

RELAZIONE DI IMPATTO 2025
REDATTA AI SENSI EX ART. 1 C.382 L. 208/2015
ESERCIZIO DAL 01/01/2025 AL 31/12/2025

Indice

1. Lettera CEO
2. Introduzione
3. Governance
4. Le finalità di beneficio comune
5. I risultati del 2025
6. Obiettivi per il 2026
7. Note finali

Lettera CEO

“Cari Stakeholder,
con questo anno si è concluso il nostro 25° anno di attività, un traguardo che ci ha riempiti di grande orgoglio.

Il 2025 è stato un anno impegnativo, ma ricco di grandi soddisfazioni, come il riconoscimento da parte di **SDA Bocconi** che ha inserito TERRANOVA nella **top 10 delle migliori aziende italiane** in occasione del premio **Best Performance Award** dedicato alle imprese più virtuose nella creazione di valore sostenibile.

Il 2025 ha anche visto stringere ulteriormente la partnership con HPA, diventata una divisione di TERRANOVA, che con le proprie persone arricchisce le nostre competenze in ambito innovazione.

Tra i numerosi traguardi ne sottolineo alcuni che ci hanno permesso di rafforzare la nostra azienda, anche sui mercati esteri:

- L'intensa attività di internazionalizzazione, che ci ha visti impegnati in diverse aree geografiche, tra cui Spagna e USA, dove abbiamo stretto nuove partnership strategiche e partecipato a trattative e gare d'appalto di grande valore.
- La tenacia con cui stiamo affrontando la riscrittura del nostro software, un progetto complesso e sfidante che ci permetterà di crescere solidi anche nel futuro.
- La nuova edizione della survey interna Listen per l'analisi del clima aziendale, la partnership con Elty piattaforma dedicata al benessere psico-fisico, e non ultimo l'espansione degli uffici di Grosseto, iniziative che proseguono l'impegno nella creazione di un ambiente di lavoro dove trovare benessere.

- Il rafforzamento del team grazie all'inserimento di più di 70 nuove risorse. Un grande ringraziamento va a chi si è messo a disposizione ieri e oggi per raccontare con entusiasmo la propria esperienza nei Terranova Stories.

Tutte queste attività sono state guidate dai nostri valori: come società Benefit, continuiamo a integrarli nel nostro modo di fare impresa, impegnandoci non solo per raggiungere gli obiettivi di business ma anche nel generare un impatto positivo sulla società e sull'ambiente.

Per questo abbiamo esteso il nostro supporto ad ANT sezione Veneto e all'associazione veronese AGBD – Associazione Sindrome di Down. Un particolare ringraziamento va a chi anche quest'anno ha rappresentato TERRANOVA in occasione delle iniziative di solidarietà per LIFC, ANT e Fondazione il Sole che abbiamo promosso, e a chi ha accolto con entusiasmo l'iniziativa Weekend Full Electric e l'Asta di beneficenza, dimostrando attenzione verso tematiche ambientali e sociali.

Il 2026 ci riserverà altrettante sfide e novità, davanti alle quali non ci tireremo sicuramente indietro.

Alessandro Vistoli, CEO Terranova"

Introduzione

Società Benefit: Scopo, Responsabilità e Trasparenza

Le Società Benefit perseguono, volontariamente, nell'esercizio della loro attività d'impresa, le finalità di beneficio comune dichiarate all'interno dello statuto, cercando di generare un impatto positivo sulla società e sull'ambiente, creando valore sostenibile a lungo termine per tutti gli stakeholder, oltre a perseguire le normali attività di lucro.

La normativa stabilisce che una Società Benefit persegue le finalità di beneficio comune specificate nell'oggetto societario, garantendo la trasparenza e impegnandosi a rendicontare annualmente i propri risultati, progressi e impegni futuri riguardo l'impatto sociale e ambientale.

Il raggiungimento degli obiettivi sociali e ambientali rappresentano quindi, al pari delle attività economiche, il core business dell'organizzazione ed impegna il management e i soci a standard più elevati di scopo, responsabilità e trasparenza.

Perché TERRANOVA ha scelto di essere una Società Benefit

TERRANOVA ha scelto di diventare una Società Benefit ad aprile 2023, al fine di rafforzare l'impegno continuo verso la sostenibilità ambientale, il benessere sociale e un ambiente di lavoro sicuro e inclusivo. Questo importante cambiamento, a distanza di due anni, rafforza la

volontà dell'azienda di perseguire obiettivi che vanno oltre il solo profitto e decide di agire in modo responsabile nei confronti delle persone e del pianeta.

