



BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2024

Lettera del presidente agli stakeholder.....	4
Nota metodologica.....	6

1

Eurolabel

1.1 Chi siamo.....	8
--------------------	---

2

Analisi di materialità

2.1 Gli stakeholder di Eurolabel.....	15
2.2 L'analisi di materialità.....	17
2.3 I temi materiali	22

3

Strategia di sostenibilità

3.1 NOI, il percorso sostenibile di Eurolabel	28
---	----

4

Governance

4.1 La struttura e gli organi di governo	34
4.2 Condotta etica del business	37
4.3 La creazione e distribuzione del valore.....	44
4.4 La gestione della catena di fornitura	48

5

Persone

5.1 I nostri dipendenti	51
5.2 Diversità e inclusione	53
5.3 Benessere e formazione dei nostri dipendenti	60
5.4 Salute e sicurezza dei lavoratori.....	66

6

Ambiente

6.1 Energia ed emissioni.....	70
6.2 Rifiuti	75

7

Prodotto

7.1 Etichette	80
7.2 Design inclusivo	85
7.3 Ecodesign: progettare per innovare	89

8

Comunità

8.1 L'impegno verso il territorio e la comunità locale.....	94
8.2 Progetti futuri.....	102

GRI index.....	103
----------------	-----

Lettera del presidente agli stakeholder

GRI 2-22

Care lettrici e cari lettori,

in Eurolabel crediamo che lo **sviluppo sostenibile** non sia soltanto una responsabilità etica, ma una **leva strategica** per costruire un futuro solido, condiviso e duraturo. Nel nostro settore, quello della produzione di etichette autoadesive, siamo pienamente consapevoli dell'impatto che le attività industriali possono generare sull'ambiente, sulla società e sul tessuto economico. Per questo motivo, abbiamo scelto di integrare la **sostenibilità** nella nostra visione d'impresa e nei processi decisionali a tutti i livelli.



"Crediamo che il potere delle nostre etichette non sia solo nel comunicare informazioni, ma anche nel trasmettere valori e ispirare azioni concrete verso un futuro migliore per il pianeta e per le persone."

- Elisabetta Brambilla, Presidente

Il 2024 rappresenta un punto di svolta anche dal punto di vista normativo. Con l'entrata in vigore della **Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)**, il contesto europeo e nazionale ha sottolineato con forza quanto la **dimensione ambientale, sociale e di governance (ESG)** debba essere considerata parte integrante della gestione aziendale. La CSRD mira, infatti, a **porre la rendicontazione non finanziaria sullo stesso piano della rendicontazione finanziaria**, riconoscendo che **performance economiche e impatti ambientali e sociali sono profondamente interconnessi**.

Questa evoluzione normativa rafforza la nostra convinzione: la sostenibilità non è un vincolo, ma un **motore di innovazione**, che ci permette di coniugare **qualità, efficienza e competitività** con il rispetto delle persone e del pianeta.

Il nostro impegno prende forma attraverso azioni concrete: l'utilizzo di **materiali a minor impatto ambientale**, l'**ottimizzazione dei consumi energetici**, e il coinvolgimento dei nostri **fornitori** in un percorso di crescita condivisa.

Vogliamo contribuire in modo attivo alla **transizione verso un'economia circolare e rigenerativa**, in coerenza con gli **Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite**, promuovendo una cultura d'impresa fondata sulla responsabilità, la trasparenza e l'integrità. Questo approccio orienta le nostre strategie di lungo periodo e ci stimola a migliorare continuamente.

Con questo **Bilancio di Sostenibilità** condividiamo con voi i risultati raggiunti, gli obiettivi futuri e la visione che ci guida. Un percorso che vogliamo continuare insieme ai nostri stakeholder, certi che ogni scelta consapevole rappresenti un passo verso un domani più giusto, più resiliente e più sostenibile per tutti.

Elisabetta Brambilla

Presidente di Eurolabel

Nota metodologica

GRI 2-1, 2-2, 2-3

Il presente documento rappresenta il Bilancio di Sostenibilità di Eurolabel S.r.l. (di seguito anche "Bilancio"), con sede in via Como 14, Lainate (MI) 20045, relativo al terzo esercizio di rendicontazione non finanziaria, pubblicato in riferimento all'anno fiscale 2024. Il Bilancio viene pubblicato con cadenza annuale e su base volontaria, con l'obiettivo di comunicare ai propri stakeholder, in maniera chiara e trasparente, le performance di Eurolabel in riferimento agli **impatti più significativi** della Società sull'economia, sull'ambiente e sulle persone, inclusi quelli sui diritti umani, e su come Eurolabel gestisce tali impatti. Il presente documento permette inoltre di assicurare una migliore **comprensione e valutazione delle attività** svolte da Eurolabel, del suo andamento, dei suoi risultati e dell'impatto prodotto dalle stesse.

Le informazioni riportate nel Bilancio sono state definite assumendo come riferimento metodologico i "GRI Sustainability Reporting Standard", aggiornati al 2021, pubblicati dal Global Reporting Initiative (GRI) e rendicontati secondo l'opzione "GRI Referenced".

Il perimetro di rendicontazione dei dati e delle informazioni qualitative e quantitative si riferisce alle performance di Eurolabel come da bilancio al 31 dicembre 2024, per l'intero esercizio di riferimento (dal 1° gennaio 2024 al 31 dicembre 2024). L'eventuale ricorso a stime, per alcune delle informazioni quantitative, viene direttamente richiamato nei diversi paragrafi del presente documento, a commento dei dati presentati.

Al fine di garantire la coerenza e la comparabilità delle informazioni, ove si renda necessario per la correzione di eventuali errori o per tener conto delle modifiche nella metodologia di misurazione degli indicatori o nella natura dell'attività, è possibile ricalcolare e riportare ("Restatement") i dati quantitativi relativi ai periodi precedenti rispetto a quanto originariamente pubblicato nel Bilancio di Sostenibilità dell'anno precedente.

Il processo di redazione del Bilancio di Sostenibilità ha visto il coinvolgimento dei responsabili delle diverse funzioni di Eurolabel.

Il Bilancio di Sostenibilità 2024 è reso disponibile nel sito istituzionale di Eurolabel S.r.l. all'indirizzo www.eurolabel.it. Per richiedere maggiori informazioni in merito è possibile rivolgersi al seguente indirizzo mail: sostenibilita@eurolabel.it



Eurolabel

1.1 Chi siamo

1.1 Chi siamo

GRI 2-1

Eurolabel, stampiamo il progresso

Dal 1964 ad oggi, Eurolabel ha attraversato un percorso di costante evoluzione, fino ad affermarsi come leader nel settore delle etichette autoadesive, tubetti laminati, sleeve e smart labels RFID. Con oltre 60 anni di esperienza nel settore, l'azienda ha seguito da vicino le **innovazioni tecnologiche** nel campo della stampa. Attualmente, Eurolabel opera nel mercato italiano ed ha esteso il suo business anche in Svizzera e in Francia, confermando così la propria presenza e competenza su scala internazionale.

L'obiettivo primario di Eurolabel è rimasto costante nel corso degli anni: anticipare le **esigenze** del mercato, mantenendosi in costante **evoluzione** sia dal punto di vista tecnico che tecnologico; ciò la colloca come un'azienda all'avanguardia, in linea con i principi dell'Industria 4.0.



Come operiamo

Il **know-how** costituisce un elemento distintivo nella produzione di Eurolabel e la professionalità si riflette in ogni fase dell'operato dell'azienda. Eurolabel si impegna nella ricerca e selezione delle materie prime, investe nell'innovazione tecnologica e nella formazione interna, organizza eventi informativi e si dedica a trasferire la propria competenza ai clienti. La struttura produttiva si avvale di un **ciclo integrato** che comprende diverse fasi: consulenza e marketing, preventivazione, pre stampa, gestione delle materie prime, stampa, controllo, confezionamento e spedizione al cliente. Un'attenzione particolare è dedicata alle fasi post-vendita, grazie al supporto del customer service.

La mission e i valori

Le attività di Eurolabel sono incentrate sulla fornitura di un servizio di **alta qualità** ai clienti, promuovendo la trasparenza in ogni aspetto delle operazioni.

Eurolabel si impegna costantemente a garantire un servizio eccellente, investendo sia in tecnologie all'avanguardia sia nella formazione continua dei propri dipendenti sulla parità di **genere e sulle pratiche FSC®**, al fine di garantire elevati standard di competenza, affidabilità ed etica. Eurolabel si impegna ad affrontare le sfide ambientali e sociali odierne, agendo come un cittadino attivo. Attraverso progetti concreti e iniziative virtuose, l'azienda coinvolge le **comunità** e gli **stakeholder**, mantenendo un approccio aperto e proattivo. Promuovendo un ambiente etico e rispettoso, Eurolabel favorisce la collaborazione tra dipendenti e clienti, contribuendo a consolidare una cultura aziendale forte e coerente ai principi di integrità, credibilità e onestà.

Questi **valori**, sostenuti dal nostro Codice Etico aziendale, sono fondamentali nel plasmare le relazioni e il modo di fare business di Eurolabel, contribuendo alla costruzione di una reputazione solida e autentica.





La storia

Eurolabel affonda le sue radici a Milano nel **1964**, in una tipografia familiare.

La svolta significativa nella sua storia avviene grazie alla **visione imprenditoriale di Lidia Cattaneo**, che intuì il potenziale delle prime carte autoadesive. Con determinazione, acquistò una delle prime macchine da stampa, trasformando l'azienda in uno dei primi etichettifici in Italia.

Presto, Eurolabel si affermò nel mercato della stampa di **etichette a modulo continuo**.

Questo percorso culmina nel 1974 con l'adozione ufficiale del nome Eurolabel e nel 1976 con il trasferimento nella zona Affori-Bovisa di Milano, dove rimase fino al 2021, anno in cui si spostò nell'attuale innovativo stabilimento di Lainate, affiancata dalle due consociate EDP Label e Tecno Tag.

1964

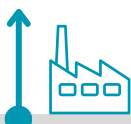
Nasce a Milano la Tipografia Paleari, che successivamente diventa Rapid, il nucleo fondante di Eurolabel.

1979

Nasce EDP Label, unità di business continuity e disaster recovery di Eurolabel, specializzata in etichette tecniche e durevoli.

2013

Eurolabel passa alla terza generazione con l'attuale presidente Elisabetta Brambilla.



1974

Nasce ufficialmente Eurolabel.
Nel 1976 si trasferisce nello stabilimento di Affori-Bovisa a Milano.

1996

Eurolabel si certifica ISO 29002: 1994.

2017

Eurolabel si certifica FSC® e pubblica il suo primo Codice Etico.



Eurolabel è stata **Fiduciaria del Poligrafico di Stato** per la stampa del bollino ottico farmaceutico e diventa, negli anni, una vera e propria sviluppatrice di idee oltre che di etichette autoadesive.

Oggi l'azienda è aperta ai principali mercati: farmaceutico, alimentare, cosmetico,

industriale e logistico, ed è guidata dalla **terza generazione** con **Elisabetta Brambilla**, Presidente di Eurolabel dal 2013 e premiata come Imprenditrice dell'Anno al premio Oro della Stampa 2023, riconoscimento ottenuto anche dalla madre Lidia Cattaneo nel 2012.

2018

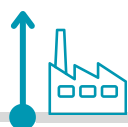
Viene fondata Tecno Tag, spin off di EDP Label, specializzata in smart labels ed etichette RFID.

2022

Eurolabel pubblica il primo report di Carbon Footprint.

2024

Eurolabel ottiene la certificazione per la Parità di Genere e riceve la Gold Medal di Ecovadis.



2021

Eurolabel si trasferisce a Lainate, in un moderno polo produttivo, e intraprende il suo percorso di sostenibilità.

2023

Eurolabel pubblica il primo Bilancio di Sostenibilità.

I servizi

Eurolabel offre una gamma completa di servizi, dalla consulenza tecnica alla pianificazione e produzione, fino al customer service e marketing, sempre con un forte impegno verso la sostenibilità e l'innovazione.

Consulenza

Eurolabel combina **competenze tecniche**, **capacità analitiche** ed **esperienza** per individuare soluzioni ottimali e funzionali per ogni tipo di **packaging** e settore. Collaborando strettamente con i nostri clienti, offriamo un servizio di assistenza tecnica e supporto, focalizzato sulla selezione delle **migliori materie prime** e delle **tecniche di stampa** più adeguate. Promuoviamo **politiche produttive sostenibili e responsabili**, impegnandoci a soddisfare le esigenze dei clienti con **soluzioni personalizzate** e su misura. La nostra dedizione al cliente e alla sostenibilità non solo risponde alle necessità della nostra clientela, ma contribuisce anche alla preservazione dell'ambiente, al benessere sociale e al sostegno dell'economia.

Eurolabel si impegna quotidianamente nella pianificazione, sviluppo e produzione, collaborando strettamente con i propri clienti per garantire precisione e qualità in ogni operazione. La nostra dedizione alla qualità è confermata dalle numerose **certificazioni** ottenute, tra cui **ISO 9001:2015** per il sistema di gestione e **FSC®** per la catena di custodia forestale. Per rispondere alle esigenze dei nostri clienti, abbiamo sviluppato un **sistema di gestione integrato** che soddisfa i requisiti normativi dei settori farmaceutico, medicale, alimentare e cosmetico. Collaboriamo strettamente con i nostri partner per garantire qualità e precisione in ogni fase del processo. Grazie alla nostra esperienza e alle certificazioni ottenute, siamo in grado di operare nei settori più regolamentati, offrendo un supporto completo e affidabile.

Pianificazione Sviluppo Produzione

Marketing

Eurolabel si distingue per un approccio al marketing che integra sostenibilità, innovazione e inclusività. Organizziamo **eventi mirati** per informare e coinvolgere i nostri **stakeholder interni ed esterni**, sensibilizzandoli sulle **sfide ambientali** e le opportunità legate alla **parità di genere**. Le nostre **analisi di mercato** continue ci permettono di rimanere all'avanguardia sui **trend emergenti**, assicurando che le soluzioni proposte ai nostri clienti non solo siano innovative, ma anche **ecocompatibili** e **socialmente responsabili**.

Il Customer Service di Eurolabel è concepito per offrire un **supporto completo e continuo** ai nostri clienti, fornendo risposte tempestive e soluzioni su misura. Dal momento del preventivo fino all'assistenza post-vendita, il nostro team è dedicato a garantire un servizio di eccellenza, mettendo al centro le esigenze specifiche di ciascun cliente.

Customer Service

I prodotti

Eurolabel è un'azienda specializzata nella stampa di etichette autoadesive e nell'evoluzione di servizi e soluzioni in ambito smart labels RFID, cold chain e sicurezza. Di seguito sono elencate le tipologie di etichette proposte, descritte approfonditamente nel capitolo 7:





Analisi di materialità

2.1 Gli stakeholder di Eurolabel

2.2 L'analisi di materialità

2.3 I temi materiali

2.1 Gli stakeholder di Eurolabel

GRI 2-29

Il primo passo per identificare gli impatti e i temi materiali di Eurolabel è individuare i suoi principali stakeholder che sono definiti secondo i GRI Standard come *“un individuo o gruppo che ha un **interesse** che è o potrebbe essere condizionato dalle attività dell’organizzazione”*. È importante sottolineare che non tutti gli interessi hanno la stessa rilevanza e, pertanto, non necessitano di un trattamento uniforme. Gli stakeholder possono variare, comprendendo sia attori che intrattengono relazioni dirette con l’azienda (come i dipendenti, i clienti e i fornitori) che soggetti che potrebbero trovarsi a distanza da essa (come la comunità locale).

Eurolabel mira a costruire e mantenere nel tempo un solido e duraturo sistema di relazioni. In quest’ottica, coinvolgere e dialogare con gli stakeholder, attraverso il cosiddetto **“stakeholder engagement”**, non solo permette di comprenderne le necessità e le aspettative, ma crea le condizioni favorevoli a una risposta che possa essere trasformata in obiettivi e azioni aziendali. Queste iniziative tengono in considerazione le evoluzioni in corso, nonché i potenziali rischi e opportunità.

Il modello di interazione di Eurolabel con i suoi stakeholder si basa sulla **diversa natura delle relazioni** e delle connessioni esistenti, come riportato nella tabella seguente. Gli stakeholder sono stati individuati considerando il settore in cui opera Eurolabel, il modello di business e le attuali relazioni aziendali. Il coinvolgimento degli stakeholder ha lo scopo di considerare le loro aspettative, percezioni e priorità, in modo da rispondere in maniera puntuale alle loro esigenze.

Per quest’anno, l’analisi di materialità non ha previsto un’attività di coinvolgimento diretto degli stakeholder finalizzata a raccogliere in modo esplicito la loro visione sugli impatti ambientali, sociali ed economici dell’organizzazione. Tuttavia, l’azienda intrattiene **relazioni costanti e consolidate con i propri stakeholder**, attraverso le modalità descritte nei paragrafi seguenti. Grazie a questo dialogo continuo e alla conoscenza approfondita maturata dal **gruppo di lavoro coinvolto nel processo** di definizione dei temi, è stato possibile **integrare parzialmente il punto di vista degli stakeholder** nell’analisi svolta. Per i prossimi anni, l’azienda prevede tuttavia di valutare di **strutturare un percorso più formale e sistematico** di coinvolgimento facendo leva sui canali di comunicazione già in essere, con l’obiettivo di garantire una partecipazione attiva e rappresentativa dei principali portatori di interesse nella definizione dei temi materiali.

Attività di coinvolgimento degli stakeholder e iniziative

STAKEHOLDER	ATTIVITÀ DI ENGAGEMENT: PROGETTI – INIZIATIVE – RELAZIONI
COLLABORATORI	Relazioni e dialogo con le Risorse Umane (HR) – Incontri periodici e informali – Percorsi formativi ed eventi – Attività legate allo sviluppo carriera e valutazione delle performance – Iniziative e strumenti di comunicazione interna – Sito internet e canali social – Eventi sociali – Newsletter
CLIENTI	Incontri commerciali e visite – Eventi di settore – Attività di marketing – Pubblicazioni e contenuti sui social media – Strumenti di valutazione e questionari – Audit e verifiche della supply chain – Sito internet – Processi di qualifica e prequalifica dei fornitori – Incontri per la definizione delle richieste e delle specifiche tecniche
FORNITORI	Definizione e condivisione di standard produzione / servizio – Incontri commerciali e visite/audit – Portali e piattaforme dedicate – Strumenti di valutazione e questionari – Definizione criteri di qualifica e selezione fornitori – Sito internet
COMUNITÀ E TERRITORIO	Iniziative di supporto e responsabilità sociale (CSR) – Sponsorizzazioni ed eventi – Partnership istituzionali – Stage – Impegni sociali e valorizzazione del patrimonio territoriale – Incontri periodici – Sondaggi sulle tematiche materiali e impatti
ENTI REGOLATORI	Incontri / invio e scambio comunicazioni per adempimenti o richieste specifiche – Audit e verifiche – Corrispondenza
ISTITUTI DI ISTRUZIONE	Stage – Tirocini – Lezioni pro-bono- Interventi – Sponsorizzazione di eventi
PARTNER PROGETTUALI	Società con le quali si lavora in partnership – Sviluppo di progetti di co-marketing – eventi – sito internet – social media – comunicati stampa
ASSOCIAZIONI NO PROFIT	Consultazioni su problematiche e iniziative di supporto – Comunicati – Sito internet
ISTITUTI FINANZIARI	Incontri ed eventi periodici – Bilanci
MEDIA	Comunicati stampa – Social media – Sito internet – Pubblicazioni – Eventi – Interviste e approfondimenti specialistici

2.2 L'analisi di materialità

GRI 3-1

L'analisi di materialità è un elemento centrale per la rendicontazione di sostenibilità, poiché consente di identificare gli aspetti più rilevanti per l'azienda in termini di impatti economici, sociali e ambientali per l'azienda che sono quindi monitorati e rendicontati.

Nel contesto europeo, l'avvento della CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive), che in Italia è stata recepita con l'approvazione del **Decreto Legislativo n. 125 del 6 settembre 2024**, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale n. 212 del 10 settembre 2024, ha introdotto diversi nuovi elementi, tra cui l'introduzione del concetto di **"doppia materialità"**. Quest'ultimo amplia la prospettiva della rendicontazione aziendale, integrando due dimensioni:

- **Materialità di impatto:** valutazione *"inside-out"* rispetto agli effetti che le attività, il business e le relazioni commerciali generano direttamente o indirettamente sulle persone e sull'ambiente, sia in termini positivi che negativi, effettivi o potenziali;
- **Materialità finanziaria:** analisi *"outside-in"* di come i temi ESG possono influenzare la performance economica e finanziaria dell'azienda.

Per questo anno di rendicontazione Eurolabel ha deciso volontariamente di aggiornare l'analisi integrando l'approccio di doppia materialità promosso dalla CSRD. Questa scelta risponde alla volontà di adottare un approccio trasparente e allineato alle migliori pratiche internazionali, rafforzando la capacità aziendale di **identificare e gestire i temi ESG con impatti rilevanti sul business e sulla società**. Il processo si è svolto su quattro fasi che sono descritte di seguito.

Processo di analisi di materialità



Fase 1: Analisi del contesto interno ed esterno

Nel processo di analisi del contesto in cui opera l'organizzazione, è stata svolta un'approfondita valutazione sia degli elementi interni che di quelli esterni. Per quanto riguarda il **contesto interno**, l'attenzione si è concentrata sulle **relazioni e sulle interdipendenze con i principali stakeholder**, analizzando in particolare come queste connessioni possano essere influenzate da fattori esterni, organizzativi o di mercato. L'obiettivo di questa prima fotografia è stato comprendere meglio le dinamiche che caratterizzano l'ambiente aziendale nonché **identificare gli impatti ambientali e sociali**, sia positivi che negativi, generati dalle attività aziendali.

Sul fronte dell'analisi esterna, è stata esaminata l'evoluzione del **contesto normativo**, con un focus specifico sulla regolamentazione a livello europeo. In questo ambito, sono state considerate le **potenziali implicazioni di direttive chiave** come la CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive), l'EUDR (Regolamento Europeo sulla Deforestazione) e la Direttiva SUP (Single Use Plastic), tutte normative che possono influenzare in modo significativo non solo le attività aziendali ma il settore intero, richiedendo **adeguamenti strategici e operativi**.

L'analisi della catena del valore è stata infine concretizzata attraverso una **rappresentazione grafica** che ne sintetizza i portatori di interesse coinvolti e i flussi principali che avvengono a monte, a valle e nelle operazioni interne. L'output di questa prima fase è stato presentato e discusso all'interno del gruppo di lavoro per favorire un confronto condiviso e una maggiore consapevolezza strategica.

