



## Relazione d'Impatto 2025





## Relazione d'Impatto 2025

La relazione che presentiamo intende illustrare in modo trasparente ed esaustivo la capacità di CBS Serramenti Srl SB di creare valore in modo sostenibile nell'anno 2024: non vuole essere solo un modo per ottemperare agli obblighi di legge ma intende offrire agli stakeholder aziendali (dipendenti, collaboratori, clienti, fornitori, comunità) un'ulteriore tappa del percorso che, a partire dal gennaio 2023, ha intrapreso per offrire il proprio contributo alla trasformazione del sistema delle imprese nell'ottica dello sviluppo sostenibile.

Nel dettaglio, il documento descriverà l'impatto generato, mostrando le attività nel 2024, dettagliando gli specifici obiettivi di beneficio comune che l'azienda si è posta, anche in relazione agli Obiettivi di sviluppo sostenibile definiti da Agenda 2030. In ottemperanza alla legge 28 dicembre 2015, n. 208 si è provveduto alla valutazione dell'impatto generato dall'azienda utilizzando come standard di valutazione esterno la metodologia SABI derivante dall'approccio della Buona Impresa. La parte centrale del documento ha l'obiettivo di rendere conto delle performance dell'impresa nei tre pilastri fondamentali dell'attività della Buona Impresa e, al tempo stesso, della creazione di valore: il Prodotto, il Lavoro e il Valore Economico.

Successivamente l'attenzione si focalizzerà sulla Sostenibilità Sociale e Ambientale, ovvero la capacità dell'impresa di creare valore, soddisfacendo i bisogni dei propri stakeholder "senza compromettere la possibilità per le generazioni future di realizzare i propri bisogni". Rispetto alla scorsa relazione di impatto, a fianco della misurazione dell'impatto, si è voluto riportare l'esito dell'assessment ESG che CBS ha eseguito nel dicembre 2024 utilizzando lo strumento Ecomate. In questo modo si è voluto offrire a tutti gli stakeholder una fotografia a 360° dell'attività e dell'impegno dell'azienda. È poi presentato il computo della quantità di CO<sup>2</sup> che l'azione di CBS ha permesso di "risparmiare" grazie agli interventi di risanamento energetico.

Nella parte finale della relazione si evidenzieranno gli obiettivi e i miglioramenti per il futuro.

# 01.

10 Lo sviluppo sostenibile  
12 Il nostro impegno

# 02.

16 Le attività del 2024

# 03.

24 Performance ESG  
28 SABI  
44 Il respiro di CBS

# 04.

48 Verso il futuro



Ci sono momenti in cui bisogna fermarsi un attimo e guardare il percorso fatto. Non per celebrare, ma per capire dove siamo arrivati e soprattutto dove vogliamo andare.

Questa Relazione d'Impatto 2025 non è solo un documento. È un pezzo della nostra storia. È la prova che anche una piccola impresa come la nostra può fare la differenza, giorno dopo giorno, serramento dopo serramento.

Essere una Società Benefit non è un'etichetta. È un impegno quotidiano, fatto di scelte, di persone, di investimenti. Vuol dire mettersi in discussione, migliorare, innovare. Vuol dire fare impresa tenendo insieme fatturato e impatto, risultati e relazioni, prodotti e valori.

Nel 2024 abbiamo continuato a crescere, ma soprattutto abbiamo continuato a credere. Nella possibilità di coniugare il lavoro artigiano con la cultura d'impresa. Nella forza della rete, dei fornitori e dei clienti che ci danno fiducia. Nella comunicazione come strumento di trasparenza e connessione, non solo di marketing. Nella sostenibilità non come moda, ma come responsabilità verso chi verrà dopo di noi.



Abbiamo investito tempo, energia, risorse. Abbiamo imparato cose nuove e abbiamo sbagliato, anche. Ma non abbiamo mai smesso di inseguire l'idea che, davvero, si possa migliorare il mondo un serramento alla volta.

Non siamo perfetti, ma siamo in cammino. E questa relazione è il nostro modo per rendere conto di questo cammino. A chi lavora con noi, a chi ci sceglie, a chi crede – come noi – che il futuro si costruisce con le mani, ma anche con il cuore.

Grazie a tutti quelli che ogni giorno rendono possibile tutto questo.

01

“Non cambiamo il mondo con gesti eclatanti, ma con scelte quotidiane. Un serramento alla volta, una relazione alla volta. Perché fare impresa, per noi, è costruire futuro con le mani e con il cuore.”

LO SVILUPPO SOSTENIBILE. IL NOSTRO IMPEGNO



# Lo sviluppo sostenibile.

L'impegno di CBS cristallizzato negli obiettivi di beneficio comune, si riallaccia all'impegno per lo "sviluppo sostenibile" - concetto introdotto per la prima volta dal Rapporto Brundtland della Commissione Mondiale per l'Ambiente e lo Sviluppo (1987). Con questa espressione - si intende **"lo sviluppo volto a soddisfare i bisogni della generazione presente senza compromettere la capacità delle generazioni future di far fronte ai propri bisogni"**.

L'obiettivo è trovare un equilibrio tra l'economia, l'ambiente e la società, garantendo che la crescita economica non danneggi l'ambiente né comprometta i diritti e il benessere delle persone. È dentro questo contesto che nasce il processo che ha portato il 25 settembre 2015, all'approvazione, da parte dei governi dei 193 Paesi membri dell'ONU, dell'**Agenda Globale per lo sviluppo sostenibile. L'Agenda 2030 rappresenta un piano di azione globale per il benessere delle persone, la protezione dell'ambiente e la prosperità dei Paesi. Essa stabilisce 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs), che sono una 'mappa' per guidare il nostro pianeta verso un futuro più sostenibile entro il 2030** e sono finalizzati a un modello di sviluppo che coniughi gli aspetti economici con quelli sociali e ambientali

**LO SCOPO È QUELLO DI OFFRIRE UN QUADRO INTEGRATO DI INFORMAZIONI QUANTITATIVE COMPARABILE A LIVELLO INTERNAZIONALE, PER LA MISURAZIONE DEL BENESSERE, DELLA QUALITÀ AMBIENTALE E DELLA GREEN ECONOMY NEL QUADRO DELLO SVILUPPO SOSTENIBILE.**

Questi obiettivi sono ritenuti "universali" in quanto tutti i Paesi e tutti gli abitanti sono chiamati a contribuire allo sforzo di portare il mondo su un sentiero sostenibile, senza più distinzione tra Paesi sviluppati, emergenti e in via di sviluppo, anche se evidentemente le problematiche possono essere diverse a seconda del livello di sviluppo conseguito.

## I tre pilastri.

### > SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

affrontare le sfide ambientali, promuovendo azioni per combattere il cambiamento climatico, proteggere la biodiversità, garantire un uso sostenibile delle risorse naturali e ridurre l'inquinamento

### > SOSTENIBILITÀ SOCIALE

eliminare la povertà, garantire la giustizia sociale, promuovere l'uguaglianza di genere, fornire accesso all'istruzione e alla salute per tutti, e garantire una vita dignitosa per tutti gli individui

### > SOSTENIBILITÀ ECONOMICA

incoraggiare una crescita economica inclusiva e sostenibile, promuovendo l'occupazione dignitosa, la riduzione delle disuguaglianze e la promozione di modelli di produzione e consumo responsabili

**L'attuazione dell'Agenda richiede inoltre un forte coinvolgimento di tutte le componenti della società, dalle imprese al settore pubblico, dalla società civile, dalle Università e centri di ricerca agli operatori dell'informazione e della cultura.**

Per realizzare l'Agenda 2030 è necessario il coinvolgimento delle imprese, le quali, a loro volta, ottengono un grande vantaggio se decidono di integrare gli Obiettivi al loro interno. Adottare pratiche sostenibili permette infatti alle aziende non solo di contribuire a mitigare i rischi sopra evidenziati - e che rispetto al 2015 sono evidenti e tangibili - ma anche a migliorare le proprie performance accrescendo la reputazione aziendale, riducendo i costi operativi e aprendo nuovi mercati.

## I 17 obiettivi di sviluppo sostenibile.



**1 SCONFIGGERE LA POVERTÀ**  
Porre fine a ogni forma di povertà nel mondo.



**2 SCONFIGGERE LA FAME**  
Migliorare la nutrizione, promuovere l'agricoltura sostenibile.



**3 SALUTE E BENESSERE**  
Per tutti e per tutte le età.



**4 ISTRUZIONE DI QUALITÀ**  
Equa e inclusiva.



**5 PARITÀ DI GENERE**  
Eguaglianza di genere ed empowerment di tutte le donne.



**6 ACQUA PULITA E SERVIZI IGIENICO-SANITARI** per tutti.



**7 ENERGIA PULITA E ACCESSIBILE** Economica, affidabile, sostenibile e moderna.



**8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA** per tutti.



**9 IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE**  
Industrializzazione sostenibile.



**10 RIDURRE LE DISUGUAGLIANZE**  
all'interno e fra le nazioni.



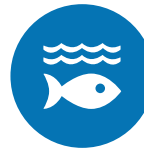
**11 CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI**  
Insediamenti umani inclusivi, sicuri, duraturi e sostenibili.



**12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI** Garantire modelli sostenibili.



**13 LOTTA CONTRO IL CAMBIAMENTO CLIMATICO**  
Adottare misure urgenti.



**14 VITA SOTT'ACQUA**  
Proteggere l'ecosistema marino.



**15 VITA SULLA TERRA**  
Proteggere l'ecosistema terrestre.



**16 PACE, GIUSTIZIA E ISTITUZIONI SOLIDE**  
Promuovere società pacifiche, inclusive e giustizia per tutti.



**17 PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI** Rafforzare i mezzi di attuazione e la partnership mondiale.



# Il nostro impegno.

CBS ha fissato nove obiettivi di beneficio comune nel proprio Statuto.

**01 > PROMUOVERE PRATICHE DI SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE**

attraverso soluzioni (servizi e prodotti) per il benessere abitativo che favoriscano la riduzione delle emissioni di CO2 derivanti dalla produzione e dal consumo di energia elettrica, implementando modelli di risparmio energetico e di riduzione dell'impatto ambientale.



