nell'ottica di allineamento degli sforzi individuali con gli obiettivi più ampi del Gruppo. Per le società del Gruppo in cui non è ancora stata formalizzata una procedura di valutazione delle *performance*, i dirigenti locali si assicurano che tutti i dipendenti ricevano la dovuta attenzione attraverso incontri individuali personalizzati. Questi incontri offrono l'opportunità di discutere dei diversi percorsi di carriera, affrontando eventuali difficoltà e pianificando i passi necessari alla crescita del dipendente, rafforzando l'impegno dell'azienda nello sviluppo dei propri talenti e nel mantenimento di una comunicazione aperta all'interno dell'organizzazione.

Retribuzione e benessere

Gli schemi retributivi sono strutturati in modo da riflettere il valore professionale di ciascun dipendente, mantenendo un equilibrio tra le componenti fisse e quelle variabili. Questo approccio mira a creare valore sostenibile nel medio e lungo termine, allineando la retribuzione a specifici obiettivi di *performance*.

I principi alla base della definizione della retribuzione sono i seguenti:

- un rapporto equilibrato tra compenso fisso e variabile, in linea con gli obiettivi strategici del Gruppo, con il settore e con le caratteristiche del business.
- gli obiettivi di *performance* sono predefiniti, misurabili e mirati alla generazione di valore per gli azionisti sia a breve che a medio-lungo termine

La struttura dei bonus è la seguente: il 10% è collegato ai risultati complessivi del Gruppo, il 10% alle *performance* della divisione e il 10% alle *performance* individuali. La componente individuale (10%) viene generalmente assegnata indipendentemente dalla *performance* aziendale o di divisione. La maggior parte dei dipendenti riceve solamente la componente individuale; mentre le

componenti assegnate alla divisione e quelle legate ai risultati del Gruppo sono riservate ai dipendenti con ruoli senior che siano in grado di influenzare tali risultati.

Le revisioni salariali che non sono legate alle valutazioni di *performance* sono comunque basate su dati oggettivi, considerando fattori quali promozioni, sfide legate alla fidelizzazione del dipendente e disparità tra retribuzioni interne ed esterne.

Il rapporto di retribuzione totale annuale del Gruppo è pari a 9,94¹¹. Questo valore rappresenta il rapporto tra la retribuzione totale annuale del dipendente con il compenso più alto all'interno del Gruppo e la retribuzione mediana annuale di tutti gli altri dipendenti (escludendo il dipendente più pagato). Per quanto riguarda il divario retributivo di genere, nell'Esercizio la retribuzione media delle dipendenti donne è stata pari al 73% di quella dei colleghi maschi, segnando un miglioramento del 7,4% rispetto all'anno precedente (68%).

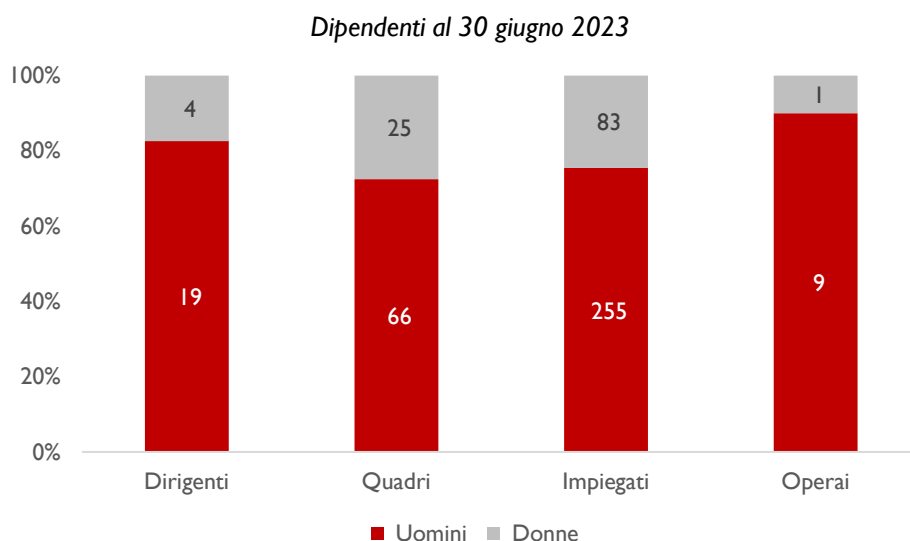
Il Gruppo, oltre alla retribuzione, implementa diverse iniziative a supporto del benessere dei propri dipendenti. Sebbene non esista una policy formale per disciplinare la modalità di lavoro ibrida, il Gruppo riconosce una notevole flessibilità alle *business unit*, delegando ai responsabili locali la possibilità di creare modelli di lavoro che permettano un adeguato bilanciamento tra gli obiettivi aziendali e le esigenze specifiche dei team, promuovendo la collaborazione interna. Il Gruppo garantisce anche estensive politiche relative ai permessi per malattia, congedi di paternità e maternità retribuiti con tutele superiori ai requisiti di legge. Inoltre, le singole entità organizzano regolarmente attività di *team-building* ed eventi aziendali, al fine di rafforzare la cultura aziendale e favorire un senso di appartenenza tra i propri dipendenti. Infine, tutti i dipendenti godono di un programma di sconti che offre riduzioni sul prezzo di acquisto di videogiochi pubblicati dalle società del Gruppo.

Negli Stati Uniti e nel Regno Unito, i pacchetti retributivi prevedono anche opzioni di assistenza sanitaria privata, a disposizione dei dipendenti dopo il superamento del periodo di prova. Ciò conferma l'impegno del Gruppo nel supportare la salute e il benessere dei dipendenti.

In assenza dell'istituzione una policy formale di *welfare* a livello consolidato, tutte le iniziative per il benessere dei dipendenti sono personalizzate a livello locale per rispondere con maggiore flessibilità alle richieste dei dipendenti, garantendo un ambiente di lavoro recettivo e solidale.

¹¹ Il dato è calcolato esclusivamente sulla base della retribuzione dei dipendenti delle sedi italiane, in particolare 505 Games e Digital Bros, al fine di restituire un confronto più accurato.

Diversità e inclusione



Digital Bros si impegna a promuovere la diversità e a garantire pari opportunità, respingendo qualsiasi discriminazione di genere, orientamento sessuale, razza, religione, appartenenza politica e/o sindacale, lingua, età o diversa abilità nelle decisioni di assunzione, formazione e crescita professionale. Nell'Esercizio, così come nel periodo precedente, il Gruppo non ha ricevuto segnalazioni di discriminazione o molestie da parte di dipendenti, fornitori o collaboratori.

Procedure come la politica antimolestie (*Harassment Policy*) e la procedura di reclamo (*Complaint Procedure*) in vigore nelle sedi di Regno Unito e Stati Uniti evidenziano l'approccio proattivo del Gruppo nella prevenzione di qualsiasi forma di molestia o violenza, sia essa fisica, sessuale, psicologica o verbale.

La tutela della diversità è fondamentale per costruire una forza lavoro inclusiva. Al 30 giugno 2023, l'8% della forza lavoro è composto da individui appartenenti a categorie protette, a testimonianza dell'impegno verso un ambiente inclusivo. Tra questi, il 95% (36 persone), è composto da dipendenti con cittadinanza stranieri, evidenziando la presenza globale del Gruppo e la diversità dei suoi talenti. Il restante 5% (2 persone) appartiene ad altri gruppi vulnerabili o protetti. In termini relativi, la percentuale di donne nelle categorie protette è del 12%, rispetto al 7% degli uomini.

Formazione

Il Gruppo ritiene fondamentale lo sviluppo dei propri talenti, un fattore legato alla sua crescita e visione strategica. Digital Bros investe nella promozione della crescita professionale e nella fidelizzazione dei dipendenti, mettendo a disposizione risorse, opportunità di sviluppo delle competenze e programmi di formazione generale e specifica per ciascun ruolo. In questo contesto, la Digital Bros Game Academy promuove iniziative di inserimento dei suoi studenti più talentuosi nelle società del Gruppo, facilitando il loro ingresso sul mercato del lavoro.

Alla data di redazione del Report non è previsto un programma di formazione standardizzato e i dipendenti completano la formazione obbligatoria in base ai requisiti legali delle rispettive sedi. Per i profili più *junior*, la formazione avviene prevalentemente *on the job*, con una cultura di *mentoring* che facilita l'accompagnamento e l'inserimento della risorsa sia a livello locale sia all'interno del Gruppo. Il settore dei videogiochi, data la rapida e continua evoluzione della tecnologia, richiede una formazione specifica sul campo relativamente agli strumenti necessari allo sviluppo dei giochi, anche per rimanere aggiornati con le tendenze del settore. Infatti, sebbene l'istruzione formale rimanga una base necessaria, le competenze specifiche per lo sviluppo, il design e la produzione dei giochi sono altamente tecniche e in costante aggiornamento, con l'introduzione di nuove piattaforme, *software* e linguaggi di programmazione. Per restare competitivi, è quindi necessario che le risorse si adattino e formino su base continuativa, in particolare attraverso una formazione *on the job*, al fine di aggiornare e mantenere l'alto livello di competenze tecniche richieste dal settore.

La formazione specifica è gestita attraverso programmi ad hoc, sulla base delle richieste ricevute dai dipendenti stessi. Nell'Esercizio sono stati organizzati anche gruppi di *coaching* per i responsabili del personale e per le posizioni manageriali al fine di migliorare le loro competenze nel ricevere *feedback*, nella gestione del *team* e per migliorare le competenze nel *public speaking*.

Al 30 giugno 2023, le ore di formazione totali sono state pari a 1.447,5, segnando una diminuzione del 65% rispetto alle 4.087,5 ore registrate nell'esercizio precedente. Questo calo è stato principalmente influenzato dai dati raccolti dalla controllata canadese. Infatti, il 69% delle ore di formazione totali del Gruppo nel 2023 sono state registrate dallo studio canadese Nesting Games con sede in Quebec, dove la Legge 90 impone alle società di comunicare alle autorità locali il numero delle ore di formazione *on the job* effettuate nel periodo di inserimento dei nuovi assunti.

La Digital Bros Game Academy (DBGA) è un'accademia di formazione e specializzazione professionale creata nel 2014 e dedicata ai giovani talenti che aspirano a intraprendere una carriera nell'industria dei videogiochi, sia attraverso la creazione di uno studio di sviluppo proprio, sia entrando a far parte di grandi publisher internazionali. La DBGA combina lezioni teoriche e formazione pratica per ricreare l'ambiente e le dinamiche di un vero studio di sviluppo. Questo approccio fornisce agli studenti tutte le competenze necessarie per diventare sviluppatori di videogiochi. L'accademia offre corsi in Game Design, Game Programming, Concept Art e Game Art 3D tenuti da noti professionisti del settore.