Essere una Società Benefit rappresenta la dedizione di creare un impatto positivo sulla società, tutto ciò è documentato nei Bilanci di Sostenibilità pubblicati negli ultimi sei anni e con l'adozione delle finalità di beneficio comune, la società si impegna a considerare gli interessi di tutti i suoi stakeholder, anche coinvolgendoli direttamente e indirettamente nelle decisioni strategiche del proprio business. L'impegno di tutti è verso la sostenibilità, perché dobbiamo rivolgerci alla Terra non solo come fonte di risorse ma anche come bene da rispettare e proteggere. Il concetto di sostenibilità si estende anche alla dimensione sociale perché il benessere della persona è legato a quello della comunità e della società nel suo insieme.

Chi è TERRANOVA

TERRANOVA è presente sul mercato da 25 anni e offre soluzioni innovative creando valore e sostenibilità alle società presenti prevalentemente nel mercato delle utilities e in alcuni settori privati, oltre a rispettare i valori che ispirano il lavoro di tutto il team ogni giorno. Promuove la crescita e lo sviluppo delle proprie persone, rispetta l'ambiente con azioni concrete e promuove l'inclusività anche collaborando con il mondo del volontariato.

TERRANOVA ha come obiettivo fornire le migliori soluzioni tecnologiche integrate per i propri clienti, questo è possibile tramite software che sono flessibili, modulari e studiati ad hoc per riuscire a rispondere a qualsiasi esigenza che emerge dal mercato. Inoltre, anche i clienti TERRANOVA possono apportare il proprio contributo all'ambiente, in termini di riduzione dell'emissioni di CO2, a seguito di un uso "smart" delle reti di distribuzione e alla gestione efficiente delle operation, così come a comportamenti virtuosi dei cittadini della Smart City, che utilizzano i servizi digitalizzati delle applicazioni software di TERRANOVA, al fine di far comprendere come le tecnologie e le specifiche soluzioni software, contribuiscano a rendere sempre più concreto il concetto di Smart City in modalità estesa.

Governance

Il governo e il perseguimento della Finalità di beneficio comune sono affidati a un board composto da persone sensibili alle tematiche individuate come società benefit:

CDA

Alessandro Vistoli – Presidente e Amministratore Delegato

Roberto Milani – Consigliere

Roberto Dini – Consigliere

Valeria Bulfoni – Consigliere

Massimo Minolfi – Consigliere

COLLEGIO SINDACALE

Giancarlo Viccaro – Presidente del Collegio Sindacale

Stefano Casagni – Sindaco effettivo

Fabio Maria Venegoni – Sindaco effettivo

COMITATO ESG

Alessandro Vistoli – Chief Executive Officer

Antonio Bianchi – Chief Operating Officer

Emilj Compagni – HR Manager

Franco Adami Carbonara – Chief Commercial Officer

Gianni Garutti – Senior Administrative Manager

Lucio Machetti – Chief Technology Officer

Si tratta di un comitato extra consigliere che definisce il Piano Integrato di Sostenibilità che coniuga gli obiettivi economici, finanziari, sociali e ambientali definendo le azioni necessaria al relativo raggiungimento e ne monitora l'attuazione e l'eventuale integrazione. Gli obiettivi del piano sono perfettamente in linea con gli obiettivi legati ai Benefici comuni.

Le finalità di beneficio comune

Come citato in precedenza, ad aprile 2023, TERRANOVA si è trasformata in società benefit, inserendo nell'Art. 1.2 del proprio statuto l'aggiunta di tale definizione alla propria ragione sociale e all'Art. 3.5 quattro specifiche Finalità di beneficio comune che intende perseguire da lì in avanti nella propria attività economica d'impresa.

1. la tutela dell'ambiente, riconoscendo il ruolo strategico del Pianeta nelle scelte e nelle implicanze delle quotidiane azioni, attraverso l'individuazione e l'applicazione di soluzioni mirate a valorizzare il ricorso a fonti di energia rinnovabile, l'ecosostenibilità e la mobilità green, nonché ogni altra azione volta a perseguire una costante riduzione dell'impatto ambientale, con particolare riferimento all'impronta di carbonio, promuovendo la diffusione dei propri valori e obiettivi con i collaboratori, i clienti ed i fornitori, perseguendo lo sviluppo sostenibile, anche attraverso la valorizzazione dei territori e del loro tessuto economico e produttivo;
2. la promozione, lo sviluppo o la sponsorizzazione di attività sociali, funzionali al supporto e assistenza di persone colpite da svantaggio psico fisico, in particolare quelle iniziative rivolte alla riduzione dell'impatto degli svantaggi, la promozione e valorizzazione di attività di volontariato sociale, con l'obiettivo di diffondere valori di condivisione, positività e inclusione;
3. la realizzazione di un ambiente di lavoro nel quale le persone coinvolte possano trovare benessere, che sia in grado di valorizzare ciascun collaboratore come individuo consapevole favorendone la crescita umana e professionale e alimentando il senso di appartenenza, attraverso un elevato grado di motivazione delle persone e promuovendo un ambiente basato su