**02 > PROMUOVERE LA REALIZZAZIONE DI INIZIATIVE** in collaborazione con enti pubblici, istituzioni, enti senza scopo di lucro, al fine di generare un impatto positivo nella collettività, per favorire lo sviluppo sostenibile.



**03 > FAVORIRE LA FORMAZIONE E LA DIVULGAZIONE** al fine di aumentare la consapevolezza sui temi ambientali e sulle buone pratiche in tema di sostenibilità ed efficienza energetica.



**04 > REALIZZARE INTERVENTI E SERVIZI** finalizzati alla salvaguardia e al miglioramento delle condizioni dell'ambiente e all'uso accorto e razionale delle risorse naturali.



**05 > REALIZZARE UN IMPEGNO COSTANTE A DIFFONDERE PRATICHE DI SOSTENIBILITÀ** fra i propri fornitori e clienti, con l'obiettivo di favorire la creazione e il consolidamento di una filiera dell'abitare sempre più sostenibile e duratura.



La normativa italiana (legge n. 208 del 28 dicembre 2015) stabilisce che una Società Benefit debba indicare nel proprio oggetto sociale una o più finalità di beneficio comune. Questo implica un impegno a operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente

nei confronti di diversi stakeholder: persone, comunità, territorio, ambiente, beni e attività culturali, enti e associazioni. L'obiettivo è bilanciare l'interesse dei soci con quello degli altri portatori di interesse.

**06 > COLLABORARE IN MANIERA CONTINUATIVA CON ALTRE SOCIETÀ BENEFIT**

poiché esse rappresentano gli attori del mercato ideali per contribuire al bene comune e produrre valore condiviso nel mercato e nella società.



**07 > SOSTENERE LA DIFFUSIONE DELLA CULTURA E DELLE PRATICHE DELLA CULTURA**

della sostenibilità fra i giovani, in particolare nelle Scuole e nelle Università, e sostenere lo sviluppo culturale del territorio, mediante la promozione e l'organizzazione di eventi culturali.



**08 > FAVORIRE LA CRESCITA PROFESSIONALE DEI COLLABORATORI,** mediante programmi di formazione continua, operando in modo responsabile nei confronti dei collaboratori, dei partners e dei fornitori e di tutte le altre risorse coinvolte nello sviluppo delle iniziative della società, per facilitare il benessere e la valorizzazione delle persone che lavorano e collaborano con l'azienda.



**09 > REALIZZARE AZIONI CONCRETE FINALIZZATE ALL'UGUAGLIANZA DI GENERE** in una prospettiva di lungo periodo.





02

“Misurare l’impatto non è un obbligo, è una scelta di responsabilità. È così che una piccola impresa diventa guida, investendo in futuro e coerenza. La sostenibilità non è una destinazione, ma un cammino fatto di persone, territorio e visione. E ogni passo consapevole è già leadership.”

LE ATTIVITÀ DEL 2024.



# Le attività del 2024.

**NEL 2024, CBS HA CONTINUATO IL SUO IMPEGNO VERSO LA SOSTENIBILITÀ E IL MIGLIORAMENTO DELLE CONDIZIONI AMBIENTALI, SOCIALI ED ECONOMICHE DELLE COMUNITÀ IN CUI OPERA, CONTINUANDO AD ATTUARE ATTIVITÀ E PROCESSI COERENTI CON IL PROPRIO IMPEGNO DI GARANTIRE UN IMPATTO POSITIVO, GRAZIE ALLA PROPRIA AZIONE D'IMPRESA.**

CBS ha concentrato le proprie attività in relazione agli obiettivi di beneficio comune descritte nel suo Statuto, focalizzandosi, in particolare, sulle azioni di miglioramento previste per il 2024 nella relazione di impatto del 2023.

Nel corso del 2024, CBS ha continuato a camminare lungo una direzione precisa: **dimostrare che anche una piccola realtà, con risorse contenute ma idee chiare e persone competenti, può agire come un'impresa "grande" - per visione, per determinazione e per impatto generato.** L'intento che ci guida - riassunto nel nostro claim **"Un serramento alla volta"** - è **quello di mostrare con i fatti che la sostenibilità non è appannaggio esclusivo delle grandi aziende. Anzi, sono proprio le imprese radicate nei territori, come la nostra, a poter fare da apripista nel costruire un nuovo modo di fare impresa, capace di generare valore economico e beneficio comune.**

Nel 2024 abbiamo registrato una crescita significativa del fatturato, pari all'8% rispetto all'anno precedente. Un risultato tutt'altro che scontato, considerando le incertezze economiche e le tensioni sui mercati. Questo incremento è il frutto di un lavoro costante e coerente ma anche della fiducia che clienti e partner continuano a dimostrarci.

Una parte importante di questa crescita è stata reinvestita nel futuro dell'azienda. **Il 5% del nostro fatturato è stato destinato a ricerca e**

**sviluppo: una scelta non obbligata, ma strategica, perché crediamo che innovare sia un dovere verso i nostri clienti, verso il pianeta e verso le persone che lavorano con noi.** Investire sull'innovazione significa migliorare i prodotti e i processi, rendendoli più efficienti, sostenibili e capaci di rispondere ai bisogni reali.

**Parallelamente, abbiamo rafforzato il nostro legame con il territorio, collaborando attivamente con 36 piccole e medie imprese** (16 nella provincia di Varese, 10 in Lombardia, e 10 fuori dalla Lombardia). Questo dialogo costante con la filiera ci permette non solo di crescere insieme, ma anche di promuovere un'economia più resiliente, fatta di relazioni autentiche, responsabilità condivise e visione comune.

**Un altro passo importante è stato compiuto sul fronte delle persone.** abbiamo rinnovato la collaborazione con uno studente di Marketing dell'ITS INCOMM ACADEMY, che ha portato nuove competenze nell'area marketing e comunicazione. Questa collaborazione, affiancata a consulenti CBS esperti, ha rafforzato la nostra capacità di raccontare chi siamo e cosa facciamo, con linguaggi e strumenti più attuali, in linea con le aspettative di una nuova generazione di clienti e cittadini.

Guardando al 2024 possiamo dire che è stato un anno in cui CBS ha saputo crescere in modo sano e coerente, senza mai perdere di vista la propria identità. Un anno in cui abbiamo unito artigianalità e cultura d'impresa, concretezza e visione, tradizione e futuro. E abbiamo fatto tutto questo mantenendo saldo **il nostro obiettivo: contribuire, un serramento alla volta, a costruire un abitare più consapevole e sostenibile.**

## Comunicazione e cultura dell'impatto.

**Nel 2024 CBS ha investito con decisione nella comunicazione, riconoscendola come leva strategica per diffondere i valori benefit dell'azienda e coinvolgere in modo attivo clienti, fornitori e collaboratori.**

È stato completamente rivisto l'approccio online, con un aggiornamento dell'identità grafica e dei contenuti pubblicati sui canali social (Instagram, Facebook, LinkedIn). **Il nuovo linguaggio visivo, più chiaro e coerente, ha accompagnato la produzione di oltre 150 contenuti originali tra post, video e storie, incentrati su tre assi portanti: il valore energetico dei serramenti, le storie reali di impatto e l'impegno di CBS come Società Benefit.**

A guidare questo percorso è stato un consulente senior in comunicazione strategica, affiancato da una risorsa under 35, inserita nel team marketing con il compito di supportare la creazione del database target di CBS, presidiando così la presenza digitale e curandone lo sviluppo dei contenuti.

**Un momento centrale del 2024 è stato l'evento "Trasformare il territorio, un serramento alla volta", che ha visto la partecipazione di oltre 100 persone tra clienti, fornitori e rappresentanti istituzionali.** L'evento è stato progettato insieme a due professioniste creative, che hanno curato il concept visivo e la narrazione. La comunicazione è stata amplificata tramite i social aziendali e i media locali, rafforzando la percezione di CBS come attore di cambiamento sul territorio.

**Parallelamente è stato realizzato un corso di formazione interna dedicato al tema dell'impatto e al ruolo attivo dei collaboratori nella generazione di valore.** Il percorso ha coinvolto tutti i dipendenti ed è stato l'occasione per riflettere insieme su cosa significa essere parte di una Società Benefit, approfondendo temi legati alla sostenibilità e alla cultura d'impresa.

Nella tabella a seguire si dà evidenza a ciò fatto nel 2024, con particolare attenzione alle categorie di stakeholders ingaggiati.



**La presenza costante e attiva di Stefano Comida nei materiali di divulgazione e comunicazione di CBS rappresenta un pilastro fondamentale della strategia aziendale.** Questa visibilità diretta non è casuale, ma è una chiara **testimonianza della trasparenza che l'azienda intende veicolare, scegliendo di "metterci la faccia" in ogni occasione.** Tale

approccio evidenzia una competenza profonda e non delegata, frutto di un'esperienza pluriennale e di una conoscenza diretta delle esigenze dei clienti. Stefano Comida, presentandosi in prima persona, rafforza la fiducia e l'autenticità del messaggio aziendale, dimostrando un impegno incondizionato e una dedizione personale che va oltre il mero aspetto commerciale, costruendo un rapporto basato sulla lealtà e sulla competenza acquisita sul campo.