Poiché la maggior parte delle assunzioni in Canada è avvenuta nel 2022, l'obbligo di segnalare queste ore di formazione ha influenzato il dato relativo a quell'esercizio e determinato la forte contrazione osservata al 30 giugno 2023.

Salute e Sicurezza

Le operazioni di Digital Bros presentano un rischio minimo di gravi infortuni, poiché la maggior parte dei dipendenti è impegnata in attività svolte al computer. Le società del Gruppo si impegnano comunque a garantire piena conformità alle normative locali in materia di salute e sicurezza (come il Decreto Legislativo 81/2008 in Italia). Digital Bros è impegnata a promuovere una cultura della sicurezza e della consapevolezza del rischio sul posto di lavoro al fine di proteggere il personale e mantenere condizioni lavorative sicure e salubri. Questo include il rigoroso rispetto delle misure di prevenzione degli infortuni e l'adozione di comportamenti responsabili, che salvaguardino la propria sicurezza e quella dei colleghi. Laddove possibile, i rischi vengono completamente eliminati e, nel caso in cui una ciò non sia possibile, ridotti al minimo. Il Gruppo identifica sistematicamente i potenziali pericoli e rischi sul luogo di lavoro attraverso un processo annuale di Valutazione del Rischio o in ogni momento siano sorti dubbi sull'efficacia delle misure di sicurezza in vigore o all'insorgere di nuovi rischi potenziali per i dipendenti. I dipendenti sono incoraggiati ad avanzare richieste e suggerimenti, che vengono prontamente valutati, affrontati e discussi in maniera approfondita. Tutti i dipendenti sono inoltre tenuti a completare la formazione e i test obbligatori in materia di salute e sicurezza sul luogo di lavoro come parte del processo di *onboarding*.



0

Infortunati sul lavoro



763.481,5

Ore lavorate

La controllata canadese ha segnalato come la fonte principale di rischio per la salute dei propri dipendenti sia da ricercarsi nel carico di lavoro, un problema ricorrente negli studi di sviluppo di videogiochi, soprattutto a ridosso della data di lancio. La direzione ha affrontato questa problematica cercando di distribuire in modo equo i compiti nelle diverse fasi di produzione al fine di mantenere carichi di lavoro gestibili. Questa strategia si è dimostrata efficace nel ridurre i livelli di stress e prevenire il *burnout* dei propri dipendenti. Infatti, un sondaggio condotto a novembre 2022 sui rischi psicosociali sul posto di lavoro ha evidenziato come, per la maggioranza dei dipendenti, i livelli di stress fossero bassi o comunque gestibili, mentre solo il 5% ha dichiarato di sperimentare livelli di stress elevati, a supporto della validità della strategia implementata.

Grazie all'impegno condiviso dal Gruppo e dai dipendenti per promuovere salute e sicurezza in tutte le sedi del Gruppo, non sono stati registrati infortuni sul lavoro né tra i dipendenti, né tra i collaboratori esterni in entrambi gli esercizi rendicontati¹².

¹² Valido per tutte le società del Gruppo ad esclusione delle sedi statunitensi, a causa della mancata disponibilità dei dati.

Diritti Umani

Digital Bros si impegna a rispettare le leggi e normative nazionali e internazionali in materia di diritti umani e a garantire che tutti i suoi partner, fornitori e collaboratori aderiscano agli stessi valori e politiche. Il Gruppo, nell'esercizio delle sue attività, punta a rispettare i più alti standard etici, rigettando qualsiasi atto di corruzione ed operando in osservanza delle leggi e dei quadri normativi più rilevanti in materia di valori sociali e diritti umani.

Il Consiglio di amministrazione ha approvato un Codice Etico al fine di promuovere le prassi più virtuose ed un comportamento responsabile nello svolgimento di tutte le attività. Tutte le società del Gruppo sono impegnate a diffondere il Codice sia internamente, sia tra i principali partner commerciali.

Il Gruppo non intrattiene rapporti commerciali con fornitori che non rispettano gli stessi valori etici, in particolare per quanto riguarda l'osservanza delle leggi, la trasparenza ed il rispetto dei diritti umani.

Digital Bros rispetta le normative antitrust e anticorruzione, secondo le diverse leggi locali.

Tutti i conflitti di interesse (anche potenziale) sono verificati dal Consiglio di amministrazione, al fine di mitigarne gli effetti.

Nelle operazioni quotidiane con partner esterni e collaboratori, vengono indagate le rispettive politiche aziendali in termini di orario di lavoro, straordinari e/o periodi di "crunch". Ad esempio, gli studi di sviluppo esterni con cui il Gruppo collabora non sono selezionati solo per le loro capacità tecniche, ma anche per il loro impegno nel rispetto dei diritti umani, per la loro reputazione sociale e la loro storia, e per le tematiche rappresentate nei loro giochi.

4.2. Comunità locali

Digital Bros valorizza i territori e le popolazioni con cui interagisce nelle sue attività commerciali, impegnandosi nella promozione di iniziative virtuose che contribuiscano allo sviluppo socioeconomico delle comunità locali interessate. Questo impegno si realizza tramite donazioni effettuate direttamente da alcune società del Gruppo, oltre che attraverso iniziative di vario genere promosse direttamente dai dipendenti.

Ad esempio, nel Regno Unito singoli dipendenti o gruppi di dipendenti hanno organizzato diversi eventi di raccolta fondi, in cui l'importo raccolto dai singoli viene poi raddoppiato dalla società, come nel caso della donazione effettuata nell'esercizio 2022 a sostegno della ricerca sul cancro, o della sponsorizzazione all'associazione Macmillan Cancer Support.

Un altro esempio è rappresentato dai contributi raccolti a favore dell'iniziativa *Corporate Charity Special Effects* a sostegno dell'evento "One Special Day". L'iniziativa, che coinvolge diversi sviluppatori e *publisher*, prevede la donazione dei proventi di un giorno provenienti dalla vendita di uno o più videogiochi a supporto dell'associazione *Special Effect Charity*, che crea configurazioni personalizzate per le postazioni comandi di centinaia di giocatori con disabilità. Le donazioni, pari a £11.856 nell'esercizio 2022 e £5.673 al 30 giugno 2023, vengono utilizzate per sviluppare e fornire tecnologie innovative che consentano a centinaia di giocatori con disabilità fisiche di godere dei videogiochi al meglio delle proprie capacità.

Per quanto riguarda l'Italia, nell'Esercizio sono stati effettuate donazioni per un totale di circa 157.995 Euro a sostegno di una serie di iniziative sociali ed educative, con particolare attenzione al benessere della comunità, alla promozione di valori culturali e ad un'istruzione di alta qualità.

Come nel caso di altri settori tecnologici e digitali, l'industria dei videogiochi ha diversi effetti positivi sulle economie locali in cui opera, come la generazione di ricchezza, la creazione di posti di lavoro e l'innovazione tecnologica. L'impatto ambientale è minimo, soprattutto in considerazione del crescente livello di digitalizzazione sperimentato negli ultimi vent'anni, che ha permesso una significativa riduzione delle esternalità negative nelle aree in cui il Gruppo opera.

L'impegno di Digital Bros nella promozione di processi di selezione ed assunzione corretti e leali, salari equi e condizioni di lavoro sicure, garantendo il rispetto, l'uguaglianza, la diversità e l'inclusione per i propri dipendenti favorisce coesione sociale all'interno delle comunità coinvolte. Inoltre, le iniziative legate ad istruzione e formazione sostenute dal Gruppo offrono diverse opportunità per migliorare le competenze dei lavoratori locali.

Attraverso la Digital Bros Games Academy, il Gruppo contribuisce alla diffusione di competenze preziose nei mercati locali, formando le nuove generazioni di sviluppatori e fornendo competenze cruciali in programmazione, *graphic design*, *storytelling* e *project management*, oltre a competenze trasversali in informatica e innovazione.

Le società con sede nel Regno Unito offrono esperienze lavorative per i bambini delle scuole locali, fornendo loro un'opportunità unica per conoscere le diverse carriere nell'industria dei

videogiochi. Ogni anno viene selezionato un numero limitato di studenti (circa 5-10 all'anno) che riceveranno esperienza sul campo, lavorando principalmente nel dipartimento di *Quality Assurance* (QA), partecipando ad attività di *bug testing* sia per prodotti già sul mercato, sia per giochi ancora in fase di sviluppo. Questa iniziativa li aiuta a sviluppare competenze pratiche a livello settoriale, arricchendo il loro curriculum e migliorandone le prospettive lavorative future. Inoltre, il programma insegna l'importanza della gestione degli impegni lavorativi, dando agli studenti una comprensione più approfondita delle responsabilità lavorative e della gestione del tempo. Il programma viene rinnovato con successo da oltre dieci anni.

La società sta anche cercando di riprendere un'iniziativa di incontri nelle scuole, volti a far conoscere il Gruppo e sulle sue attività e a rafforzare le relazioni tra le sedi locali e i territori in cui operano.

Ingame Studios a.s. (Repubblica Ceca) sostiene attivamente la comunità locale attraverso diverse iniziative, come il pagamento delle quote associative ed il coinvolgimento in lavori di volontariato per la Czech Game Developer Association, oltre alla partecipazione alla conferenza Game Access, dove i membri del team partecipano regolarmente a conferenze e incontri. L'azienda collabora anche con due università locali, VUT e MUNI, tenendo lezioni presso le facoltà di informatica. Lo studio offre agli studenti delle scuole superiori con competenze in ambito informatico e tecnologico la possibilità di partecipare a tirocini non retribuiti di due settimane, mentre gli studenti universitari possono partecipare a stage retribuiti della durata di un semestre. Vengono infine organizzati interviste e tour dello studio, oltre che sessioni aperte di test dei progetti in produzione per fornire agli studenti una comprensione più approfondita del processo di sviluppo di videogiochi.

Digital Bros (tramite la sua etichetta 505 Games) è membro di IIDEA, l'associazione professionale dell'industria dei videogiochi in Italia, che a sua volta fa parte di diversi organismi professionali internazionali, come la Video Games Europe e l'European Game Developers Federation. IIDEA lavora per promuovere il settore videoludico in Italia e valorizzare il ruolo dei videogiochi nell'economia, nella società e nella cultura del Paese. Digital Bros è inoltre membro di Confcommercio ed Ebiter.