Fase 2: Identificazione di Impatti, Rischi e Opportunità

L'analisi dettagliata della catena del valore ha portato all'elaborazione di una **lista articolata di impatti, rischi e opportunità** rilevanti per l'azienda. In questo senso sono stati presi in considerazione gli **impatti positivi e negativi** generati direttamente e indirettamente a breve, medio e lungo termine dalle attività e dalle relazioni con i principali portatori di interesse, nonché **rischi e opportunità** potenzialmente legati alla sostenibilità del business, in grado di influenzare la stabilità operativa e finanziaria.

L'approfondimento ha incluso **temi trasversali** come, ad esempio, la gestione delle risorse naturali, l'etica nella filiera, il cambiamento climatico, l'inclusione e la sicurezza sul lavoro, con l'obiettivo di comprendere a fondo le implicazioni delle attività aziendali.

Al termine della seconda fase Eurolabel ha identificato un totale di 12 impatti, divisi tra ambientali, sociali e di governance e un totale di 9 rischi e 8 opportunità.

Fase 3: Valutazione degli IRO (impatti, rischi e opportunità) e determinazione della soglia di materialità

Per definire i temi materiali, è stata adottata una metodologia di valutazione che ha integrato analisi qualitative e quantitative degli impatti, dei rischi e delle opportunità associati alle attività aziendali. Questo approccio ha permesso di stimare la significatività di ciascun tema in relazione al suo potenziale impatto sull'ambiente, sulla società e sull'organizzazione stessa.

Ogni elemento è stato analizzato secondo una scala di valutazione da 1 a 4 assegnata ad ognuno dei seguenti criteri:

- **Rilevanza** dell'impatto, misurata sulla base di tre parametri:
 1. *Scala*: la gravità o importanza dell'impatto generato;
 2. *Portata*: l'estensione dell'impatto sulle persone o l'ampiezza del danno o beneficio ambientale;
 3. *Irrimediabilità*: la difficoltà nel mitigare un impatto negativo.
- **Probabilità** di accadimento, per stimare quanto sia realistico che un determinato impatto potenziale si verifichi.

Per quanto concerne i rischi e le opportunità sono stati utilizzati criteri differenti, ovvero:

- **Effetti finanziari**, intesi come l'entità economica potenziale relativa al rischio;
- **Probabilità** di accadimento, ovvero la possibilità che rischi o opportunità potenziali si trasformino in un evento reale.

Per stimare l'impatto economico degli effetti finanziari associati ai rischi e alle opportunità identificati, l'azienda ha scelto di associare a ciascun valore della scala di valutazione, un **intervallo di valori economici**, rappresentativi del potenziale esborso finanziario legato a ciascun evento. In questa prima fase, la stima è stata effettuata in modo qualitativo, basandosi sull'esperienza interna e sulla comprensione del contesto di mercato, senza ricorrere ad analisi economiche o modellizzazioni approfondite.

La fase di votazione è stata realizzata nel corso di un incontro dedicato, che ha coinvolto il Top Management e la Direzione aziendale. I valori ottenuti sono stati aggregati per determinare un **indice di rilevanza complessiva** per ogni IRO (impatti, rischi e opportunità), successivamente proiettato su una **scala qualitativa** coerente con il sistema di valutazione adottato.

Tale processo ha permesso di identificare gli elementi più significativi, definendo una **soglia di materialità** per gli IRO che sono stati classificati come “**significativi**” o “**strategici**”. Gli elementi ritenuti materiali sono stati poi raggruppati in **temi omogenei**, tenendo conto della loro natura e delle affinità concettuali, così da garantire una **classificazione ordinata e funzionale**. Questa analisi ha consentito di individuare in modo strutturato le **tematiche materiali** su cui l’azienda dovrà concentrare i propri sforzi in ottica strategica e sostenibile.

Fase 4: Matrice di materialità

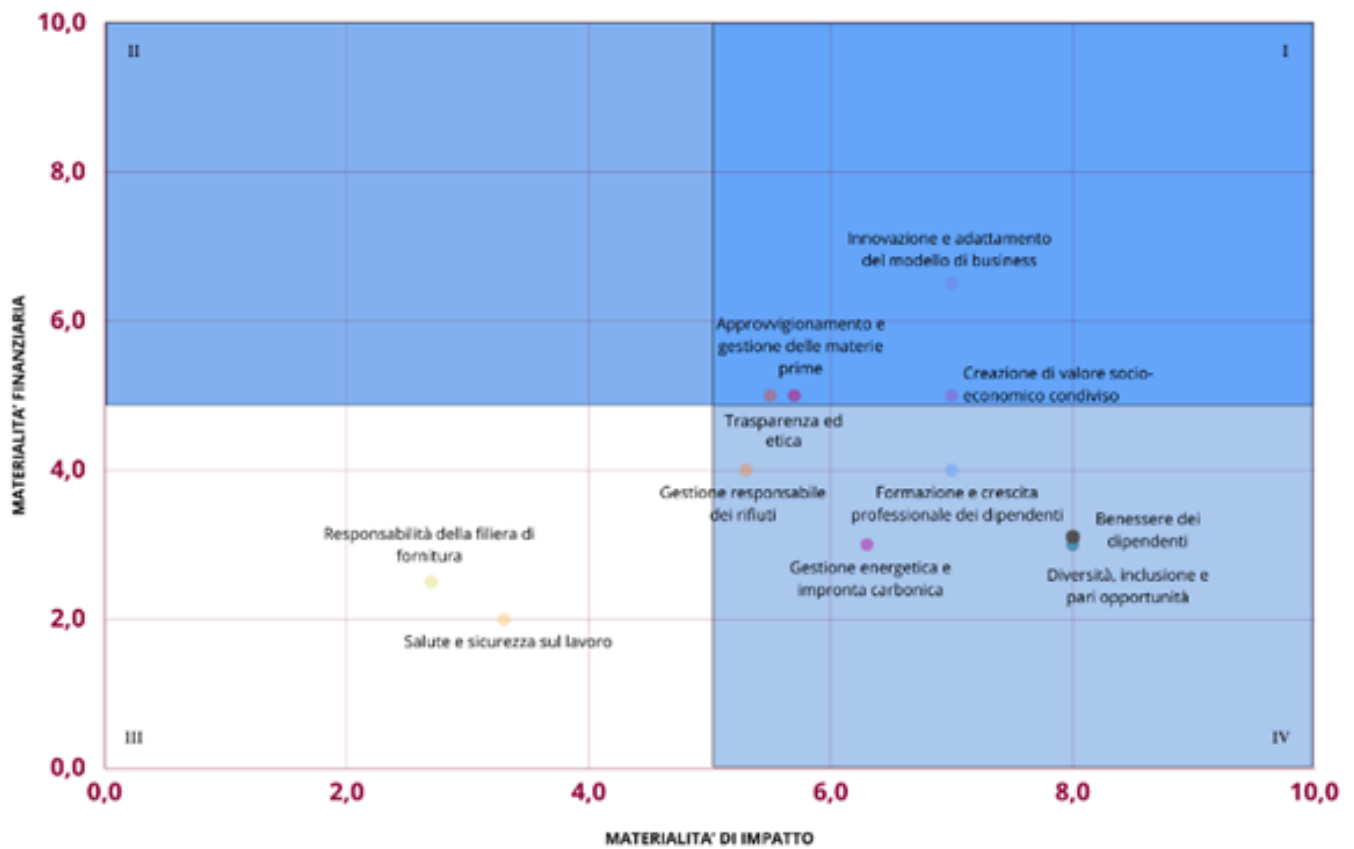
A seguito della valutazione, è stata costruita una matrice di materialità che mette in relazione due dimensioni fondamentali: la **materialità finanziaria**, ovvero i temi che incidono sulle performance economico-finanziarie dell’azienda (asse verticale), e la **materialità di impatto**, ossia i temi che generano effetti rilevanti su persone e ambiente (asse orizzontale).

L’incrocio tra queste due variabili ha permesso di suddividere i temi analizzati in **quattro quadranti**:

- I° quadrante – **Temi ad Alta Priorità Strategica**: temi prioritari sia per la sostenibilità che per il business;
- II° quadrante – **Temi a Rilevanza Economica**: temi che influiscono sulle performance economiche ma hanno un impatto ambientale o sociale meno significativo;
- III° quadrante – **Temi Non Materiali**: temi che, in base all’analisi, non risultano prioritari né rispetto alla dimensione finanziaria né di impatto;
- IV° quadrante – **Temi a Rilevanza Sociale e Ambientale**: temi importanti considerati gli impatti verso la società e l’ambiente, ma con impatti finanziari limitati.

Fase 5: Selezione degli indicatori e reporting

Dopo aver identificato i temi materiali, l’azienda ha selezionato gli indicatori di rendicontazione più appropriati, in coerenza con gli standard internazionali GRI. Pur distinguendo tra temi a rilevanza finanziaria e temi a impatto ESG, l’azienda ha scelto di **rendicontare in egual misura anche quelli non risultati formalmente materiali**, con l’obiettivo di **dare continuità al lavoro svolto negli anni passati e mantenere attivo il monitoraggio di KPI consolidati**. Questa scelta riflette un approccio improntato alla **trasparenza e alla coerenza**, che va oltre i requisiti minimi richiesti e conferma l’impegno dell’azienda nel garantire una visione completa e accessibile del proprio percorso di sostenibilità.



La matrice risultante evidenzia come alcuni temi – tra cui **l’innovazione e l’adattamento del modello di business**, **l’approvvigionamento e la gestione responsabile delle materie prime**, la **creazione di valore socio-economico condiviso** nonché **trasparenza ed etica** – si posizionino nel quadrante di massima priorità (alto impatto e alta rilevanza finanziaria), richiedendo un’integrazione strutturale nella strategia aziendale e nei processi decisionali. Allo stesso tempo, tematiche come la **gestione dell’impronta carbonica e dei rifiuti** nonché **la diversità, l’inclusione e la gestione del personale**, pur presentando un impatto significativo, mostrano una minore rilevanza finanziaria diretta, ma rappresentano fattori strategici in un’ottica di lungo termine e per la gestione sostenibile del business.

2.3 I temi materiali

GRI 3-2

Le tabelle seguenti riassumono i risultati dell’attività di identificazione, offrendo una panoramica dei **temi materiali**. Ognuno di essi viene descritto attraverso un approfondimento in merito agli **impatti generati**, ai **rischi** o **alle opportunità connesse** nonché al **posizionamento lungo la catena del valore**, distinguendo tra attività a monte (upstream), processi interni e fasi a valle (downstream) e alla **natura dell’impatto**.

PILLAR	TEMA	IMPATTI MATERIALI		A MONTE	PROCESSI INTERNI	A VALLE
PERSONE	Benessere dei dipendenti		Effetti sul benessere dei dipendenti legati alle condizioni organizzative del luogo di lavoro, in particolare alla presenza di elementi che favoriscono partecipazione, ascolto e conciliazione tra vita privata e professionale.			
	Diversità, inclusione e pari opportunità		Impatti derivanti da iniziative orientate a migliorare l’ambiente di lavoro sotto il profilo dell’inclusione e della valorizzazione delle diversità.			
	Formazione e crescita professionale dei dipendenti		Benefici legati all’adozione di politiche e strumenti dedicati al coinvolgimento dei lavoratori e allo sviluppo delle competenze, attraverso piani formativi e percorsi di crescita professionale.			
PRODOTTO	Innovazione e adattamento del modello di business		Effetti ambientali e sociali associati alla progettazione di etichette con materiali e processi che riducono l’impronta ambientale del ciclo di vita e favoriscono l’accessibilità nell’utilizzo del prodotto per le persone con disabilità.			

COMUNITA'	Creazione di valore socioeconomico condiviso		Contributo allo sviluppo economico, sociale e culturale del territorio tramite la partecipazione a progetti locali, la creazione di indotto e la promozione di pratiche ESG nel settore di riferimento.			
AMBIENTE	Gestione energetica e impronta carbonica		Ricadute ambientali dovute alle emissioni dirette e indirette generate lungo le attività interne e la catena del valore, con possibile incremento dei gas serra in atmosfera.			
	Approvvigionamento e gestione delle materie prime		Ricadute derivanti dall'approvvigionamento e dall'utilizzo di materiali nel processo produttivo, connesse al potenziale esaurimento delle risorse naturali.			
GOVERNANCE	Trasparenza ed etica		Benefici derivanti da un modello di governance trasparente ed etico, che facilita l'allineamento alla normativa vigente e agli obiettivi dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite.			
AMBIENTE	Gestione responsabile dei rifiuti		Conseguenze ambientali legate alla generazione di rifiuti durante le fasi produttive.			
 impatto positivo effettivo				 impatto negativo effettivo		
 impatto positivo potenziale				 impatto negativo potenziale		

Di seguito viene riportata la tabella in merito agli aspetti della materialità finanziaria risultati materiali.

PILLAR	TEMA	RISCHI E OPPORTUNITA' MATERIALI		A MONTE	PROCESSI INTERNI	A VALLE
PRODOTTO	Innovazione e adattamento del modello di business		Rischio legato a potenziali cambiamenti nel settore del packaging e degli adesivi, spinti dalle strategie e normative europee in ambito ESG, che favoriscono soluzioni ricaricabili e modelli di consumo circolari, con possibile calo della domanda di etichette tradizionali e necessità di adeguamenti tecnologici.			
			Opportunità connessa alla capacità del business di rispondere alle richieste emergenti del mercato di progettare e sviluppare etichette inclusive soprattutto in merito all'accessibilità			
COMUNITA'	Creazione di valore socioeconomico condiviso		Potenziale beneficio sul rafforzamento della reputazione, attrazione di nuovi talenti e migliore accesso a collaborazioni e servizi agevolati grazie al coinvolgimento dell'azienda in iniziative promosse da realtà istituzionali e locali.			

AMBIENTE	Approvvigionamento e gestione delle materie prime		Rischio di subire possibili impatti sull'approvvigionamento in termini di disponibilità delle materie prime, incremento dei costi e tempi di consegna, dettato da scenari geopolitici instabili e all'introduzione di barriere commerciali.			
GOVERNANCE	Trasparenza ed etica		Rischio connesso al mancato adeguamento normativo e al non allineamento con le aspettative ESG, che potrebbe generare conseguenze economiche, sanzionatorie o reputazionali, oltre a richiedere investimenti per la conformità.			
			Opportunità di ottenere migliori condizioni di accesso al credito e a strumenti finanziari, grazie all'adozione di pratiche di sostenibilità ambientale, sociale e di governance.			
 rischio  opportunità						

Dalla rappresentazione grafica della matrice emerge che solo due temi non sono risultati materiali rispetto a entrambe le dimensioni analizzate, posizionandosi quindi nel III° quadrante. Si tratta, nello specifico, del tema **“Salute e sicurezza sul lavoro”**, riferito ai rischi potenziali per l’integrità fisica del personale, legati alla manipolazione di sostanze chimiche nelle attività operative, e del tema **“Responsabilità della filiera di fornitura”**, che comprende ricadute sociali e ambientali direttamente connesse ai **comportamenti e alle pratiche adottate dai fornitori**. Queste includono potenziali episodi legati al mancato rispetto di condizioni di lavoro sicure e dignitose, o all’adozione di pratiche non sostenibili che possono provocare effetti negativi o danni agli ecosistemi locali.

Pur non rientrando tra le priorità materiali, l’azienda ha scelto di **integrare comunque la rendicontazione degli indicatori relativi a questi temi**, in un’ottica di **trasparenza**, responsabilità e miglioramento continuo, riconoscendone il valore strategico e sociale. Per questo motivo, oltre a descrivere le pratiche adottate per la gestione della tematica, l’azienda ha incluso in questo bilancio il **monitoraggio degli infortuni sul lavoro** (GRI 403-9), le **attività formative in ambito salute e sicurezza** (GRI 403-5), e la **quota di spesa destinata a fornitori locali** (GRI 204-1), garantendo così una rendicontazione completa e coerente.

PERSONE	Salute e sicurezza sul lavoro	⊖	Rischi derivanti dalla manipolazione di sostanze chimiche nelle attività operative, con possibili effetti sulla salute e sicurezza dei lavoratori.		
GOVERNANCE	Responsabilità della filiera di fornitura*	⊖	Effetti sulla salute e sicurezza lungo la catena del valore in presenza di condizioni di lavoro non conformi agli standard di sicurezza o ai principi previsti dalle convenzioni internazionali sul lavoro dignitoso.		



Strategia di sostenibilità

3.1 NOI, il percorso sostenibile di Eurolabel

3.1 NOI, il percorso sostenibile di Eurolabel

GRI 2-22

Un percorso che coinvolge la vita aziendale, gli stakeholder e tutto il territorio.



"Perché quello che produciamo oggi e come lo facciamo può cambiare il nostro domani."

– **Valentina Dadda**, Sustainability Manager

NOI – Nature Of Inclusion rappresenta la visione di Eurolabel per un impegno sostenibile, volto a creare un effetto domino positivo sul pianeta e sulla società. La sostenibilità è un principio radicato in Eurolabel fin dalla sua fondazione e viene considerata nel suo significato più ampio, coinvolgendo gli aspetti ambientali, sociali ed economici.

Questo impegno si concretizza nella promozione del benessere delle persone, nel **rispetto per l'ambiente, nella trasparenza delle relazioni, nell'inclusione e nell'etica.**

Negli ultimi anni, la crescente consapevolezza riguardo alle problematiche ambientali e sociali ha spinto molte aziende a ripensare profondamente il loro approccio al business. Anche Eurolabel ha risposto a questa sfida, allineando le proprie strategie aziendali ai principi della sostenibilità. Questo impegno si è tradotto nello sviluppo di un piano di sostenibilità strutturato e integrato nel manifesto aziendale "**NOI – Nature Of Inclusion**".

Il percorso verso questo traguardo è stato lungo e articolato, iniziato con una riflessione interna sull'impatto ambientale e sociale delle attività aziendali. Dopo un'attenta raccolta e analisi delle informazioni necessarie, sono stati identificati i **pilastri fondamentali** del piano di sostenibilità che rappresentano le **aree strategiche** su cui Eurolabel ha deciso di concentrare i propri sforzi. Ogni pilastro è suddiviso in cluster, ovvero gruppi di iniziative ambientali, sociali e di governance **correlate a obiettivi specifici**. Ogni cluster è stato associato ai temi materiali per l'Azienda e agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030. Questi cluster consentono a Eurolabel di monitorare i progressi in modo dettagliato, facilitando l'implementazione di azioni mirate e l'allocatione efficiente delle risorse.

Il **Piano Strategico per la Sostenibilità** rappresenta l'impegno formale e concreto di Eurolabel a perseguire un percorso di **miglioramento continuo** del proprio **sistema di gestione della sostenibilità**. Questo documento guida le azioni e le decisioni dell'azienda, delineando obiettivi chiari, misure operative e indicatori di performance volti a integrare pienamente i principi ambientali, sociali ed economici all'interno delle strategie aziendali.

Il piano si configura come uno **strumento dinamico e un impegno di lungo periodo**, che richiede **aggiornamenti costanti** per adattarsi ai cambiamenti del contesto globale e alle nuove sfide emergenti. Proprio in quest'ottica, nel 2024 l'azienda ha deciso di **integrare obiettivi quantitativi specifici**, il cui avanzamento sarà monitorato dal **Comitato di Sostenibilità** e comunicato in modo trasparente attraverso il **Bilancio di Sostenibilità**. Questa evoluzione rafforza il ruolo responsabile dell'azienda nel promuovere uno sviluppo sostenibile e nel generare **valore condiviso** per tutti gli stakeholder.

Eurolabel si impegna a...

	GOVERNANCE
Aumentare l'adozione di pratiche commerciali responsabili che tengano in considerazione l'impatto ambientale e sociale e condividere i risultati in modo puntuale e trasparente con tutti gli stakeholder	Business responsabile
Implementare un sistema integrato di gestione dei rischi, che identifichi, valuti e mitighi le potenziali minacce ambientali, sociali ed economiche, garantendo la continuità operativa e la sostenibilità aziendale.	Gestione dei rischi
Condurre analisi periodiche dei fornitori per garantire il rispetto degli standard di responsabilità sociale, ambientale ed etica lungo la catena del valore	Gestione della catena di fornitura
	AMBIENTE
Ridurre le emissioni di gas serra e ottimizzare l'uso delle risorse attraverso l'implementazione di tecnologie a basso impatto ambientale e più efficienti	Strategia climatica
Incrementare il riciclo, il riutilizzo e la riduzione dei rifiuti di produzione, promuovendo pratiche commerciali responsabili che contribuiscano alla valorizzazione degli scarti e alla riduzione complessiva dell'impatto ambientale.	Riduzione e valorizzazione dei rifiuti
	PRODOTTO
Ridurre gli impatti relativi al ciclo di vita del prodotto attraverso l'ottimizzazione dei processi, il riciclo e l'uso di materiali alternativi	Gestione del ciclo di vita delle etichette
Promuovere la progettazione di etichette inclusive, garantendo l'accessibilità per tutti gli utenti, attraverso l'adozione di design intuitivo, testo chiaro e linguaggio universalmente comprensibile	Comunicazione trasparente ed etica
	PERSONE
Potenziare lo sviluppo professionale dei dipendenti e favorire un ambiente sano ed equilibrato, mediante l'implementazione di programmi di formazione, iniziative di benessere e politiche di conciliazione vita-lavoro, per sostenere il successo individuale e collettivo dell'organizzazione	Benessere lavorativo e sviluppo professionale
Favorire una cultura aziendale inclusiva e rispettosa, promuovendo la diversità attraverso la sensibilizzazione, l'educazione e l'integrazione di politiche e pratiche che accolgano le differenze e valorizzino le prospettive uniche dei dipendenti	Promozione di una cultura di diversità e inclusione
Garantire un ambiente di lavoro sicuro e salutare per tutti i dipendenti, attraverso la formazione continua sulle normative di sicurezza e l'implementazione di misure preventive per ridurre rischi di incidenti e malattie professionali	Salute e sicurezza
	COMUNITA'
Contribuire al benessere e alla sostenibilità del territorio attraverso partnership, programmi e iniziative di sviluppo economico e sociale	Cittadinanza d'impresa