A) TABELLA SULLE ATTIVITÀ DEL 2024		
Beneficio comune	Stakeholders	Obiettivo/Risultati 2024
Promuovere l'abbattimento CO <sup>2</sup> grazie installazione di serramenti a basso impatto, riducendo consumo CO <sup>2</sup> e diffondendo fra clienti finali (cittadini) cultura sostenibilità.	 Clienti Fornitori	<p>Installare servizi/prodotti che attraverso l'efficienza energetica permettano di ridurre la produzione di CO<sup>2</sup>.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>Sono stati installati nuovi impianti di produzione a basso consumo energetico, riducendo il consumo complessivo</li><li>Gli interventi realizzati sono stati Serramenti "cambiamenti" (ossia le sostituzioni di serramenti esistenti), Serramenti nuovi (non sostituzioni), Oscuranti (tapparelle e persiane), Schermature solari</li><li>Grazie all'adozione di tecnologie avanzate e pratiche sostenibili, CBS ha ridotto le emissioni di CO<sup>2</sup> rispetto all'anno precedente</li></ul> <p>✔ Obiettivo Raggiunto</p>
Favorire la formazione e la divulgazione al fine di aumentare la consapevolezza sui temi ambientali e sulle buone pratiche in tema di sostenibilità ed efficienza energetica.	 Clienti Fornitori	<p>Rafforzamento della Presenza Online: nel 2024, CBS ha realizzato un significativo investimento in un piano di comunicazione online integrato.</p> <p>Rebranding Digitale e Grafico:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>È stata completamente rivista la presenza grafica sui social media (Instagram, Facebook, LinkedIn).</li><li>La comunicazione ha focalizzato l'attenzione sui vantaggi in termini di efficienza energetica offerti dai serramenti ad alte prestazioni.</li></ul> <p>Strategia di Consapevolezza del Brand:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>L'azienda ha investito strategicamente per rafforzare la percezione del proprio operato come Società Benefit.</li><li>Questo ha migliorato la consapevolezza del brand tra clienti e fornitori.</li></ul> <p>Produzione di Contenuti e Materiali Multimediali:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>Sono stati pubblicati oltre 150 contenuti social, concentrandosi su sostenibilità, clienti e risparmio energetico.</li><li>Il rebranding grafico e digitale è stato completato con l'aiuto di un consulente senior e una nuova risorsa under 35.</li><li>Sono stati prodotti 2 shooting fotografici e 5 video aziendali per narrare il valore generato.</li></ul> <p>Eventi e Posizionamento Pubblico:</p> <p>L'evento "Trasformare il territorio" ha coinvolto 102 partecipanti, contribuendo a rafforzare il posizionamento pubblico di CBS.</p> <p>Impatto sulla Crescita e Reputazione:</p> <p>La comunicazione ha favorito un aumento delle recensioni positive e ha sostenuto la crescita complessiva, con il 60% del fatturato 2024 generato dal passaparola.</p> <p>✔ Obiettivo Raggiunto</p>

Beneficio comune	Stakeholders	Obiettivo/Risultati 2024
Realizzare interventi e servizi finalizzati alla salvaguardia e al miglioramento delle condizioni dell'ambiente e all'uso accorto e razionale delle risorse naturali.	 Clienti Fornitori partner architetti	<p>Promuovere pratiche di economia circolare utilizzando prodotti che derivano da materiali riciclati.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>L'azienda ha iniziato il processo di certificazione per ottenere Requisito CAM - Decreto MASE 23/06/2022, ossia Il Decreto MASE del 23/06/2022 definisce i nuovi Criteri Ambientali Minimi per l'affidamento di servizi di progettazione e lavori per interventi edilizi: significa aver intrapreso un processo formativo e/o certificativo finalizzato a acquisire le competenze necessarie per applicare correttamente i Criteri Ambientali Minimi (CAM) nel settore edilizio, come richiesto dalla normativa italiana sugli appalti pubblici.</li></ul> <p>✔ Obiettivo Raggiunto</p>
Favorire la crescita professionale dei collaboratori mediante programmi di formazione continua, operando in modo responsabile nei confronti dei collaboratori, dei partners e dei fornitori e di tutte le altre risorse coinvolte nello sviluppo delle iniziative della società, per facilitare il benessere e la valorizzazione delle persone che lavorano e collaborano con l'azienda.	 Dipendenti	<p>Formazione interna ai dipendenti sui valori aziendali, sui temi dello sviluppo sostenibile, diffondendo la cultura dell'impatto positivo.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>Momenti di formazione per i dipendenti dedicati al tema della sostenibilità di impresa, con attenzione al tema delle società benefit, e del marketing.</li><li>Momenti di formazione dedicata al tema dell'aggiornamento tecnico.</li><li>Sono stati coinvolti tutti i dipendenti e collaboratori.</li></ul> <p>✔ Obiettivo Raggiunto</p>
Realizzare azioni concrete finalizzate all'uguaglianza di genere in una prospettiva di lungo periodo.	 Comunità	<p>Favorire attraverso la partecipazione a progetti anche realizzati da altri la crescita della cultura della parità di genere.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>Finanziamento al cortometraggio "In nome di ogni donna", diretto da Gabriele Lazzaro, un film dedicato alla violenza di genere, con un focus particolare sulla memoria di Giulia Cecchettin e sul bisogno di combattere questo problema. Il film è stato presentato per la prima volta a Ferrara nel novembre del 2024.</li></ul> <p>✔ Obiettivo Raggiunto</p>

Beneficio comune	Stakeholders	Obiettivo/Risultati 2024
Realizzare un impegno costante a diffondere pratiche di sostenibilità fra i propri fornitori e clienti, con l'obiettivo di favorire la creazione e il consolidamento di una filiera dell'abitare sempre più sostenibile e duratura.	 Architetti Imprese della filiera casa	<p>Promozione cultura costruzione sostenibile, aumentando il numero di tecnici coinvolti nei progetti anche in veste di clienti BTB.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>Nel corso dei mesi di febbraio-giugno è stata realizzata una specifica campagna di comunicazione rivolta ad architetti centrata sul tema della sostenibilità in edilizia, nello specifico tramite sponsorizzazioni sulle piattaforme META e newsletter.</li><li>Coinvolgimento di oltre 30 studi di architettura del territorio sulla sensibilizzazione delle pratiche progettuali in ottica di risparmio energetico, partendo dai serramenti.</li></ul> <p>✔ Obiettivo Raggiunto</p>
Collaborare in maniera continuativa con altre Società Benefit, poiché esse rappresentano gli attori del mercato ideali per contribuire al bene comune e produrre valore condiviso nel mercato e nella società.	 Aziende fornitori e Società Benefit	<p>Realizzare partnership fra aziende fornitori e società benefit.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>Promozione dell'Evento Relazione d'Impatto: tutte le Società Benefit della provincia di Varese sono state invitate all'evento di presentazione della relazione d'impatto di CBS.</li><li>Visita dell'On. Mauro Del Barba: Il 21 giugno, l'azienda ha ospitato l'On. Mauro Del Barba, primo firmatario della legge sulle Società Benefit e presidente di Assobenefit. Relatrice all'Evento "Trasformare il territorio": Silvia Crosato, Responsabile Risorse Umane e Sostenibilità di Colfert S.p.A. (fornitore del settore serramentisti), è intervenuta come relatrice.</li><li>Partecipazione a "Artigiani 4.0": Nel 2024, CBS ha preso parte al progetto "Artigiani 4.0", un percorso di accelerazione promosso da Regione Lombardia e realizzato da Upskill 4.0 Società Benefit, volto a incrementare la competitività delle piccole e medie imprese.</li></ul> <p>✔ Obiettivo Raggiunto</p>

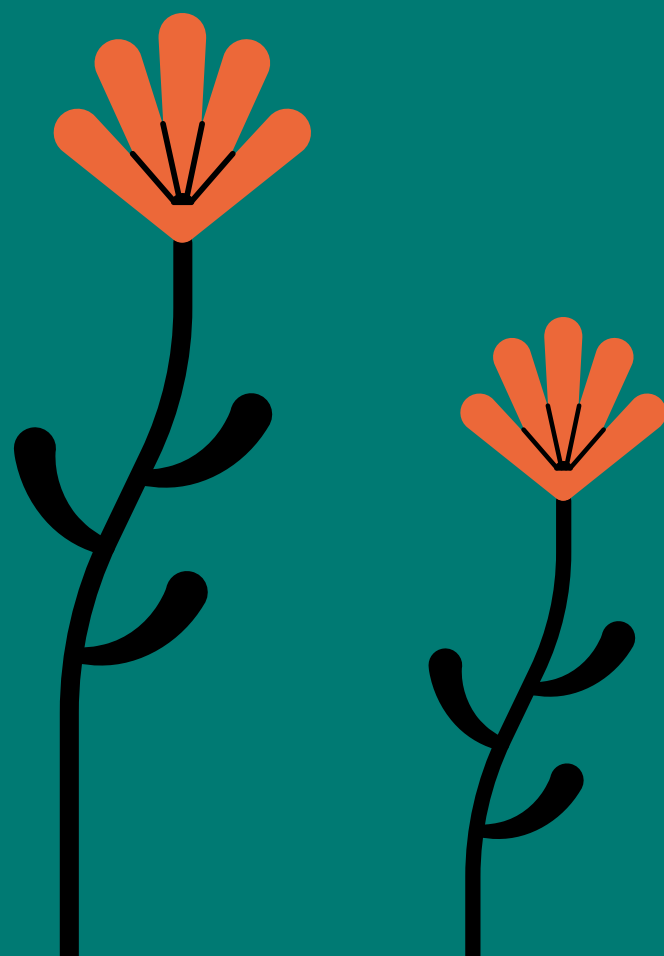
Beneficio comune	Stakeholders	Obiettivo/Risultati 2024
La diffusione della cultura e delle pratiche della cultura della sostenibilità fra i giovani, in particolare nelle Scuole e nelle Università, e sostenere lo sviluppo culturale del territorio, mediante la promozione e l'organizzazione di eventi culturali.	 Scuole	<p>Coinvolgere maggiormente le scuole in particolare gli ITS.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>Collaborazioni con scuole locali per promuovere l'educazione ambientale tra i giovani. In particolare, ha registrato l'ingaggio di uno stagista nei mesi precedenti alla presentazione della relazione di impatto. Lo stagista proveniente dal corso "Digital Marketing Manager" del ITS Incom Accademy di Busto Arzio è stato inserito a supporto della funzione marketing e comunicazione.</li><li>Attività di collaborazione con ITS Red Academy Varese che si è concretizzata con la presenza all'evento di Pierangelo Reguzzoni – coordinatore del corso. Il titolare di CBS è stato in visita all'ITS Red Academy di Varese, per approfondire i temi legati ai Percorsi di Alta Formazione sull'edilizia sostenibile.</li></ul> <p>✔ Obiettivo Raggiunto</p>
Promuovere la realizzazione di iniziative, in collaborazione con enti pubblici, istituzioni, enti senza scopo di lucro, al fine di generare un impatto positivo nella collettività, per favorire lo sviluppo sostenibile.	 Dipendenti, clienti, fornitori, comunità	<p>Organizzare almeno un incontro pubblico aperto.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>Evento Principale: Il 27 giugno si è tenuta la presentazione della prima relazione d'impatto di CBS, intitolata "Trasformare il territorio un serramento alla volta".</li><li>Campagna di Lancio: L'evento è stato preceduto da una campagna di lancio (online e offline) focalizzata sulla trasformazione di CBS in Società Benefit, evidenziando il suo impatto specifico.</li><li>Partecipazione Trasversale: L'evento ha coinvolto diversi attori del territorio, tra cui imprenditori edili e culturali, associazioni di categoria, liberi professionisti e clienti che hanno scelto CBS riconoscendone la storica vocazione alla sostenibilità.</li><li>Campagna di Comunicazione:<ul style="list-style-type: none"><li>&gt; Una campagna di comunicazione di 3 mesi ha preceduto l'evento.</li><li>&gt; Nella fase di lancio sono state inviate oltre 2500 email di invito e promemoria.</li><li>&gt; Sono stati forniti aggiornamenti costanti sui profili dei relatori.</li></ul></li><li>Relatori Coinvolti: All'evento hanno partecipato come relatori docenti universitari (Università Cattolica, Politecnico di Milano), rappresentanti di aziende (Colfert spa) e istituzioni scolastiche (ITS RED).</li></ul> <p>✔ Obiettivo Raggiunto</p>