505 Games Inc. è membro dell'Entertainment Software Association (ESA), associazione di categoria negli Stati Uniti.

505 Games Ltd fa parte del UK Interactive Entertainment (Ukie), associazione di categoria per l'industria dei giochi e dell'intrattenimento interattivo nel Regno Unito.

Il Gruppo, tramite le sue controllate operanti nel mercato asiatico, partecipa alla China Audio-video and Digital Publishing Association (CADPA) e alla Japanese Computer Entertainment Supplier's Association (CESA).

Il Gruppo è membro sostenitore della Italy China Council Foundation, fondazione che consente un accreditamento diretto ed indiretto presso istituzioni cinesi come il Ministero del Commercio e degli Affari Esteri, nonché le Ambasciate italiane in Cina e le Ambasciate cinesi in Italia. Il Vicepresidente per la regione APAC di Digital Bros è stato membro del Consiglio di amministrazione della fondazione durante entrambi i periodi rendicontati.

4.3. Player satisfaction

Il Gruppo si impegna per consentire la piena soddisfazione dei propri clienti finali e svolge le proprie attività con integrità e correttezza. I rapporti con i clienti sono costruiti sulla base della collaborazione e della trasparenza al fine di promuovere e rafforzare legami duraturi.

Insieme ai suoi partner commerciali e ai fornitori, Digital Bros si impegna a fornire prodotti sicuri e di alta qualità ai consumatori finali, accrescendone la soddisfazione attraverso una concorrenza efficace e leale, nel pieno rispetto della legge e delle normative locali. Gli sforzi atti ad estendere il ciclo di vita dei prodotti esistenti e gli investimenti per lo sviluppo di nuovi videogiochi hanno permesso al Gruppo di ottenere un maggiore controllo sulle attività produttive, così da controllare direttamente la risposta alle aspettative dei clienti. Il più lento processo di obsolescenza dei prodotti derivante dalla digitalizzazione del mercato e l'introduzione di nuovi modelli di business basati sul rilascio ricorrente di contenuti aggiuntivi contribuiscono ulteriormente ad accrescere la soddisfazione del cliente finale.

Il Gruppo rispetta le normative vigenti in ogni area in cui opera e si attiene alle *best practice* di mercato in materia di salute e sicurezza dei consumatori finali. Ogni gioco viene sottoposto a un processo di valutazione nazionale e internazionale condotto da enti indipendenti per valutare se i contenuti possano essere appropriati per tutte le fasce d'età o se invece debbano essere riservati a giocatori più maturi. I principali organismi di valutazione sono PEGI in Europa (Pan European Game Information), ESRB (Entertainment Software Rating Board) in Nord America e CERO (Computer Entertainment Rating Organization) in Giappone. Come confermato dal Dipartimento Legale della Società, per il periodo 2022-2023 non sono state registrate violazioni delle normative in materia di salute e sicurezza in relazione ai videogiochi realizzati e distribuiti dal Gruppo.

Prima del lancio, e durante tutto il ciclo di vita dei prodotti, vengono effettuati rigorosi test ed approfonditi controlli di qualità e sicurezza. Per ogni gioco viene creato un sito web dedicato, dove i consumatori finali possono inviare riscontri e commenti sull'esperienza di gioco o segnalare eventuali *bug* e problemi tecnici riscontrati durante l'esperienza di gioco.

La piattaforma di supporto di 505 Games (<https://support.505games.com/support/home>) fornisce informazioni e guide tecniche, FAQ e raccoglie le richieste di supporto inviate dai consumatori finali per tutti i giochi pubblicati dall'etichetta.

I *rating* associati ai videogiochi e le relative infografiche che ne illustrano i contenuti sono comunicati esplicitamente e chiaramente su ogni piattaforma, in modo che i giocatori (e i loro genitori) siano messi nelle condizioni di effettuare una scelta informata. Il Gruppo si allinea ai requisiti dei *marketplace* per quanto riguarda i requisiti e a corretta etichettatura di ciascun prodotto.

Dal momento che il settore videoludico è ormai quasi interamente digitale, non sussistono preoccupazioni significative per quanto riguarda la salute e la sicurezza legate ai dischi fisici.

Il Gruppo controlla le pagine sui *social media* ed i forum relativi ai propri videogiochi, dove vengono svolte giornalmente attività di *community management* e moderazione al fine di gestire ed affrontare in maniera tempestiva eventuali comportamenti tossici ed episodi di molestie,

garantendo un ambiente sicuro per i giocatori. I siti web e i canali social dei *publisher*, degli studi e dei singoli videogiochi, sia nel segmento Premium che Free to Play, vengono costantemente monitorati per ricevere, raccogliere e analizzare il *feedback* dei clienti finali. In alcune occasioni, gli sviluppatori e i *community manager* partecipano a sessioni di domande e risposte con i giocatori per rispondere ad eventuali dubbi e curiosità. Questi feedback vengono poi utilizzati per migliorare il gioco dopo il lancio e durante tutto il suo ciclo di vita attraverso la correzione di eventuali errori e il rilascio di contenuti aggiuntivi e nuove funzionalità.

Il Gruppo si impegna a realizzare campagne di marketing e pubblicità responsabili, diffondendo messaggi trasparenti che non confondano i giocatori o danneggino in alcun modo la loro integrità psicologica e fisica. Vengono fornite informazioni chiare e accurate riguardo ai prezzi, ai contenuti e alle caratteristiche del videogioco, in conformità con i *rating* assegnati dagli enti internazionali. Il Gruppo si assicura che i materiali di marketing e i canali mediatici scelti per la promozione dei prodotti siano adatti all'età del pubblico target e che, qualora sia necessario, vengano applicate le dovute restrizioni per proteggere la privacy degli utenti e non indurre in errore i giocatori più giovani con comunicazioni ambigue. In questo contesto, è importante notare che in nessuno dei due periodi oggetto di rendicontazione sono state segnalate violazioni ai regolamenti e/o codici volontari riguardanti le informazioni relative ai prodotti e ai servizi del Gruppo, né sono stati riscontrati problemi relativi alle comunicazioni di marketing, inclusi pubblicità, promozioni e sponsorizzazioni.

505 Games miglior editor di videogiochi

Nel 2020, l'editore internazionale 505 Games, una consociata di Digital Bros, si è classificato al primo posto nella decima lista annuale di Metacritic dei migliori editori di videogiochi del 2019, un sito di riferimento per l'aggregazione di recensioni e critiche sull'intrattenimento.



- Raffaele Galante, CEO di Digital Bros -

"L'importante riconoscimento di Metacritic attesta il lavoro e il costante impegno del Gruppo, che negli ultimi anni ha sviluppato un portafoglio di titoli diversificato ed equilibrato, creando nuovi videogiochi di alta qualità altamente apprezzati dai critici."



4.4. Filiera responsabile

La capacità di adattamento alle dinamiche competitive è uno dei principali punti di forza del Gruppo, che, nel corso dei suoi decenni di storia, ha permesso una gestione efficiente della catena di fornitura e un solido posizionamento nel settore. Questa caratteristica si concretizza anche attraverso un'attenzione crescente alla sostenibilità delle proprie attività, specialmente durante il difficile periodo pandemico.

Nei suoi trentacinque anni di attività, Digital Bros ha sviluppato una rete di relazioni commerciali e di rapporti transnazionali tale da stabilire una solida presenza in tutti i principali continenti e nei mercati chiave a livello globale.

Il Gruppo intrattiene e promuove rapporti basati sulla sinergia e sul miglioramento reciproco con tutti i collaboratori, partner e fornitori. Tali rapporti commerciali sono generalmente duraturi e regolati da contratti personalizzati.

Il Gruppo acquista principalmente *software* e *hardware* legati allo sviluppo e alla pubblicazione di videogiochi e, in misura minore, cancelleria e strumentazione tecnica. Il Gruppo si serve di circa 20-25 fornitori chiave per l'approvvigionamento di software e l'acquisto di licenze, situati prevalentemente negli Stati Uniti. La maggior parte dei fornitori (circa il 90%) è costituita da licenziatari.

I rapporti commerciali più significativi del Gruppo coinvolgono i *marketplace* e i produttori di console attraverso i quali vende i propri prodotti. Questi includono piattaforme per PC (Steam ed Epic Games Store), *store* digitali per console (come PlayStation Store e Xbox Live), piattaforme in abbonamento in cui i consumatori possono accedere ai giochi pagando una *fee* mensile (come Xbox Game Pass e PlayStation Plus), e piattaforme *mobile*, come l'App Store e Google Play.

A livello locale, le principali spese riguardano servizi di consulenza e alcuni progetti di Ricerca e Sviluppo specifici avviati in collaborazione con partner selezionati. Digital Bros applica il Codice Etico a tutti i fornitori del Gruppo.¹³

Nel caso in cui i fornitori siano rappresentati da studi di sviluppo di videogiochi, il Gruppo effettua rigorosi processi di *due diligence* tecnica e finanziaria, concentrandosi principalmente sulla valutazione delle specificità del progetto e sulla sua fattibilità tecnica ed economica, tenendo in considerazione i diversi costi e le tempistiche del processo di sviluppo. Viene inoltre effettuato un controllo preliminare sul *brand* del gioco e sul suo potenziale di marketing, al fine di assicurarsi che non vengano trattati argomenti sensibili che il Gruppo non può o sceglie di non trattare. A seguito della conferma dell'interesse del team di business development verso un nuovo progetto, il relativo *pitch* viene valutato in termini economici e contestualmente si validano le tempistiche delle consegne. Le verifiche e i processi di studio preliminari vengono effettuati anche tramite visite agli uffici dello sviluppatore e interviste con il personale, così da valutarne l'ambiente, le condizioni di lavoro e la qualità del personale operativo.

¹³ La sola eccezione è rappresentata dai fornitori della sede canadese, in ragione del volume trascurabile e dalla scarsa rilevanza relativa.

Data la crescente attenzione del settore verso la sostenibilità e questioni come la diversità, l'inclusione e i diritti umani, il Gruppo si impegna a monitorare costantemente il grado di aderenza alle normative nazionali e internazionali delle politiche adottate dai fornitori con cui collabora. Tra questi, le aziende più grandi e consolidate aderiscono già a tutti gli standard internazionali, trattandosi di attori virtuosi attivi nel mercato europeo e grandi gruppi quotati negli Stati Uniti. Il Gruppo si serve infine di alcuni fornitori di software e sviluppatori con sede nei territori asiatici, ma in numero e rilevanza secondari.