CLUSTER	RISULTATI 2023	RISULTATI 2024
GOVERNANCE		
Business responsabile	• Ecovadis medaglia d'argento • n.0 segnalazioni riguardanti corruzione o discriminazione • n.0 incidenti relativi alla sicurezza delle informazioni (data breach)	• Aggiornamento Codice Etico • n.0 segnalazioni riguardanti corruzione o discriminazione • Ecovadis medaglia d'oro • Integrazione Sistema Whistleblowing • n.0 incidenti relativi alla sicurezza delle informazioni (data breach)
Gestione dei rischi		• Sviluppo dell'analisi di doppia materialità
Gestione della catena di fornitura	• 96% spesa verso fornitori locali • 33% fornitori di materie prime valutate secondo criteri ESG	• 95% di spesa verso fornitori locali • 33% fornitori di materie prime valutate secondo criteri ESG
AMBIENTE		
Strategia climatica	• 238,27 ton Co2eq scope 1 & 2 (location based) • 452,18 ton Co2eq scope 1 & 2 (market based) • Installazione impianto fotovoltaico • 3% consumo energetico da fonti rinnovabili	• 235,69 ton Co2eq scope 1 & 2 (location based) • 462,20 ton Co2eq scope 1 & 2 (market based) • 1.858,41 ton Co2eq scope 3 • 11% consumo energetico da fonti rinnovabili
Riduzione e valorizzazione dei rifiuti	• 12,1 ton di liner recuperato attraverso il progetto Cycle4green	• 14,5 ton di liner recuperato attraverso il progetto Cycle4green • 80% della logistica interna per la mobilitazione dei materiali utilizza i pallet di Progetto Tosca
PRODOTTO		
Gestione del ciclo di vita delle etichette		• Realizzazione dei "Tamper evident green", sigilli anticontraffazione, monomateriale facilmente riciclabili
Comunicazione trasparente ed etica	• Lancio di n.2 prototipi, sviluppati in collaborazione con alcune aziende dei settori packaging e cosmetico tra le quali Pink Frogs Cosmetics s.r.l. SB	• Collaborazione con Fondazione Istituto dei Ciechi di Milano • Realizzazione di n.3 progetti di packaging inclusivo: "Purgatorio", in collaborazione con Avery Dennison, and Estal; "Sea Free" e "Unbounded Affinity" presentati a Packaging Première Milan 2024;

PERSONE		
Benessere lavorativo e sviluppo professionale	• 6% tasso di turnover in uscita • 24h media di formazione per dipendente	• 10% tasso di turnover in uscita • 28h medie di formazione per dipendente • Introduzione accordo di smart working
Promozione di una cultura di diversità e inclusione	• 30% donne in azienda • 0% rapporto di donne in figure dirigenziali • 6% dipendenti da categorie protette	• 33% donne in azienda • 17% rapporto di donne in figure manageriali • 6% dipendenti da categorie protette • Ottenimento certificazione Uni Pdr 125 • Corso di autodifesa personale per le donne in azienda
Salute e sicurezza	• n. 1 infortuni sul lavoro • n.79.106 ore lavorate	• n. 0 infortuni sul lavoro • n.76.274 ore lavorate
COMUNITA'		
Cittadinanza d'impresa	• Presidenza di Elisabetta Brambilla in GIPEA • Premiazione con i bollini BAQ e BITS • Sponsorizzazione AC Pedale Sestese • Donazione a favore di Casa Edolo • Supporto verso Cooperativa Sociale Serena	• ENIPGCT – Ente per l'Istruzione Professionale Grafica, Cartotecnica e Trasformatrice • Partecipazione alla PittaRosso Pink Parade • Premiazione con il riconoscimento Il Pollicione D'Oro • Premiazione con i bollini BAQ e BITS • Adesione al Christmas Jumper Day a favore di Save the Children • Sponsorizzazione AC Pedale Sestese • Sponsorizzazione di un corso di Difesa Personale per donne con A.S.D. Kankudojo • Donazione a favore di Casa Edolo



Governance

- 4.1 La struttura e gli organi di governo
- 4.2 Condotta etica del business
- 4.3 La creazione e distribuzione del valore
- 4.4 La gestione della catena di fornitura

4.1 La struttura e gli organi di governo

GRI 2-9, 2-10, 2-11, 405-1

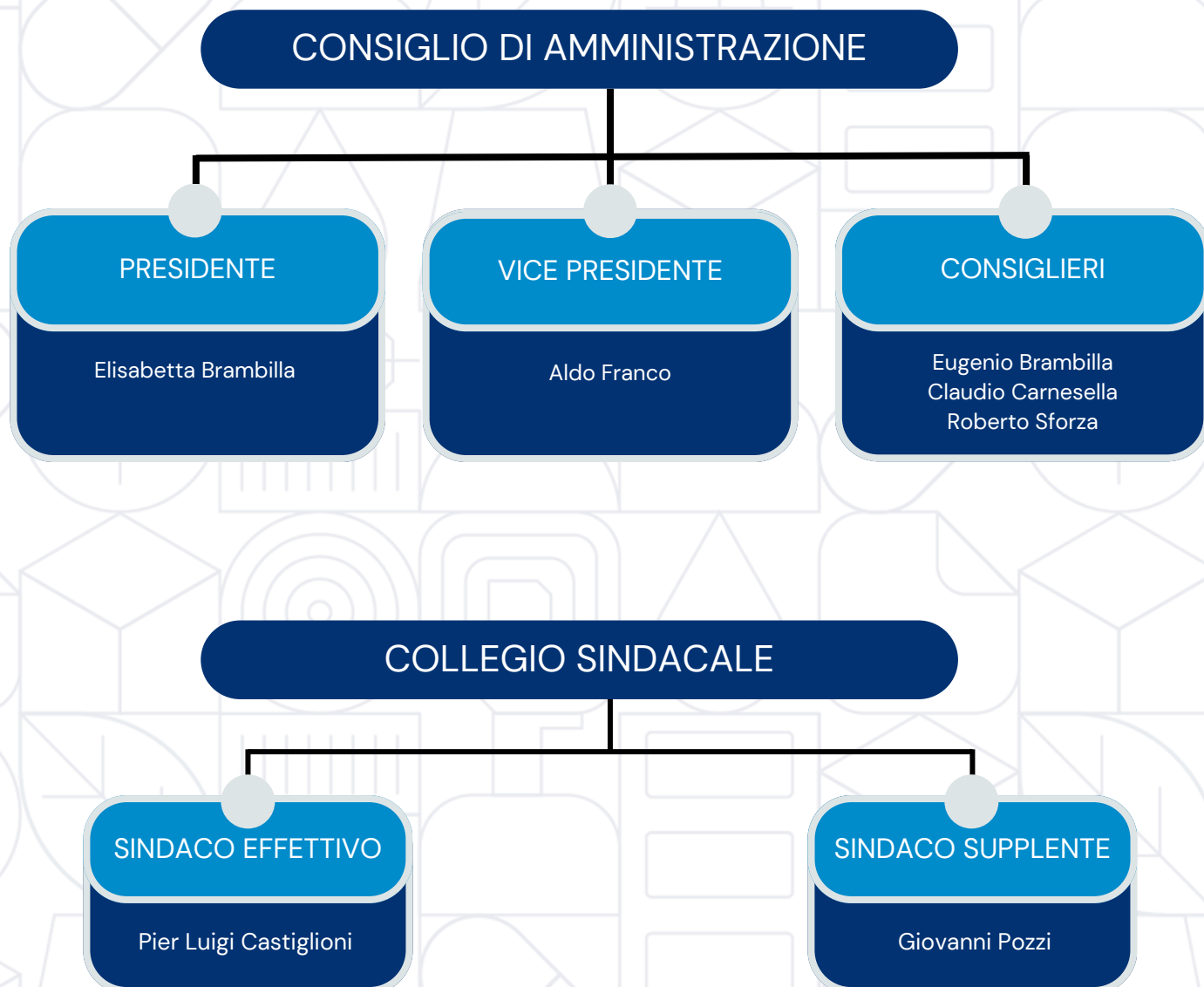
Il Consiglio di Amministrazione

L'attuale sistema di governance si basa sul modello tradizionale, che, in continuità col biennio precedente 2022-2023, prevede la presenza di un **Consiglio di Amministrazione**, il quale riveste un ruolo cruciale nella **definizione degli orientamenti strategici e organizzativi** della Società. La sua struttura, che riflette una distribuzione equilibrata di competenze ed esperienze per garantire una leadership efficace e responsabile, include:

- il **Presidente** Elisabetta Brambilla, unico membro esecutivo del CdA e Titolare dell'azienda;
- il **Vicepresidente**;
- **tre consiglieri e un Collegio Sindacale** composto da un membro effettivo e un supplente.

Il Consiglio di Amministrazione non solo stabilisce le direzioni chiave dell'azienda, ma si impegna anche a garantire che tutte le **attività siano condotte nel rispetto delle leggi e delle normative vigenti**. Questo assicura un ambiente operativo, etico e conforme alle migliori pratiche aziendali e legali.

Il Consiglio di Amministrazione attualmente in carica è stato nominato durante l'Assemblea di Consiglio tenutasi a maggio 2024 e manterrà la sua carica fino all'approvazione del prossimo Bilancio di esercizio, fornendo una **solida continuità di leadership**. È importante sottolineare che nel processo di selezione e nomina del Consiglio, viene attribuito particolare rilievo al **parere degli stakeholder**, con un'attenzione specifica agli azionisti, che – come già evidenziato – fanno parte del Consiglio stesso.



La loro opinione assume pertanto un ruolo significativo in tutte le fasi del processo decisionale. Oltre al contributo degli azionisti, uno dei criteri fondamentali nella scelta dei candidati è la loro effettiva disponibilità, valutata alla luce dell'impegno richiesto dalla carica. Un ulteriore elemento determinante è rappresentato dal fattore fiducia: vengono infatti privilegiati profili che, oltre a possedere **competenze adeguate e in linea con gli impatti dell'organizzazione**, abbiano già dimostrato **affidabilità, integrità e aderenza ai valori aziendali**. Infine, l'azienda riconosce e promuove attivamente il valore della diversità, intesa sia come varietà di competenze ed esperienze, sia come equilibrio di genere e generazionale, considerandola un elemento chiave per l'efficacia e la rappresentatività dell'organo di governo.

Componenti degli organi di governo (CdA) per genere e fascia di età										
Fasce di età	UdM	2022			2023			2024		
		U	D	TOT	U	D	TOT	U	D	TOT
<30	n.	0	0	0	0	0	0	0	0	0
30-50	n.	0	0	0	0	0	0	0	0	0
>50	n.	4	1	5	4	1	5	4	1	5
Totale	n.	4	1	5	4	1	5	4	1	5

Comitato Guida Parità di Genere

Nel 2023 è stato costituito il Comitato Guida per la Parità di Genere, con una composizione equilibrata di due donne e due uomini che evidenzia un impegno concreto per affrontare e promuovere la stessa all’interno dell’azienda. Questo comitato, composto dalla Presidente, dal Vicepresidente, dall’HR & Sustainability Manager, e dal Responsabile Controllo Qualità ha il compito di seguire da vicino le **questioni legate alla parità di genere**, garantendo che sia **integrata in modo significativo nella cultura e nelle pratiche aziendali**.

Complessivamente, il sistema di governance attuale riflette un impegno verso la responsabilità, l’equità e la trasparenza, fondamentali per il successo e la sostenibilità a lungo termine di Eurolabel.

Comitato di Sostenibilità

Nel corso del 2024 è stato istituito il Comitato di Sostenibilità, composto dalla Presidente, dal Vicepresidente e dall’HR & Sustainability Manager. Il Comitato ha la responsabilità di **indirizzare e supervisionare le strategie aziendali in materia ambientale, sociale e di governance (ESG)**, oltre che di esaminare e approvare il Bilancio di Sostenibilità. A supporto di tali attività, **l’HR & Sustainability Manager svolge un ruolo di coordinamento operativo**, coinvolgendo i referenti aziendali delle diverse funzioni in base alle rispettive aree di competenza, al fine di garantire un’attuazione efficace e trasversale delle iniziative di sostenibilità.

4.2 Condotta etica del business

GRI 3-3, GRI 205-3

Pratiche e politiche interne

Eurolabel opera in conformità con le normative giuridiche vigenti, aderendo a elevati standard etici e di trasparenza. Questo impegno non solo **è importante per la crescita e lo sviluppo dell'azienda**, ma anche per consolidare la sua reputazione e promuovere lo sviluppo delle persone che vi lavorano. Eurolabel gestisce attentamente le sue relazioni professionali e commerciali per assicurare l'allineamento alle normative e ai principi etici. La pubblicazione del presente Bilancio di Sostenibilità è una dimostrazione tangibile di questo impegno e rappresenta il secondo nella storia dell'azienda.

Eurolabel si impegna ad assicurare un **comportamento etico e responsabile sia nello svolgimento della sua attività sia lungo tutta la sua catena del valore**: tale impegno si riflette nelle politiche e nelle procedure di cui la Società si è dotata.

Politica Integrata

Nel 2024 Eurolabel ha revisionato la Politica Integrata che definisce i principali valori su cui si basa il Sistema di Gestione Integrato. Quest'ultimo, che governa la gestione degli aspetti operativi dell'Azienda, poggia sui seguenti pilastri:

Attenzione
al Cliente

Alta
Qualità

Pari
Opportunità

Rispetto
dell'Ambiente

- Una particolare **attenzione** verso il cliente e le sue esigenze;
- Il costante impegno nel creare prodotti di **alta qualità**;
- Il monitoraggio delle aspettative e delle necessità dei dipendenti e dei collaboratori diretti, garantendo loro il diritto di lavorare in un **ambiente sicuro** e a **pari opportunità salariali**;
- Il **rispetto dell'ambiente** in tutte le fasi del ciclo produttivo.

Questi valori costituiscono anche i capisaldi della Politica Aziendale, che rappresenta il suo impegno concreto nel rispettare gli standard vigenti. Questa politica si concretizza nell'assicurare la sicurezza del prodotto, la tutela dei lavoratori e dell'ambiente lungo l'intera catena del valore, e nella trasparenza delle operazioni aziendali.

Codice Etico

Nel corso del 2024 Eurolabel ha revisionato e aggiornato il suo **Codice Etico Aziendale**, un documento che rappresenta un pilastro fondamentale nella **definizione dei principi e dei valori che guidano l'operato dell'azienda**, ispirandosi a criteri di legalità, trasparenza, integrità, correttezza e responsabilità sociale.

Il documento disciplina i **comportamenti attesi da tutti i soggetti coinvolti** quali dipendenti, collaboratori, clienti, fornitori, pubblica amministrazione e organizzazioni sindacali, con l'obiettivo di garantire il rispetto della normativa vigente e promuovere un ambiente di lavoro etico e rispettoso. In un'ottica di sostenibilità, Eurolabel ha scelto di **riconoscere e integrare l'Ambiente come uno dei propri stakeholder**, impegnandosi in prima persona ad agire responsabilmente rispettando e applicando in modo rigoroso le normative e gli standard adottati nonché a promuovere la consapevolezza tra i dipendenti sull'importanza e la responsabilità di proteggere il pianeta e le sue risorse naturali.

Politica Whistleblowing

Il codice etico esplicita il **rifiuto di ogni forma di corruzione**, sia attiva che passiva, diretta o indiretta, e costituisce parte integrante del **modello di governance etica aziendale**. A supporto di tale impegno, Eurolabel ha implementato, nel 2024, la procedura di segnalazione che consente di **segnalare in modo riservato e anonimo**, eventuali illeciti, comportamenti sospetti o episodi di corruzione. Il canale online, accessibile a tutto il personale e a soggetti esterni, garantisce la protezione del segnalante da qualsiasi forma di ritorsione e consente di:

- inviare **segnalazioni in forma scritta** oppure orale;
- **trasmettere segnalazioni anonime**, purché adeguatamente circostanziate e corredate di informazioni sufficienti per identificare chiaramente i fatti e i soggetti coinvolti;
- richiedere, ove necessario, **un incontro diretto con il Responsabile** incaricato della gestione delle segnalazioni.

La gestione delle segnalazioni viene **affidata a uno studio legale esterno all'organizzazione**, il quale provvede ad analizzare in maniera preliminare le eventuali segnalazioni e conseguentemente, ad aprire un'indagine interna e ad identificare le azioni di intervento. Nel caso in cui si verificassero comportamenti non conformi, oltre alle sanzioni disciplinari, l'azienda **attiva misure correttive atte a sensibilizzare** ulteriormente il personale coinvolto e a adeguare le **procedure per prevenire** il ripetersi di episodi simili.

In ottica di prevenzione, nel 2024 l'azienda ha investito in misure preventive quali ad esempio **attività formative periodiche** rivolte al personale nonché la revisione e l'aggiornamento del Codice Etico e delle policy interne.

Numero totale di episodi di corruzione				
Episodi di corruzione accertati	Udm	2022	2023	2024
Numero totale episodi di corruzione	n.	0	0	0
Numero totale episodi di corruzione nei quali i dipendenti sono stati licenziati o sono oggetto di provvedimenti	n.	0	0	0
Numero totale episodi di corruzione per cui i contratti con i partner sono stati sciolti	n.	0	0	0
Numero totale di cause legali pubbliche legate ai casi di corruzione	n.	0	0	0

Formazione sulla Procedura Whistleblowing

In data 20 novembre 2024 si è svolta un'attività formativa rivolta ai dipendenti dell'azienda, tenuta dallo studio legale Albè & Associati, incentrata sulle Procedure di segnalazione.

Durante la sessione sono stati approfonditi i seguenti aspetti:

- Il contesto normativo di riferimento e i presupposti per l'attivazione delle segnalazioni;
- Chi sono i soggetti legittimati a presentare una segnalazione;
- Le situazioni e i comportamenti che possono costituire oggetto di segnalazione;
- I contenuti minimi e le informazioni essenziali da inserire in una segnalazione;
- La descrizione dettagliata della piattaforma interna aziendale integrata, con le relative funzionalità e modalità di utilizzo;
- Il ruolo dello studio Albè e Associati quale soggetto responsabile della gestione delle segnalazioni;
- Le diverse fasi del processo di gestione, dalla ricezione alla chiusura della segnalazione;
- Il sistema di protezione previsto per tutelare i segnalanti e le eventuali misure di sostegno attivabili.

Politica per la Parità di Genere

La Politica per la Parità di Genere di Eurolabel, adottata nel 2023, esprime l'impegno formale e strategico dell'azienda nel **promuovere l'uguaglianza di genere come valore fondamentale** e componente chiave di **crescita sostenibile e inclusiva**. In linea con le normative nazionali e internazionali, la policy definisce un insieme di principi generali e impegni concreti, tra cui **l'eliminazione di ostacoli alla piena partecipazione delle donne** nel mondo del lavoro, **il contrasto alle discriminazioni**, **il sostegno alla genitorialità e alla conciliazione dei tempi di vita e di lavoro**. Eurolabel si impegna inoltre a diffondere una cultura aziendale basata sull'equità, la valorizzazione della diversità e la **promozione della leadership femminile**. La Politica è stata resa accessibile a tutti gli stakeholder mediante pubblicazione sul sito web dell'Azienda e internamente viene anche condivisa durante le attività di on-boarding dei nuovi collaboratori.

In conformità ai principi della norma UNI/PdR 125:2022, Eurolabel ha istituito un Comitato Guida incaricato di monitorare l'applicazione della politica e del Sistema di Gestione implementato e **certificato da un ente terzo**, garantendone una revisione periodica e attribuendo precise responsabilità a figure designate all'interno della governance aziendale. Attraverso tale iniziativa, l'azienda riconosce attivamente il valore delle persone come protagoniste nella costruzione di un'organizzazione equa, meritocratica e attenta al rispetto delle diversità.

Gestione della privacy

In merito alla gestione dei dati, Eurolabel attribuisce grande importanza alla protezione del patrimonio informativo della Società e di tutte le controparti coinvolte nella catena del valore. La tutela rigorosa della riservatezza dei dati, delle informazioni e delle conoscenze dei propri fornitori è una priorità fondamentale per Eurolabel. A tal fine, sono implementate procedure specifiche per gestire gli aspetti legati alla **privacy**, con una valutazione annuale dei rischi connessi alla gestione dei dati sensibili dei fornitori e la verifica che tutte le attività siano conformi alla normativa GDPR Privacy vigente.

Inoltre, Eurolabel ha stipulato la **Cyber Protection Business**, una polizza specifica che permette di fronteggiare un attacco cyber con servizi di pronto intervento e copertura dei danni provocati a terzi o all'azienda stessa. In tema di **Business Continuity**, Eurolabel è inoltre munita di un **Dysaster Recovery Plan**. L'Azienda sul tema svolge un audit annualmente e aggiorna periodicamente l'analisi dei rischi. Nel corso del 2023 non vi sono stati alcun tipo di casi di non conformità o fughe di dati.

Eurolabel adotta procedure strutturate e conformi al **Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati (GDPR)** per garantire la tutela della privacy e la protezione dei dati sensibili. A supporto di queste attività, l'azienda si avvale di una società di consulenza specializzata, che effettua **audit annuali** e provvede all'aggiornamento della documentazione in base alle evoluzioni normative. Anche l'analisi dei rischi viene rivista con cadenza annuale e, insieme al **Disaster Recovery Plan**, contribuisce a mantenere elevati standard di sicurezza nella gestione dei dati.

Per garantire la piena conformità alla normativa vigente, l'azienda provvede a designare formalmente le figure responsabili della gestione dei dati e a distribuire a tutti i dipendenti la documentazione di sistema, comprendente l'informativa sulla privacy, le procedure operative e il registro dei trattamenti. L'efficacia di tali misure è confermata dal fatto che, nel biennio 2023-2024, **non si sono registrati casi di non conformità né deviazioni rispetto ai requisiti normativi**.

Certificazioni e riconoscimenti internazionali

Le certificazioni rappresentano per Eurolabel un elemento strategico fondamentale per **garantire qualità e affidabilità nei processi aziendali**. Attraverso il conseguimento e il mantenimento di certificazioni riconosciute a livello internazionale, l'azienda dimostra il proprio impegno verso il **miglioramento continuo e la conformità normativa** rafforzando, al contempo, la credibilità di Eurolabel sul mercato.

Al fine di gestire al meglio tutti i requisiti e garantire completa conformità, Eurolabel ha adottato da tempo un **Sistema di Gestione Integrato (SGI)**, il quale recepisce diverse normative nazionali e internazionali abbracciando ambiti fondamentali come la **qualità (UNI EN ISO 9001)**, la **sicurezza alimentare (UNI EN ISO 22000)**, la **parità di genere (UNI/PdR 125)**, le **buone prassi di fabbricazione (Eudrex Vol. 4, PS 9000, UNI EN ISO 22716)**, la **gestione dei dispositivi medici (ISO 13485)** e la **sostenibilità forestale (FSC®)**.

ECOVADIS

Nel 2024 Eurolabel ha raggiunto un importante traguardo ottenendo la **medaglia d'oro EcoVadis**, posizionandosi nel 95° percentile delle aziende del proprio settore a livello globale, valutate dalla piattaforma. Questo risultato rappresenta un significativo miglioramento rispetto all'anno precedente, quando l'azienda aveva conseguito la medaglia d'argento, e testimonia l'efficacia del percorso intrapreso in materia di sostenibilità. Il riconoscimento premia l'impegno costante di Eurolabel nelle aree chiave della valutazione EcoVadis: Ambiente, Lavoro e Diritti Umani, Etica e Acquisti Sostenibili.



UNI PDR 125:2022

Nel 2024 Eurolabel ha ottenuto la **certificazione sulla Parità di Genere UNI/PdR 125:2022**, a seguito di un audit condotto da un ente terzo indipendente. Questo importante traguardo è il risultato di un forte commitment aziendale, formalizzato all'interno della policy per la Parità di Genere, e supportato dalla costituzione di un Comitato Guida interno incaricato di promuovere, monitorare e garantire l'attuazione delle azioni previste.