# 03

“Gli audit ESG non sono solo un esercizio di rendicontazione, ma una bussola strategica per orientare l’impresa verso un futuro sostenibile.

Offrono una valutazione oggettiva delle performance e accendono i riflettori sulle aree da migliorare. Per una Società Benefit, sono il punto di partenza per trasformare valori in azioni concrete e trasparenti, per consolidare la volontà di creare valore condiviso”

PERFORMANCE ESG. SABI. MATERIALITÀ DEGLI IMPATTI.  
VALUTAZIONE DEGLI IMPATTI. VALUTAZIONE DEI RISCHI.  
LA CREAZIONE DEL VALORE. RISULTATI DI SINTESI.  
IL VALORE NEL TEMPO. IL RESPIRO DI CBS.



# Performance ESG

**NEL DICEMBRE 2024 CBS HA EFFETTUATO UN ASSESMENT E UNA DEFINIZIONE DEL PROPRIO RATING ESG, UTILIZZANDO IL SOFTWARE ECOMATE: CIÒ È STATO POSSIBILE GRAZIE AI SERVIZI GRATUITI PER LA SOSTENIBILITÀ EROGATI DAI EROGATI DAI PARTENER DEL CONSORZIO SIMPLER, PARTE DELLA RETE ENTERPRISE EUROPE NETWORK.**

Ecomate è un questionario online strutturato in undici moduli corrispondenti ad altrettante tematiche. Il rating è basato su una scala da 0 a 100 e, oltre a un punteggio complessivo di sintesi, restituisce un valore numerico per ciascuna delle 3 dimensioni ESG e per ogni modulo tematico. Di fatto, è un audit ESG (Environmental, Social and Governance) ossia una valutazione sistematica delle pratiche aziendali relative ai fattori ambientali, sociali e di governance.

L'obiettivo è analizzare e misurare - sia quantitativo sia qualitativo - come un'azienda gestisce e affronta le questioni legate a:

- > **AMBIENTE:** l'impatto dell'azienda sull'ambiente, come la gestione delle risorse naturali, l'inquinamento, il cambiamento climatico.
- > **SOCIALE:** l'approccio dell'azienda verso i diritti umani, la diversità, l'inclusione, la salute e la sicurezza dei lavoratori, le relazioni con le comunità locali.
- > **GOVERNANCE:** la struttura di governo dell'azienda, le pratiche etiche, la trasparenza, la gestione del rischio e la responsabilità dei dirigenti.

L'algoritmo alla base del tool è disegnato a partire da normative europee ed italiane, in linea con i principali standard internazionali (Framework europei e Agenda ONU 2030/2050, Obiettivi europei ambientali di Tassonomia, Scoring settoriali di impatto) ed è stato validato da un comitato scientifico decentralizzato. Include anche dei benchmark che aiutano a capire il

posizionamento dell'impresa rispetto alla media europea ed Italiana, ai concorrenti, al mercato di riferimento e alla sua dimensione.

Sulla base delle informazioni acquisite direttamente o attraverso banche dati pubbliche è stato possibile identificare il punteggio complessivo dell'azienda, per ciascuna delle macro-tematiche. Il rating è basato su una scala da 0 a 100 e, oltre a un punteggio complessivo di sintesi, restituisce un valore numerico per ciascuna delle 3 dimensioni ESG e per ogni modulo tematico.

Va ricordato, che ad oggi, oggi non vi sono punteggi minimi per raggiungere la compliance normativa. È pertanto importante ed essenziale raffrontare il punteggio ottenuto sulla base dei benchmark nazionali, dimensionali e di settore dell'azienda. Il Rating Grade risultante dall'analisi rappresenta il livello di rischio in relazione a come l'azienda sta esprimendo il suo allineamento e i suoi obiettivi.

Un punteggio molto basso non indica necessariamente che l'azienda stia danneggiando l'ambiente o infrangendo la legge, ma solamente che non sono state ancora implementate le pratiche necessari per l'impostazione di un percorso di sviluppo sostenibile. Qualsiasi punteggio superiore allo 0 è comunque un segnale di messa in opera. Tuttavia, si corre il rischio di non essere in linea con la rapida evoluzione delle normative presenti, che in futuro garantiranno una tutela sempre maggiore della sostenibilità in tutte le sue dimensioni.

Si è voluto inserire per una misurazione oggettiva delle performance di CBS, in trasparenza, evidenziando le aree di miglioramento, fornendo anche una base per azioni correttive e un percorso di crescita sostenibile. Tale approccio nasce dalla consapevolezza che **trasformare CBS in un'azienda sostenibile è un percorso e come, si è detto più volte essere**

**una Società Benefit è un continuo progredire non un punto di arrivo.** Il punteggio di rating complessivo di CBS è pari a 50/100 ottenuto dalla media dei punteggi rilevati sui 3 criteri ESG: 39/100 per la parte ambientale, 54/100 per la parte sociale e 58/100 per la parte di governance.



Nel dettaglio, per quanto riguarda il rating ambientale si raggiunge il punteggio 39/100, il punteggio più basso che richiede di agire sul miglioramento di questo aspetto nei processi produttivi, concentrandosi su aspetti legati ad ambiente ed energia e migliorando il monitoraggio dei consumi, oltre a impostare policy sulla mobilità, pur considerando le specificità del territorio dove azienda opera.

**Il rating sociale raggiunge un punteggio positivo (54/100) evidenziando come l'azienda abbia un orientamento fortemente orientato al proprio ruolo sociale.** Il punteggio relativo al rating governance (58/100) evidenzia la forte propensione all'innovazione della azienda (73/100), che compensa risultati più bassi, anche riconducibili alla dimensione ridotta dell'azienda.



B) TABELLA RISUTATI SOPRA 64

Categoria e modulo	Valore	Compliance	Europa	Italia	Classe	Settore	Concorrenti
<b>ENVIRONMENTAL</b> <b>Rifiuti</b>	<b>80/100</b>	104	38	38	34	38	38
Aspetti relativi alla produzione e gestione dei rifiuti. Viene quindi valutato il contributo dell'azienda all'economia circolare, secondo il principio delle 3 R (Riduzione, Riutilizzo, Riciclo).							
<b>GOVERNANCE</b> <b>Innovazione</b>	<b>73/100</b>	55	42	42	39	38	38
Approccio dell'azienda all'innovazione, considerando diversi aspetti: digitalizzazione, flessibilità, capacità di cogliere nuove opportunità, open innovation, trasformazione digitale, sicurezza informatica, IP protection.							
<b>SOCIAL</b> <b>Responsabilità sociale</b>	<b>63/100</b>	65	41	41	39	38	38
Diversi aspetti legati alla responsabilità sociale d'impresa, valutando l'applicazione del principio di inclusività a favore dei diversi portatori d'interesse ed eventuali iniziative a favore dello sviluppo sostenibile e/o a scopo compensativo.							

Per quanto riguarda i moduli Economia, Salute e sicurezza, Prodotti, Trasparenza, Etica professionale i punteggi delle performance di CBS sono nella fascia intermedia fra 45 e 64. Anche qui dobbiamo sottolineare come i

valori siano superiori, in termini di confronto, con i risultati ottenuti da altre aziende nelle categorie Europa, Italia, classe di impresa, settore e concorrenti.

C) TABELLA RISUTATI FRA 45 - 64

Categoria e modulo	Valore	Compliance	Europa	Italia	Classe	Settore	Concorrenti
<b>GOVERNANCE</b> <b>Economia</b>	<b>57/100</b>	60	41	41	38	38	38
Gestione delle principali attività finanziarie, strategiche ed organizzative con particolare attenzione alla sostenibilità economica del modello di business.							
<b>SOCIAL</b> <b>Salute e sicurezza</b>	<b>55/100</b>	94	41	41	39	38	38
Aspetti legati a diversi adempimenti gestionali in materia di salute e sicurezza.							
<b>GOVERNANCE</b> <b>Prodotti</b>	<b>54/100</b>	146	41	41	38	38	38
Diversi aspetti legati alla catena di valore del prodotto/servizio, tra cui l'affidabilità degli stessi, la sostenibilità della supply-chain, le opzioni di tutela offerte ed il comportamento come stakeholder.							
<b>GOVERNANCE</b> <b>Trasparenza</b>	<b>47/100</b>	140	37	37	30	38	38
Grado di trasparenza dell'azienda nei confronti dei portatori d'interesse, analizzando il livello di accessibilità delle informazioni al pubblico e la protezione di eventuali dati sensibili.							
<b>SOCIAL</b> <b>Etica professionale</b>	<b>44/100</b>	137	41	41	37	38	38
Aspetti etici sono rispettati nei confronti di vari portatori d'interesse, dai lavoratori ai consumatori. Vengono considerati diversi ambiti, dalla tutela dei diritti umani a forme di sostegno e facilitazioni aggiuntive volontarie.							