relazioni positive, sulla cultura del feedback e della trasparenza, sulla valorizzazione delle diversità e sul rispetto per l'ambiente, considerando una priorità assoluta la sicurezza e i diritti di tutti i collaboratori;

4. la promozione di una cultura laica della social equality nel mondo imprenditoriale e nella società civile, con particolare attenzione alla gender equality e al contrasto di ogni forma di discriminazione, sia essa basata su sesso, religione, orientamento sessuale, identità di genere o di altra tipologia."

I risultati del 2025

I risultati raggiunti da TERRANOVA nel 2025 sono stati molteplici ed hanno seguito le azioni indicate nel "Piano Integrato di Sostenibilità 2025-2026", qui di seguito vi riporto una sintesi sviluppata sui temi emersi dalle finalità di beneficio comune.

TUTELA DELL'AMBIENTE:

- Energia elettrica 100% rinnovabile certificata per le sedi, l'iniziativa è stata **completata al 100%** ed al 31/12/25 tutte le sedi acquistano da fornitori certificati;
- Fotovoltaico: nella sede di Grosseto sono stati installati i pannelli fotovoltaici e grazie a questi viene generata energia autoprodotta; pertanto, l' iniziativa è **completata al 100%**;
- Smart working (2 giorni alla settimana): è stato stimato un risparmio nel 2025 pari a 1.296.335,25 km e 203,11 t CO2 (oltre a 0,38 t NOX; 0,04 t PM10; 0,70 t CO), l' iniziativa pertanto è **completata al 100%**;
- Mobilità casa-lavoro (PSCL 2025): piano esteso a tutte le sedi, per strutturarlo è stato inviato un questionario sulla mobilità che ha raggiunto il 92% di redemption di risposte, pertanto, l' iniziativa è **completata al 100%**;
- Parco auto: introduzione in car list di plug-in hybrid; al 31/12/2025 104 vetture (35 plug-in hybrid; 62 diesel; 7 full electric) – iniziativa **completata al 100%**. Inoltre, è stata promossa la mobilità elettrica, ossia l'utilizzo delle auto aziendali elettriche nei weekend l' iniziativa è **completata al 100%** con un target 30 utilizzi/anno;
- Efficientamento energetico e monitoraggio consumi: prosecuzione monitoraggio e interventi con dispositivi di controllo/telemetria anche questa azione è stata portata avanti e possiamo considerare l'obiettivo raggiunto per questa annualità;
- Illuminazione LED: la sostituzione delle lampade a LED è in avanzamento e l' iniziativa si può considerare raggiunta al 90%;
- Economia circolare su ex apparati aziendali: l'azione è stata promossa migliorando la tipologia di rivendita degli strumenti dismessi al posto di smaltirli, l' iniziativa si può considerare **completata al 100%**, in quanto tutti gli apparati da dismettere sono stati venduti.

CENTRALITÀ DELLA PERSONA

- Welfare aziendale attivato e mantenuto anche per l'annualità 2025 si può considerare l'iniziativa **completata al 100%**;
- Bonus dedicati alla famiglia nel 2025 ne sono stati erogati 6;
- Permessi extra per assistenza ai familiari inseriti nell'Accordo di II livello e mantenuti negli accordi futuri nel 2025 ne sono state riconosciute 62,50 ore (iniziativa **completata al 100%**);
- Formazione: media 40 ore/anno per risorsa (iniziativa completata al 100%) e formazione wellbeing (iniziativa **completata al 100%**);
- Valutazione e feedback: attività di feedback per ogni risorsa e restituzione del feedback della valutazione (iniziativa **completata al 100%**).
- Listen: analisi del clima aziendale e restituzione risultati aggiornata nell'anno, pertanto, l' iniziativa è **completata al 100%**; inoltre, per quanto riguarda il "Listen Point" è stato completato al 75% infatti sono state effettuate 13 sessioni;
- Recruitment: referral bonus nel 2025 ne sono stati erogati 6 e 9 stage/tirocini curriculari attivati entrambe le iniziative sono state completate per l'annualità;
- Partnership con scuole/università ed enti di ricerca: attivato 1 stage, iniziativa **completata al 100%**;
- Digitalizzazione HR: implementazione software e processi HR l' iniziativa è in corso ed è completata al 50%.