ISO 9001

Eurolabel è in possesso della certificazione ISO 9001 “Sistema di Gestione della Qualità”, e nel 2024 ha ufficialmente intrapreso un percorso per l'integrazione di un modello gestionale certificato secondo lo standard ISO 45001. In ottica di miglioramento continuo l'azienda ha posto come obiettivo quello di ottenere nel 2026 anche la certificazione rispetto allo standard ISO 14001.

FSC®

Eurolabel si impegna inoltre a operare nel rispetto di alti standard di tutela ambientale richiesti dal **Forest Stewardship Council (FSC®)**. Per questo motivo la Società seleziona fornitori certificati ed è sottoposta annualmente ad **audit di terza parte**, per garantire la corretta **gestione della catena di custodia e la tracciabilità dei prodotti** derivati. Per garantire la conformità agli standard FSC® (Forest Stewardship Council) e assicurare una gestione responsabile della catena di custodia, Eurolabel ha formalizzato una serie di **impegni concreti e documentati** all'interno della Politica Integrata come:

- **verificare la certificazione delle materie prime** acquistate;
- **formare il personale** coinvolto nel sistema di approvvigionamento;
- applicare rigorosamente le prescrizioni del **Manuale del Sistema di Chain of Custody**;
- **sospendere la vendita di prodotti non conformi agli standard FSC®** e utilizzare il pannello promozionale esclusivamente per prodotti che rispettano i requisiti minimi previsti.

Eurolabel ha dichiarato sotto la propria responsabilità il **rifiuto di pratiche illegali** o eticamente inaccettabili, come il commercio di legname di origine illecita, l'introduzione di OGM, il lavoro minorile e forzato, e si impegna a rispettare i **principi fondamentali del lavoro stabiliti dall'ILO**. Tutte le attività aziendali vengono condotte nel pieno **rispetto della legalità, della trasparenza e della correttezza**, attraverso un monitoraggio continuo e un miglioramento costante, sotto la supervisione di un **Rappresentante della Catena di Custodia** appositamente nominato dalla Direzione.



Il marchio della
gestione forestale
responsabile

4.3 La creazione e distribuzione del valore

GRI 3-3, 201-1

L'esercizio 2024 si è caratterizzato per un'importante **revisione della politica di gestione dei costi** resasi necessaria in conseguenza **dell'aumento generalizzato dei prezzi** dovuto alla congiuntura negativa venutasi a creare in conseguenza dei conflitti bellici ancora in corso e della registrata contrazione dei consumi interni. Ciò ha permesso di chiudere l'esercizio con un risultato positivo nonostante la gestione si sia trovata a dover scontare ancora l'elevata incidenza degli ammortamenti e dei canoni di leasing correlati agli investimenti effettuati.

La società ha infatti intrapreso già a partire dall'esercizio 2022 un programma di investimenti in **"Industria 4.0"** al fine di ottenere una **maggiore produttività attraverso minori tempi di setup, riduzione errori e fermi macchina**; una migliore qualità e minori scarti mediante sensori che monitorano la produzione in tempo reale oltre che una maggiore competitività del prodotto grazie alla qualità delle materie prime utilizzate.

La politica degli investimenti è proseguita anche nel **2024** mediante **l'acquisto di macchinari con un elevato grado di specializzazione** ed in grado di comunicare e condividere dati con altri dispositivi o con sistemi informatici accrescendone ulteriormente la flessibilità e le capacità di interazione col mercato di riferimento.

Con l'esercizio 2024 si è inoltre **chiusa l'attività di adeguamento della nuova sede** della società in via Como 14 a Lainate ed in particolare è stato completato il **trasferimento fisico delle attrezzature e del personale** oltre all'adeguato allestimento degli spazi di lavoro per garantire la migliore funzionalità della nuova infrastruttura e della tecnologia adottata.

La nuova sede è stata inoltre resa più funzionale e all'avanguardia con l'installazione di un moderno impianto fotovoltaico che consentirà:

- **Risparmio Energetico:** Convertendo la luce solare in energia elettrica, l'azienda potrà ridurre significativamente le spese energetiche. Inoltre, l'energia prodotta potrà essere utilizzata direttamente, riducendo la dipendenza dalle forniture esterne;
- **Benefici Ambientali:** L'energia solare è pulita e, contribuisce a diminuire l'impatto ambientale legato ai consumi nonché a incrementare il livello di sostenibilità delle pratiche aziendali, migliorandone l'immagine agli occhi degli operatori esterni;
- **Incentivi Fiscali:** La società potrà beneficiare di incentivi statali e detrazioni fiscali che riducono l'investimento iniziale e accelerano il ritorno economico;
- **Maggiore Stabilità dei Costi:** L'energia solare offre una fonte di energia rinnovabile e inesauribile, proteggendo l'azienda dalle fluttuazioni dei prezzi dell'energia convenzionale;
- **Vantaggi Reputazionali:** Investire in energia rinnovabile migliora la reputazione dell'azienda, dimostrando un impegno verso la sostenibilità. Questi vantaggi rendono l'installazione di fotovoltaici una scelta strategica e conveniente per la nostra società.



Valore economico generato e distribuito in euro				
Voce	Valore 2022	Valore 2023	Valore 2024	Delta
Ricavi d'esercizio	8.082.035,00	7.783.461,39	7.790.835,00	-4%
Altri ricavi	189.753,00	668.942,42	316.073,00	253%
Proventi finanziari e interessi	415	12.727,63	16.503,00	2967%
Valore economico generato	8.272.203,00	8.465.131,44	8.123.411,00	2%
Valore economico per i fornitori	5.809.388,18	5.686.059,94	5.145.515,00	-2%
Valore economico per i dipendenti	2.073.550,00	2.198.455,46	2.314.164,00	6%
Valore economico per la Pubblica Amministrazione	5.217,00	833	11.785,00	-84%
Valore economico per gli azionisti	0	0	0	-
Valore economico per i finanziatori	-66.109,00	-107.963,82	-129.168,00	63%
Valore economico per la collettività	10.254,82	26.078,60	4.756,00	154%
Valore economico distribuito	7.832.301,00	7.803.463,18	7.347.052,00	0%
Ammortamenti, svalutazioni e rettifiche	491.751,00	594.965,22	481.904,00	21%
Risultato d'esercizio destinato a riserve	-184.067,00	-149.224,60	36.119,00	-19%
Valore economico trattenuto	439.902,00	661.668,26 *	776.359,00	50%
* Dato ricalcolato; il valore differisce dalla rendicontazione precedente per effetto di un ricalcolo				

Nel corso del 2024, Eurolabel ha proseguito con determinazione il proprio percorso di crescita sostenibile, orientato alla **creazione di valore non solo economico, ma anche ambientale e sociale**.

Gli obiettivi dell'azienda si sono concentrati sul **rafforzamento della competitività attraverso l'innovazione tecnologica**, l'efficienza dei processi produttivi e l'adozione di pratiche sostenibili lungo tutta la filiera. Eurolabel ha investito nel miglioramento continuo della qualità dei propri prodotti, con un focus particolare su **soluzioni a ridotto impatto ambientale**, come etichette realizzate con materiali riciclati o provenienti da fonti rinnovabili. L'azienda ha rafforzato il proprio impegno nella riduzione delle emissioni e degli scarti di produzione, **promuovendo l'economia circolare** attraverso il recupero degli scarti di lavorazione e l'ottimizzazione del consumo energetico, integrando tutta la parte del comparto produttivo con il fotovoltaico, presente già in piccola parte.

La formazione continua e l'inclusione hanno contribuito a un ambiente di lavoro positivo e motivante. L'azienda ha ottenuto la **certificazione per la parità di genere**, contribuendo così a migliorare la reputazione e la fiducia nei confronti dell'organizzazione da parte di tutti gli stakeholder. Nello stesso anno Eurolabel ha anche implementato la **procedura di Whistleblowing**, che ha permesso di promuovere la cultura dell'integrità e della trasparenza. Eurolabel ha implementato altresì, un **piano pluriennale per la decarbonizzazione**, che prevede l'efficientamento energetico degli impianti, l'incremento dell'utilizzo di energie rinnovabili e la collaborazione con fornitori certificati per l'approvvigionamento di materie prime sostenibili.

4.4 La gestione della catena di fornitura

GRI 2-6, 3-3, 204-1

Eurolabel opera nella produzione di etichette autoadesive e nell'implementazione di tecnologie avanzate per l'RFID, la catena del freddo e la sicurezza, con una forte specializzazione nei **settori farmaceutico, cosmetico, alimentare e industriale**. Grazie **all'impiego di tecnologie avanzate**, Eurolabel è in grado di identificare le soluzioni più efficaci per rispondere alle esigenze del mercato. In questo contesto, il ruolo dei fornitori è strategico e pertanto l'azienda sceglie di **collaborare con partner qualificati in grado di apportare un valore aggiunto** concreto alle attività produttive e operative. Il valore aggiunto fornito si riflette quindi nella **qualità dei materiali, puntualità, innovazione, flessibilità, efficienza, assistenza post-vendita e responsabilità etico-ambientale**.

Selezione dei fornitori

Eurolabel seleziona attentamente i propri **fornitori**, che vengono scelti in base alla loro capacità di **fornire prodotti e servizi di alta qualità**, conformi alle specifiche richieste stabilite da Eurolabel e nel **rispetto di norme etiche e ambientali**. Eurolabel adotta infatti un processo di valutazione e monitoraggio dei fornitori considerati "critici" per la realizzazione dei propri prodotti, al fine di garantire elevati standard qualitativi e di conformità.

Tali fornitori vengono sottoposti ad un processo di **monitoraggio** annuale, basato su una serie di criteri tecnici e specifici che includono:

- **tempestività nella consegna**: la puntualità nella consegna dei materiali o dei prodotti finiti è cruciale per evitare interruzioni nella produzione e per soddisfare, con prontezza, le esigenze dei clienti;
- **standard di qualità dei materiali forniti**: contribuisce a garantire la qualità stessa del prodotto finale;
- **gestione delle non conformità generate**;
- **competitività economica**: la capacità di offrire condizioni economiche vantaggiose, nel rispetto degli standard qualitativi richiesti;
- **responsabilità ambientale e sociale**: allineamento a standard internazionali riconosciuti come la ISO 14001, e tutti gli aspetti connessi alla Responsabilità Sociale d'Impresa (CSR), in particolare per i fornitori di materie prime.

Rispetto a quest’ultimo aspetto, Eurolabel ha sviluppato e introdotto nel processo di analisi la somministrazione di un questionario di autovalutazione ai fornitori critici di materie prime, che corrispondono a circa il 33% del totale dei fornitori. Questo strumento, che l’azienda si impegna ad aggiornare sottoponendolo i fornitori a rivalutazione con cadenza quinquennale, permette di avere una visione complessiva delle performance in ambito ESG della propria catena di approvvigionamento.

Per quanto riguarda gli **appaltatori interni**, la valutazione tiene conto anche della **disponibilità della documentazione richiesta** ai sensi dell’art. 26 del D.Lgs. 81/2008 e di ulteriori requisiti definiti dalla procedura aziendale in vigore.

Secondo questo sistema ogni fornitore viene quindi valutato rispetto ai **parametri attesi** e annualmente viene redatto un bilancio delle performance, confrontando i risultati ottenuti con i livelli prefissati. In base al punteggio complessivo, Eurolabel determina l’esito della valutazione, che può tradursi nel **mantenimento della qualifica**, nella **qualifica con riserva** o nella **rimozione della qualifica**. Questo sistema consente a Eurolabel di assicurare una supply chain affidabile, conforme e allineata ai propri principi di qualità e sostenibilità.

Approvvigionamento locale

Il rapporto tra fornitori locali e internazionali si è rafforzato nel tempo, in favore di una strategia di approvvigionamento responsabile e territorialmente radicata. Questo approccio contribuisce non solo alla resilienza operativa, ma anche alla valorizzazione del tessuto produttivo italiano. La quota di spesa destinata a fornitori locali, intesi come collocati nel territorio italiano è aumentata dal 86% nel 2022 al 96% nel 2023, mantenendosi poi stabile al 95% nel 2024. Questo dato conferma un chiaro impegno dell’azienda a favore dell’economia locale e di una supply chain più vicina e tracciabile.

Proporzione di spesa verso fornitori locali						
Paese	2022		2023		2024	
	Spesa (€)	%	Spesa (€)	%	Spesa (€)	%
Italia	6.130.951,94	86	5.764.863,00	96	5.507.608,43	95
Estero	980.821,63	14	244.978,87	4	314.718,15	5
Totale spesa annua	7.111.773,57	100	6.009.841,87	100	5.822.326,58	100



Persone

5.1 I nostri dipendenti

5.2 Diversità e inclusione

5.3 Benessere e formazione dei nostri dipendenti

5.4 Salute e sicurezza dei lavoratori

5.1 I nostri dipendenti

GRI 2-7, 2-8, 2-30

Inquadramento e composizione della popolazione aziendale

Eurolabel pone molta attenzione allo sviluppo del capitale umano, attraverso la promozione della dimensione valoriale del lavoro come elemento chiave nella realizzazione di ogni persona, in rispetto della diversità, della crescita professionale e personale e nella garanzia di un ambiente di lavoro sicuro. Al 31 dicembre 2024 Eurolabel conta **49 dipendenti**, tutti coperti da **Contratto Collettivo Nazionale del Lavoro** confermando un organico stabile rispetto all'anno precedente.

Nel 2024, i contratti a **tempo indeterminato** si confermano la forma contrattuale predominante, rappresentando il **96%** dell'organico aziendale, a testimonianza della strategia aziendale orientata alla stabilità occupazionale. L'ingresso di 2 contratti a tempo determinato rispetto all'anno precedente non modifica sostanzialmente l'equilibrio, confermando l'impegno costante dell'azienda nel garantire continuità e sicurezza ai propri dipendenti.

Dipendenti per genere e contratto (Headcount)										
Tipologia di contratto	2022			2023			2024			Delta
	U	D	TOT	U	D	TOT	U	D	TOT	
Totale dipendenti	33	15	48	35	15	50	33	16	49	-2%
Di cui a contratto a tempo indeterminato	31	15	46	35	15	50	32	15	47	-6%
Di cui a contratto a tempo determinato	2	0	46	0	0	0	1	1	2	-
Full-time	33	15	46	35	15	50	33	16	2	-2%
Part-time	0	0	46	0	0	0	0	0	2	-

Oltre al personale dipendente, Eurolabel si avvale anche della **collaborazione di lavoratori non subordinati**. Nel corso dell’anno, infatti, l’organico è stato integrato da **3 stagisti**, inseriti attraverso una **partnership con una scuola grafica**, e da un collaboratore continuativo, come consulente rispetto ai Sistemi di Gestione interni.

Lavoratori non dipendenti (Headcount)										
Tipologia lavoratori non dipendenti	2022			2023			2024			Delta
	U	D	TOT	U	D	TOT	U	D	TOT	
Totale lavoratori non dipendenti	4	1	5	4	1	5	3	1	4	-20%

In linea con la propria Politica per la Parità di Genere, Eurolabel promuove l’accesso paritario all’impiego indipendentemente dal genere, dalle condizioni personali o da altri fattori discriminanti con l’obiettivo di garantire un sistema equo e inclusivo.

A tale fine l’azienda adotta un processo di **selezione del personale improntato a criteri di trasparenza e pari opportunità**, avvalendosi sia di colloqui diretti derivanti da candidature spontanee o segnalazioni, sia della collaborazione con agenzie per il lavoro, ai quali segue assunzione diretta. Eurolabel si impegna inoltre a rimuovere ogni possibile barriera che possa ostacolare un’effettiva parità tra donne e uomini nel mondo del lavoro, **promuovendo una cultura aziendale inclusiva**, rispettosa della diversità e orientata al benessere delle persone. A sostegno dell’integrazione dei nuovi collaboratori, l’azienda dispone di una **procedura strutturata di on-boarding**, volta a favorire un inserimento efficace e consapevole nel contesto organizzativo.

5.2 Diversità e inclusione

GRI 3-3, GRI 405-1, GRI 406-1

Profilo demografico dell'organico

La struttura dell'organico riflette nel tempo l'evoluzione dell'azienda, sia in termini di ruoli professionali che di equilibrio nella rappresentanza di genere. L'analisi della composizione interna consente quindi di osservare dinamiche significative legate alla **distribuzione delle funzioni**, ai **livelli di inquadramento** e alla presenza femminile nei diversi ambiti aziendali.

Nel 2024, la composizione dell'organico conferma una **prevalenza maschile**, con il **67%** di uomini e il **33%** di donne, ma si dimostra un progressivo avvicinamento alla parità di genere rispetto ai due anni precedenti. La categoria prevalente è quella degli **operai**, che rappresentano il **57% dell'organico**, in coerenza con la natura produttiva dell'azienda operante **nel settore manifatturiero**. All'interno di questa fascia si registra una marcata presenza maschile (82%), ma anche una componente femminile non trascurabile, pari al 18%. Le **posizioni impiegatizie**, che costituiscono circa il **30% del totale**, sono storicamente ricoperte in prevalenza da donne, le quali nel 2024 rappresentano il 67% di questa categoria. Da sottolineare, infine, l'incremento progressivo delle figure **inquadrate come quadri** nel corso del triennio, con un dato particolarmente significativo nel 2024: l'ingresso di **due donne in ruoli di responsabilità**, elemento nuovo rispetto agli anni precedenti, che rappresenta un ulteriore passo avanti verso una maggiore equità di genere anche nei livelli direzionali.

Per quanto riguarda la distribuzione per età, l'organico risulta fortemente **concentrato nella fascia sopra i 30 anni**, che rappresenta circa il **90% del totale**. Questa popolazione si suddivide in maniera equilibrata tra i dipendenti con età compresa tra i 30 e i 50 anni (45%) e quelli oltre i 50 anni (45%), evidenziando una **forza lavoro consolidata ed esperta**. Sebbene ancora marginale, la fascia **under 30** ha mostrato una **crescita significativa**, passando dal 4% nel 2022 al 10% nel 2024, segnale di un progressivo inserimento di nuove generazioni all'interno dell'organizzazione.

Dipendenti per categoria professionale, genere e fascia d'età (Headcount)												
CATEGORIA AZIENDALE	2022											
	<30			30-50			>50			TOTALE		
	UOMINI	DONNE	TOT	UOMINI	DONNE	TOT	UOMINI	DONNE	TOT	UOMINI	DONNE	TOT
Dirigenti	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	1
Quadri	0	0	0	1	0	1	2	0	2	3	0	3
Impiegati	1	1	2	2	7	9	4	2	6	7	10	17
Operai	0	0	0	13	3	16	9	2	11	22	5	27
Totale	1	1	2	17	10	27	15	4	19	33	15	48
CATEGORIA AZIENDALE	2023											
	<30			30-50			>50			TOTALE		
	UOMINI	DONNE	TOT	UOMINI	DONNE	TOT	UOMINI	DONNE	TOT	UOMINI	DONNE	TOT
Dirigenti	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	1
Quadri	0	0	0	1	0	1	3	0	3	4	0	4
Impiegati	0	1	1	2	8	10	4	2	6	6	11	17
Operai	3	0	3	11	2	13	10	2	12	24	4	28
Totale	3	1	4	15	10	25	17	4	21	35	15	50
CATEGORIA AZIENDALE	2024											
	<30			30-50			>50			TOTALE		
	UOMINI	DONNE	TOT	UOMINI	DONNE	TOT	UOMINI	DONNE	TOT	UOMINI	DONNE	TOT
Dirigenti	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	1
Quadri	0	0	0	1	0	1	3	1	4	4	1	5
Impiegati	0	2	2	1	6	7	4	2	6	5	10	15
Operai	3	0	3	11	2	13	9	3	12	23	5	28
Totale	3	2	5	14	8	22	16	6	22	33	16	49

Percentuale dipendenti per categoria professionale, genere e fascia di età									
CATEGORIA AZIENDALE	2022								
	<30		30-50		>50		TOTALE		
	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE	TOT
Dirigenti	0%	0%	4%	0%	0%	0%	2%	0%	2%
Quadri	0%	0%	4%	0%	11%	0%	6%	0%	6%
Impiegati	50%	50%	7%	26%	21%	10,5%	15%	21%	36%
Operai	0%	0%	48%	11%	47%	10,5%	46%	10%	56%
Totale	50%	50%	63%	37%	79%	21%	69%	31%	100%
CATEGORIA AZIENDALE	2023								
	<30		30-50		>50		TOTALE		
	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE	TOT
Dirigenti	0%	0%	4%	0%	0%	0%	2%	0%	2%
Quadri	0%	0%	4%	0%	14%	0%	8%	0%	8%
Impiegati	0%	25%	8%	32%	19%	9,5%	12%	22%	34%
Operai	75%	0%	44%	8%	48%	9,5%	48%	8%	56%
Totale	75%	25%	60%	40%	81%	19%	70%	30%	100%
CATEGORIA AZIENDALE	2024								
	<30		30-50		>50		TOTALE		
	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE	TOT
Dirigenti	0%	0%	2%	0%	0%	0%	2%	0%	2%
Quadri	0%	0%	2%	0%	6%	2%	8%	0%	10%
Impiegati	0%	4%	2%	12%	8%	4%	10%	20%	31%
Operai	6%	0%	22%	4%	18%	6%	47%	10%	57%
Totale	60%	40%	64%	36%	73%	27%	67%	33%	100%

Eurolabel è sensibile ai temi della diversità e inclusione e ne è testimonianza la presenza di individui con background differenti tra loro. In tema di inclusione, l'azienda offre indifferentemente le **stesse opportunità di inserimento e di carriera, garantendo a chiunque un senso di appartenenza** e di valore all'interno dell'organizzazione.

In Eurolabel, la professionalità viene riconosciuta e valorizzata indipendentemente dalla presenza di disabilità, ponendo **al centro le competenze e le capacità della persona**. Questo approccio riflette un impegno concreto verso una cultura aziendale inclusiva, fondata sull'accettazione della diversità e sull'uguaglianza delle opportunità. Nel 2024, l'azienda ha confermato tale orientamento mantenendo in organico **3 dipendenti con disabilità**, dato stabile rispetto all'anno precedente. Questo risultato rappresenta un ulteriore segnale dell'attenzione costante di Eurolabel all'integrazione e al rispetto delle differenze all'interno del proprio ambiente di lavoro.

Totale dipendenti con diversità	2023	2024	Delta
Totale dipendenti	50	49	-2%
Totale dipendenti con disabilità	3	3	-
% sul Totale Dipendenti	6%	6%	

Promuovere la parità: il modello UNI/PdR 125:2022

Nel 2024, Eurolabel ha ottenuto la Certificazione UNI/PdR 125:2022 per la Parità di Genere, a conferma dell'impegno concreto e continuativo nella promozione di un ambiente di lavoro equo, inclusivo e rispettoso delle diversità. Il percorso verso la certificazione ha previsto l'adozione di un **Sistema di Gestione strutturato** per il quale è stata definita la **Policy aziendale** per la Parità di Genere ed è stato costituito un **Comitato Guida** dedicato al presidio dei temi legati all'equità. Fondamentale in questo processo è stata la partecipazione attiva della comunità aziendale, coinvolta in **workshop e iniziative di sensibilizzazione** su temi chiave quali la tutela della genitorialità, la prevenzione dei gender bias e la promozione di un linguaggio inclusivo e neutrale.