# Lo strumento di Autovalutazione della Buona Impresa (SABI).

## Metodologia.

LA METODOLOGIA UTILIZZATA PER VALUTARE L'IMPATTO DI CBS NEL 2024 È STATA SABI - STRUMENTO DI AUTOVALUTAZIONE DELLA BUONA IMPRESA, APPLICATIVO DERIVATO DAL MODELLO DELLA BUONA IMPRESA. QUESTO STRUMENTO PERMETTE DI GUIDARE L'IMPRESA NELLA VALUTAZIONE DELLE PROPRIE PERFORMANCE E DEL VALORE CHE GENERA PER GLI STAKEHOLDER.

Si tratta di un questionario di autovalutazione, suddiviso in 5 aree di osservazione: Prodotto, Lavoro, Valore Economico, Sostenibilità Sociale e Ambientale, Governance. L'output è una rappresentazione del valore creato dall'impresa tenendo in equilibrio i pilastri fondamentali della sua attività, e della sua capacità di continuare a creare tale valore nel tempo.

La scelta di tale strumento è stata fatta in base alla realtà attuale di CBS e alle caratteristiche proprie dello strumento che lo rendono efficace. SABI, infatti, si rivolge a tutte le imprese perché è nella natura stessa dell'impresa, laddove correttamente interpretata, creare valore per il contesto. In particolare, è dedicato alle Società Benefit che cercano un modo di osservare, gestire e rendicontare la propria capacità di creare valore sostenibile per sé e per il contesto.

L'obiettivo dello strumento è guidare l'impresa che si riconosce nella visione di fondo della Buona Impresa nella valutazione delle proprie performance e del valore che, così facendo, genera per gli stakeholder.

## Legami.

Abbiamo proceduto in prima battuta ad individuare le principali categorie di stakeholders, ossia i nostri legami, da intendersi come tutti quegli individui o gruppi di individui che influenzano o sono influenzati da CBS, dalle sue attività, dai suoi prodotti o servizi. Si ricorda che con il termine stakeholder, o portatore d'interesse, si intende qualsiasi soggetto che eserciti un'influenza nei confronti di una società. In termini pratici in questa categoria rientrano i clienti, i fornitori, i finanziatori, i collaboratori, i dipendenti oltre che gruppi di interesse locale o esterni, siano essi residenti sul territorio ove sorge un'azienda o le sue istituzioni pubbliche di riferimento.

L'identificazione e la selezione degli stakeholders è stata effettuata prendendo in esame le principali attività aziendali e il ruolo sociale di CBS all'interno della comunità e del territorio nei quali opera.

STAKEHOLDER	CANALI DI COINVOLGIMENTO
COLLABORATORI	<ul style="list-style-type: none"><li>• Chat su WhatsApp</li><li>• Survey</li><li>• Formazione sulle soft skills / hard skills</li></ul>
CLIENTI: PRIVATI, PROGETTISTI, AZIENDE EDILI	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mail e contatti commerciali</li><li>• Survey</li><li>• Fiere</li><li>• Incontro pubblici</li><li>• Sito azienda, canali social</li></ul>
ARCHITETTI E STUDI DI PROGETTAZIONE	<ul style="list-style-type: none"><li>• Incontri di persona</li><li>• Sito azienda, canali social</li><li>• Incontri pubblici</li></ul>
FORNITORI DI PRODOTTI, FORNITORI DI SERVIZI	<ul style="list-style-type: none"><li>• Incontri di persona</li><li>• Partecipazione a fiere di settore</li><li>• Sito azienda, canali social</li><li>• Survey</li><li>• Incontri pubblici</li></ul>
COMUNITÀ	<ul style="list-style-type: none"><li>• Partecipazione ad eventi</li><li>• Incontri pubblici</li><li>• Sito azienda, canali social</li></ul>
ISTITUTI DI CREDITO	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mail e telefono</li><li>• Incontri di persona</li></ul>
SCUOLA UNIVERSITÀ	<ul style="list-style-type: none"><li>• Partnership con ITS</li><li>• Incontri di persona</li><li>• Incontro pubblico</li></ul>
MEDIA DI SETTORE	<ul style="list-style-type: none"><li>• Comunicati stampa</li><li>• Incontri in presenza</li><li>• Partecipazione ad eventi</li></ul>



# Materialità degli impatti.

LA “MATERIALITÀ” È IL PRINCIPIO CHE DETERMINA QUALI TEMI SONO SUFFICIENTEMENTE IMPORTANTI - PER L’AZIENDA E PER GLI STAKEHOLDER - DA RENDERNE ESSENZIALE LA RENDICONTAZIONE E LA VALUTAZIONE.

Gli approcci più recenti (integrati nei principali standard, come GRI 2022 e ESRS 2023) pongono al centro dell’analisi di materialità gli impatti dell’attività dell’impresa sulla Società.

Oggetto dell’analisi sono tutti gli impatti - effettivi e potenziali, positivi e negativi, intenzionali e non - che entrano in gioco nella generazione di valore da parte dell’azienda.

Nella tabella D) vengono rappresentati gli “IMPATTI SOCIALI E AMBIENTALI STANDARD”, che sono stati identificati osservando i principali standard esistenti (ESRS, GRI, SDGs), la normativa sulle Società Benefit (l. 208/2005, art.1 comma 378, all. 5).

Per ciascuno dei diversi impatti, abbiamo indicato quanto li riteniamo rilevanti, scegliendo 4 opzioni:

> **TRASCURABILE**

Trascurabili non perché non interessino, ma perché sono aree di fatto poco impattate dall’attività ordinaria dell’azienda.

> **ABBASTANZA RILEVANTE**

Non costituiscono il cuore dell’impatto, ma sono da tenere in considerazione perché l’attività dell’azienda ha ricadute in questo senso (per caratteristiche dell’industry, del modello di business etc).

> **MOLTO RILEVANTE**

Sono gli impatti principali che l’azienda genera, in modo strutturalmente legato alla propria attività e al proprio scopo, su società e ambiente.

> **CORE BUSINESS**

Sono gli impatti che rappresentano il core business, cioè centrali per definire l’identità e la proposta di valore dell’impresa.

Gli impatti definiti come abbastanza o molto rilevanti, o come core business, rimandano ad elementi di valutazione specifici in SABI, i quali concorrono a determinare la valutazione finale dell’impatto. Gli impatti definiti come trascurabili non sono inclusi nella valutazione, salvo che per la verifica dei requisiti minimi di sostenibilità, che sono applicabili a tutte le imprese




Attraverso l’analisi di materialità proposta da SABI, abbiamo identificato gli impatti rilevanti - effettivi e potenziali, positivi e negativi, intenzionali e non - che entrano in gioco nella generazione di valore da parte della nostra azienda..

D) TABELLA MATERIALITÀ DEGLI IMPATTI	
Singoli impatti	Rilevanza per CBS
Disuguaglianze economiche e sociali: il miglioramento o l'aggravio delle disuguaglianze economiche e/o sociali tra gli individui, ossia di quelle condizioni che possono causare differenze nel possesso di risorse e quindi nella generazione di opportunità di vita	Abbastanza rilevante
Diversità, Equità e Inclusione: il rispetto e la tutela della diversità, non solo in termini di genere ma anche in considerazione di etnia, disabilità, età, ecc., un trattamento equo e inclusivo per tutti, senza discriminazioni	Core business
Salute e sicurezza dei lavoratori: la salute, il benessere e la sicurezza, fisica, mentale e della sfera privata dei collaboratori, garantendo i mezzi necessari alla loro protezione e tutela	Core business
Benessere degli individui: la qualità della vita delle persone, esterne all'impresa, i loro bisogni e le loro aspettative di soddisfazione	Core business
Diritti Umani: la tutela dei diritti inalienabili degli esseri umani (essenziali a garantire loro dignità, sopravvivenza e sviluppo), siano essi interni o esterni all'impresa	Core business
Cambiamento climatico: i mutamenti a lungo termine che possono interessare le temperature e i modelli meteorologici globali	Core business
Inquinamento: l'immissione o la riduzione di sostanze inquinanti in atmosfera, nelle acque e nel suolo, potenzialmente nocive per la salute umana e/o l'ambiente	Core business
Acque e risorse marine: la buona o cattiva gestione dell'acqua e delle risorse marine (prelievo massivo, spreco, cattivo utilizzo)	Abbastanza rilevante

Singoli impatti	Rilevanza per CBS
Biodiversità ed ecosistemi: la variabilità degli organismi viventi, appartenenti agli ecosistemi terrestri, marini, o acquatici, o a complessi ecologici in generale	Abbastanza rilevante
Circolarità e uso delle risorse: l'uso efficiente delle risorse presenti nell'ecosistema, nella produzione e nel consumo, finalizzato ad evitarne la diminuzione e a mantenerne il valore il più a lungo possibile nel tempo, in una logica di economia circolare	Core business
Progresso della società e innovazione: lo sviluppo e la crescita della società dal punto di vista del cambiamento, del progresso e dell'innovazione, anche di natura tecnologica, digitale, scientifica	Core business
Educazione, informazione e cultura: la diffusione di contenuti educativi, formativi, culturali e di iniziative volte a mantenere e/o migliorare le competenze e le conoscenze dei lavoratori interni all'impresa, ma anche del largo pubblico	Core business
Sviluppo economico: la crescita e lo sviluppo della società dal punto di vista economico, sia all'interno dell'impresa (per collaboratori, investitori, soci, ecc.) che all'esterno (territori limitrofi, comunità intercettate, indotto, ecc.)	Core business
Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori: la crescita individuale e professionale dei collaboratori dell'impresa, lo sviluppo delle competenze, il benessere fisico e mentale e la loro soddisfazione come persone	Core business
Comunità Locali: Singole persone o gruppi che vivono o lavorano in un determinato contesto e che potrebbero essere interessati dalle attività dell'impresa (es. abitanti in prossimità dei siti produttivi, popoli indigeni, enti territoriali, ecc.)	Core business



















# Valutazione degli impatti.

Di seguito, vengono presentati gli impatti materiali, con una valutazione dell'impatto generato dall'attività della azienda, in base all'autovalutazione espressa sui singoli elementi del modello.