REPUTAZIONE

- Premi 2025: conseguiti 4 riconoscimenti (Industria Felix edizione nazionale e regionale; finalista Best Performance Award; Responsibility Award) – iniziativa **completata al 100%**;
- Pubblicazioni stampa: ottenute 15 uscite su stampa nazionale e locale non di settore (iniziativa **completata al 100%**; target 10 pubblicazioni/anno);
- Presenza e feedback online: campagne sponsorizzate con obiettivo follow su LinkedIn/Instagram (iniziativa completata al 95%, target +1000 follower/anno su LinkedIn);
- Associazioni di categoria e network: adesione a più realtà (iniziativa **completata al 100%**);
- Convegni e relatori istituzionali: partecipazioni ed eventi con stakeholder (iniziative **completate al 100%**).

AFFIDABILITÀ, SICUREZZA E COMPLIANCE

- Certificazioni ISO 27001/27017/27018: sono stati effettuati tutti i rinnovi annuali (iniziativa **completata al 100%**);

- Cybersecurity by design: coinvolgimento dei responsabili e sensibilizzazione (iniziativa completata all'80%);
- Vulnerability Assessment / Penetration Test: eseguiti 1 test su infrastruttura e 1 test su applicativo (TC2) (iniziativa **completata al 100%**).
- Parità di genere: avvio valutazione requisiti minimi per percorso di certificazione l' iniziativa è stata completata per il 50%, seguirà nel 2026;
- Protocolli di valutazione SoC: due percorsi avviati pertanto l' iniziativa è in corso, ed è stata completata per il 70%.

CREAZIONE DEL VALORE

- Investimenti in R&D e innovazione: nel 2025 investito circa 30% dei costi totali in R&D/innovazione tecnologica, con +5% vs anno precedente.
- AI: realizzati nuovi moduli software sfruttando AI (iniziativa **completata al 100%**; target 3 moduli/anno).
- Think Tank e Innovation Day: iniziative svolte (**completate al 100%**).
- Porting prodotti su framework TFRAME: avanzamento 60% nel 2025 (iniziativa in corso).
- Pipeline di sviluppo completa su prodotti Tframe (UT, TestComplete, SonarQube, Gitlab, ecc.): avanzamento effettivo sul totale previsto è al 15%, ma lo indichiamo "Completata" perché è l'obiettivo dell'anno è stato raggiunto;
- Crescita per linee esterne: iniziativa **completata al 100%** (target 10 dossier/anno);
- Clienti ambiente.it (mercato industriale): iniziativa **completata al 100%** (target 15 nuovi clienti/anno);
- Crescita del fatturato: iniziativa **completata al 100%** (target +10%/anno).
- Progetti di filiera con aziende del Gruppo: iniziativa **completata al 100%** (target adesione a 5 iniziative/anno);
- Internazionalizzazione: partecipazione a eventi su mercati target (iniziativa **completata al 100%**; target 4 eventi/anno) e completamento di analisi/azioni operative sui mercati (iniziative **completate al 100%**).

CUSTOMER CENTRICITY

- Survey "Ambiente Bs/W": raggiunto 40% di risposte vs target 45% (completamento 89%);
- Survey "Ambiente Ut": raggiunto 60% di risposte vs target 65% (completamento 92%);
- Survey transazionali su touchpoint: avviata valutazione integrazione piattaforme (iniziativa in charge, 15%);
- Feedback continuo e restituzione: Survey sui singoli ticket, è stato effettuato un approfondimento per integrare le due piattaforme esistenti (operazione fondamentale per avviare il processo di richiesta feedback alla chiusura del ticket del cliente). Dopodiché è stata verificata la fattibilità con SFTP la quale è ancora in corso.

RENDICONTAZIONE E RELAZIONI CON STAKEHOLDER

- Associazioni di categoria e network: adesione a più realtà (iniziativa **completata al 100%**);
- Incontri con figure istituzionali: relatori e interlocutori coinvolti in occasione di eventi (iniziativa **completata al 100%**);
- Partecipazione a convegni corporate: realizzate più di 3 partecipazioni (iniziativa **completata al 100%**);
- Spazi aziendali per associazioni: utilizzo sale/auditorium per iniziative del territorio (iniziativa **completata al 100%**).
- Comunicazione interna: video di divulgazione del Piano Industriale e contenuti su canali interni (iniziative **completate al 100%**).