Già nel 2023, l'azienda aveva avviato azioni mirate a promuovere un ambiente di lavoro inclusivo che ogni anno vengono programmate e integrate. Tra queste si citano:

- Somministrazione di **indagini per la valutazione del clima aziendale** e per il contrasto a ogni forma di molestia e discriminazione sul luogo di lavoro, che verrà reiterata nel 2025;
- Introduzione del **"box delle soluzioni"** per la raccolta di suggerimenti e/o segnalazioni: questo canale, che integra il sistema di segnalazione predisposto ai sensi del d.lgs. 24/2023, è accessibile ai dipendenti all'interno degli spazi comuni aziendali e viene esaminato due volte al mese dal personale preposto;
- Analisi delle **retribuzioni annuali**: dall'analisi interna non si rilevano forme di discriminazione retributiva poichè a parità di livello, mansione e competenze, è garantita l'equità salariale. Eventuali differenze nella retribuzione base sono esclusivamente attribuibili a criteri meritocratici o al riconoscimento di competenze acquisite. Nel 2024, la percentuale di **dipendenti promossi è stata pari al 6%**, a conferma dell'impegno dell'azienda nel valorizzare la crescita professionale attraverso criteri oggettivi e trasparenti.

Con l'obiettivo di promuovere una maggiore conoscenza dei diritti e delle opportunità a disposizione dei dipendenti nel 2024, Eurolabel ha rafforzato la **comunicazione interna sui temi legati al congedo parentale** veicolando internamente informazioni attraverso due canali principali: una **comunicazione affissa in bacheca aziendale** e un approfondimento dedicato durante uno dei **workshop** organizzati nell'ambito delle iniziative per la parità di genere. Queste comunicazioni contribuiscono a diffondere una cultura del lavoro più attenta alla genitorialità, promuovendo una distribuzione più equilibrata delle responsabilità familiari.

Nel quadro delle iniziative a sostegno delle donne si inserisce un importante progetto realizzato all'inizio dell'anno. Eurolabel ha infatti promosso **un corso di autodifesa personale rivolto a tutte le dipendenti**, in collaborazione con l'**A.S.D. Kankudojo** di Parabiago (MI). Questo progetto ha avuto l'obiettivo di rafforzare non solo il senso di sicurezza individuale, ma anche la consapevolezza personale e la coesione tra colleghe, promuovendo attivamente una cultura di prevenzione e contrasto alla violenza di genere.

A.S.D. Kankudojo: corso di autodifesa personale

Nel gennaio 2024, Eurolabel ha compiuto un passo significativo nel rafforzare il proprio impegno per un ambiente di lavoro sicuro, inclusivo ed empatico, promuovendo l'empowerment delle dipendenti attraverso **l'organizzazione di un corso di autodifesa personale**.

Realizzata in collaborazione con l'A.S.D. Kankudojo di Parabiago (MI), l'iniziativa ha previsto un **percorso teorico-pratico di 8 ore**, articolato in due giornate di formazione svolte direttamente in azienda. Al termine delle sessioni interne, alle partecipanti è stata offerta la possibilità di **proseguire gratuitamente il corso presso la sede dell'associazione**, frequentando fino a 8 lezioni aggiuntive nell'arco di un mese, così da approfondire le tecniche apprese in un contesto specialistico

Un corso per promuovere consapevolezza e coesione. Il corso non solo ha fornito competenze pratiche di autodifesa, ma ha **contribuito anche a rafforzare la fiducia**, la **consapevolezza personale** e il senso di coesione tra colleghe, incoraggiando un processo di **empowerment individuale e collettivo**. Partecipare al corso ha permesso alle dipendenti di condividere esperienze, creare reti di supporto e affrontare con maggiore consapevolezza il tema della prevenzione della violenza di genere.

Tra i principali benefici riscontrati dalle partecipanti al corso emergono l'aumento dell'autostima, una maggiore interazione e collaborazione tra colleghe, un approccio pratico e coinvolgente, oltre a un'esperienza formativa vissuta anche in modo piacevole e stimolante.

Il corso di autodifesa rappresenta una delle tante azioni messe in campo dall'azienda per promuovere la parità di genere, il benessere delle proprie collaboratrici e una cultura aziendale sensibile alle tematiche sociali. Un impegno che va oltre le mura aziendali, contribuendo a costruire una **comunità più equa e consapevole**.

Eurolabel si impegna attivamente nella tutela dei diritti e della dignità di ogni persona, promuovendo un ambiente di lavoro improntato al rispetto, all’inclusione e all’uguaglianza, in linea con i **principi fondamentali dell’Organizzazione Internazionale del Lavoro (OIL)**. A evidenza dell’efficacia delle politiche aziendali orientate a garantire un contesto lavorativo sicuro, equo e rispettoso delle diversità, l’azienda non ha raccolto alcuna segnalazione riferita a comportamenti discriminatori monitorate attraverso i canali di ascolto quali la cassetta delle lettere interna (“box delle soluzioni”) e l’indagine sul clima aziendale.

Numero episodi di discriminazione			
	2022	2023	2024
Numero totale di episodi di discriminazione durante il periodo di rendicontazione	0	0	0

L’identità aziendale attraverso la percezione interna

L’indagine di clima interna condotta in azienda nel 2023 ha permesso di tracciare un profilo rappresentativo delle/dei dipendenti Eurolabel, mettendo in luce percezioni, valori e aspettative condivise all’interno del contesto lavorativo.

Dall’analisi dei dati emerge un “employee personas” che attribuisce grande importanza alla **stabilità del posto di lavoro**, al **trattamento economico** e alla **qualità delle relazioni interpersonali**, svolgendo un’attività in cui crede e che trova coinvolgente, gratificante e **coerente con la propria qualifica**.

Si tratta di una figura professionale che **si sente valorizzata per le proprie competenze, l’esperienza e le potenzialità**, riconosciute sia dai superiori sia dai colleghi. Si percepisce come **collaborativa, determinata e preparata**, e ritiene di operare in un ambiente che le consente di esprimere al meglio le proprie capacità, grazie a una **leadership che riconosce e apprezza la professionalità**.

Mantiene, coi superiori ed i colleghi, buoni rapporti sebbene in linea di massima siano limitati all’interno di Eurolabel e non “post-lavoro”. Svolge un lavoro che consente di conciliare gli impegni lavorativi con quelli familiari e pensa di usufruire, se necessario, dei congedi parentali. Non esprime particolari considerazioni in merito a possibili discriminazioni legate al genere, ma **è consapevole dei riferimenti aziendali a cui rivolgersi in caso di necessità per tutelarsi**. Nel corso della sua esperienza professionale **non ha mai subito molestie sul luogo di lavoro**. Dimostra una **buona conoscenza del tema del Welfare aziendale** e ha una visione abbastanza chiara su come potrebbe **utilizzare concretamente tali strumenti** in futuro.

5.3 Benessere e formazione dei nostri dipendenti

GRI 3-3, 401-1, 404-1, 404-3

Persone al centro: Legami

Analizzando i dati rispetto alle variazioni dell'organico, nel 2024 si osserva **un andamento inverso rispetto all'anno precedente**, con un numero di dimissioni superiore alle nuove assunzioni. Questa dinamica ha determinato un aumento del tasso di turnover in uscita, che passa dallo 0,06 allo 0,10, e una contestuale diminuzione del tasso di ingresso, sceso dallo 0,10 allo 0,06.



Nonostante tale inversione, il valore complessivo del turnover in uscita, pari al 10%, resta contenuto e il **tasso di cessazione pari al 10%** diminuisce rispetto al 2023 confermando un equilibrio generale nei flussi occupazionali nonché la capacità di Eurolabel nel trattenere le proprie risorse, grazie ad un ambiente di lavoro stabile e orientato alla valorizzazione dei talenti. L'aumento registrato rientra infatti in una fisiologica variazione dell'organico, senza indicare criticità strutturali.

Tasso di nuovi ingressi									
Fascia d'età	2022*			2023*			2024		
	U	D	TOT	U	D	TOT	U	D	TOT
< 30	0,00	1,00	0,50	0,67	0,00	0,50	0,00	0,50	0,20
30-50	0,18	0,10	0,15	0,00	0,10	0,10	0,07	0,13	0,09
>50	0,13	0,00	0,11	0,12	0,00	0,12	0,00	0,00	0,00
Totale	0,15	0,13	0,15	0,11	0,07	0,10	0,03	0,13	0,06
*Il totale del tasso di turnover è stato ricalcolato a seguito di una revisione interna.									

Tasso di turnover in uscita									
Fascia d'età	2022*			2023*			2024		
	U	D	TOT	U	D	TOT	U	D	TOT
< 30	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
30-50	0,06	0,20	0,11	0,07	0,00	0,04	0,07	0,25	0,14
>50	0,00	0,25	0,05	0,12	0,00	0,10	0,13	0,00	0,09
Totale	0,03	0,20	0,08	0,09	0,00	0,06	0,09	0,13	0,10
*Il totale del tasso di turnover è stato ricalcolato a seguito di una revisione interna.									

Numero totale delle nuove assunzioni (headcount)										
Fascia d'età	2022			2023			2024			Delta
	U	D	TOT	U	D	TOT	U	D	TOT	
< 30	0	1	1	2	0	2	0	1	1	-50%
30-50	3	1	4	0	1	1	1	1	2	100%
>50	2	0	2	2	0	2	0	0	0	-100%
Totale	5	2	7	4	1	5	1	2	3	-40%

Numero totale delle cessazioni (headcount)										
Fascia d'età	2022			2023			2024			Delta
	U	D	TOT	U	D	TOT	U	D	TOT	
< 30	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-
30-50	1	2	3	1	0	1	1	2	3	200%
>50	0	1	1	2	0	2	2	0	2	0%
Totale	1	3	4	3	0	3	3	2	5	67%

Sviluppo delle competenze

Lo sviluppo delle risorse umane in azienda è uno degli obiettivi principali di ogni organizzazione. Eurolabel è consapevole che il capitale umano è uno dei suoi asset più importanti. L'obiettivo che si pone è rendere più **efficiente il lavoro del proprio personale**, sempre mantenendo la propria attenzione sulla persona – il capitale umano dell'azienda – con lo scopo di potenziarla, fidelizzarla e permetterle quindi di seguire un **percorso di crescita lavorativo**. Sentendosi coinvolti, i dipendenti saranno pronti e più motivati a svolgere il loro lavoro nel modo migliore, desiderosi di restituire quanto loro dato dall'azienda.

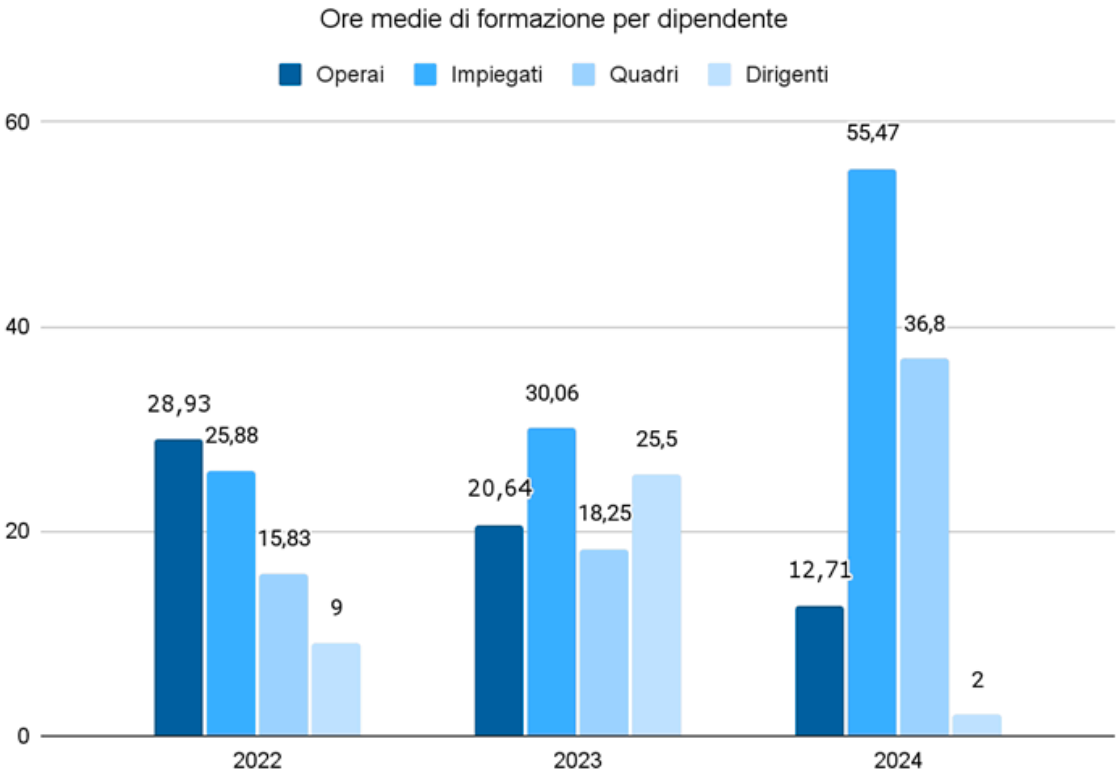
Per questo motivo, Eurolabel promuove attivamente la **formazione continua** dei propri dipendenti, offrendo percorsi formativi finalizzati allo **sviluppo di nuove competenze tecniche e trasversali** e al rafforzamento di quelle già acquisite. I corsi vengono erogati in base alla pertinenza delle tematiche rispetto ai diversi ambiti professionali, così da garantire un apprendimento mirato ed efficace. Le attività formative, organizzate sia internamente sia in collaborazione con enti esterni, sono sottoposte a un monitoraggio periodico, con l'obiettivo di valutarne l'andamento nel tempo e garantire un costante allineamento alle normative vigenti e agli standard di riferimento.

Il piano formativo di Eurolabel per il 2024 ha previsto un ampio ventaglio di tematiche, tra le quali figurano:

- Corsi di aggiornamento sul Sistema di Gestione integrato;
- Corsi sulla salute e sicurezza dei lavoratori;
- Corsi di lingua inglese;
- Seminari organizzati dalla camera di commercio italo-tedesca e webinar organizzati da Assografici;
- Workshop interni di sensibilizzazione sulla parità di genere;
- Formazione sulle procedure e il sistema di segnalazione (Sistema Whistleblowing).

Grazie al potenziamento delle iniziative formative previste nel piano 2024, Eurolabel ha registrato un significativo aumento delle ore di formazione erogate, raggiungendo un totale di 1.374 ore, con un incremento del 16% rispetto all’anno precedente e comunque in costante crescita dal 2022. Questo risultato si riflette anche nell’aumento delle ore medie di formazione per dipendente, passate da 23,75 a 28,04 ore per persona, pari a una crescita del 18%.

L’incremento ha interessato in particolare le categorie di impiegati e quadri, che hanno visto rispettivamente un aumento del 63% e del 152% delle ore totali di formazione, a conferma dell’impegno dell’azienda nello sviluppo professionale delle figure operative e intermedie. Gli impiegati si distinguono infatti per un significativo rafforzamento del percorso formativo, raggiungendo una **media annuale di 55,47 ore a persona (+85%)**, seguiti dai quadri con 36,80 ore medie (+102%). Al contrario il calo nelle ore di formazione rivolte ai dirigenti (-92%) e agli operai (-38% in totale), riflette una diversa pianificazione delle priorità formative e il **completamento dei cicli formativi precedenti**. Complessivamente, i dati confermano una strategia formativa mirata e crescente, orientata alla valorizzazione delle competenze professionali e all’investimento nel capitale umano.



Ore totali di formazione per genere e categoria professionale										
Categoria professionale	2022			2023			2024			Delta
	U	D	TOT	U	D	TOT	U	D	TOT	
Dirigenti	9	0	9	26	0	26	2	0	2	-92%
Quadri	48	0	48	73	0	73	142	42	184	152%
Impiegati	173	267	440	153	358	511	268	564	832	63%
Operai	758	23	781	457	121	578	337	19	356	-38%
Totale	988	290	1.278	709	479	1.188	749	625	1.374	16%

Ore medie di formazione per genere e categoria professionale										
Categoria professionale	2022			2023			2024			Delta
	U	D	TOT	U	D	TOT	U	D	TOT	
Dirigenti	9	-	9	25,5	-	25,5	2	-	2	-92%
Quadri	15,83	-	15,83	18,25	-	18,25	35,5	42	36,8	102%
Impiegati	24,71	26,7	25,88	25,5	32,55	30,06	53,6	56,4	55,47	85%
Operai	34,45	4,6	28,93	19,04	30,25	20,64	14,65	3,8	12,71	-38%
Totale	29,92	19,33	26,61	20,24	31,93	23,75	22,7	39,06	28,04	18%

Valorizzazione delle performance

Eurolabel assicura ai propri dipendenti una **liberalità**, che viene elargita annualmente nel mese di dicembre. Tutti i dipendenti dell'azienda hanno inoltre diritto a un **premio di produzione**, regolato da specifici accordi sindacali, il quale è direttamente legato alla **valutazione delle performance individuali** e all'eventuale raggiungimento di obiettivi concordati.

L'intero personale viene sottoposto a un processo di valutazione, condotto dai responsabili di area in collaborazione con il Responsabile del Sistema di Gestione Qualità, nel quale vengono analizzate **competenze, abilità e altri elementi di valore** per il ruolo ricoperto. Agli impiegati commerciali e ai venditori viene inoltre riconosciuto un **compenso variabile al raggiungimento dell'obiettivo** previsto sul loro fatturato, in base a quanto definito dagli accordi tra le parti. Di seguito vengono riportate le tabelle, per inquadramento e per genere, relative al totale dei dipendenti che ricevono una valutazione sulla loro performance.

Dipendenti che ricevono una valutazione periodica della performance e di carriera per inquadramento e genere						
Numero di persone	2022		2023		2024	
	Totale dei dipendenti che ricevono la valutazione	% sul totale	Totale dei dipendenti che ricevono la valutazione	% sul totale	Totale dei dipendenti che ricevono la valutazione	% sul totale
Totale	48	100%	50	100%	49	100%
Dirigenti	1	100%	1	100%	1	100%
Quadri	3	100%	4	100%	5	100%
Impiegati	17	100%	17	100%	15	100%
Operai	27	100%	28	100%	28	100%
Uomini	33	100%	35	100%	33	100%
Donne	15	100%	15	100%	16	100%

5.4 Salute e sicurezza dei lavoratori

GRI 3-3, GRI 403-5, GRI 403-9

Eurolabel è da sempre attiva e costantemente impegnata nella tutela della Salute e Sicurezza dei lavoratori, e ha l'obiettivo di **minimizzare i rischi** tramite lo sviluppo di iniziative rivolte ai dipendenti e a tutte le persone che, a qualsiasi titolo, operano all'interno della struttura produttiva e negli uffici commerciali dell'azienda. La cultura della salute e sicurezza è condivisa a tutti i livelli e prevede un coinvolgimento totale dell'organizzazione aziendale, dal più alto organo di governo fino ai dipendenti.

Eurolabel ottempera a tutti i requisiti richiamati nel D.Lgs. 81/2008 applicabili per la propria attività e rischi correlati aggiornando periodicamente la **valutazione dei rischi (DVR)** e svolgendo, ogni uno o due mesi, un **"controllo operativo" mediante appositi sopralluoghi svolti dalle figure operative** richiamate nel già menzionato D.Lgs. quali RSPP – Responsabile del Servizio Prevenzione e Protezione, RLS – Rappresentante dei Lavoratori per la sicurezza, Preposti e il delegato alla sicurezza.

Le attività di manutenzione e gestione della salute e sicurezza sul lavoro vengono pianificate a mezzo di un **apposito scadenziario** e monitorate costantemente dalle figure operative. A tale fine l'azienda implementa diverse procedure operative di sicurezza quali:



- **Formazione e aggiornamento:** tutti i lavoratori partecipano regolarmente a **interventi formativi sui rischi generali e specifici, sull'uso dei DPI necessari**, che vengono distribuiti e impiegati correttamente come previsto dall'Accordo Stato-Regioni e dal D.Lgs. 81/2008. Ai neoassunti viene inoltre sempre erogata la formazione iniziale obbligatoria, articolata in una parte generale e una sui rischi specifici, come stabilito dalla normativa vigente.
- **Sicurezza:** tutti i DPI (dispositivi di protezione individuale) ritenuti necessari sono distribuiti ai lavoratori e regolarmente utilizzati dagli stessi.

Analisi degli indici degli infortuni

Eurolabel dispone di un dettagliato monitoraggio degli infortuni. Nel 2024 l'azienda ha raggiunto un importante traguardo in materia di salute e sicurezza sul lavoro, registrando nessun infortunio durante l'anno, a conferma dell'efficacia delle iniziative adottate per promuovere una cultura della prevenzione e del benessere nei luoghi di lavoro. In ottica di miglioramento continuo, nello stesso anno, Eurolabel ha avviato le procedure per ottenere la certificazione ISO 45001, che sarà formalmente conseguita nel 2025.

Numero infortuni sul lavoro per tipologia e genere									
Infortuni sul lavoro	2022			2023			2024		
	U	D	TOT	U	D	TOT	U	D	TOT
N. infortuni registrati (esclusi quelli in itinere)	0	0	0	1	0	1	0	0	0
di cui di infortuni gravi	0	0	0	0	0	0	0	0	0
di cui di infortuni mortali	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ore lavorate	51.646	23.276	74.922	53.824	25.282	79.106	55.506	20.768	76.274

Indici infortunistici (i tassi sono stati calcolati in base a 1 milione di ore lavorative) – esclusi infortuni in itinere (per dipendenti)									
Infortuni sul lavoro	2022			2023			2024		
	U	D	TOT	U	D	TOT	U	D	TOT
Indici di frequenza infortuni registrabili	0	0	0	18,58	0	12,64	0	0	0
Indici di frequenza infortuni gravi	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Indici di frequenza infortuni mortali	0	0	0	0	0	0	0	0	0



Ambiente

6.1 Energia ed emissioni

6.2 Rifiuti

La **strategia di sostenibilità** adottata da Eurolabel rappresenta un impegno autentico e tangibile verso l'ambiente. Uno dei suoi obiettivi è **ridurre le emissioni di Co2eq** attraverso azioni concrete, sia in termini di produzione che di materiali utilizzati.

Le iniziative ambientali di Eurolabel non coinvolgono solo i dipendenti e l'intera vita aziendale, ma si estendono anche ai rapporti con la comunità, inclusi partner e fornitori. Insieme a loro Eurolabel condivide valori e visioni orientate alla sostenibilità, creando un network solidale e responsabile nei confronti dell'ambiente.