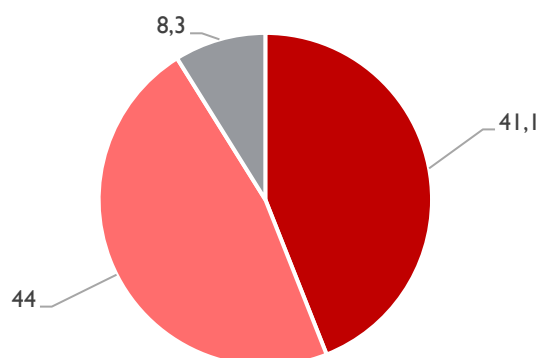
Nei casi in cui il processo di *due diligence* si concluda favorevolmente, il contratto, la documentazione raccolta e i report di accompagnamento, vengono sottoposti alla dirigenza del Gruppo.

Per le altre categorie di fornitori legati alla produzione di videogiochi, come la localizzazione, il doppiaggio e i test di QA, non sono previsti processi di *due diligence* formale, ma piuttosto vengono effettuati diversi controlli di natura tecnica. Nella maggior parte dei casi, questa categoria di collaboratori viene selezionata e valutata sulla base delle referenze dei lavori precedenti, dal momento che spesso si tratta di fornitori di servizi conosciuti nel settore e con una buona reputazione.

Il Gruppo, nel contesto del suo maggiore impegno verso la sostenibilità, sta valutando potenziali modifiche e miglioramenti al processo di *due diligence*, come per esempio l'inclusione di una sezione specifica relativa al rispetto diritti umani e di una dichiarazione sull'impatto sociale dei videogiochi che presentino temi potenzialmente sensibili per il consumatore finale. Alla data di rendicontazione, la valutazione dei criteri sociali relativi ai fornitori viene svolta solamente in maniera informale all'interno del processo di *due diligence*. La tutela dei dritti umani è comunque una parte integrante delle visite in loco e della valutazione del *brand* e dell'immagine del fornitore.

Un ulteriore aspetto in fase di studio riguarda il processo di monitoraggio successivo alla firma del contratto con gli sviluppatori esterni, verso i quali Digital Bros mira a ottenere una migliore supervisione a distanza. Il Gruppo sta considerando nuovi sistemi che possano integrare le visite in loco su base occasionale già messe in atto per un maggiore controllo dei processi. Tali misure sono intese a rafforzare ulteriormente l'identità del Gruppo e a mantenere la propria affidabilità e credibilità, costruite in oltre trentacinque anni di attività. La spesa totale per l'approvvigionamento nell'esercizio 2023 ha raggiunto i 93,4 milioni di euro, con un aumento del 9% rispetto al periodo precedente.

Totale spese di approvvigionamento al 30 giugno 2023 (milioni di Euro)



■ Sviluppatori di videogiochi ■ Fornitori legati alla produzione di videogiochi ■ Altro

+

La porzione principale delle spese di fornitura riguarda partner coinvolti nella produzione di videogiochi (47% del totale consolidato). Questi costi includono le spese per prodotti e servizi destinati alla rivendita, le licenze, le spese per il marketing e per la pubblicità. Il costo relativo allo sviluppo videogiochi da parte degli studi interni al Gruppo viene invece calcolato come ammortamento delle proprietà intellettuali per ciascun periodo.

Una porzione più marginale, pari a circa il 9% della spesa totale di fornitura, comprende pagamenti per servizi (trasporti, servizi generali come assicurazioni, onorari per consulenze, spese di viaggio, spese postali, utenze), affitti, leasing e altri costi operativi.

5. Ambiente e cambiamento climatico

Digital Bros, consapevole dell'importanza dei principi ambientali, sociali e di governance (ESG) per il suo sviluppo sostenibile e per la creazione di valore a lungo termine per i suoi *stakeholder*, si impegna a rispettare elevati standard relativamente a queste tematiche e, seppur ancora nelle fasi iniziali del suo percorso di sostenibilità, il Gruppo si impegna a identificare e mitigare qualsiasi impatto negativo potenziale ed effettivo associato alle proprie attività e relazioni commerciali.

Le esternalità negative sull'ambiente derivanti dal mercato dei videogiochi, in particolare nel caso di videogiochi digitali, sono minime rispetto ad altri settori più tradizionali. Infatti, la maggior parte dei prodotti è venduta attraverso marketplace *digitali* e il Gruppo sta progressivamente abbandonando le attività legate alle vendite fisiche dei propri prodotti. Questa transizione verso una distribuzione esclusivamente digitale elimina la necessità di supporti fisici, imballaggi e trasporto, contribuendo significativamente a ridurre le emissioni di carbonio e la produzione di rifiuti. Inoltre, il passaggio al *cloud gaming* e il successo delle piattaforme digitali riducono l'impatto ambientale legato alla produzione dei supporti hardware e delle console.

L'industria videoludica può essere considerata un settore ad alta intensità energetica a causa della grande quantità di energia consumata dai *data center* necessari per i giochi online. Il Gruppo, non essendo coinvolto nella produzione di supporti *hardware* o nel loro aggiornamento, non contribuisce né alle importanti quantità di energia consumata in questi processi, né alla produzione di rifiuti elettronici ad essi collegata.

Nonostante l'impatto ambientale delle attività del Gruppo sia marginale, Digital Bros mira a minimizzare la propria impronta ambientale e si impegna attivamente a valutare le implicazioni delle proprie decisioni aziendali, promuovendo l'adozione di pratiche commerciali sostenibili e responsabili, per quanto possibile. A tal fine, riconosce l'importanza di processi e tecnologie finalizzati alla riduzione dei consumi energetici e delle relative emissioni di gas serra, al fine di contribuire alla mitigazione del cambiamento climatico: promuove l'uso responsabile delle risorse tra i dipendenti, la riduzione del consumo di carta e favorisce la comunicazione tramite canali digitali (come le videoconferenze) ove possibile, per migliorare la sostenibilità dei processi sia dal punto di vista ambientale sia in termini di riduzione dei costi. Nell'Esercizio, le vendite digitali rappresentavano il 92% dei ricavi netti ed il Gruppo mira a ridurre ulteriormente e progressivamente le vendite fisiche.

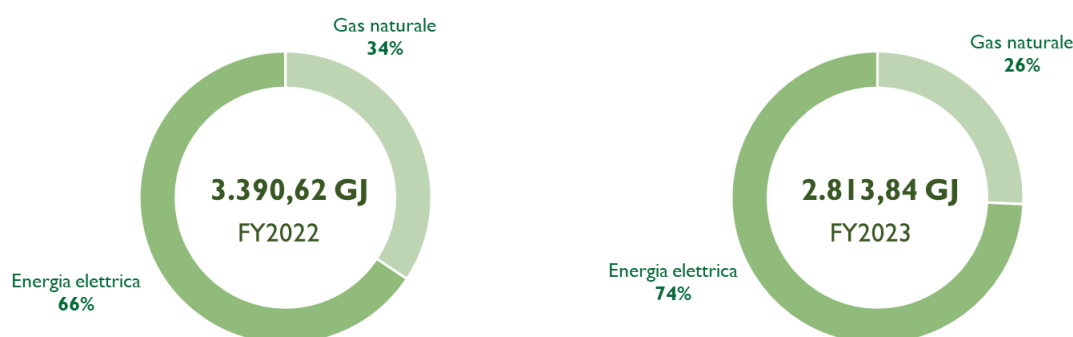
Digital Bros intende sostenere un approccio precauzionale verso le sfide ambientali e si impegna a minimizzare e a ottimizzare l'impatto che le proprie attività generano sull'ambiente, direttamente o indirettamente, gestendo la tematica nel rispetto della normativa vigente in materia, e con quanto previsto dai principali standard, linee guida e principi emanati da organizzazioni nazionali ed internazionali. Digital Bros incoraggia i propri *stakeholder* a prendere in considerazione le questioni ecologiche più rilevanti, come la riduzione del proprio impatto ambientale e il contrasto del cambiamento climatico.

5.1 Consumo di energia ed emissioni di gas serra

L'energia consumata dal Gruppo è costituita interamente dal gas naturale ed elettricità acquistati ed è utilizzata esclusivamente per le attività d'ufficio, che includono il funzionamento di computer, server, illuminazione, riscaldamento e sistemi di raffreddamento per i dipendenti. A differenza delle aziende che producono *hardware* o gestiscono *data center*, il Gruppo si affida interamente a provider *cloud* di terze parti per l'*hosting* dei giochi, limitando ulteriormente il suo impatto energetico diretto.

Nell'Esercizio¹⁴, il Gruppo ha consumato un totale di 2.813,84 GJ di energia, segnando una riduzione del 17% rispetto ai 3.390,62 GJ utilizzati nel periodo precedente. Il 26% del totale è relativo al consumo di combustibili (gas naturale per il riscaldamento), mentre il restante 74% si riferisce all'elettricità acquistata, come mostrato nel grafico seguente:

Consumo di energia del Gruppo per fonte utilizzata



L'intensità energetica permette di identificare il consumo di energia sulla base di specifiche metriche razionalizzate per il Gruppo. Digital Bros ha scelto di utilizzare come metrica per determinare il proprio consumo di energia il valore dei ricavi realizzati nel periodo di rendicontazione. Questa informativa aiuta a contestualizzare l'efficienza del Gruppo rispetto ad altre entità comparabili. Nello specifico, nell'Esercizio si è registrata una riduzione del 7% nell'intensità energetica, che riflette la riduzione del consumo energetico totale.

Sebbene le specifiche attività commerciali di Digital Bros abbiano un impatto sul cambiamento climatico relativamente inferiore rispetto ad altre industrie produttive, il Gruppo ha comunque intrapreso iniziative atte a monitorare le proprie emissioni.

Il Protocollo GHG (GreenHouse Gases, Gas a Effetto Serra) Corporate Standard classifica le emissioni in Emissioni Dirette Scope 1, Emissioni Indirette Scope 2 ed Emissioni Indirette Scope 3.

¹⁴ Il dato relativo al consumo di energia è riportato a livello consolidato, da cui sono state escluse le unità in Asia e Canada. Il dato statunitense è incompleto a causa della mancanza di alcuni dati relativi al periodo precedente al trasloco nei nuovi uffici.