- >  **PUNTO CRITICO**  
e anche solo un Requisito Minimo pertinente risulta "non verificato" o "in via di definizione"
- >  **ATTENZIONE**  
se anche solo uno degli elementi che generano tale impatto ha una valutazione critica (1 o 2)
- >  **MOLTO BENE**  
se la media degli elementi che generano tale impatto è superiore a 3,8

> **NEUTRO: NEGLI ALTRI CASI**  
Sono inoltre ricapitolati per ogni impatto gli elementi che vi incidono. Sono le leve su cui lavorare per migliorare ulteriormente il proprio impatto positivo.

Gli impatti sono presentati in ordine di importanza per l'azienda: a partire da quelli legati al Core Business fino a quelli giudicati abbastanza rilevanti. Gli impatti valutati come trascurabili non sono rappresentati.

	<b>Diversità, equità e inclusione</b> Core business			<b>5 PARITÀ DI GENERE</b> Eguaglianza di genere ed empowerment di tutte le donne.
	<b>Salute e sicurezza dei lavoratori</b> Core business			<b>8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA</b> per tutti.
	<b>Benessere degli individui</b> Core business			<b>3 SALUTE E BENESSERE</b> Per tutti e per tutte le età.
	<b>Diritti umani</b> Core business			<b>2 SCONFIGGERE LA FAME</b> Migliorare la nutrizione, promuovere l'agricoltura sostenibile.
	<b>Cambiamento climatico</b> Core business			<b>13 LOTTA CONTRO IL CAMBIAMENTO CLIMATICO</b> Adottare misure urgenti.
	<b>Inquinamento</b> Core business			<b>15 VITA SULLA TERRA</b> Proteggere l'ecosistema terrestre.

!	Circularità e uso delle risorse Core business			12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI Garantire modelli sostenibili.
✓	Progresso della Società e innovazione Core business			9 IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE Industrializzazione sostenibile.
✓	Educazione, informazione e cultura Core business			4 ISTRUZIONE DI QUALITÀ Equa e inclusiva.
!	Sviluppo economico Core business			8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA per tutti.
!	Sviluppo benessere e realizzazione dei lavoratori Core business			8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA per tutti.
!	Comunità locali Core business			11 CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI Insediamenti umani inclusivi, sicuri, duraturi e sostenibili.
✗	Diseguaglianze economiche e sociali Impatto abbastanza rilevante			10 RIDURRE LE DISUGUAGLIANZE all'interno e fra le nazioni.
✗	Acque e risorse marine Impatto abbastanza rilevante			13 LOTTA CONTRO IL CAMBIAMENTO CLIMATICO Adottare misure urgenti.
✗	Biodiversità ed Ecosistemi Impatto abbastanza rilevante			15 VITA SULLA TERRA Proteggere l'ecosistema terrestre.

# Valutazione dei rischi.

Di seguito, vengono riproposti tutti i requisiti minimi richiesti nelle diverse sezioni della autovalutazione, con la risposta assegnata dall'impresa. La visione di insieme risulta utile

per individuare i rischi non ancora presidiati o poco gestiti: condizioni importanti da prendere in carico per rispettare l'impegno al "first, do no significant harm".

## E) TABELLA VALUTAZIONE DEI RISCHI

Minimum requirement	Autovalutazione
Salario dignitoso	Soddisfatto
Disparità salariali	In via di definizione
Salario dignitoso nella filiera	Soddisfatto
Monitoraggio Diversity & Inclusion	Soddisfatto
Accessibilità	Soddisfatto
Parità di genere	Soddisfatto
Salute e sicurezza dei collaboratori	Soddisfatto
Salute e sicurezza dei clienti	Soddisfatto
Rispetto dei diritti umani	Soddisfatto
Comunità Locali	Soddisfatto
Monitoraggio e riduzione delle emissioni GhG	Soddisfatto
Monitoraggio e riduzione dei consumi di risorse	Soddisfatto
Fisco e tasse	Soddisfatto
Rispetto degli impegni economici	Soddisfatto
Anticorruzione e Conflitto d'Interessi	Soddisfatto
Comunicazione e Trasparenza	Soddisfatto
Monitoraggio e riduzione inquinamento	In via di definizione
Monitoraggio e riduzione scarichi idrici	Requisiti minimi non soddisfatti
Monitoraggio e riduzione dell'impatto sulla biodiversità	Requisiti minimi non soddisfatti

# La creazione del valore.

In questa sezione vengono visualizzati gli esiti di dettaglio del questionario, per la parte di Creazione di Valore in termini di Prodotto, Lavoro e Valore Economico.



F) TABELLA SULLA CREAZIONE DI VALORE: PRODOTTO			
Elemento di valutazione	Autovalutazione	Media valutazione stakeholder	Impatti generati
Qualità del prodotto	4.00	4.61	<ul style="list-style-type: none"><li>Diversità, Equità e Inclusione</li><li>Salute e sicurezza dei lavoratori</li><li>Benessere degli individui</li><li>Diritti Umani</li><li>Cambiamento climatico</li><li>Progresso della società e innovazione</li><li>Educazione, informazione e cultura</li><li>Sviluppo economico</li><li>Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori</li><li>Comunità Locali</li></ul>
Qualità della relazione con i clienti	5.00	4.79	<ul style="list-style-type: none"><li>Diversità, Equità e Inclusione</li><li>Salute e sicurezza dei lavoratori</li><li>Benessere degli individui</li><li>Diritti Umani</li><li>Cambiamento climatico</li><li>Educazione, informazione e cultura</li><li>Sviluppo economico</li><li>Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori</li><li>Comunità Locali</li></ul>
Contributo al benessere delle persone	4.00	4.57	<ul style="list-style-type: none"><li>Diversità, Equità e Inclusione</li><li>Salute e sicurezza dei lavoratori</li><li>Benessere degli individui</li><li>Diritti Umani</li><li>Cambiamento climatico</li><li>Progresso della società e innovazione</li><li>Educazione, informazione e cultura</li><li>Sviluppo economico</li></ul>
Accessibilità e inclusività	4.00	4.10	<ul style="list-style-type: none"><li>Disuguaglianze economiche e sociali</li><li>Diversità, Equità e Inclusione</li><li>Benessere degli individui</li><li>Progresso della società e innovazione</li><li>Sviluppo economico</li><li>Comunità Locali</li></ul>

Elemento di valutazione	Autovalutazione	Media valutazione stakeholder	Impatti generati
Contributo al benessere del pianeta	3.00	4.07	<ul style="list-style-type: none"><li>Cambiamento climatico</li><li>Inquinamento Acque e risorse marine</li><li>Biodiversità ed ecosistemi</li><li>Circolarità e uso delle risorse</li></ul>
Materie prime	4.00	4.08	<ul style="list-style-type: none"><li>Inquinamento</li><li>Biodiversità ed ecosistemi</li><li>Circolarità e uso delle risorse</li></ul>
Fine Vita del prodotto (economia circolare)	2.00	3.97	<ul style="list-style-type: none"><li>Inquinamento</li><li>Acque e risorse marine</li><li>Biodiversità ed ecosistemi</li><li>Circolarità e uso delle risorse</li></ul>
Innovazione di prodotto	3.00	4.1	<ul style="list-style-type: none"><li>Diversità, Equità e Inclusione</li><li>Benessere degli individui</li><li>Cambiamento climatico</li><li>Inquinamento</li><li>Circolarità e uso delle risorse</li><li>Progresso della società e innovazione</li><li>Educazione, informazione e cultura</li><li>Sviluppo economico</li><li>Comunità Locali</li></ul>
Cultura	5.00	3.94	<ul style="list-style-type: none"><li>Benessere degli individui</li><li>Diritti Umani</li><li>Cambiamento climatico</li><li>Progresso della società e innovazione</li><li>Educazione, informazione e cultura</li><li>Sviluppo economico</li><li>Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori</li></ul>

LEGENDA dei criteri di valutazione:  
1.00 Forte criticità - 2.00 Qualche problema - 3.00 Ok ma migliorabile - 4.00 Ben presidiato  
5.00 Un risultato speciale - 6.00 Insuperabile



G) TABELLA SULLA CREAZIONE DI VALORE: LAVORO

Elemento di valutazione	Autovalutazione	Media valutazione stakeholder	Impatti generati
Creazione e remunerazione di lavoro	4.00	4.5	<ul style="list-style-type: none"><li>Disuguaglianze economiche e sociali</li><li>Progresso della società e innovazione</li><li>Sviluppo economico</li><li>Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori</li></ul>
Welfare aziendale e benefit	4.00	3.75	<ul style="list-style-type: none"><li>Disuguaglianze economiche e sociali</li><li>Salute e sicurezza dei lavoratori</li><li>Benessere degli individui</li><li>Sviluppo economico</li><li>Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori</li></ul>
Prospettive e tutela dei lavoratori	4.00	5.00	<ul style="list-style-type: none"><li>Disuguaglianze economiche e sociali</li><li>Benessere degli individui</li><li>Diritti Umani</li><li>Progresso della società e innovazione</li><li>Sviluppo economico</li><li>Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori</li></ul>
Coerenza ruolo-persona	4.00	4.75	<ul style="list-style-type: none"><li>Diversità, Equità e Inclusione</li><li>Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori</li></ul>
Sviluppo professionale e formazione	4.00	5.00	<ul style="list-style-type: none"><li>Disuguaglianze economiche e sociali</li><li>Progresso della società e innovazione</li><li>Educazione, informazione e cultura</li><li>Sviluppo economico</li><li>Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori</li></ul>
Chiarezza organizzativa	4.00	4.75	<ul style="list-style-type: none"><li>Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori</li></ul>
Relazioni e col-laborazione	4.00	4.75	<ul style="list-style-type: none"><li>Benessere degli individui</li><li>Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori</li></ul>
Riconoscimento	4.00	4.50	<ul style="list-style-type: none"><li>Benessere degli individui</li><li>Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori</li></ul>
Valorizzazione delle differenze e Inclusione	4.00	4.25	<ul style="list-style-type: none"><li>Diversità, Equità e Inclusione</li><li>Diritti Umani</li><li>Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori</li></ul>