Tra i progetti più importanti si citano:

Energia elettrica autoprodotta

Installazione di un **impianto fotovoltaico** con l'obiettivo di incrementare progressivamente l'autonomia energetica riducendo in modo significativo il ricorso a fonti energetiche esterne.

Recupero dei toner esausti

Adesione al programma **Zerozerotoner**, un sistema virtuoso dedicato al **recupero e al corretto smaltimento dei toner esausti**. Attraverso questo progetto, l'azienda garantisce che i materiali di scarto derivanti dall'utilizzo delle stampanti vengano gestiti in modo sicuro, tracciabile e nel pieno rispetto delle normative ambientali, favorendo il riciclo e limitando la produzione di rifiuti speciali.

Tutela degli ecosistemi

Adesione a **Print Releaf**, un'iniziativa globale di riforestazione che consente di **compensare il consumo di carta** attraverso la piantumazione di nuovi alberi. Grazie alla **certificazione FSC®** relativa alla **catena di custodia**, l'azienda si impegna inoltre nella tutela degli ecosistemi, contribuendo attivamente alla loro conservazione e al ripristino dei servizi ambientali, con l'obiettivo di ridurre al minimo l'impatto ecologico delle proprie attività.

Circularità nella logistica

Partecipazione a un **progetto di logistica sostenibile** in collaborazione con **Tosca**, per l'utilizzo circolare di bancali in plastica riciclabile consentendo di ridurre sprechi e danni lungo la supply chain.

6.1 Energia ed Emissioni

GRI 3-3, 302-1, 305-1, 305-2

Gestione ed efficientamento energetico

L’energia elettrica rappresenta la principale fonte di consumo per Eurolabel, coprendo circa il 90% del totale. Tale consumo è principalmente associato al funzionamento dei macchinari di produzione, all’impianto di illuminazione e al sistema di climatizzazione degli ambienti aziendali.

In questo contesto Eurolabel ha proseguito il percorso di efficientamento energetico avviato gli anni precedenti, che aveva incluso la sostituzione delle lampade UV tradizionali con **modelli UV LED** e l’introduzione del **sistema DALI (Digital Addressable Lighting Interface)**. Il 2024, infatti, segna un passaggio rilevante con l’entrata in funzione di un **nuovo impianto fotovoltaico**. Questo intervento rappresenta un tassello fondamentale nella strategia di transizione energetica di Eurolabel, poiché consente un significativo incremento della quota di energia autoprodotta da fonti rinnovabili, contribuendo a far crescere l’incidenza dell’energia elettrica rinnovabile sul consumo totale dal 3% al **12%**.

Consumi indiretti di energia					
Tipologia	UdM	2022	2023	2024	Delta
Energia elettrica	KWh	1.059.238,90	922.108,02	1.031.723,70	12%
Di cui da fonti non rinnovabili	KWh	1.004.608,90	892.808,02	904.078,00	1%
Di cui da fonti rinnovabili	KWh	54.630,00	29.300,00	127.645,70	336%
% fonti rinnovabili	KWh	5%	3%	12%	

Nell'analisi del profilo energetico emerge inoltre che i consumi di carburante, legati alla flotta aziendale, con una quota residuale destinata alla manutenzione dell'impianto antincendio, incidono in maniera inferiore (circa il 9%). Si evidenzia inoltre l'assenza di consumi di gas grazie ad interventi mirati. Già dal 2022 l'azienda ha infatti avviato un percorso di transizione energetica, eliminando completamente il consumo di gas per l'impianto di climatizzazione. Nel 2023 ha inoltre iniziato la transizione verso una flotta di veicoli ibridi, in linea con l'obiettivo di incrementare l'efficienza energetica e ridurre l'impatto ambientale.

Consumi diretti e indiretti di energia in GJ all'interno dell'organizzazione					
Tipologia	2022*	2023*	2024	Delta	% sul totale
Consumo carburante	320,24	317,68	385,19	21%	9,4%
Benzina (per autotrazione)	87,37	43,65	11,56	-74%	0,3%
Gasolio (per autotrazione)	229,56	270,77	372,92	38%	9,1%
Gasolio (per processo produttivo)	3,31	3,26	0,71	-78%	0,0%
Consumo energia elettrica	3.813,26	3.319,59	3.714,21	12%	90,6%
Energia elettrica consumata	3.813,26	3.319,59	3.714,21	12%	90,6%
Di cui da fonti rinnovabili	196,67	105,48	459,52	336%	11,2%
Di cui da fonti non rinnovabili	3.616,59	3.214,11	3.254,68	1%	79,4%
Energia elettrica venduta	0	0	82,07	-	2,0%
Totale consumi	4.133,50	3.637,27	4.099,40	13%	100,0%
Di cui da fonti rinnovabili	196,67	105,48	459,52	336%	11,0%
Di cui da fonti non rinnovabili	3.936,83	3.531,79	3.639,88	3%	89,0%
*Valori aggiornati a seguito della revisione della metodologia di calcolo, recentemente rettificata					

Inquinamento acustico

Si segnala, inoltre, che Eurolabel effettua delle attività per valutare l'inquinamento acustico, generato dal proprio sistema produttivo: ad aprile 2023 è stata effettuata una fonometria interna (attività che si ripete ogni 4 anni) che ne ha confermato la conformità agli standard.



Monitoraggio dell'impronta di carbonio aziendale

Un'attività centrale nella valutazione dell'impatto ambientale di Eurolabel è rappresentata dal monitoraggio e calcolo delle emissioni di gas serra, in particolare quelle rientranti nello Scope 1 e Scope 2, che da anni sono parte integrante del sistema di monitoraggio interno e integrando per la prima volta il **calcolo delle emissioni Scope 3** nel 2024, con l'obiettivo di ottenere una visione più completa del proprio impatto ambientale e di individuare ulteriori aree di miglioramento. Questi dati consentono di misurare in modo trasparente le emissioni dirette e indirette derivanti dalle attività e relazioni aziendali.

Le emissioni di gas serra vengono classificate in tre categorie definite dal **GHG Protocol**: Scope 1, Scope 2 e Scope 3.

- Le emissioni di **Scope 1** comprendono tutte le emissioni dirette generate dalle attività controllate dall'azienda, come il consumo di carburante per la flotta aziendale o l'utilizzo di generatori;
- Le emissioni di **Scope 2** includono invece le emissioni indirette derivanti dalla produzione di energia elettrica, calore o raffreddamento acquistati e consumati dall'organizzazione;
- Le emissioni di **Scope 3** rappresentano tutte le altre emissioni indirette lungo la catena del valore, sia a monte che a valle, come quelle associate all'acquisto di beni e servizi, alla logistica, ai viaggi di lavoro e al trattamento dei rifiuti.

La misurazione delle emissioni in tutte e tre le categorie previste dal GHG Protocol è essenziale per comprendere appieno l'impatto climatico dell'organizzazione e definire strategie di decarbonizzazione realmente efficaci.

Nel corso degli anni, Eurolabel ha infatti progressivamente rafforzato il proprio approccio alla rendicontazione climatica, migliorando le metodologie di calcolo e ampliandone il perimetro. Nel **2023** l'azienda ha adottato un sistema di misurazione conforme al **GHG Protocol**, avvalendosi della piattaforma "Climate Partner". Nel **2024** l'inventario emissivo è stato ulteriormente esteso, includendo in modo più completo il calcolo di **Scope 3**, in coerenza con le aspettative dei mercati internazionali e con la crescente rilevanza delle emissioni indirette nei processi di reporting.

Per lo Scope 3, nell'anno di rendicontazione Eurolabel ha intrapreso un percorso per ampliarne in modo significativo il perimetro di rendicontazione, passando dalla sola Categoria 3 – Emissioni generate da combustibili per la produzione di energia elettrica a un set più articolato di categorie: Beni e servizi acquistati (1), Trasporto e Distribuzione a Monte (4), Rifiuti generati dalle operazioni (5), Viaggi d'affari (6), Pendolarismo dei dipendenti (7), Trasporto e distribuzione a valle (9) e Trattamento fine vita (12) del GHG Protocol, così da costruire un inventario delle emissioni indirette più rappresentativo delle attività aziendali e coerente con gli standard internazionali di sostenibilità.

Consumi diretti e indiretti in tCO ₂ eq - Emissioni GHG Scope 1, 2 & 3 (Location-based)					
Tipologia	UdM	2022	2023	2024	Delta
Emissioni di Scope 1	tCO ₂ e	15,94	23,63	28,66	21%
Emissioni di Scope 2	tCO ₂ e	433,82	214,64	207,03	-4%
Emissioni di Scope 3*	tCO ₂ e	N/D	114,51	1.858,41	N/A
Totale Emissioni Scope 1, 2 e 3	tCO₂e	N/D	352,78	2.094,10	N/A

*I dati relativi al calcolo di Scope 3 del 2023 fanno riferimento esclusivamente alla Categoria 3. Nel 2024 sono poi state integrate anche le Categorie 1, 4, 5, 6, 7, 9 e 12 del Protocollo GHG.

Consumi diretti e indiretti in tCO ₂ eq – Emissioni GHG Scope 1, 2 & 3 (Market-based)					
Tipologia	UdM	2022	2023	2024	Delta
Emissioni di Scope 1	TCo2e	15,94	23,63	28,66	21%
Emissioni di Scope 2	TCo2e	N/D	428,55	433,54	1%
Emissioni di Scope 3	TCo2e	N/D	114,51	1.858,41	N/A
Totale Emissioni Scope 1, 2 e 3	TCo2e	N/D	566,69	2.320,61	N/A

*I dati relativi al calcolo di Scope 3 del 2023 fanno riferimento esclusivamente alla Categoria 3. Nel 2024 sono poi state integrate anche le Categorie 1, 4, 5, 6, 7, 9 e 12 del Protocollo GHG.

L'analisi dell'anno di rendicontazione conferma che l'impronta di carbonio di Eurolabel è fortemente concentrata nello **Scope 3**, che rappresenta oltre l'80% delle emissioni complessive. I dati evidenziano inoltre come le categorie a maggiore impatto siano direttamente collegate alle attività produttive. In particolare, l'**acquisto di Beni e servizi** (categoria 1) risulta nettamente predominante, incidendo tra il **60 e il 65%** delle emissioni totali. Tale categoria comprende infatti gli impatti derivanti dall'approvvigionamento di materiali e imballaggi necessari alla realizzazione del prodotto finito e rappresenta quindi il principale driver emissivo dell'organizzazione.

A seguire si collocano le emissioni di **Scope 2**, che rappresentano circa il **10–18%** del totale e sono generate dal consumo di energia elettrica, utilizzata in misura significativa anche per l'alimentazione dei macchinari produttivi.

L'integrazione dello **Scope 3** ha rappresentato per Eurolabel un passaggio rilevante nel proprio percorso di decarbonizzazione, richiedendo in alcuni casi il ricorso a stime e dati secondari. Nelle future rendicontazioni, l'azienda si impegna a ridurre progressivamente l'utilizzo di tali informazioni, privilegiando **dati primari** e rafforzando il coinvolgimento degli stakeholder lungo la catena del valore, così da ottenere dati più accurati sulle attività non direttamente gestite.

6.2 Rifiuti

GRI 3-3, GRI 306-3

Tracciabilità e Sicurezza nella Gestione dei Rifiuti

Il monitoraggio continuo dei dati sulla raccolta dei rifiuti è essenziale per **verificare il rispetto degli obblighi contrattuali**, garantire una **gestione sicura e conforme alle normative ambientali**, nonché a prevenire eventuali conseguenze legali. Per adempiere agli obblighi normativi previsti dal **MUD (Modello Unico di Dichiarazione ambientale)**, Eurolabel si affida a un **sistema strutturato e conforme**, raccogliendo tutta la documentazione rilevante, come contratti, piani di gestione, registri e autorizzazioni ambientali, fornita dagli operatori incaricati. L'azienda collabora con una società specializzata nella consulenza ambientale che mette a disposizione un software dedicato per la gestione e il controllo del **registro di carico e scarico dei rifiuti**, strumento fondamentale per garantire tracciabilità e correttezza nella gestione dei flussi.

Il monitoraggio continuo dei dati – inclusi i volumi trattati e la gestione dei rifiuti pericolosi – unito ad aggiornamenti e revisioni periodiche, garantisce la conformità normativa e una gestione sicura e sostenibile, minimizzando i rischi e le responsabilità legali per l'azienda.

In fase di produzione vengono utilizzate bobine composte in parte da materiale autoadesivo, e, talvolta, inchiostri di stampa, quando previsto dal tipo di etichetta.

Da queste lavorazioni derivano i principali flussi di rifiuto aziendale:

- **Scarti di produzione delle bobine:** rappresentano la parte più consistente dei rifiuti generati e vengono raccolti in un apposito cassone e avviati a processi di riciclo, contribuendo al recupero dei materiali.
- **Residui di inchiostro:** quando impiegati, possono generare rifiuti come le tolle vuote (contenitori dell'inchiostro) o residui di materiale non più utilizzabili. Entrambi vengono gestiti come rifiuti speciali e vengono ritirati da un fornitore autorizzato, incaricato della loro corretta raccolta e smaltimento.



Totale dei rifiuti per tipologia, peso e metodologia di gestione in Tonnellate*	UdM	2022		2023		2024	
		Totale	% sul totale	Totale	% sul totale	Totale	% sul totale
Totale pericolosi	t	4,54	3%	5,18	3%	5,11	3%
Di cui destinati a recupero	t	2,62	2%	2,12	1%	2,08	1%
Di cui destinati a smaltimento	t	1,92	1%	3,06	2%	3,03	2%
Totale NON pericolosi	t	163,22	97%	176,93	97%	187,26	97%
Di cui destinati a recupero	t	17,7	11%	134,47	74%	17,02	9%
Di cui destinati a smaltimento	t	145,52	87%	42,46	23%	170,24	88%
Totale rifiuti	t	167,76		182,11		192,37	

*I dati sono stati soggetti a ricalcolo rispetto agli anni precedenti

Obiettivo Rifiuti Zero: Strategie per Chiudere il Cerchio

Cycle4green

Merita un approfondimento l'attività che Eurolabel conduce insieme a **Cycle4green** riguardo il processo di recupero degli scarti di liner.

Cycle4green

A seguito della produzione delle etichette, il liner di scarto viene conferito da Eurolabel nei raccoglitori forniti da Cycle4green, il più grande **servizio europeo per il riciclo del liner** di carta, materiale che fino a qualche anno fa veniva considerato scarto a tutti gli effetti e che, una volta consegnato all'azienda di smaltimento, raggiungeva



la fine del proprio ciclo di vita. In collaborazione con la cartiera **Lenzing Papier**, che ne organizza il ritiro del liner coordinando la richiesta con quelle delle aziende della zona, Cycle4green ha individuato **un'innovativa modalità di riciclo**, permettendo l'ottenimento di nuova materia prima al suo livello qualitativo più elevato.

Il progetto è stato originariamente presentato a Eurolabel da Avery Dennison, ed è stato successivamente integrato in modo sistematico all'interno di Tecnotag, una delle aziende del gruppo Eurolabel, nel 2019. Il materiale derivante dagli scarti prodotti da Eurolabel costituisce la **materia prima essenziale per la produzione di rVellum**, una variante sostenibile di uno dei prodotti più ampiamente utilizzati sul mercato.

La collaborazione con Cycle4green permette sia di contribuire alla **riduzione di emissioni di CO₂eq** nell'ambiente e sia di partecipare attivamente alla **rigenerazione di materia prima**, nel pieno spirito dei principi di economia circolare. Oltre al beneficio ambientale, aderendo al progetto, Eurolabel ottiene una significativa riduzione dei costi legati allo smaltimento dei rifiuti.

Ogni anno, Cycle4green condivide i risultati della collaborazione attraverso un certificato in cui vengono riportate le quantità di liner conferito e il relativo risparmio in termini di CO₂eq, permettendo a Eurolabel di essere consapevole dei progressi nel tempo. Il certificato viene poi condiviso con i dipendenti e, in particolar modo, con la rete commerciale che funge da Ambassador del progetto. In questo contesto il progetto ha portato a importanti risultati nel triennio:

- 2022 Eurolabel ha riciclato 17,7 t di liner, generando un risparmio di 34t di CO₂ eq;
- 2023 sono stati riciclati 12,1 t di liner, generando così un risparmio di 23t di CO₂eq;
- 2024 l'azienda ha riciclato 14,5 t di liner, con un risparmio di 28t di CO₂eq grazie al riciclo.

Zerozerotoner & Print Releaf

I toner utilizzati nelle stampanti degli uffici, una volta esauriti, vengono accuratamente raccolti in contenitori dedicati e successivamente avviati a un processo di recupero, nel pieno rispetto dei principi di sostenibilità ambientale. A tal fine, Eurolabel aderisce al programma **Zerozerotoner**, un sistema virtuoso che garantisce la gestione responsabile dei consumabili esausti e ne traccia l'intero ciclo di smaltimento. Questo impegno si integra con l'iniziativa **Print Releaf**, collegata al programma, che consente di compensare l'impatto ambientale attraverso progetti di riforestazione mirati, rafforzando così la strategia aziendale verso un'economia rigenerativa.

Zerozerotoner

Questa iniziativa prevede il recupero dei **toner**, inattivando le polveri in essi contenute e separando i diversi componenti delle cartucce, così da riutilizzarli come materie prime seconde sul mercato.



Print Releaf

Eurolabel è un'azienda certificata **Print Releaf**, un progetto di riforestazione globale che permette di compensare il consumo di carta, raggiungendo un equilibrio neutro, talvolta positivo tra ciò che viene consumato e quello che viene restituito al pianeta.



Il progetto Print Releaf è collegato a Zerozerotoner e si basa sull'**EPN Paper Calculator**, ampiamente riconosciuto come lo strumento più accurato per determinare ed equiparare il volume di carta consumato agli alberi abbattuti per produrla.



Prodotto

7.1 Etichette

7.2 Materiali

7.1 Etichette

GRI 2-6

Eurolabel opera in diversi settori, con un focus particolare su quello **farmaceutico, cosmetico, alimentare e industriale**.

Nel campo farmaceutico, l'Azienda sviluppa una vasta gamma di etichette, adottando soluzioni per semplificare e rendere sicuro l'uso dei medicinali da parte dei consumatori.

Per il settore alimentare e delle bevande, Eurolabel si concentra sulle esigenze commerciali, **assicurando massima resa e design per il prodotto**, combinando materiali idonei a **lavorazioni accattivanti per creare etichette performanti** che catturano l'attenzione.

Per il settore cosmetico, vengono create etichette che esaltano l'appeal visivo del prodotto, considerando attentamente sia gli aspetti estetici che quelli tecnici.

Infine, per il settore industriale e logistico, vengono realizzate etichette altamente performanti, **utilizzando materiali in grado di resistere**, ad esempio, agli sbalzi di temperatura, agenti atmosferici e superfici oleose.

Eurolabel seleziona materiali e inchiostri progettati per resistere alle condizioni più avverse, garantendo che le etichette contenenti informazioni essenziali, mantengano la loro durabilità per l'intero ciclo di vita del prodotto. Ciò garantisce un'identificazione affidabile, una **tracciabilità completa e contribuisce a preservare la sicurezza del prodotto**.

Ciascun mercato presenta esigenze uniche: conoscere queste specificità è parte integrante del nostro know-how. Le competenze tecniche acquisite da Eurolabel le consentono di offrire **soluzioni personalizzate** in grado di soddisfare le esigenze di ogni cliente in modo mirato.



ETICHETTE AUTOADESIVE

Le etichette autoadesive non sono solo elementi decorativi, ma potenti **strumenti di marketing** che raccontano le caratteristiche dei prodotti e i valori dei brand, influenzando percezioni e scelte dei consumatori: creiamo etichette personalizzate, rispondendo alle esigenze sia tecniche e funzionali che estetiche. L'etichetta autoadesiva è il **biglietto da visita del prodotto** e uno strumento di comunicazione efficace per i brand che desiderano creare una relazione di valore con i propri clienti.

Progettare etichette creative utilizzando texture, creando effetti visivi e tattili o inserendo elementi interattivi offre ai brand infinite possibilità di trasformare il packaging in un'**esperienza multisensoriale**, innovarlo e personalizzarlo.

ETICHETTE MULTIPAGINA

Funzionali, utili e pratiche: le etichette multipagina permettono di inserire tutte le informazioni in un'unica etichetta, senza ricorrere a ulteriori elementi di packaging. Sono la soluzione ottimale per contenere una **grande quantità di informazioni** in uno spazio limitato.

Le etichette coupon, composte da una copertina rimovibile e da diversi strati su cui stampare fronte-retro, sono utilizzate per promozioni, buoni sconto e concorsi. Le etichette twin-label, composte da strati riposizionabili che possono essere aperti e chiusi, sono utili per **avvertenze, istruzioni o informazioni** che necessitano di consultazioni frequenti. Le etichette roll-up, composte da un'unica etichetta avvolta su se stessa più volte, sono ideali per i flaconi circolari. Le etichette piggy-back, composte da una base incollata al prodotto e una parte superiore che può essere staccata e riapplicata, sono utilizzate quando è necessario trasferire l'etichetta su altri supporti.





ETICHETTE ANTI CONTRAFFAZIONE

Progettate per **disincentivare la rimozione o duplicazione**, le etichette anticontraffazione contrastano la diffusione di prodotti falsificati: permettono di proteggere il brand, tutelare i consumatori e salvaguardare i prodotti originali.

I sigilli di sicurezza tamper evident si distruggono o lasciano un messaggio sulla superficie del packaging, **rendendo visibile la manomissione e la compromissione**. I codici nascosti sono elementi di sicurezza non visibili a occhio nudo, difficili da replicare e rivelabili solo in specifiche condizioni. Gli ologrammi offrono un effetto visivo unico e diverso in base all'angolazione. L'identificazione univoca e la serializzazione personalizzata permettono di tracciare e identificare ogni prodotto grazie a un codice unico registrato in un database.

Esistono poi anche inchiostri di sicurezza (termocromici, fotocromici, fluorescenti o invisibili).

ETICHETTE SLEEVE

Versatili e resistenti, queste etichette in **film termoretraibile** avvolgono completamente il contenitore, garantendo una copertura totale senza uso di collanti. La capacità delle etichette sleeve di **adattarsi a diverse forme e materiali**, le rende adatte per un'ampia gamma di applicazioni; donano ai prodotti un effetto **"No Label Look"** e offrono una protezione contro urti e sfregamenti. Le etichette body sleeve offrono una personalizzazione completa del contenitore, ideale per promuovere il brand e comunicare dettagli sul prodotto. Le etichette sleeve tamper evident rivelano le manomissioni, aggiungendo sicurezza e affidabilità al packaging.





ETICHETTE SOSTENIBILI

Quando si parla di etichette, il concetto di sostenibilità va oltre l'uso di materiali riciclabili. Le nostre etichette sostenibili si distinguono in due categorie: quelle **a ridotto impatto ambientale** e quelle **inclusive**, progettate per essere accessibili e comprensibili a tutti.