- **Emissioni Scope 1:** emissioni dirette da fonti possedute o controllate dall'organizzazione.
- **Emissioni Scope 2:** emissioni indirette da fonti non direttamente controllate dal Gruppo, ma associate a come è stata generata l'elettricità acquistata.
- **Emissioni Scope 3:** emissioni indirette provenienti da altre fonti non direttamente controllate dal Gruppo, come quelle derivanti dall'energia utilizzata nella produzione di beni e materiali acquistati e dal carburante utilizzato per i viaggi di lavoro.

Per questo primo Report di Sostenibilità, le emissioni riportate dal Gruppo si riferiscono alle emissioni Scope 1 e Scope 2. Per il calcolo delle emissioni Scope 2, vengono utilizzati due distinti approcci di calcolo¹⁵: Location-Based e Market-Based.

L'approccio *Location-Based* riflette l'intensità delle emissioni relative al consumo di elettricità, basandosi sulle emissioni medie della rete elettrica nelle aree geografiche in cui si svolgono le attività delle sedi locali dell'organizzazione. Questo approccio tiene conto del mix energetico della rete locale, includendo sia le fonti rinnovabili sia quelle non rinnovabili, indipendentemente da eventuali contratti specifici di approvvigionamento energetico. L'approccio *Location-Based* restituisce quindi un profilo delle emissioni che si riflette le modalità utilizzate nei diversi panorami regionali o nazionali per generare elettricità.

L'approccio *Market-Based* riflette l'intensità delle emissioni associate all'elettricità consumata dal Gruppo, prendendo in considerazione le specifiche caratteristiche dei contratti di fornitura energetica. Questo approccio considera fattori come la fonte dell'elettricità (rinnovabile o non rinnovabile), gli accordi contrattuali per l'approvvigionamento energetico ed eventuali certificazioni di energia verde o garanzie di origine che possono influenzare il profilo delle emissioni generate dall'energia acquistata.

Emissione diretta e indiretta di GHG



¹⁵ Gli Standard di rendicontazione di sostenibilità GRI prevedono due metodologie per il calcolo delle emissioni Scope 2: il metodo *Location-based* e il metodo *Market-based*. Per il calcolo delle emissioni Scope 2, in linea con gli Standard GRI, sono state utilizzate entrambe le metodologie di calcolo. L'approccio *Market-based* si basa sulle emissioni di CO₂ dei fornitori da cui la Società acquista elettricità attraverso un contratto e può essere calcolato sulla base di certificati di Garanzia di Origine dell'energia e i contratti diretti con i fornitori, i fattori di emissione specifici dei fornitori e i fattori di emissione relativi al "mix residuo". Il metodo *Location-based* si basa sui fattori di emissione medi legati alla generazione di energia all'interno di confini geografici ben definiti, che possono includere confini locali, sub-nazionali o nazionali. Le emissioni Scope 2 sono espresse in tonnellate di CO₂; la percentuale di metano e ossido di diazoto ha un effetto trascurabile sulle emissioni totali di gas serra (equivalenti di CO₂) come da evidenze riportate dalla letteratura tecnica.



Nell'Esercizio, le emissioni Scope 1 del Gruppo sono state pari a 40,75 tCO_{2e}, rappresentando una riduzione del 36% rispetto al periodo precedente. Le emissioni Scope 2 relative all'energia acquistata sono state pari a 204,85 tCO₂ utilizzando il metodo *Location-Based*, con una riduzione del 4% rispetto all'anno precedente, mentre il metodo *Market-Based* ha registrato emissioni pari a 278,94 tCO₂, registrando una riduzione del 2%.

Per il calcolo dell'indice di intensità delle emissioni di gas a effetto serra (GHG), è stato utilizzato come denominatore il valore dei ricavi consolidati, adottando la stessa metodologia utilizzata per il calcolo dell'intensità energetica. L'intensità delle emissioni di gas serra, come dato normalizzato, esprime la quantità di emissioni di GHG per milioni (M) di euro di valore dei ricavi.

5.2 Gestione dei rifiuti

Nonostante l'impatto ambientale dell'attività sia considerato marginale, Digital Bros monitora attivamente qualsiasi soluzione che possa ridurre l'impatto ambientale delle proprie attività, attuali e future. Ad esempio, ove possibile, procede alla sostituzione delle attrezzature obsolete e, in conformità con le normative ambientali vigenti, si adopera per una gestione efficace dei rifiuti e per il corretto smaltimento degli stessi per opera di terzi. Tutti i documenti sono archiviati in formato digitale e vengono stampati solo se richiesto dalla legge o se richiesto nell'ambito di una specifica attività. I materiali di consumo, come le cartucce per stampanti, sono restituiti al fornitore per un corretto riciclo.

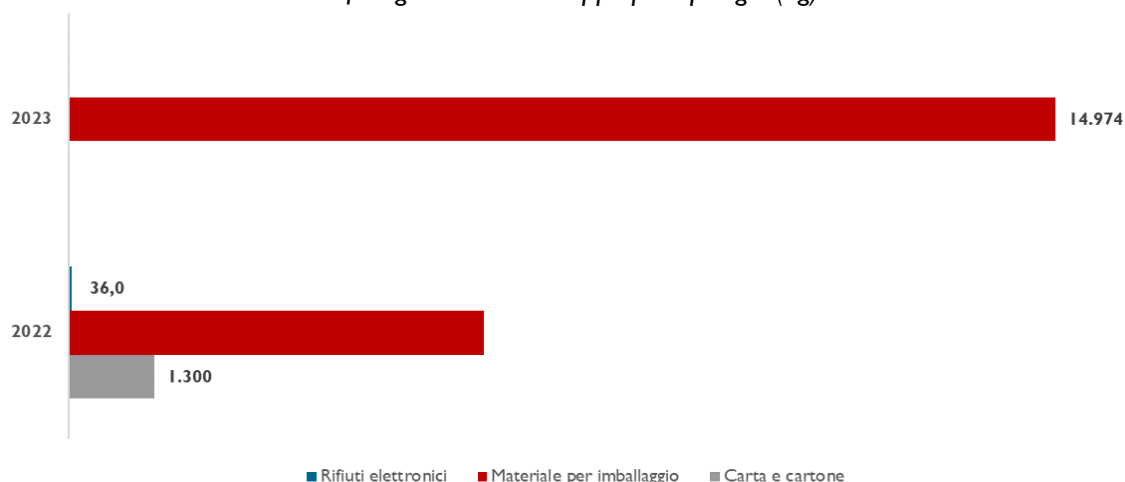
La maggior parte dei rifiuti del Gruppo è associata alle attività logistiche legate al canale di vendita *retail* tradizionale. Il volume di questa tipologia di rifiuti è comunque segnato da una graduale ma significativa riduzione, data la costante digitalizzazione del settore. Le principali categorie di rifiuti includono imballaggi di carta e cartone, imballaggi in materiali misti e rifiuti elettronici (come laptop/computer, monitor, stampanti, telefoni, batterie), tutti classificati come non pericolosi.

Nell'Esercizio il Gruppo ha generato 14.974 kg di rifiuti, principalmente costituiti da imballaggi in materiali misti, come illustrato nel grafico sotto riportato¹⁶. Al 30 giugno 2023, non sono stati riportati i dati dei rifiuti di imballaggi in carta e cartone, né quelli relativi ai rifiuti elettronici,

¹⁶ I dati relativi alla produzione di rifiuti si riferiscono esclusivamente alle sedi italiane (ad esclusione di Kunos Simulazioni) e agli uffici nel Regno Unito. Per tutte le altre società del Gruppo, i dati non sono disponibili a causa della indisponibilità di sistemi di monitoraggio dei rifiuti.

sebbene il volume totale dei rifiuti sia raddoppiato rispetto al periodo precedente. Il significativo aumento registrato nell'Esercizio deriva dalle attività di smaltimento di una grande quantità di imballaggi in materiali misti legati a videogiochi invenduti avviate nel corso dell'Esercizio, dopo essere state posticipate nel periodo precedente.

Rifiuti generate dal Gruppo per tipologia (kg)



Rispetto delle normative ambientali

Digital Bros rispetta tutte le leggi e normative ambientali nelle aree geografiche in cui opera, aderendo rigorosamente ai permessi richiesti, agli standard e alle linee guida in vigore presso le diverse sedi. Il Gruppo è impegnato a mantenere i più elevati livelli di responsabilità ambientale e rispetto della normativa vigente in tutte le sue operazioni. Nei periodi rendicontati, non sono sorte controversie ambientali causate dalle attività del Gruppo e non sono state registrate multe, sanzioni o addebiti relativi a violazioni ambientali

6. Appendice

6.1. Indicatori di risultato

Governance

GRI 2-27: Conformità a leggi e regolamenti¹⁷

Casi di non conformità		30 giugno 2022	30 giugno 2023
Numero di casi significativi di non conformità a leggi e regolamenti durante il periodo di rendicontazione			
Casi in cui sono state applicate sanzioni non pecuniarie durante il periodo di rendicontazione	n.	-	-
Casi in cui sono state applicate pene pecuniarie durante il periodo di rendicontazione	n.	-	-
Numero e valore monetario delle sanzioni per casi di non conformità a leggi e regolamenti durante il periodo di rendicontazione			
Numero di sanzioni per casi di non conformità a leggi e regolamenti durante il periodo di rendicontazione	n.	-	-
Numero di pene pecuniarie per casi di non conformità a leggi e regolamenti durante il periodo di rendicontazione	n.	-	-
Valore monetario delle sanzioni per casi di non conformità a leggi e regolamenti durante il periodo di rendicontazione corrente	€	-	-
Valore monetario delle sanzioni per mancato rispetto di leggi e regolamenti verificatisi in periodi di rendicontazione precedenti	€	-	-

GRI 201-I: Valore economico direttamente generato e distribuito

	30 giugno 2022		30 giugno 2023	
	€/M	%	€/M	%
Valore economico generato	151,54	100%	140,38	100%
Valore economico distribuito	104,72	69,1%	100,46	71,6%
<i>Pagamento di fornitori e partner</i>	<i>55,65</i>	<i>36,7%</i>	<i>52,92</i>	<i>37,7%</i>
<i>Remunerazione dei dipendenti</i>	<i>33,87</i>	<i>22,3%</i>	<i>38,92</i>	<i>27,7%</i>
<i>Remunerazione ai fornitori di capitali</i>	<i>0,95</i>	<i>0,6%</i>	<i>1,80</i>	<i>1,3%</i>
<i>Remunerazione degli investitori (dividendi)</i>	<i>2,57</i>	<i>1,7%</i>	<i>2,57</i>	<i>1,8%</i>
<i>Donazioni e liberalità</i>	<i>0,18</i>	<i>0,1%</i>	<i>0,17</i>	<i>0,1%</i>

¹⁷ Ai fini della rendicontazione di questo GRI, il Gruppo considera significativo qualsiasi evento che possa verificarsi e il cui impatto richieda accantonamenti specifici, svalutazioni di attività del Gruppo o, più in generale, tutti gli eventi ritenuti significativi dai revisori esterni, che richiedano un commento dedicato nella Relazione sulla Gestione del Bilancio Consolidato del Gruppo.