Obiettivi per il 2026

Per il 2026 TERRANOVA continuerà col proprio “Piano Integrato di Sostenibilità 2025-2026”, al fine di perseguire l'ottenimento delle finalità di beneficio comune.

Anche in questo caso i temi trattati ed affrontati tramite le azioni quotidiane toccheranno:

CREAZIONE DI VALORE SOSTENIBILE tramite investimenti R&D; incremento delle soluzioni in SaaS e l'organizzazione di panel con esperti di settore per aggiornare la strategia.

CYBERSECURITY con lo sviluppo di un piano di risposta per ipotetici incidenti informatici; incremento delle collaborazioni con esperti di sicurezza informatica; implementazione di ulteriori misure di protezione dei dati sensibili dei clienti e il monitoraggio e gestione degli accessi ai sistemi aziendali.

INNOVAZIONE incremento degli investimenti in attività di R&D; incremento delle collaborazioni con altre aziende, università e organizzazioni; creazione di prodotti e servizi che contribuiscano a mitigare i problemi ambientali e sociali; incremento della formazione alle risorse di produzione sull'importanza dell'innovazione sostenibile.

CONSAPEVOLEZZA AMBIENTALE tramite l'ottenimento di nuove certificazioni; formazione mirata per l'ottimizzazione della raccolta differenziata; incentivazione al “riutilizzo”; studio di un piano per l'azzeramento delle emissioni entro il 2030.

CAPITALE UMANO con nuovi progetti di digitalizzazione degli uffici HR; con la promozione dei valori aziendali; con la valorizzazione delle partnership con scuole ed università e con nuove campagne di comunicazione per la valorizzazione delle persone di Terranova; con nuovi strumenti per la gestione del processo di valutazione e conseguenti piani formativi.

INCLUSIONE con l'incremento dell'inclusione tramite best practice e incremento ambienti di lavoro inclusivo e rispettoso.

INTERNAZIONALIZZAZIONE tramite la crescita per linee esterne Italia e estero; l'estensione a nuovi settori; incremento di collaborazione con partner internazionali per espandere la presenza globale; con la partecipazione a fiere e conferenze internazionali per promuovere i prodotti e servizi.

REPUTAZIONE tramite la promozione dei valori aziendali; con l'implementazione di un sistema di monitoraggio della reputazione aziendale online ed il monitoraggio e la gestione delle risposte alle survey da parte dei clienti.

SMART CITY con l'implementazione delle collaborazioni con altre aziende, università e organizzazioni per condividere conoscenze e risorse volte ad accelerare l'innovazione sostenibile e lo sviluppo di città sostenibili e intelligenti; tramite la creazione di prodotti che contribuiscano a mitigare i problemi ambientali e sociali; oltre che l'implementazione di tecnologie smart per la gestione delle infrastrutture urbane e la promozione di iniziative di partecipazione cittadina per lo sviluppo di città intelligenti.

Note finali

L'ambizione di TERRANOVA è quella di contribuire attivamente ed in modo significativo al processo di cambiamento sostenibile e tramite la relazione attua il processo di trasparenza non solo per esplicitare i progressi fatti, ma anche per stimolare altri attori a seguire azioni positive che influenzino e motivino un sempre maggior numero di soggetti a unirsi in questo impegno essenziale per il futuro del nostro pianeta. Questa terza Relazione d'impatto permette a TERRANOVA di ribadire il proprio impegno a operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di tutti gli stakeholder e del territorio in cui opera, rafforzando lo status di Società Benefit, le permette di capire quali miglioramenti apportare alla gestione e quali obiettivi prefiggersi per il futuro. TERRANOVA, tra le altre cose, ha lavorato attivamente per la riduzione delle emissioni di carbonio, soprattutto ottimizzando le modalità di effettuazione delle trasferte lavorative e confermando lo smart working ai dipendenti, per evidenziare quanto la tutela dell'ambiente sia importante per la società e per il pianeta. Inoltre, ha investito nella formazione interna, riconoscendo che il benessere e la crescita professionale sono elementi fondamentali per la crescita dell'azienda. Si è concentrata sulla sicurezza dei propri applicativi e la certificazione delle varie procedure, al fine di rafforzare la propria reputazione, senza dimenticare che la creazione di valore rimane un elemento imprescindibile da confermare ai propri stakeholder.

Responsabile d'impatto

Sara Fantechi