Per ridurre al minimo l'impatto sull'ambiente, agiamo sui materiali di cui sono fatte le etichette e sui processi di produzione. Un'etichetta può essere sostenibile per l'ambiente in modi diversi: è prodotta con **materiale riciclato compostabile** o dagli **scarti di materiali naturali**; **ottimizza i consumi di energia, acqua e materiali** necessari per la produzione; proviene da una **catena di approvvigionamento responsabile** (scegliamo materie prime sostenibili certificate FSC®); può essere completamente rimossa, permettendo il **riciclo dell'imballaggio**.

ETICHETTE DUREVOLI

Progettate per resistere a fattori critici e garantire tracciabilità e sicurezza per l'intera vita del prodotto, le etichette durevoli vanno oltre la semplice funzione di identificazione. Sono sviluppate con materiali e tecnologie all'avanguardia, per soddisfare **standard rigorosi di qualità e resistenza** e assicurare performance ottimali anche in condizioni ambientali critiche.

Realizziamo etichette per **applicazioni mediche**, resistenti ai fattori ambientali, conformi alla **norma BS5609** per il trasporto marittimo, testate UL per i prodotti elettrici ed elettronici, termocromiche, sovrastampabili e con funzionalità e formati speciali.





ETICHETTE RFID

Basate su una tecnologia di identificazione univoca a radio frequenza, le etichette RFID (Radio Frequency IDentification), grazie all'**integrazione di un tag**, permettono di **tracciare i prodotti in tempo reale**, interagire con i consumatori, evitare i furti e la contraffazione.

Le etichette **RF** (Radio Frequency) sono utilizzate come antitaccheggio. Le etichette **HF** (High Frequency) sono utilizzate per il controllo accessi, i pagamenti elettronici, la gestione di archivi e biblioteche. Le etichette **UHF** (Ultra High Frequency), la cui tecnologia permette una distanza di lettura maggiore dell'HF, sono utilizzate nella logistica. Le etichette **NFC** (Near Field Communication), leggibili dai cellulari di ultima generazione, permettono una comunicazione diretta con il consumatore.

TUBETTI LAMINATI

Ideali per prodotti pastosi, liquidi e semiliquidi, garantiscono non solo la massima **efficienza nella conservazione ed erogazione dei contenuti**, ma anche una protezione superiore contro contaminazioni e perdite e una valorizzazione dell'aspetto estetico.

A seconda del prodotto contenuto i tubi laminati possono avere uno strato barriera di alluminio (ABL - Aluminium Barrier Lamine) o plastica (PBL - Plastique Barrier Lamine).



7.2 Design inclusivo

GRI 3-3

People Included

Eurolabel si impegna attivamente a promuovere soluzioni di imballaggio inclusive lungo l'intera catena del valore, coinvolgendo attivamente i suoi clienti in questo processo. Per l'azienda, l'inclusione si traduce in **azioni concrete che pongono la persona al centro**. Il progetto "People Included" ne è un chiaro esempio: un'iniziativa dedicata allo sviluppo di **etichette accessibili e senza barriere**, in grado di coniugare tecnologia, design e intelligenza artificiale per rendere il **packaging comprensibile e fruibile** da tutte le persone, indipendentemente dalle loro abilità.

Le etichette inclusive progettate da Eurolabel integrano elementi grafici e funzionali pro-inclusione, pensati per facilitare l'interazione con il prodotto da parte di un pubblico eterogeneo. Tra le soluzioni adottate si trovano:

Accessibilità visiva	Sistema Braille	Esperienza multicanale e personalizzata
Utilizzo di combinazioni cromatiche ad alto contrasto e font leggibili, ideati per agevolare la lettura da parte di persone con disabilità visive, inclusi ipovedenti e dislessici	Inserimento di informazioni tattili per permettere alle persone cieche di accedere ai contenuti fondamentali dell'etichetta	Integrazione di QR Code e tag NFC, per consentire la fruizione di contenuti in formato audio o digitale, adattandosi alle preferenze sensoriali e comunicative di ciascun utente.

Oltre ai benefici diretti per l'utente finale, le etichette inclusive offrono importanti vantaggi anche per le aziende:

- Rafforzamento della reputazione:** adottare un approccio inclusivo e sostenibile contribuisce a costruire un'immagine aziendale positiva e sensibile ai temi sociali;
- Espansione del mercato:** rendere i prodotti accessibili a persone con disabilità, anziani o utenti con bisogni specifici amplia il target di riferimento, aprendo nuove opportunità commerciali;
- Responsabilità sociale:** l'adozione di pratiche inclusive rappresenta un segnale concreto di attenzione verso la diversità e l'inclusione, rafforzando il profilo ESG dell'impresa.

Infine, le etichette del progetto “People Included” possono essere realizzate anche su materiali a ridotto impatto ambientale, come **supporti riciclabili o adesivi a base acqua**, unendo l’attenzione all’inclusione a quella per la tutela dell’ambiente.

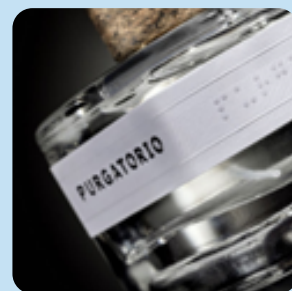
A seguito di un’analisi di mercato, sono emerse diverse criticità legate all’accessibilità degli imballaggi. Da questo presupposto, Eurolabel ha deciso di impiegare le sue risorse e competenze tecniche e di far leva sulla propria autorevolezza nel settore per coinvolgere attori che possano contribuire costruttivamente al progetto. L’obiettivo ambizioso è fornire ai brand gli strumenti per **sviluppare packaging inclusivi** in linea con le proprie strategie di Diversity & Inclusion, permettendo l’inclusione di potenziali clienti attualmente esclusi dai processi d’acquisto. Un’etichetta priva di barriere ha un valore sia sociale che economico. Essa rappresenta un messaggio di inclusione, permettendo a ogni brand di comunicare il proprio impegno ai consumatori e di migliorare la propria reputazione sul mercato, oltre a **raggiungere potenziali acquirenti altrimenti esclusi**. Per favorire lo sviluppo del progetto People Included, Eurolabel stabilisce un **costante dialogo con le associazioni** che rappresentano persone con disabilità. Questo scambio consente di **testare i prototipi e valutare eventuali miglioramenti**, garantendo che i prodotti siano inclusivi e rispondano alle reali esigenze dei beneficiari.

Nel corso del 2022, è stato presentato il teaser di People Included al Cosmopack di Bologna, mentre nel **2023**, sono stati ufficialmente **presentati al pubblico due prototipi**, sviluppati in collaborazione con alcune aziende dei settori packaging e cosmetico, tra cui Pink Frogs Cosmetics s.r.l. SB. Uno dei due prototipi è stato **vincitore ai Cosmopack Awards 2023** nella categoria Best Haircare Formula, apprezzato oltre che per il contenuto, anche per il pack e l’etichetta inclusiva. Con l’introduzione del suo nuovo modello di etichetta inclusiva, Eurolabel vuole offrire ai brand una soluzione universale che risponda efficientemente ad alcune criticità del mondo del packaging.

Nel 2024 Eurolabel ha partecipato, insieme a tutti i collaboratori, all’esperienza del **Dialogo nel Buio** presso la **Fondazione Istituto dei Ciechi di Milano**, un percorso immersivo che ha offerto l’opportunità di confrontarsi con le sfide che le persone non vedenti o ipovedenti affrontano nell’approcciarsi a prodotti con packaging non inclusivi. Questo momento di riflessione ha stimolato Eurolabel a considerare **nuove soluzioni per rendere le proprie etichette People Included ancora più accessibili**, con l’obiettivo di favorire l’inclusione e migliorare l’esperienza sensoriale per tutti.

Purgatorio: un packaging multisensoriale

Purgatorio è un **progetto innovativo e multisensoriale** nato dalla collaborazione tra diverse aziende e realtà creative, unite dal desiderio di trasformare il concetto tradizionale di packaging e narrazione visiva. Presentato a Packaging Première Milan 2024, il progetto raggiunge un livello di interattività senza precedenti, permettendo a chiunque di esplorare il suo significato in modo innovativo e coinvolgente.



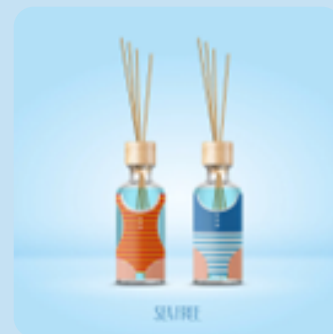
Ispirato all'opera dantesca, il progetto esplora il tema della transizione, della purificazione e della rinascita, offrendo un'esperienza immersiva e significativa per chi lo osserva e lo utilizza. Grazie al contributo di aziende partner, tra le quali compare **Eurolabel**, specializzate in materiali sostenibili, tecnologie di stampa e soluzioni inclusive, "Purgatorio" integra nel proprio design **elementi tattili e visivi pensati per garantire accessibilità e inclusività**, rivolgendosi a un pubblico ampio, inclusivo di persone non vedenti o ipovedenti.

Il suo design è un manifesto visivo di inclusività e le **tecniche di stampa, dall'embossing alla lamina a caldo**, rendono questa bottiglia non solo un piacere visivo, ma anche tattile, incorporando elementi pro-inclusione d'avanguardia. PURGATORIO si impegna a garantire la chiara comprensione del testo a tutti e in particolar modo a persone ipovedenti, utilizzando font tipografici ad alta leggibilità rilasciati dal Braille Institute. Per l'occasione è stato inoltre sviluppato uno studio accurato degli spessori del Braille sull'etichetta, tenendo in considerazione la matericità delle carte per consentire una facile lettura tattile.

L'etichetta di PURGATORIO diventa anche un'esperienza da ascoltare grazie **all'integrazione di un tag NFC**, che offre un collegamento diretto a una web page ascoltabile, oltre che leggibile. L'audio etichetta è un elemento inclusivo, sviluppato da Eurolabel con la preziosa collaborazione della Fondazione Istituto dei Ciechi di Milano per garantire un maggior livello di accessibilità. È infatti, grazie al prezioso scambio con la Fondazione, che l'azienda ha raccolto feedback che hanno contribuito ad arricchire il design del packaging di PURGATORIO, rendendolo maggiormente inclusivo.

SEA FREE

Il progetto SEA FREE, presentato a Packaging Première Milan 2024 in collaborazione con alcuni partner, non è solo un packaging, ma è un manifesto di inclusione e libertà che celebra la bellezza della diversità.

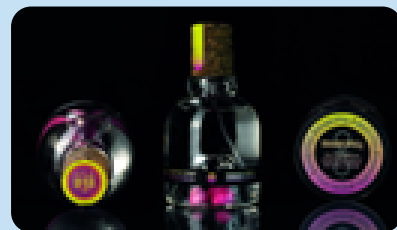


Le etichette del profumo per ambienti sono adornate con vivaci costumi da bagno retrò, che lasciano intravedere il liquido attraverso aperture sagomate. SEA FREE va oltre il semplice concetto di packaging e **celebra l'inclusione di genere**: è un **manifesto visivo di accettazione e rispetto per tutte le identità di genere**. In un mondo dove l'inclusione è fondamentale, Eurolabel si impegna a sensibilizzare i brand a creare packaging in cui ogni individuo si senta riconosciuto e valorizzato.

Un dettaglio affascinante di SEA FREE è l'assenza di volti sui corpi dei bagnanti: questa scelta non rappresenta una mancanza, ma piuttosto una **dichiarazione di universalità delle esperienze umane**. L'etichetta invita chiunque a identificarsi senza confini di genere, celebrando la molteplicità delle identità. È un invito aperto a tutti, consumatori e brand, un messaggio di libertà e inclusione che trascende le etichette.

UNBOUNDED AFFINITY

Il progetto UNBOUNDED AFFINITY, presentato a Packaging Première Milan 2024 in collaborazione con alcuni partner, consiste in tre profumi con tre valori, uno dentro l'altro, per esprimere moti futuri, equilibri e inclusività.



Le etichette presentano colori brillanti su fondo nero con un uso attento del giallo per aiutare la visione agli ipovedenti abbinati a fragranze unisex per non sottolineare l'appartenenza ad un genere. Inoltre, grazie all'uso di NFC, è possibile avere sempre un **dialogo con il consumatore attraverso un linguaggio inclusivo: il contenuto può essere letto o ascoltato, per non escludere nessuno**.

UNBOUNDED AFFINITY è un profumo non convenzionale, destinato a chi accetta punti di vista differenti senza pregiudizi, gentile verso le fragilità umane.

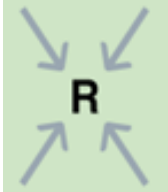
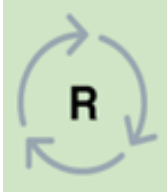
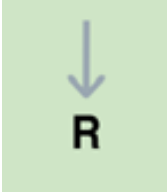
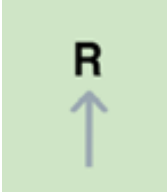
7.3 Ecodesign: progettare per innovare

GRI 3-3, GRI 301-1

Circolarità applicata al prodotto

L'azienda si impegna nella progettazione di soluzioni di packaging ed etichette in linea con i principi dell'economia circolare lungo tutto il ciclo di vita, intervenendo sia sulla scelta dei materiali sia sui processi produttivi. A tale fine l'azienda propone ai propri clienti soluzioni ispirate ai principi del **"reduce, reuse, recycle"** con l'obiettivo di ridurre l'impronta ambientale del prodotto, agevolando il riciclo, favorendo la **riduzione dei materiali impiegati, l'uso di carta e film con contenuto riciclato, materiali a basso spessore** e opzioni **progettate per facilitare il riutilizzo o la separabilità** degli elementi di imballaggio.

Per favorire la transizione dei clienti verso scelte più sostenibili, Eurolabel sviluppa presentazioni personalizzate focalizzate sui materiali eco-compatibili, illustrando soluzioni alternative efficaci e allineate agli standard ambientali, senza comprometterne la funzionalità.

				
REDUCE	RECYCLED CONTENT	ENABLES RECYCLING	RESPONSIBLY SOURCED	REDUCE WASTE
Ridurre la quantità di materiale	Utilizzare materiali riciclati per dare vita a materiali già usati	Facilitare il riciclo del packaging, così da poter allungare il ciclo di vita	Scegliere materiali derivanti da fonti rinnovabili e controllate, come materiali bio-based o carta FSC®	Attivare programmi di recupero del liner

Per minimizzare l'impatto ambientale, Eurolabel adotta un approccio olistico che si declina in diverse strategie:

- **Riduzione dell'uso di materia prima:** Eurolabel sviluppa etichette più leggere che mantengono le stesse prestazioni funzionali, ma con un minore impiego di risorse;
- **Progettazione preferendo materiali naturali, riciclati o di scarto:** le etichette possono essere realizzate con materiali compostabili o provenienti da scarti di produzione, come canapa, frutta, orzo e cotone, o con carta e film contenenti una componente riciclata;
- **Soluzioni per un packaging più facilmente riciclabile:** viene privilegiato l'uso di materiali che facilitano il design monomateriale o che possono essere rimossi completamente dal supporto, rendendo più semplice il riciclo dell'intero imballaggio;
- **Efficienza energetica e utilizzo di risorse rinnovabili:** i processi produttivi sono ottimizzati per ridurre i consumi di energia, acqua e materie prime. Inoltre, l'azienda utilizza energia pulita autoprodotta, contribuendo concretamente alla riduzione delle emissioni;
- **Approvvigionamento responsabile:** i materiali provengono da una filiera tracciata e sostenibile, con particolare attenzione alla responsabilità ambientale e sociale dei fornitori.

A testimonianza del proprio impegno, Eurolabel **seleziona esclusivamente materie prime certificate FSC®**, garantendo che i materiali di origine forestale utilizzati provengano da foreste gestite in conformità con rigorosi criteri ambientali, sociali ed economici. Ciò consente di produrre etichette rispettose della biodiversità e delle comunità che vivono nei territori forestali.

AUMENTARE LA RICICLABILITA'

Tamper evident green

I Tamper Evident Green di Eurolabel sono dei sigilli anticontraffazione in carta, studiati per permettere alle aziende farmaceutiche di rendere il proprio **packaging monomateriale** e, di conseguenza, facilmente smaltibile nella carta.

Rendono sicuro il farmaco, evidenziando qualsiasi tentativo di apertura della confezione o di manomissione, garantendo l'integrità del medicinale. Inoltre, l'etichetta è realizzata con carta FSC® dall'effetto semi trasparente, per mantenere sempre visibili i dati identificativi e di scadenza.



Scelta delle materie prime

Nel processo produttivo di Eurolabel vengono utilizzati **materiali autoadesivi di ogni genere**, come carte patinate e non patinate, a trasferimento termico, riciclate, PP, rPP, PE, rPE, PET, foil (rinnovabili e non rinnovabili), oltre agli inchiostri e le vernici (non rinnovabili). I prodotti finiti vengono confezionati e riposti in apposite scatole, prodotte con cartone riciclabile a marchio RESY. A loro volta le scatole contenenti le etichette vengono poggiate su bancali e, quando richiesto dal cliente, incellofanate mediante un film termoretraibile a base poliolefinica, riciclabile al 100% e certificato dall'Istituto INTERSEROH.

Inoltre, Eurolabel si impegna a utilizzare, dove possibile, **materiali cartacei certificati dal Forest Stewardship Council (FSC®)**. Questa certificazione forestale, riconosciuta a livello internazionale, garantisce che i materiali provengano da foreste gestite in modo responsabile e che i prodotti derivati siano tracciabili.

Totale materiali utilizzati per peso in Tonnellate					
Materiali utilizzati per peso	UdM	2022	2023	2024	Delta
Scatole	t	14,12	8,38	9,02	8%
Ripiani	t	2,3	2,8	1,94	-31%
Anime	t	4,24	2,42	2,83	17%
Tubi	t	1,71	2,76	4,6	67%
Totale materiali rinnovabili	t	22,37	16,35	18,39	12%
Inchiostri	t	5,94	5,15	8,46	64%
Lamierini	t	0,06	0,08	0,1	26%
Racle	t	0,05	0,05	0,04	-32%
Tele serigrafiche	t	0,07	0,05	0,03	-40%
Totale materiali rinnovabili	t	6,11	5,34	8,64	62%

Circolarità nella logistica

Da anni Eurolabel aderisce al **Progetto Tosca**, un **progetto di logistica virtuosa**. Grazie a questa collaborazione, per la mobilitazione dei materiali dai magazzini alla sede produttiva, l'azienda utilizza **pallet in plastica** che vengono riutilizzati più volte.

Inoltre, l'utilizzo di questo tipo di pallet impone che tutti i materiali siano incellofanati con film e bloccati da una reggia, protetti con top e cunei autobloccanti in legno, per natura leggeri e resistenti. Tale modalità di trasporto aiuta a **generare meno rifiuti** e facilita la restituzione al fornitore, il quale si occupa di così destinarli a un nuovo utilizzo. L'importanza strategica del Progetto Tosca e l'effettivo impegno di Eurolabel verso una logistica più sostenibile trovano riscontro concreto in un dato significativo: attualmente, circa l'80% dei materiali movimentati in magazzino viaggia su pallet in plastica blu, adottati nell'ambito del programma.



Comunità

8.1 L'impegno verso il territorio e la comunità locale

8.2 Progetti futuri

8.1 L'impegno verso il territorio e la comunità locale

GRI 3-3, 2-28, 413-1

Eurolabel, consapevole dell'importanza del suo ruolo sul mercato, dello sviluppo economico e del benessere delle persone con cui collabora, intende assumere il ruolo di **"cittadino attivo"** nella società in cui opera, attraverso la promozione e il supporto di iniziative di carattere sociale e culturale.

La vicinanza al territorio è parte della strategia di sostenibilità aziendale che si esprime dapprima attraverso l'ascolto delle esigenze locali e, successivamente, con l'attivazione di iniziative mirate.

Collaborazioni e alleanze settoriali: impegno e opportunità

Congresso GIPEA "Creatività sostenibile: Dare forma all'etichetta del futuro"

Il 13 e 14 giugno 2024 si è tenuto a Genova l'annuale Congresso GIPEA, un'importante occasione di confronto e aggiornamento per l'intero comparto delle etichette autoadesive. L'evento, che ha rappresentato un **momento di networking grazie a workshop tematici** e tavole rotonde, ha visto la partecipazione di numerosi esperti, aziende e stakeholder, che hanno discusso temi di grande attualità e rilevanza. Durante le due giornate sono stati proposti interventi dedicati a diverse tematiche quali:

- Lo scenario economico attuale, con un'analisi dettagliata delle **tendenze e delle sfide per il settore**;
- L'**intelligenza artificiale**, analizzata come strumento per innovare i processi produttivi e ottimizzare il design;
- La **sostenibilità applicata nel settore**, con esempi di buone pratiche e innovazioni volte a ridurre l'impatto ambientale e a favorire un'economia più circolare;
- La **parità di genere nelle aziende**, attraverso riflessioni sulle politiche da adottare per promuovere l'equilibrio di genere e valorizzare i talenti femminili;
- L'evoluzione delle **normative**, con aggiornamenti sui regolamenti attuali e quelli previsti, per garantire conformità e competitività.

Al termine del congresso, Elisabetta Brambilla, Presidente di Eurolabel, ha **concluso il suo mandato come Presidente di GIPEA**, passando il testimone a Stefano Salvemini, che guiderà l'associazione nei prossimi anni. Questo cambio di presidenza segna l'inizio di una nuova fase per l'associazione, all'insegna dell'innovazione, della sostenibilità e della valorizzazione del settore.



GIPEA – Gruppo Italiano Produttori Etichette Autoadesive

Il gruppo, fondato nel 1989, è inserito nel sistema di **Confindustria attraverso Assografici** – Associazione nazionale delle industrie grafiche, cartotecniche e trasformatrici – e aderisce a Finat – Associazione europea dei trasformatori di etichette autoadesive.

GIPEA mette a disposizione dei propri associati una serie di servizi che includono **informazione, formazione e consulenza** sia per le imprese produttrici di etichette autoadesive in rotolo che per le persone fisiche e giuridiche interessate al settore. I soci hanno l'opportunità di partecipare a **eventi formativi condotti da specialisti** del settore per rimanere aggiornati e possono **consultare documenti utili** relativi al quadro normativo e agli atti dei convegni.

In aggiunta, GIPEA favorisce la crescita economica dei suoi membri attraverso iniziative di supporto alle imprese del settore a livello nazionale, fornendo **l'opportunità di accedere a convenzioni e servizi agevolati**. Gipea aderisce a **FINAT (International Federation of Converters of Sensitive and Thermo-plastic Adhesives Labels)**, che associa circa 600 imprese in più di 50 paesi ed è collegata alle analoghe associazioni di USA, Giappone e Australia.