Pagamenti alla Pubblica Amministrazione	11,51	7,6%	4,09	2,9%
Valore economico trattenuto	46,83	30,9%	39,92	28,4%

GRI 205-3: Casi di corruzione accertati e azioni intraprese

Casi di corruzione accertati e azioni intraprese		
Numero di casi/episodi	30 giugno 2022	30 giugno 2023
Numero totale e natura dei casi di corruzione accertati	-	-
Numero totale di casi accertati in cui i dipendenti sono stati licenziati o sanzionati per corruzione	-	-
Numero totale di casi accertati in cui i contratti con i partner commerciali sono stati terminati o non rinnovati a causa di violazioni legate alla corruzione	-	-

GRI 405-1a: Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti

Percentuale dei membri degli organi sociali (Consiglio di amministrazione) per genere e fascia di età:	
Percentuale (%)	30 giugno 2023
Genere	
Uomini	55,6%
Donne	44,4%
Fascia di età	
<30 anni	-
30-50 anni	33,3%
>50 anni	66,7%

Ambiente ¹⁸
GRI 302-1: Energia consumata all'interno dell'organizzazione ¹⁹

Tipologia di energia consumata	Unità di Misura	30 giugno 2022	30 giugno 2023
Combustibili da fonti non rinnovabili			
Gas naturale	GJ	1.132,87	723,40
GPL	GJ	-	-
Diesel (per riscaldamento o processi di produzione)	GJ	-	-
Diesel (per veicoli di proprietà dell'azienda o a lungo termine in leasing/noleggio)	GJ	-	-
Benzina (per veicoli di proprietà dell'azienda o in leasing/noleggio a lungo termine)	GJ	-	-
Totale	GJ	1.132,87	723,40
Elettricità			
Elettricità acquistata	GJ	2.257,76	2.090,45
Di cui da fonti rinnovabili (certificate)	GJ	-	-
Elettricità prodotta	GJ	-	-
Di cui da fonti rinnovabili (certificate)	GJ	-	-
Totale energia consumata dal Gruppo			
Consumo totale di energia	GJ	3.390,62	2.813,84
Energia rinnovabile	GJ	-	-
%	%	-	-

Fattori di conversione			
Unità	Unità di misura	2022	2023
Gas naturale	GJ/Smc	0,0359	0,0362
GPL	GJ/l	0,0243	0,0244
Gasolio	GJ/l	0,0360	0,0359
Diesel (miscela media di biocarburanti)	GJ/l	0,0359	0,0356
Benzina (benzina minerale al 100%)	GJ/l	0,0331	0,0332
Benzina (miscela media di biocarburanti)	GJ/l	0,0325	0,0323
Energia	GJ/KWh	0,0036	0,0036
Fonte		DEFRA 2022	DEFRA 2023

¹⁸ I dati relativi agli impatti ambientali non includono i dati delle filiali asiatiche.

¹⁹ I dati relativi al consumo di energia includono l'intero perimetro del Gruppo ad esclusione dell'Asia, dove i dati non sono disponibili, e del Canada, dove le bollette delle utenze sono pagate dal locatore. I dati per gli Stati Uniti sono incompleti a causa dell'indisponibilità di alcune registrazioni precedenti al trasferimento di 505 Games nei nuovi uffici.

GRI 302-3: Intensità energetica²⁰

Intensità energetica	Unità di misura	30 giugno 2022	30 giugno 2023
Ricavi	M€	132,24	118,93
Energia consumata	GJ	3.390,62	2.813,84
Intensità energetica	GJ/M€	25,64	23,86

GRI 305-1 & 305-2: Emissioni di dirette GHG (Scope 1) e indirette (Scope 2) GHG^{21 22}

Emissioni dirette di gas serra (scope 1) e indirette (scope 2) GHG			
Emissioni di gas a effetto serra (GHG)– tCO₂		30 giugno 2022	30 giugno 2023
Scope 1	Totale scope 1	63,64	40,75
Scope 2	Location-based	212,92	204,85
	Market-based	283,71	278,94
Totale	Scope 1 e scope 2 (Location-based)	276,56	245,60
	Scope 1 e scope 2 (Market-based)	347,35	319,68

Fattori di conversione – Scope 1			
Unità	Unità di misura	2022	2023
1 m ³ Gas naturale	tCO _{2e}	0,0020	0,0020
1 L GPL	tCO _{2e}	0,0016	0,0016
1 L Gasolio	tCO _{2e}	0,0028	0,0028
1 L Diesel (miscela media di biocarburanti)	tCO _{2e}	0,0026	0,0025
1 L Petrol (benzina minerale al 100%)	tCO _{2e}	0,0023	0,0023
1 L Petrol (miscela media di biocarburanti)	tCO _{2e}	0,0022	0,0021
Fonte		DEFRA 2022	DEFRA 2023

²⁰ Si rimanda alla nota n.18.

²¹ Gli Standard di rendicontazione di sostenibilità GRI prevedono due metodologie per il calcolo delle emissioni Scope 2: il metodo Location-based e il metodo Market-based. Per il calcolo delle emissioni Scope 2, in linea con gli Standard GRI, sono state utilizzate entrambe le metodologie di calcolo. L'approccio Market-based si basa sulle emissioni di CO₂ dei fornitori da cui la Società acquista elettricità attraverso un contratto e può essere calcolato sulla base di certificati di Garanzia di Origine dell'energia e i contratti diretti con i fornitori, i fattori di emissione specifici dei fornitori e i fattori di emissione relativi al "mix residuo". Il metodo Location-based si basa sui fattori di emissione medi legati alla generazione di energia all'interno di confini geografici ben definiti, che possono includere confini locali, sub-nazionali o nazionali. Le emissioni Scope 2 sono espresse in tonnellate di CO₂; la percentuale di metano e ossido di diazoto ha un effetto trascurabile sulle emissioni totali di gas serra (equivalenti di CO₂) come da evidenze riportate dalla letteratura tecnica.

²² Si rimanda alla nota n.18.

Fattori di conversione – Scope 2						
Paese	Unità di misura	2022		2023		Fonte
		Location-based	Market-based	Location-based	Market-based	
Italia	tCO ₂ /KWh	0,000315	0,000457	0,000315	0,000457	AIB Residual Mix (Europe) - Terna 2019
Rep. Ceca	tCO ₂ /KWh	0,000475	0,00055	0,000475	0,000697	Terna 2019
UK	tCO ₂ /KWh	0,000261	0,000351	0,000261	0,000365	AIB Residual Mix (Europe) - Terna 2019
USA	tCO ₂ /KWh	0,000374	0,000374	0,000374	0,000374	Terna 2019
Australia	tCO ₂ /KWh	0,000625	0,000625	0,000625	0,000625	Terna 2019

GRI 305-4: Intensità delle emissioni di GHG²³

Intensità delle emissioni di GHG	Unità di misura	30 giugno 2022	30 giugno 2023
Ricavi	M€	132,24	118,93
Totale emissioni GHG (Scope I e Scope II - Location-based)	tCO ₂	276,56	245,60
Totale emissioni GHG (Scope I e Scope II - Market-based)	tCO ₂	347,35	319,68
Intensità emissioni (Location-based)	tCO₂/M€	2,09	2,08
Intensità emissioni (Market-based)	tCO₂/M€	2,63	2,71

GRI 306-3: Rifiuti prodotti²⁴

Composizione dei rifiuti	Unità di misura	30 giugno 2022	30 giugno 2023
Pericolosi	Kg	-	-
Non pericolosi	Kg	7.626,00	14.974,00
Totale	Kg	7.626,00	14.974,00

²³ Si rimanda alla nota n.18.

²⁴ I dati sulla produzione di rifiuti si riferiscono esclusivamente alle sedi italiane (escludendo Kunos Simulazioni) e al Regno Unito. Per tutte le altre entità, i dati non sono disponibili a causa della mancanza di sistemi di monitoraggio dei rifiuti.

Sociale²⁵
GRI 2-7: Dipendenti

Numero totale dei dipendenti per area geografica e genere						
Area geografica	30 giugno 2022			30 giugno 2023		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Europa	193	73	266	226	76	302
Nord America	75	15	90	94	20	114
Asia	4	7	11	6	8	14
Australia	20	7	27	23	9	32
Totale	292	102	394	349	113	462

Numero totale dipendenti per tipologia di contratto, genere e area geografica								
Area geografica		30 giugno 2022			30 giugno 2023			
		Contratto	Uomini	Donne	Totale	Contratto	Uomini	Donne
Europa	A tempo determinato	15	11	26	A tempo determinato	24	7	31
	A tempo indeterminato	178	62	240	A tempo indeterminato	202	69	271
Nord America	A tempo determinato	-	-	-	A tempo determinato	1	-	1
	A tempo indeterminato	75	15	90	A tempo indeterminato	93	20	114
Asia	A tempo determinato	-	3	3	A tempo determinato	1	3	4
	A tempo indeterminato	4	4	8	A tempo indeterminato	5	5	10
Australia	A tempo determinato	-	-	-	A tempo determinato	-	-	-
	A tempo indeterminato	20	7	27	A tempo indeterminato	23	9	32
Totale	A tempo determinato	15	14	29	A tempo determinato	26	10	36
	A tempo indeterminato	277	88	365	A tempo indeterminato	323	103	426

²⁵ Si prega di notare che i dipendenti di 505 Mobile S.r.l. e Game Entertainment S.r.l. nella regione europea sono esclusi dal conteggio dei dipendenti.