H) TABELLA SULLA CREAZIONE DI VALORE ECONOMICO

Elemento di valutazione	Autovalutazione	Media valutazione stakeholder	Impatti generati
Fatturato	5.00	N/A	<ul style="list-style-type: none"><li>Sviluppo economico</li></ul>
Redditività	5.00	N/A	<ul style="list-style-type: none"><li>Sviluppo economico</li></ul>
Condivisione con i lavoratori	3.00	4.00	<ul style="list-style-type: none"><li>Disuguaglianze economiche e sociali</li><li>Diversità, Equità e Inclusione</li><li>Sviluppo economico</li><li>Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori</li><li>Comunità Locali</li></ul>
Politiche di prezzo al cliente	4.00	3.96	<ul style="list-style-type: none"><li>Disuguaglianze economiche e sociali</li><li>Sviluppo economico</li></ul>
Remunerazione del capitale	4.00	N/A	<ul style="list-style-type: none"><li>Sviluppo economico</li></ul>
Investimenti	3.00	N/A	<ul style="list-style-type: none"><li>Progresso della società e innovazione</li><li>Sviluppo economico</li></ul>
Sostegno all'indotto	4.00	N/A	<ul style="list-style-type: none"><li>Disuguaglianze economiche e sociali</li><li>Sviluppo economico</li><li>Comunità Locali</li></ul>
Filantropiai	4.00	N/A	<ul style="list-style-type: none"><li>Disuguaglianze economiche e sociali</li><li>Sviluppo economico</li><li>Comunità Locali</li></ul>

LEGENDA dei criteri di valutazione:  
1.00 Forte criticità - 2.00 Qualche problema - 3.00 Ok ma migliorabile - 4.00 Ben presidiato  
5.00 Un risultato speciale - 6.00 Insuperabile

# Risultati di sintesi.

I) TABELLA AUTOVALUTAZIONE RISPETTO ALLA GOVERNANCE

Elemento di valutazione	Rilevanza per CBS	Autovalutazione
ORIENTAMENTO DI FONDO	Un risultato speciale	5.00
SINTONIA SULL'ORIENTAMENTO	Ben presidiato	4.00
PROCESSI ETICI	Ok ma migliorabile	3.00
PROCESSI GESTIONALI	Ok ma migliorabile	3.00
PROCESSI E STRUMENTI DI SOSTENIBILITÀ	Ben presidiato	4.00
PROCESSI DI CONDIVISIONE	Ben presidiato	4.00
COGENZA IMPEGNO	Insuperabile	6.00

La Tabella L) intende offrire uno sguardo di sintesi della creazione di valore attraverso i principali pilastri dell'attività di impresa: il Prodotto, il Lavoro e il Valore economico. Sono rappresentate le prime due dimensioni di ciascun pilastro (elementi che creano valore e elementi che qualificano una "buona" creazione

di valore). La valutazione di sintesi per ciascuna dimensione corrisponde alla media delle valutazioni assegnate ai singoli elementi che compongono quella dimensione.

L) TABELLA SULLA SINTESI DELLA CREAZIONE DI VALORE

Elemento di valutazione	Rilevanza per CBS	Autovalutazione	Rilevanza per stakeholder	Valutazione stakeholder
qualità dell'offerta	Un risultato speciale	5.00	Un risultato speciale	5.00
contributo alla società	Ok ma migliorabile	3.00	Ben presidiato	4.00
impegno contra	Ben presidiato	4.00	Un risultato speciale	5.00
realizzazione prof	Ben presidiato	4.00	Un risultato speciale	5.00
creazione di avlore economico	Un risultato speciale	5.00	Un risultato speciale	5.00
condivisione delmavlore eco	Ben presidiato	4.00	Ok ma migliorabile	3.00

LEGENDA dei criteri di valutazione:  
1.00 Forte criticità - 2.00 Qualche problema - 3.00 Ok ma migliorabile - 4.00 Ben presidiato  
5.00 Un risultato speciale - 6.00 Insuperabile



# Il valore nel tempo.

NELLA TABELLA M) SI INTENDE RESTITUIRE UNO SGUARDO D'INSIEME RISPETTO AD UN ELEMENTO CARATTERIZZANTE DELL'OSSERVAZIONE DEL MODELLO DELLA BUONA IMPRESA, OVVERO LA CAPACITÀ DI CONTINUARE A GENERARE VALORE PER LA SOCIETÀ NEL LUNGO PERIODO.

Sono rappresentate le “terze dimensioni” relative a Prodotto, Lavoro e Valore economico (rispet-

tivamente: continuità dell’offerta, continuità organizzativa, continuità economica). In particolare: per l’impresa viene espressa la valutazione rispetto alla fidelizzazione di clienti, lavoratori e soci; la valutazione degli stakeholder invece è la media delle risposte date alle domande rispetto all’intenzione di consigliare ad altri l’impresa (consigli per gli acquisti, da parte dei clienti; consigli come datore di lavoro, per i lavoratori; consigli di investimento, per i soci).

M) TABELLA SULLA CONTINUITÀ NEL TEMPO DELLA CREAZIONE DI VALORE

Elemento di valutazione	Rilevanza per CBS	Autovalutazione	Rilevanza per stakeholder	Valutazione stakeholder
Condizioni di sostenibilità dell'offerta	Un risultato speciale	5.00	Ben presidiato	4.40
Sostenibilità del modello organizzativo	Ben presidiato	4.00	Un risultato speciale	5.00
Condizioni di sostenibilità economico finanziaria	Ben presidiato	4.00	Ben presidiato	4.00
Continuità delle operations	Un risultato speciale	5.00	Un risultato speciale	5.00

LEGENDA dei criteri di valutazione:  
1.00 Forte criticità - 2.00 Qualche problema - 3.00 Ok ma migliorabile - 4.00 Ben presidiato  
5.00 Un risultato speciale - 6.00 Insuperabile





# Il respiro di CBS.

## La CO<sup>2</sup> risparmiata, un serramento alla volta.

GLI INTERVENTI OPERATI DA CBS NEL 2024 HANNO GENERATO UN RISPARMIO SOSTANZIALE NELLA PRODUZIONE DI CO<sup>2</sup>. LE CIFRE RIPORTATE NELLA TABELLA EVIDENZIANO TALE RIDUZIONE.

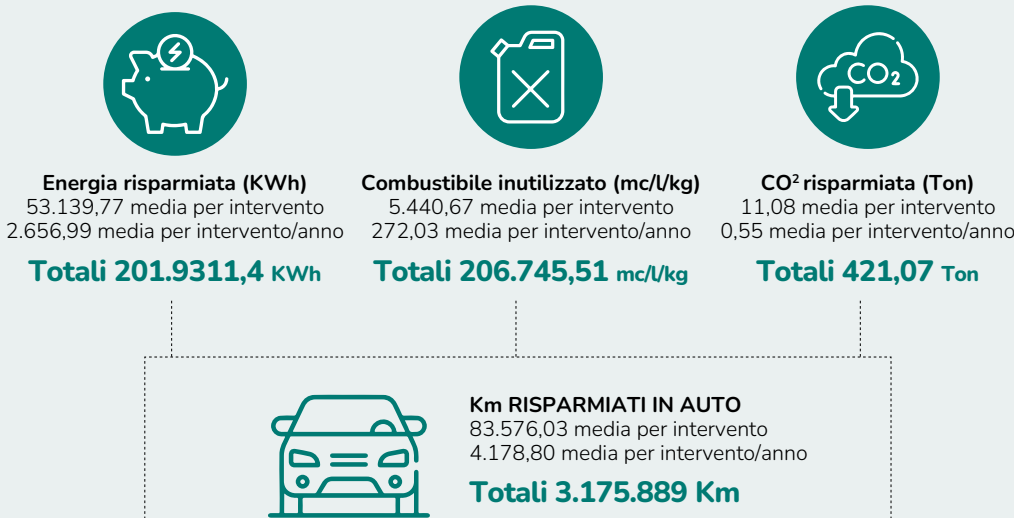
Per i prossimi 20 anni in media ogni intervento realizzato nel 2024 determinerà più di 53.000 Kwh di risparmio di energia per un risparmio totale pari a più di duecentomila Kwh. La CO<sup>2</sup> non prodotta nei prossimi venti anni sarà pari a 421 tonnellate. In breve, ogni intervento realizzato

da CBS consente di ridurre la produzione di CO<sup>2</sup> per più di mezza tonnellata all'anno. Da notare l'equivalente stimato in termini di km percorsi da un'automobile: **nei prossimi venti anni il risparmio di CO<sup>2</sup> sarà equivalente a più di tre milioni di chilometri non percorsi da un'automobile.** Chiaramente il 97% dell'energia risparmiata nei prossimi venti dipenderà dai nuovi serramenti installati e solamente in minima parte da schermature solari e oscuranti. In media, ogni installazione di nuovi serramenti consentirà una produzione minore di CO<sup>2</sup> pari a 0,63 tonnellate per anno, laddove le schermature solari consentano una minore produzione media pari a 0,15 tonnellate per anno.