Il legame con FINAT ha il duplice compito di portare Gipea in Europa, nonché di portare in Italia le migliori esperienze internazionali. Le attività si sviluppano attraverso il networking tra associazioni e aziende favorendo lo scambio di esperienze e ricerche

ENIPGCT- Ente per l'Istruzione Professionale Grafica, Cartotecnica e Trasformatrice

Nel 2024 Elisabetta Brambilla è entrata a far parte, come membro attivo, di **ENIPGCT- Ente per l'Istruzione Professionale Grafica, Cartotecnica e Trasformatrice**, contribuendo allo sviluppo e al rafforzamento della formazione professionale del settore grafico e cartotecnico. Il coinvolgimento di Eurolabel in ENIPGCT riflette l'impegno dell'azienda nel **sostenere l'evoluzione delle competenze e il dialogo tra imprese e mondo della formazione**, promuovendo la crescita del comparto in modo responsabile e lungimirante.

CPHI Milan 2024

Eurolabel ha partecipato come espositore a **CPHI Milan 2024**, il più grande appuntamento mondiale dedicato all'industria farmaceutica, che ha riunito esperti, aziende e operatori del settore da tutto il mondo. Durante l'evento, l'azienda ha presentato con orgoglio le sue etichette farmaceutiche innovative, frutto di ricerca e sviluppo per soddisfare le esigenze sempre più elevate del settore e in grado di garantire non solo la massima sicurezza e conformità normativa, ma anche un impatto ambientale ridotto.

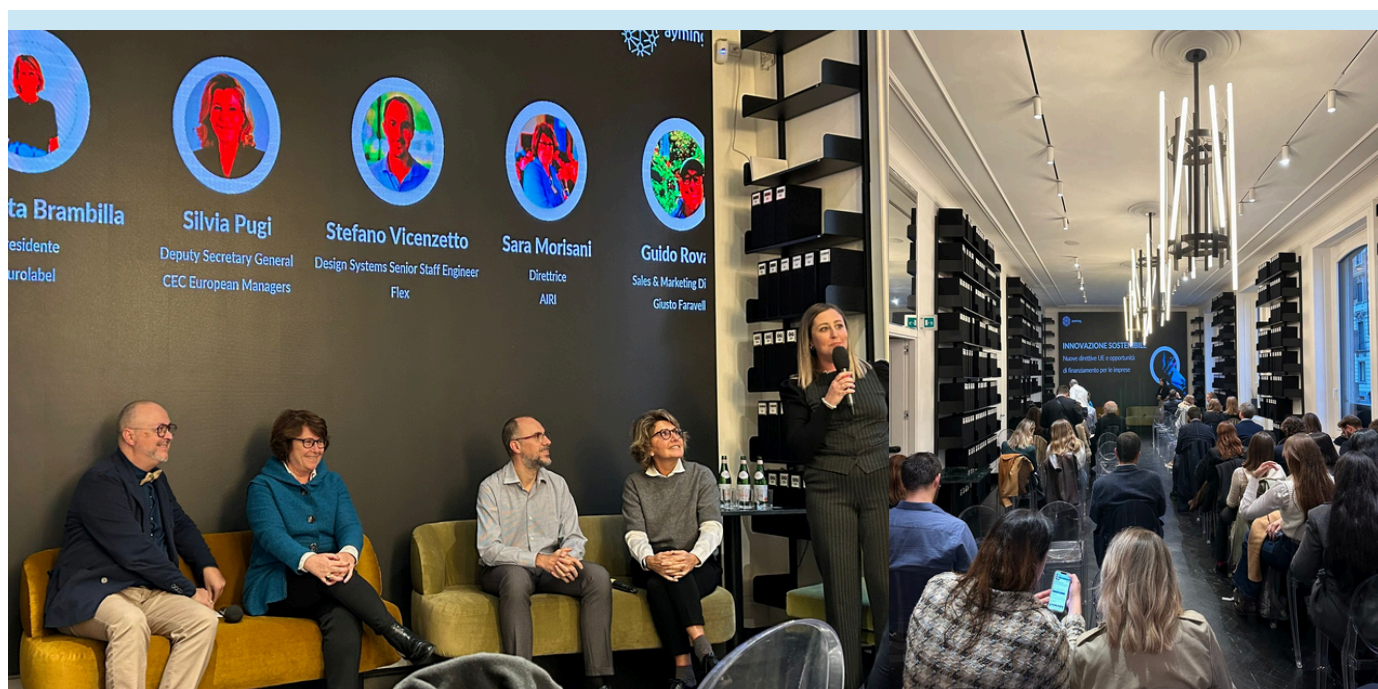
Packaging Première Milan 2024

Eurolabel ha partecipato come espositore a **Packaging Première Milan 2024**, il prestigioso evento dedicato all'innovazione e alla creatività nel mondo del packaging. Ispirata dall'esperienza unica del **Dialogo nel Buio** della Fondazione dei Ciechi di Milano, l'azienda ha creato uno spazio espositivo dove il packaging si è trasformato in un'esperienza sensoriale completa, grazie all'utilizzo di **etichette con elementi di stampa pro-inclusione**. Questo approccio innovativo ha permesso ai visitatori di vivere soluzioni tattili, visive e olfattive, dimostrando come il packaging possa diventare non solo funzionale, ma anche un efficace strumento di inclusione e accessibilità.

Innovazione Sostenibile: nuove direttive UE e opportunità di finanziamento per le imprese

Il 24 ottobre, Eurolabel ha partecipato all'evento "Innovazione Sostenibile: nuove direttive UE e opportunità di finanziamento per le imprese", organizzato da Ayming Italia, società internazionale di consulenza specializzata in performance aziendale, fiscalità e innovazione. L'evento, dedicato alle **strategie per integrare sostenibilità e innovazione nei modelli di business**, ha offerto un approfondimento dettagliato sui cambiamenti normativi legati alle tematiche ESG, come la CSRD e la CSDDD, fornendo una visione pratica su come le imprese possano **allinearsi ai nuovi requisiti e trasformare gli obblighi in opportunità** di crescita. Sono state inoltre presentate le principali opportunità di finanza agevolata, pensate per sostenere le aziende nell'adozione di pratiche più sostenibili e facilitare gli investimenti in tecnologie verdi e nell'innovazione dei modelli di business.

L'evento ha visto la partecipazione di esperti e leader del settore, offrendo **un'occasione di confronto e ispirazione** per le imprese interessate a costruire un futuro più responsabile e competitivo. In questa occasione, la **Presidente Elisabetta Brambilla** ha partecipato alla tavola rotonda "Sostenibilità e innovazione: sinergie per l'impresa del domani", portando la visione di Eurolabel su come queste due dimensioni, sostenibilità e innovazione, possano costituire un driver strategico per il futuro delle aziende.



Progetti a sostegno della comunità e del territorio

Casa Edolo

Eurolabel conferma il suo sostegno a Spazio Aperto Servizi Cooperativa Sociale ONLUS che, da 30 anni accoglie e si prende cura delle persone con disabilità nell'area metropolitana di Milano attraverso una rete di servizi sociosanitari, assistenziali, educativi e di accoglienza abitativa. Tra questi vi è anche **Casa Edolo** la prima **casa per persone con disabilità**, desiderose di sperimentare percorsi di vita autonoma fuori dal nucleo familiare d'origine realizzata da Spazio Aperto Servizi.



Negli anni precedenti, Eurolabel ha sostenuto i lavori di **ristrutturazione e ha contribuito all'acquisto degli arredi**, rendendo Casa Edolo un ambiente confortevole e a misura delle persone che la abitano. Nel 2024, il supporto si è rinnovato con la donazione che ha permesso di **acquistare un pulmino**, strumento essenziale per garantire la libertà di movimento e favorire la piena partecipazione alla vita della comunità. Questa iniziativa si inserisce coerentemente nella strategia di sostenibilità dell'Azienda, sempre più orientata alla creazione di valori condivisi con le comunità locali e a una crescita delle stesse, attraverso donazioni e sponsorizzazioni di cui Eurolabel riconosce la valenza sociale.

Christmas Jumper Day 2024

In occasione del Natale, Eurolabel ha aderito al **Christmas Jumper Day 2024**, contribuendo con una donazione a sostegno dei bambini più vulnerabili. L'azienda ha celebrato le Feste indossando maglioni natalizi buffi e colorati, **raccogliendo fondi per Save the Children** e contribuendo a proteggere la magia dell'infanzia.



Investire nel Futuro: Formazione e Opportunità per le Nuove Generazioni

Ogni anno, Eurolabel consolida e arricchisce il rapporto tra scuola e mondo del lavoro, offrendo **docenze “pro bono”** in aula e **organizzando incontri e workshop** presso l’azienda e offrendo agli studenti **esperienze professionalizzanti**. Come workshop, nel corso dell’anno, Eurolabel ha avuto il piacere di aprire le porte della propria sede agli studenti di diversi istituti, tra i quali:

- il **corso Packaging Specialist dell’ITS Rizzoli** di Milano, proponendo una lezione di approfondimento dedicata alle diverse tecniche di stampa delle etichette;
- il **corso di Graphic Design di IED Milano** per un’occasione di grande ispirazione e condivisione, durante la quale i giovani talenti hanno partecipato a una sessione di formazione in aula, seguita da un tour immersivo per scoprire da vicino i processi produttivi entrando in contatto con la realtà del settore e toccando con mano le tecniche e le innovazioni.

Queste collaborazioni non solo permettono di **trasmettere competenze tecniche e know-how** ai futuri professionisti del settore, ma rappresentano anche un investimento concreto per l’innovazione e la crescita del comparto del packaging, sostenendo la formazione delle nuove generazioni. Al contempo, l’azienda conferma il proprio impegno nell’accogliere studenti per **esperienze di stage e alternanza scuola-lavoro**, con l’obiettivo non solo di offrire formazione tecnica in linea con i percorsi scolastici, ma anche di promuovere progetti che sviluppino le competenze relazionali, mettendo al centro l’etica e l’inclusione.

Durante tutto il percorso l’Azienda organizza incontri tra lo studente e il tutor per condividere e scambiare feedback sull’esperienza in corso che si sviluppa in tre fasi:

- il **pre-boarding**, durante la quale Eurolabel individua il tutor, prepara una presentazione dell’azienda e organizza un momento di incontro con lo studente per conoscere la sua formazione, le sue aspettative e le sue ispirazioni;
- l’**on-boarding**, sviluppando un percorso che possa dare un valore aggiunto da un punto di vista professionale;
- l’**accoglienza**, che prevede la presentazione ai colleghi e la condivisione degli obiettivi del progetto con lo studente.

Negli anni, Eurolabel ha riconosciuto come questi progetti siano preziosi per colmare il gap generazionale, offrendo un’opportunità di crescita sia per il personale che per l’azienda, grazie alla combinazione dell’esperienza delle figure senior con l’innovazione dei giovani. La collaborazione tra studenti e lavoratori, infatti, **incoraggia il dialogo tra persone di età differenti e permette lo scambio di competenze ed esperienze** trasformando questa diversità in una risorsa preziosa.

Il Pollicione d'Oro

Nel 2024, Eurolabel ha ricevuto il prestigioso premio Pollicione d'Oro, assegnato al presidente Elisabetta Brambilla come riconoscimento per **l'impegno nella formazione e per il contributo all'educazione tecnico-professionale** dei

giovani talenti nei settori della stampa, della grafica, della comunicazione e della multimedialità. Il 21 maggio, l'azienda ha trionfato alla **XXX edizione del Pellitteri's Day**, evento di rilievo nel panorama grafico italiano, organizzato dalla sede di Arese del Cnos-fap Lombardia e dal Centro salesiano di Arese, che ogni anno premia le eccellenze del settore. Elisabetta Brambilla è stata premiata sul palco insieme a David Serenelli e Mauro Colombo, Direttore della Scuola Salesiana di Arese, sottolineando il ruolo formativo e l'attenzione educativa di Eurolabel, segnalata anche dall'ITS "Angelo Rizzoli" per la qualità dell'insegnamento tecnico-professionale offerto agli studenti.



Il Pollicione d'Oro, creato dal genio di Armando Testa, è ormai un simbolo del Pellitteri's Day e non solo celebra le eccellenze nel settore grafico, ma anche le aziende come Eurolabel che si distinguono per la loro dedizione alla formazione professionale. La premiazione rappresenta il riconoscimento del **costante impegno dell'azienda nel coltivare talento e competenze**, contribuendo alla crescita dei futuri professionisti del settore.

Bollini BAQ e BITS

Eurolabel incoraggia percorsi di elevata qualità con le scuole locali, accogliendo studenti in stage e partecipando alle attività degli Istituti Tecnici Superiori (ITS). Questo impegno costante ha permesso a Eurolabel di ottenere, per il **terzo anno consecutivo, il BITS – Bollino per le Imprese**, un riconoscimento per le aziende che si distinguono nella **diffusione della cultura tecnica e delle discipline STEAM** (Scienza, Tecnologia, Ingegneria, Arti e Matematica). Parallelamente, Confindustria ha conferito a Eurolabel il Bollino per l'Alternanza di Qualità (BAQ), riconoscendo per il terzo anno l'elevata qualità dei percorsi di Alternanza scuola-lavoro e delle collaborazioni con le scuole secondarie di secondo grado e i centri di formazione professionale.



Questi riconoscimenti sottolineano l'impegno di Eurolabel nel fornire **esperienze formative di qualità**, contribuendo a ridurre il disallineamento tra domanda e offerta di lavoro. Grazie all'accoglienza di studenti e alla partecipazione attiva in iniziative scolastiche, l'azienda favorisce una connessione concreta tra mondo accademico e mondo lavorativo, promuovendo l'acquisizione di competenze tecniche e pratiche, indispensabili per il futuro dei giovani.

PittaRosso Pink Parade

Eurolabel ha partecipato alla PittaRosso Pink Parade, la camminata non competitiva di 5 km a **sostegno della ricerca scientifica sui tumori femminili** e per sensibilizzare le donne sull'importanza della prevenzione. L'azienda ha creato il proprio team, **coinvolgendo attivamente i dipendenti** e contribuendo concretamente alla raccolta fondi a favore di Fondazione Umberto Veronesi. Insieme a migliaia di partecipanti, il team Eurolabel ha marciato per le strade di Milano, vivendo una mattinata all'insegna della solidarietà, della consapevolezza e della promozione della salute e del benessere.



AC Pedale Sestese

Eurolabel sponsorizza l'AC Pedale Sestese, storica **associazione ciclistica di Sesto San Giovanni**, sostenendo le sue numerose attività sportive e i valori di impegno, passione e comunità che la contraddistinguono.



A.S.D. Kankudojo

Nel 2024, Eurolabel ha attivato una collaborazione con l'A.S.D. Kankudojo di Parabiago (MI) lanciando un **corso di autodifesa rivolto alle donne dell'Azienda**. Questa esperienza non solo ha rafforzato il senso di sicurezza delle donne di Eurolabel, ma ha anche promosso una crescita personale basata sulla consapevolezza e sull'importanza di fare rete contro la violenza di genere.



Oltre al corso di autodifesa dedicato alle proprie dipendenti, Eurolabel sostiene attivamente **iniziative di contrasto al bullismo nelle scuole superiori del Legnanese**, attraverso la sponsorizzazione di corsi dedicati. Inoltre, sponsorizza un corso di Difesa Personale per donne ideato da A.S.D. Kankudojo in collaborazione con il Comune di Parabiago, con l'obiettivo di promuovere la sicurezza, la consapevolezza e l'empowerment femminile.

8.2 Progetti futuri

GRI 413-1

Eurolabel guarda al futuro con determinazione, ampliando il proprio impegno verso la sostenibilità ambientale, sociale e di governance (ESG). Nel 2024, l'azienda svilupperà una serie di progetti innovativi e collaborativi, riflettendo il suo ruolo di **"cittadino attivo"** nella società. Tra i progetti a oggi confermati, troviamo:

Tecnologia, competenze e formazione

Eurolabel accoglierà in azienda il **Gruppo Tecnico Docenti della Fondazione Daimon** – Scuole Padre Monti di Saronno, offrendo loro una panoramica concreta sulle tecnologie utilizzate in azienda e un **confronto diretto sulle competenze richieste oggi** dal mondo del lavoro. L'obiettivo è condividere quali conoscenze e abilità le aziende, come Eurolabel, si aspettano dagli studenti, **supportando così i docenti nella preparazione delle nuove generazioni**.

Proseguiranno inoltre le **docenze pro-bono e le visite aziendali** dedicate agli studenti delle scuole di grafica, per favorire un collegamento sempre più stretto tra formazione scolastica e realtà professionale.

PittaRosso Pink Parade

Eurolabel parteciperà nuovamente alla PittaRosso Pink Parade 2025, **rinnovando il proprio impegno nella lotta contro i tumori femminili** e nella promozione della prevenzione. Questa importante iniziativa, organizzata a favore della Fondazione Umberto Veronesi, rappresenta un'occasione per sostenere la ricerca scientifica e sensibilizzare il pubblico sull'importanza della diagnosi precoce.

Casa Edolo

L'Azienda si impegna a **rinnovare il proprio sostegno a favore di Casa Edolo**, continuando a supportare progetti e iniziative volti a migliorare la qualità della vita e l'inclusione delle persone che la abitano.

GRI Content Index

Nr	Descrizione	Capitolo
GRI 2 – Informative Generali – versione 2021		
L'organizzazione e le sue prassi di rendicontazione		
2-1	Dettagli organizzativi	Nota metodologica Cap.1 – 1.1 Chi siamo
2-2	Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	Nota metodologica
2-3	Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	Nota metodologica
Attività e lavoratori		
2-6	Attività, catena del valore e altri rapporti di business	Cap.4 – 4.5 La gestione della catena di fornitura
2-7	Dipendenti	Cap.5 – 5.1 I nostri dipendenti
2-8	Lavoratori non dipendenti	Cap.5 – 5.1 I nostri dipendenti
Governance		
2-9	Struttura e composizione della governance	Cap.4 – 4.1 La struttura e gli organi di governo
2-10	Nomina e selezione del massimo organo di governo	Cap.4 – 4.1 La struttura e gli organi di governo
2-11	Presidente del massimo organo di governo	Cap.4 – 4.1 La struttura e gli organi di governo
Strategia, politiche e prassi		

2-22	Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	Lettera agli stakeholder Cap.3 – 3.1 NOI, il percorso sostenibile di Eurolabel
2-28	Appartenenza ad associazioni	Cap.8 – 8.1 L'impegno verso il territorio e la comunità locale
Coinvolgimento degli stakeholder		
2-29	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	Cap.2 – 2.1 Gli stakeholder di Eurolabel
2-30	Contratti collettivi	Cap.5 – 5.1 I nostri dipendenti
3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	Cap.2 – 2.2 L'analisi di materialità
3-2	Elenco di temi materiali	Cap.2 – 2.3 I temi materiali
Standard GRI specifici		
Benessere dei dipendenti		
3-3	Gestione dei temi materiali	Cap.5 – 5.3 Benessere e crescita professionale dei nostri dipendenti
401-1	Nuove assunzioni e turnover	Cap.5 – 5.3 Benessere e crescita professionale dei nostri dipendenti
Formazione e crescita professionale dei dipendenti		
3-3	Gestione dei temi materiali	Cap.5 – 5.3 Benessere e crescita professionale dei nostri dipendenti
404-1	Numero medio di ore di formazione all'anno per dipendente	Cap.5 – 5.3 Benessere e crescita professionale dei nostri dipendenti
404-3	Percentuale di dipendenti che ricevono periodicamente valutazioni delle loro performance e dello sviluppo professionale	Cap.5 – 5.3 Benessere e crescita professionale dei nostri dipendenti

Diversità, inclusione e pari opportunità

3-3	Gestione dei temi materiali	Cap.5 – 5.2 Diversità e inclusione
405-1	Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	Cap.4 – 4.1 Struttura e gli organi di governo Cap.5 – 5.2 Diversità e inclusione
406-1	Episodi di discriminazione misure correttive adottate	Cap.5 – 5.2 Diversità e inclusione

Innovazione e adattamento del modello di business

3-3	Gestione dei temi materiali	Cap.7 – 7.2 Design inclusivo Cap.7 – 7.3 Ecodesign: progettare per innovare
-----	-----------------------------	--

Creazione di valore socioeconomico condiviso

3-3	Gestione dei temi materiali	Cap.4 – 4.3 La creazione e distribuzione del valore Cap.8 – 8.1 L'impegno verso il territorio e la comunità locale
201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	Cap.4 – 4.3 La creazione e distribuzione del valore
413-1	Operazioni con il coinvolgimento della comunità locale, valutazione degli impatti e programmi di sviluppo	Cap.8 – 8.1 L'impegno verso il territorio e la comunità locale Cap.8 – 8.2 Progetti futuri

Gestione energetica e impronta carbonica

3-3	Gestione dei temi materiali	Cap.6 – 6.1 Energia ed emissioni
302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	Cap.6 – 6.1 Energia ed emissioni
305-1	Emissione dirette di GHG (Scope 1)	Cap.6 – 6.1 Energia ed emissioni
305-2	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	Cap.6 – 6.1 Energia ed emissioni

Approvvigionamento e gestione della materie prime

3-3	Gestione dei temi materiali	Cap.7 – 7.3 Ecodesign: progettare per innovare
301-1	Materiali utilizzati per peso o volume	Cap.7 – 7.3 Ecodesign: progettare per innovare

Trasparenza ed etica

3-3	Gestione dei temi materiali	Cap.4 – 4.3 Condotta etica del business
205-3	Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	Cap.4 – 4.3 Condotta etica del business

Gestione responsabile dei rifiuti

3-3	Gestione dei temi materiali	Cap.6 – 6.2 Gestione dei rifiuti
306-3	Rifiuti prodotti	Cap.6 – 6.2 Gestione dei rifiuti

Salute e sicurezza sul lavoro

3-3	Gestione dei temi materiali	Cap.5 – 5.4 Salute e sicurezza dei lavoratori
403-5	Formazione dei dipendenti su salute e sicurezza sul lavoro	Cap.5 – 5.4 Salute e sicurezza dei lavoratori
403-9	Infortuni sul lavoro	Cap.5– 5.4 Salute e sicurezza dei lavoratori

Responsabilità della filiera di fornitura

3-3	Gestione dei temi materiali	Cap.4 – 4.5 La gestione della catena di fornitura
204-1	Proporzione della spesa effettuata a favore di fornitori locali	Cap.4 – 4.5 La gestione della catena di fornitura

Eurolabel ha scelto di non stampare
copie ufficiali del Bilancio di Sostenibilità
dando l'esempio per salvaguardare il
nostro pianeta.

Consigliamo, pertanto, di preferire la
consultazione della versione digitale.

Il Bilancio di Sostenibilità è consultabile
sul sito: www.eurolabel.it

Anno di pubblicazione: 2025

Contatti

Per ulteriori informazioni sul
presente Bilancio:

Valentina Dadda

Sustainability Manager, HR &
Business Controller

sostenibilita@eurolabel.it





EUROLABEL SRL
Via Como, 14
20045 Lainate (MI)
www.eurolabel.it