Numero totale dipendenti per tipologia di contratto (part time/full time), genere e area geografica								
Area geografica	30 giugno 2022				30 giugno 2023			
	Full time/ Part time	Uomini	Donne	Totale	Full time/ Part time	Uomini	Donne	Totale
Europe	Full-time	184	49	233	Full-time	212	54	266
	Part-time	3	19	22	Part-time	7	18	25
Nord America	Full-time	75	15	90	Full-time	93	20	113
	Part-time	-	-	-	Part-time	1	-	1
Asia	Full-time	4	7	11	Full-time	6	8	14
	Part-time	-	-	-	Part-time	-	-	-
Australia	Full-time	18	7	25	Full-time	21	9	30
	Part-time	2	-	2	Part-time	2	-	2
Totale	Full-time	281	78	359	Full-time	332	91	423
	Part-time	5	19	24	Part-time	10	18	28

Numero di dipendenti con contratti a ore non garantite per genere e area geografica						
Area geografica	30 giugno 2022			30 giugno 2023		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Europa	6	5	11	7	4	11

GRI 2-8: Lavoratori non dipendenti

Numero di lavoratori non dipendenti per categoria e genere						
Categoria	30 giugno 2022			30 giugno 2023		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Collaboratori esterni	91	11	102	92	11	103
Lavoratori autonomi	60	9	69	69	9	78
Tirocinanti	3	1	4	3	-	3
Totale	154	21	175	164	20	184

GRI 2-21: Rapporto sulla retribuzione totale annuale²⁶

Rapporto sulla retribuzione totale annuale			
Paese	Rapporto tra la retribuzione totale annua per l'individuo con retribuzione più alta dell'organizzazione e il valore mediano della retribuzione totale annua per tutti i dipendenti (ad esclusione dell'individuo con retribuzione più alta)		Rapporto tra la retribuzione totale annua per l'individuo con retribuzione più alta dell'organizzazione e il valore mediano della retribuzione totale annua per tutti i dipendenti (ad esclusione dell'individuo con retribuzione più alta)
	30 giugno 2022	30 giugno 2023	2022-2023
Italia	10,94	9,94	4,37

GRI 2-30: Accordi di contrattazione collettiva

Percentuale dei lavoratori coperti da accordi di contrattazione collettiva		
	30 giugno 2022	30 giugno 2023
Totale dipendenti	394	462
Dipendenti coperti da contrattazione collettiva	104	116
Totale (%)	26%	25%

²⁶ Il dato è calcolato esclusivamente sulla base della retribuzione dei dipendenti delle sedi italiane, in particolare 505 Games e Digital Bros, al fine di restituire un confronto più accurato.

Per quanto riguarda la metodologia di calcolo, la remunerazione dell'individuo con la retribuzione più alta comprende la compensazione fissa e variabile come membro del Consiglio di amministrazione, la retribuzione fissa per l'impiego. Al 30 giugno 2022 la remunerazione totale includeva per tutti i dipendenti anche un bonus. Nell'Esercizio, non è stata erogata alcuna remunerazione variabile.

La componente del Long-Term Incentive (LTI) assegnata agli amministratori esecutivi e ai dirigenti chiave nell'esercizio 2022 non è stata inclusa in questo calcolo.

Il calcolo per la mediana si basa sul costo totale per l'azienda per ciascun dipendente, considerando la retribuzione annua di base per tutti i dipendenti al 30 giugno, eventuali bonus ricevuti (nessun bonus è stato erogato nell'esercizio 2023) e i contributi sociali. Per il personale assunto durante l'anno, sia la retribuzione annua di base sia il periodo annuo sono stati adeguati proporzionalmente.

GRI 401-I: Nuove assunzioni e turnover

Numero totale e percentuale di nuovi assunti per fascia d'età, genere e area geografica											
Area geografica	Genere/ Fascia d'età	30 giugno 2022					30 giugno 2023				
		<30 anni	30-50 anni	>50 anni	Totale		<30 anni	30-50 anni	>50 anni	Totale	
Europa ²⁷	Uomini	31	34	1	66	34%	26	39	3	68	30%
	Donne	13	15	-	28	38%	10	10	-	20	26%
	Totale	44	49	1	94	35%	36	49	3	88	29%
	Rate	75%	29%	3%	35%	--	60%	25%	7%	29%	--
Nord America	Uomini	6	40	2	48	64%	9	17	1	27	29%
	Donne	2	7	-	9	60%	2	8	-	10	50%
	Totale	8	47	2	57	63%	11	25	1	37	32%
	Rate	89%	64%	29%	63%	--	55%	29%	11%	32%	--
Asia	Uomini	-	-	-	-	0%	1	2	-	3	50%
	Donne	1	-	-	1	14%	-	2	-	2	25%
	Totale	1	-	-	1	9%	1	4	-	5	36%
	Rate	17%	0%	0%	9%	--	25%	44%	0%	36%	--
Australia	Uomini	3	2	-	5	25%	1	3	-	4	17%
	Donne	1	1	-	2	29%	1	1	-	2	22%
	Totale	4	3	-	7	26%	2	4	-	6	19%
	Rate	67%	17%	0%	26%	--	25%	19%	0%	19%	--
Totale	Uomini	40	76	3	119	41%	37	61	4	102	29%
	Donne	17	23	-	40	39%	13	21	-	34	30%
	Totale	57	99	3	159	40%	50	82	4	136	29%
	Rate	71%	37%	6%	40%	--	54%	26%	7%	29%	--

²⁷ I dati sul turnover dell'ufficio in Repubblica Ceca si basano su stime, a causa dell'assenza di un sistema per monitorare i tassi di assunzione e cessazione durante i periodi di rendicontazione.

Numero totale e percentuale del turnover dei dipendenti per fascia d'età, genere e area geografica											
Area geografica	Genere/ Fascia d'età	30 giugno 2022					30 giugno 2023				
		<30 anni	30-50 anni	>50 years	<30 anni	30-50 anni	<30 years	<30 anni	30-50 anni	Total	<30 anni
Europa ²⁸	Uomini	11	20	-	31	16%	11	19	5	35	15%
	Donne	13	6	-	19	26%	9	8	-	17	22%
	Totale	24	26	-	50	19%	20	27	5	52	17%
	Rate	41%	15%	-	19%	--	33%	14%	12%	17%	--
Nord America	Uomini	-	9	1	10	13%	2	9	2	13	14%
	Donne	-	4	1	5	33%	-	8	-	8	40%
	Totale	-	13	2	15	17%	2	17	2	21	18%
	Rate	-	18%	29%	17%	--	10%	20%	22%	18%	--
Asia	Uomini	-	1	-	1	25%	-	-	-	-	-
	Donne	-	-	-	-	-	2	-	-	2	25%
	Totale	-	1	-	1	9%	2	-	-	2	14%
	Rate	-	25%	0%	9%	--	50%	-	-	14%	--
Australia	Uomini	-	2	-	2	10%	-	1	-	1	4%
	Donne	2	-	-	2	29%	-	-	-	-	-
	Totale	2	2	-	4	15%	-	1	-	1	3%
	Rate	33%	11%	-	15%	--	-	5%	-	3%	--
Totale	Uomini	11	32	1	44	15%	13	29	7	49	14%
	Donne	15	10	1	26	25%	11	16	-	27	24%
	Totale	26	42	2	70	18%	24	45	7	76	16%
	Rate	33%	16%	4%	18%	--	26%	14%	13%	16%	--

²⁸ I dati sul turnover dell'ufficio in Repubblica Ceca si basano su stime, a causa dell'assenza di un sistema per monitorare i tassi di assunzione e cessazione durante i periodi di rendicontazione.

GRI 403-9: Infortuni sul lavoro²⁹

Infortuni sul lavoro - dipendenti				
Casi	30 giugno 2022	Rate	30 giugno 2023	Rate
Numero totale di decessi a seguito di infortuni sul lavoro	-	-	-	-
Numero totale di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (esclusi i decessi)	-	-	-	-
Numero totale di infortuni sul lavoro	-	-	-	-

Dati sulle ore lavorate - Dipendenti		
Ore	30 giugno 2022	30 giugno 2023
Ore lavorate	626.289	763.482
Moltiplicatore	200.000	200.000

Infortuni sul lavoro - collaboratori				
Casi	30 giugno 2022	Rate	30 giugno 2023	Rate
Numero totale di decessi dovuti a infortuni sul lavoro	-	-	-	-
Numero totale di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (esclusi i decessi)	-	-	-	-
Numero totale di infortuni sul lavoro	-	-	-	-

Dati sulle ore lavorate - collaboratori		
Ore	30 giugno 2022	30 giugno 2023
Ore lavorate	186.014	211.374
Moltiplicatore	200.000	200.000

²⁹ Il dato esclude la sede statunitense per mancanza del dato del totale delle ore lavorate.

GRI 404-1: Ore medie di formazione annua per dipendente³⁰

Ore medie di formazione per genere		
Genere	30 giugno 2022	30 giugno 2023
Uomini	11,37	3,03
Donne	7,50	3,45
Totale	10,37	3,13

Ore medie di formazione per genere		
Categoria di dipendenti	30 giugno 2022	30 giugno 2023
Dirigenti	1,08	1,43
Managers	8,59	1,15
Impiegati	12,08	3,87
Operai	1,00	0,20
Totale	10,37	3,13

GRI 404-3: Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale ³¹

Percentuale di dipendenti che ricevono regolarmente valutazioni delle performance per genere e categoria						
Categoria di dipendenti	30 giugno 2022			30 giugno 2023		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	26%	20%	25%	47%	25%	43%
Manager	60%	61%	60%	55%	52%	54%
Impiegati	72%	65%	71%	60%	60%	60%
Operai	0%	100%	10%	0%	100%	10%
Totale	65%	62%	64%	57%	58%	57%

GRI 405-1b: Diversità tra i dipendenti

Percentuale di dipendenti per categoria e genere						
Categoria di dipendenti	30 giugno 2022			30 giugno 2023		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	79%	21%	6%	83%	17%	5%
Manager	73%	27%	22%	73%	27%	20%
Impiegati	74%	26%	70%	75%	25%	73%
Operai	90%	10%	3%	90%	10%	2%
Totale	74%	26%	--	74%	26%	--

³⁰ Numero di ore di formazione per la sede in Rep. Ceca frutto di stime, non essendo a disposizione un sistema di tracciamento.

³¹ I dati riportati non comprendono le informazioni delle sedi italiane, in quanto durante i periodi di riferimento non era stato implementato alcun sistema di monitoraggio o un HR manager.