A titolo di completezza, è opportuno anche i dati della CO<sup>2</sup> non prodotta grazie agli interventi effettuati nel 2024 sono da sommare a quelli derivanti dagli interventi realizzati nel 2023. In totale, gli interventi realizzati da CBS tra il 2023 e il 2024 consentiranno una minore produzione di CO<sup>2</sup> pari a 774 tonnellate di CO<sub>2</sub> nei successivi venti anni. **Utilizzando nuovamente la scala di equivalenza con i chilometri percorsi in auto, gli interventi realizzati consentono di risparmiare quasi 6 milioni di chilometri percorsi in auto.** Fino al 2043, pertanto, ogni intervento di CBS avrà determinato in media una minore produzione di CO<sup>2</sup> di quasi 14 tonnellate e un risparmio medio di poco più di sessanta-cinquemila KWh. In questo periodo di tempo,

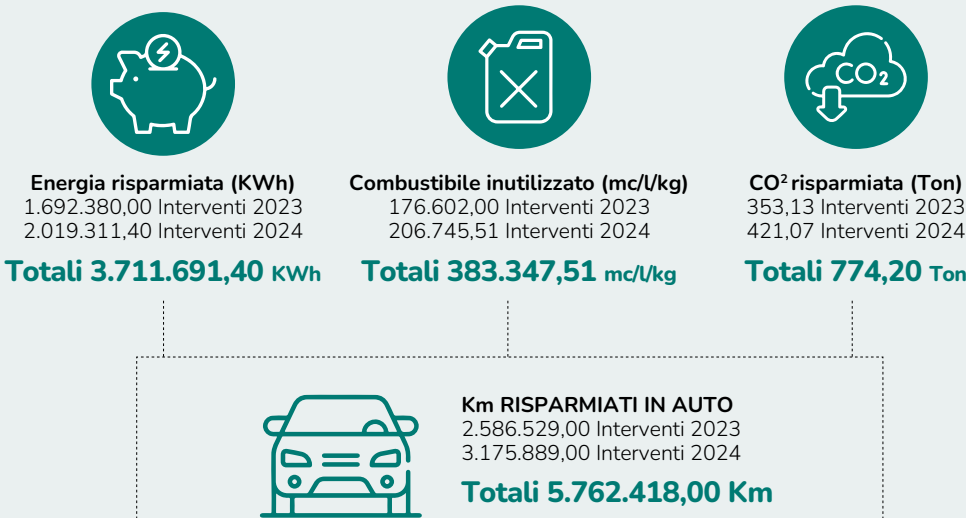
pertanto, si può calcolare che ogni intervento di CBS avrà fatto risparmiare in media ogni anno poco più di 0,7 tonnellate (= 0,7 tonnellate per anno) di CO<sup>2</sup> e più di tremila Kwh (= 3.300 Kwh per anno).

## Risparmio ambientale - in 20 anni -



\* Percorrenza di un'auto di media cilindrata a benzina con un consumo medio di 5,7 l/100 Km

## Minore produzione CO<sup>2</sup> 2023/24 - in 20 anni -

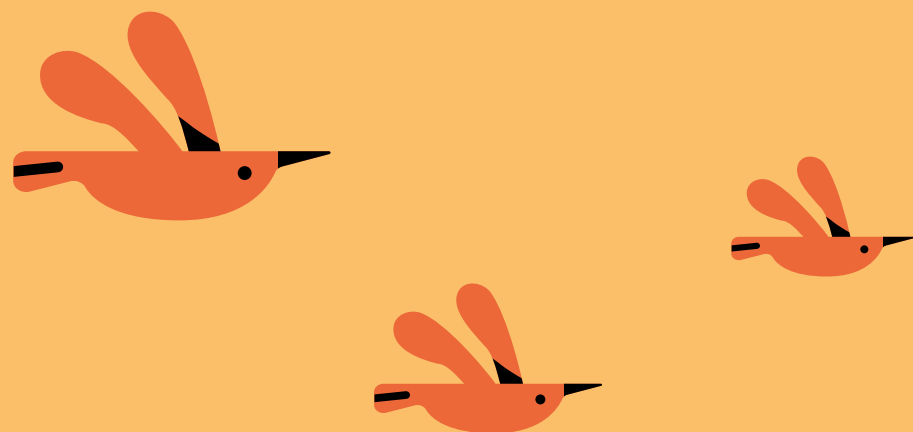


\* Percorrenza di un'auto di media cilindrata a benzina con un consumo medio di 5,7 l/100 Km

04

“Il nostro impegno come Società Benefit risiede nella volontà di generare un impatto positivo sul mondo attraverso la nostra attività imprenditoriale. Vogliamo essere parte del cambiamento, riducendo gli impatti negativi e amplificando quelli positivi. Questo non è solo il modo in cui concepisco l'imprenditoria, ma è anche una testimonianza dei nostri valori più profondi”.


VERSO IL FUTURO.



# Verso il futuro.

CBS si impegna a continuare il suo percorso verso una maggiore sostenibilità e a migliorare ulteriormente il suo impatto positivo sull'ambiente e sulla società. Gli obiettivi per il 2025

includono l'aumento dell'uso di energie rinnovabili, l'espansione delle iniziative educative e il rafforzamento delle collaborazioni con le comunità locali.

N) TABELLA OBIETTIVI 2025		
Beneficio comune	Stakeholders	Obiettivo
Promuovere l'abbattimento CO <sup>2</sup> grazie installazione di serramenti a basso impatto, riducendo consumo CO <sup>2</sup> e diffondendo fra clienti finali (cittadini) cultura sostenibilità	 Clienti /Fornitori	<ul style="list-style-type: none"><li>• Installare servizi/prodotti che attraverso l'efficienza energetica permettano di ridurre la produzione di CO<sup>2</sup></li></ul>
Favorire la formazione e la divulgazione al fine di aumentare la consapevolezza sui temi ambientali e sulle buone pratiche in tema di sostenibilità ed efficienza energetica	 Clienti /Fornitori	<ul style="list-style-type: none"><li>• Promuovere la conoscenza e la diffusione di informazioni sui temi ambientali, attraverso attività formative e divulgative rivolte a cittadini, scuole, imprese e istituzioni, con l'intento di favorire comportamenti sostenibili e l'adozione di pratiche efficienti dal punto di vista energetico.</li><li>• Produrre e diffondere contenuti legati all'impatto sostenibile, anche attraverso il rifacimento del sito aziendale e l'efficientamento della comunicazione attraverso i canali digitali, aziendali.</li><li>• Modificare gli strumenti di prevenzione per i clienti valorizzando i benefici ambientali degli interventi di risanamento energetico.</li></ul>
Realizzare interventi e servizi finalizzati alla salvaguardia e al miglioramento delle condizioni dell'ambiente e all'uso accorto e razionale delle risorse naturali	 Clienti /Fornitori	<ul style="list-style-type: none"><li>• Promuovere l'adozione di pratiche di economia circolare incentivando l'utilizzo di prodotti realizzati con materiali riciclati, al fine di ridurre l'impatto ambientale e valorizzare il riuso delle risorse.</li><li>• Approntare miglioramenti sugli aspetti di gestione ambientale all'interno dell'azienda, anche grazie a migliore mappatura dei consumi energetici</li></ul>

Beneficio comune	Stakeholders	Obiettivo
Favorire la crescita professionale dei collaboratori, mediante programmi di formazione continua, operando in modo responsabile nei confronti dei collaboratori, dei partners e dei fornitori e di tutte le altre risorse coinvolte nello sviluppo delle iniziative della società, per facilitare il benessere e la valorizzazione delle persone che lavorano e collaborano con l'azienda	 Dipendenti	<ul style="list-style-type: none"><li>• Formazione interna ai dipendenti sui valori aziendali, sui temi dello sviluppo sostenibile, sull'intelligenza artificiale diffondendo la cultura dell'impatto positivo e dell'innovazione responsabile.</li></ul>
Realizzare un impegno costante a diffondere pratiche di sostenibilità fra i propri fornitori e clienti, con l'obiettivo di favorire la creazione e il consolidamento di una filiera dell'abitare sempre più sostenibile e duratura;	 Architetti, Imprese della filiera casa	<ul style="list-style-type: none"><li>• Promozione cultura costruzione sostenibile, aumentando il numero di tecnici coinvolti nei progetti anche in veste di clienti btb</li></ul>
Collaborare in maniera continuativa con altre Società Benefit, poiché esse rappresentano gli attori del mercato ideali per contribuire al bene comune e produrre valore condiviso nel mercato e nella società;	 Aziende fornitori, e società benefit	<ul style="list-style-type: none"><li>• Realizzare partnership fra aziende fornitori e società benefit</li></ul>
La diffusione della cultura e delle pratiche della cultura della sostenibilità fra i giovani, in particolare nelle Scuole e nelle Università, e sostenere lo sviluppo culturale del territorio, mediante la promozione e l'organizzazione di eventi culturali;	 Scuole	<ul style="list-style-type: none"><li>• Consolidare la partnership con gli istituti scolastici.</li><li>• Realizzare progetto con Università coinvolgendo in particolare studenti architettura</li></ul>
Promuovere la realizzazione di iniziative, in collaborazione con enti pubblici, istituzioni, enti senza scopo di lucro, al fine di generare un impatto positivo nella collettività, per favorire lo sviluppo sostenibile;	 Dipendenti, clienti, fornitori, comunità	<ul style="list-style-type: none"><li>• Organizzare incontro di presentazione della relazione di impatto Favorire la realizzazione di momenti di incontro con decisori pubblici</li></ul>
Realizzare azioni concrete finalizzate all'uguaglianza di genere in una prospettiva di lungo periodo	 Comunità	<ul style="list-style-type: none"><li>• Favorire attraverso la partecipazione a progetti anche realizzati da altri la crescita della cultura della parità di genere</li></ul>

Un passo in più, nella stessa direzione.

Grazie a tutti i nostri clienti.  
La vostra fiducia ci ha permesso di arrivare fin qui,  
di diventare società benefit e di dare ancora più valore  
a quello in cui crediamo da sempre:  
un lavoro fatto bene, con le persone al centro.

Per noi, questo cambiamento è una conferma.  
Un punto d'arrivo che diventa subito un nuovo inizio.  
Perché ogni finestra che installiamo non è solo un prodotto:  
è un gesto concreto che connette persone, idee, case e futuro.

Un ringraziamento speciale va a  
Daniele, Simona, Fede, Massimo,  
Carlos, Gabriele, Maurizio, Valentina, Angelo e Lorenzo:  
siete l'anima di CBS, ogni giorno.

E alle mie radici, Francesco e Lucia, il grazie più grande.

Continuiamo così.  
Un serramento alla volta.

Stefano Comida