I dipendenti della Repubblica ceca ricevono un feedback tramite incontri 1:1 con i loro responsabili. Ai fini della rendicontazione, si è stimato che ogni dipendente abbia avuto almeno un incontro durante gli esercizi di riferimento.

Percentuale di dipendenti per categoria e fascia d'età								
Categoria di dipendenti	30 giugno 2022				30 giugno 2023			
	<30 anni	30-50 anni	>50 anni	Totale	<30 anni	30-50 anni	>50 anni	Totale
Dirigenti	0%	46%	54%	6%	0%	43%	57%	5%
Manager	1%	81%	18%	22%	2%	81%	16%	20%
Impiegati	29%	66%	5%	70%	27%	67%	7%	73%
Operai	0%	60%	40%	3%	0%	60%	40%	2%
Totale	20%	68%	12%	--	20%	68%	12%	--

Percentuale di dipendenti appartenenti a categorie protette per categoria e genere						
Categoria di dipendenti	30 giugno 2022			30 giugno 2023		
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Total
Dirigenti	11%	-	8%	11%	-	9%
Cittadini stranieri	100%	-	100%	100%	-	100%
Categorie protette	-	-	-	-	-	-
Manager	5%	9%	6%	5%	8%	5%
Cittadini stranieri	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Categorie protette	-	-	-	-	-	-
Impiegati	6%	14%	8%	6%	14%	8%
Cittadini stranieri	92%	90%	91%	94%	92%	93%
Categorie protette	8%	10%	9%	6%	8%	7%
Operai	33%	0%	30%	33%	0%	30%
Cittadini stranieri	100%	-	100%	100%	-	100%
Categorie protette	-	-	-	-	-	-
Totale	7%	12%	8%	7%	12%	8%
Cittadini stranieri	95%	92%	94%	96%	93%	95%
Categorie protette	5%	8%	6%	4%	7%	5%

GRI 405-2: Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini ³²

Rapporto tra il salario base di uomini e donne				
Categoria	30 giugno 2022		30 giugno 2023	
	Salario base	Remunerazione	Salario base	Remunerazione
Dirigenti	0,36	0,32	0,36	0,41
Manager	0,81	0,84	0,91	0,92
Impiegati	0,74	0,73	0,74	0,74
Operai	0,48	0,48	0,47	0,49
Totale	0,69	0,68	0,73	0,73

³² Il dato è valido per tutte le società del Gruppo, ad eccezione delle sedi negli Stati Uniti a causa della parziale indisponibilità dei dati.

GRI 416-2 Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi

Casi di non conformità ai regolamenti e/o codici volontari relativi agli impatti sulla salute e la sicurezza dei prodotti e servizi		
Numero di casi	30 giugno 2022	30 giugno 2023
<i>Episodi di non conformità a regolamenti che hanno causato una sanzione o una penale</i>	-	-
<i>Episodi di non conformità a regolamenti che hanno causato un avviso</i>	-	-
<i>Episodi di non conformità a codici volontari</i>	-	-
Totale	-	-

GRI 417-2 Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi

Episodi di non conformità ai regolamenti e/o codici volontari in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi		
Numero di casi	30 giugno 2022	30 giugno 2023
<i>Episodi di non conformità a regolamenti che hanno causato una sanzione o una penale</i>	-	-
<i>Episodi di non conformità a regolamenti che hanno causato un avviso</i>	-	-
<i>Episodi di non conformità a codici volontari</i>	-	-
Totale	-	-

GRI 417-3 Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing

Casi di non conformità con i regolamenti e/o codici volontari relativi alle comunicazioni di marketing, comprese pubblicità, promozione e sponsorizzazione		
Numero di casi	30 giugno 2022	30 giugno 2023
<i>Episodi di non conformità a regolamenti che hanno causato una sanzione o una penale</i>	-	-
<i>Episodi di non conformità a regolamenti che hanno causato un avviso</i>	-	-
<i>Episodi di non conformità a codici volontari</i>	-	-
Totale	-	-

6.2. GRI Context Index

Dichiarazione di utilizzo	Digital Bros. ha presentato una relazione in conformità con gli standard GRI per il periodo dal 1 luglio 2021 al 30 giugno 2023.
GRI standard utilizzati	GRI I - Foundation – versione del 2021

STANDARD GRI	INFORMATIVA	POSIZIONE	NOTE
Informativa generale			
GRI 2: Informativa generale 2021	2-1 Dettagli organizzativi	<i>1.2 Modello di business 1.4 Struttura di Governance</i>	
	2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	<i>Nota metodologica</i>	
	2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e referente	<i>Nota metodologica</i>	
	2-5 Assurance esterna	<i>Nota metodologica</i>	Questo Report non è soggetto ad Assurance esterna
	2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti commerciali	<i>1.2 Modello di business 4.4 Filiera responsabile</i>	
	2-7 Dipendenti	<i>4.1 Gestione e sviluppo del capitale umano 6.1 Indicatori di risultato</i>	
	2-8 Lavoratori non dipendenti	<i>4.1 Gestione e sviluppo del capitale umano 6.1 Indicatori di risultato</i>	
	2-9 Struttura e composizione della governance	<i>1.4 Struttura di Governance</i>	
	2-10 Nomina e selezione del massimo organo di governo	<i>1.4 Struttura di Governance</i>	
	2-11 Presidente del massimo organo di governo	<i>1.4 Struttura di Governance</i>	

2-12 Ruolo del massimo organo di governo nella supervisione della gestione degli impatti	<i>1.4 Struttura di Governance</i>	
2-13 Delega di responsabilità per la gestione di impatti	<i>1.4 Struttura di Governance</i>	
2-14 Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	<i>1.4 Struttura di Governance</i>	
2-15 Conflitti di interesse	<i>3.2 Etica aziendale e compliance 4.1 Gestione e sviluppo del capitale umano</i>	
2-16 Comunicazione delle criticità	<i>3.2 Etica aziendale e compliance</i>	
2-17 Competenze collettive del massimo organo di governo	<i>1.4 Struttura di Governance</i>	
2-18 Valutazione della performance del massimo organo di governo	<i>1.4 Struttura di Governance</i>	
2-19 Politiche remunerative	<i>1.4 Struttura di Governance</i>	
2-20 Processo di determinazione della remunerazione	<i>1.4 Struttura di Governance</i>	
2-21 Rapporto sulla retribuzione totale annuale	<i>4.1 Gestione e sviluppo del capitale umano 6.1 Indicatori di risultato</i>	
2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	<i>Lettera agli Stakeholder</i>	
2-23 Impegni assunti tramite policy	<i>3.2 Etica aziendale e compliance</i>	
2-24 Integrazione degli impegni in termini di policy	<i>3.2 Etica aziendale e compliance</i>	
2-25 Processi volti a rimediare agli impatti negativi	<i>3.2 Etica aziendale e compliance</i>	
2-26 Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare criticità	<i>3.2 Etica aziendale e compliance</i>	
2-27 Conformità a leggi e regolamenti	<i>3.2 Etica aziendale e compliance 6.1 Indicatori di risultato</i>	
2-28 Adesione ad associazioni	<i>4.2. Local communities</i>	

	2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	2.1 Stakeholder map	
	2-30 Accordi di contrattazione collettiva	4.1 Gestione e sviluppo del capitale umano 6.1 Indicatori di risultato	
Temi materiali			
GRI 3: Temi materiali 2021	3-1 Processo per determinare i temi materiali	2.2 Analisi di materialità	
	3-2 Elenco dei temi materiali	2.2 Analisi di materialità	
Riduzione delle emissioni e azioni contro il cambiamento climatico			
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	5. Ambiente e cambiamento climatico	
GRI 302: Energia 2016	302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione	5.1 Consumo di energia ed emissioni 6.1 Indicatori di risultato	
	302-3 Intensità energetica	5.1 Consumo di energia ed emissioni 6.1 Indicatori di risultato	
GRI 305: Emissioni 2016	305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	5.1 Consumo di energia ed emissioni 6.1 Indicatori di risultato	
	305-2 Emissioni indirette di GHG (Scope 2)	5.1 Consumo di energia ed emissioni 6.1 Indicatori di risultato	
	305-4 Intensità delle emission di GHG	5.1 Consumo di energia ed emissioni 6.1 Indicatori di risultato	
GRI 306: Rifiuti 2020	306-3 Rifiuti prodotti	5.2 Gestione dei rifiuti 6.1 Indicatori di risultato	

Performance economiche			
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	3.1 Performance economiche	
GRI 201: Performance economiche 2016	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	3.1 Performance economiche 6.1 Indicatori di risultato	
Governance and business ethics			
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	3.2 Etica aziendale e compliance	
GRI 205: Anticorruzione 2016	205-3 Episodi di corruzione e azioni intraprese	3.2 Etica aziendale e compliance 6.1 Indicatori di risultato	
Filiera responsabile			
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	4.4 Filiera responsabile	
Gestione delle risorse umane			
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	4.1 Gestione e sviluppo del capitale umano	
GRI 401: Occupazione 2016	401-1 Nuove assunzioni e turnover	4.1 Gestione e sviluppo del capitale umano 6.1 Indicatori di risultato	
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018	403-9 Infortuni sul lavoro	4.1 Gestione e sviluppo del capitale umano 6.1 Indicatori di risultato	
GRI 404: Formazione e Istruzione 2016	404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente	4.1 Gestione e sviluppo del capitale umano 6.1 Indicatori di risultato	
	404-3 Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale	4.1 Gestione e sviluppo del capitale umano 6.1 Indicatori di risultato	
GRI 405: Diversità e pari opportunità 2016	405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	4.1 Gestione e sviluppo del capitale umano 6.1 Indicatori di risultato	

	405-2 Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	4.1 Gestione e sviluppo del capitale umano 6.1 Indicatori di risultato	
GRI 406: Non discriminazione 2016	406-1 Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	4.1 Gestione e sviluppo del capitale umano	
Diritti umani			
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	4.1 Gestione e sviluppo del capitale umano	
Creazione di valore nelle comunità locali			
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	4.2 Comunità locali	
KPI specifico	Iniziative e donazioni	4.2 Comunità locali	
Player satisfaction			
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	4.3 Player satisfaction	
GRI 416 Salute e sicurezza dei clienti 2016	416-2 Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi	4.3 Player satisfaction 6.1 Indicatori di risultato	
GRI 417: Marketing ed etichettatura 2016	417-2 Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	4.3 Player satisfaction 6.1 Indicatori di risultato	
	417-3 Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing	4.3 Player satisfaction 6.1 Indicatori di risultato	