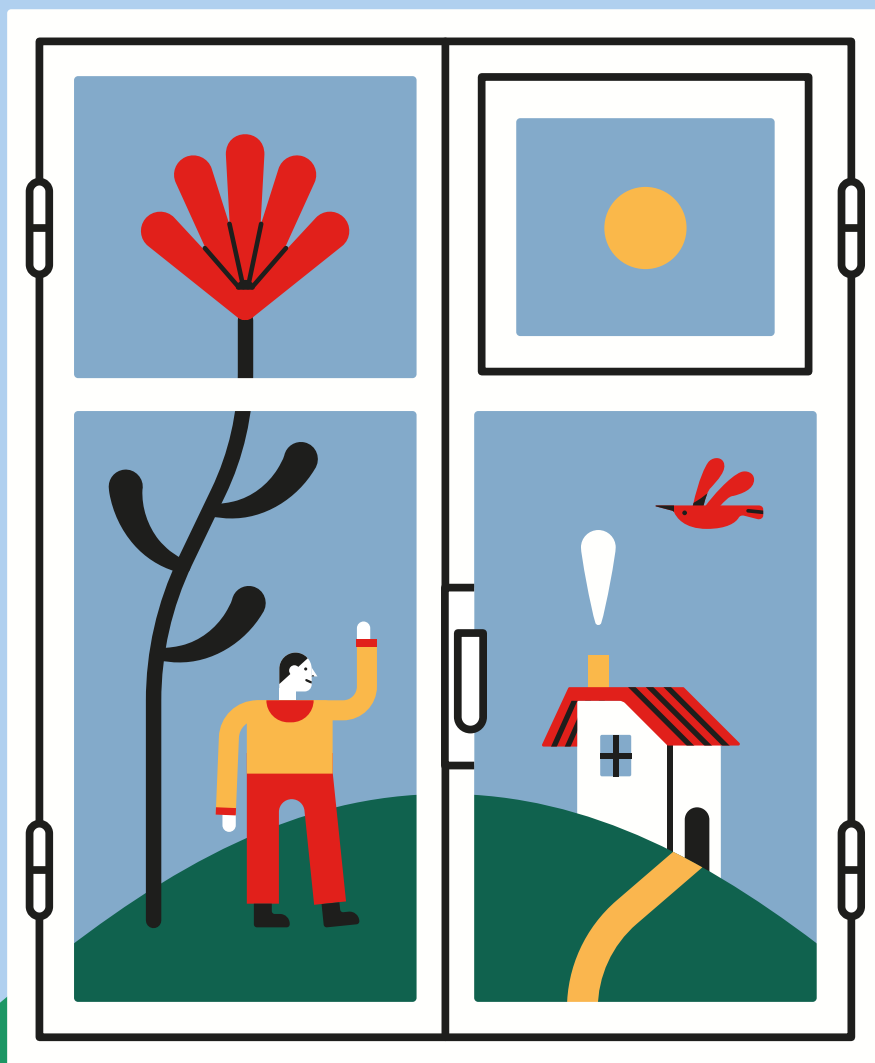


Relazione d'Impatto 2026





Relazione d'Impatto 2026

Questo documento racconta il 2025 di CBS Serramenti Srl SB: non come atto dovuto, ma come scelta. Dal gennaio 2023, quando abbiamo modificato il nostro statuto diventando Società Benefit, ci siamo assunti l'impegno di rendere conto - ogni anno, con numeri pubblici - di come lavoriamo e di quale impatto produciamo. Questa relazione è la terza tappa di quel percorso. Si rivolge a chi è parte di CBS: dipendenti, collaboratori, clienti, fornitori, comunità. A chi, in modi diversi, è coinvolto in ciò che facciamo.

Il documento segue un filo preciso. Prima descrive le attività del 2025 e gli obiettivi di beneficio comune che ci eravamo posti, mettendoli in relazione con i traguardi dell'Agenda 2030. Poi entra nel merito delle performance attraverso i tre pilastri della metodologia SABI - derivata dall'approccio della Buona Impresa e adottata in ottemperanza alla Legge 28 dicembre 2015, n. 208: il Prodotto, il Lavoro, il Valore Economico. Sono i tre ambiti in cui si misura concretamente la capacità di un'impresa di creare valore.

La sezione successiva affronta la Sostenibilità Sociale e Ambientale: quanto riusciamo a rispondere ai bisogni dei nostri stakeholder senza ipotecare le possibilità delle generazioni che verranno. Rispetto alla relazione precedente, abbiamo aggiunto un elemento nuovo: l'esito dell'assessment ESG condotto nel dicembre 2025 con lo strumento Ecomate. Una misurazione esterna e indipendente, che affianca la valutazione d'impatto per offrire una lettura più completa di dove siamo. Riportiamo anche il calcolo della CO₂ risparmiata grazie agli interventi di risanamento energetico realizzati nell'anno.

Il documento si chiude con gli obiettivi che ci poniamo per il futuro - inclusi quelli in cui sappiamo di dover migliorare.

01.

10 Lo sviluppo sostenibile
12 Il nostro impegno

02.

16 Le attività del 2025

03.

26 Performance ESG
34 SABI
36 Materialità degli impatti
39 Valutazione degli impatti
41 Valutazione dei rischi
42 La creazione del valore
48 Risultati di sintesi
50 Il valore nel tempo
51 Il respiro di CBS

04.

56 Verso il futuro



Ci sono momenti in cui è necessario fermarsi e guardare il percorso fatto. Non per celebrarsi, ma per capire con lucidità dove siamo arrivati, cosa abbiamo imparato e quale direzione vogliamo continuare a seguire.

Il 2025 è stato un anno particolare. A livello globale ed europeo ho percepito una minore attenzione verso i temi della sostenibilità. In molti casi è sembrata diventare un costo da ridurre, un vincolo da alleggerire o un tema da rimandare. Noi abbiamo scelto di non ragionare così. Per CBS essere Società Benefit non significa seguire una moda o aggiungere una sigla al nome dell'azienda. Significa provare, ogni giorno, a costruire un'impresa solida economicamente, ma capace anche di lasciare qualcosa di positivo alle persone, al territorio e all'ambiente. Questa, per me, è l'idea di buona impresa. Un'impresa concreta, che lavora, produce, installa e risolve problemi reali ai clienti, senza dimenticare il contesto in cui vive. Perché valore economico e valore sociale non sono due mondi separati: quando vengono tenuti insieme con serietà, diventano una forza. Il 2025, per noi, è stato un anno di consolidamento. In un mercato non semplice, abbiamo continuato a fare il nostro lavoro con coerenza. Il nostro primo impatto ambientale nasce proprio da ciò che facciamo ogni giorno: installare serramenti performanti, capaci di migliorare il comfort delle case, ridurre le dispersioni energetiche e contribuire alla diminuzione delle emissioni di CO₂.

Dietro una finestra installata bene ci sono progettazione, competenza, posa corretta, materiali scelti con attenzione e responsabilità verso il cliente. Non basta vendere un prodotto "green": bisogna fare in modo che funzioni davvero, duri nel tempo e generi benefici reali.

Abbiamo continuato a lavorare anche su manutenzione programmata, ottimizzazione dei cantieri, riduzione degli sprechi, logistica e selezione dei fornitori. Anche la filiera conta, per



questo guardiamo con attenzione a partner che condividano standard ambientali seri e certificazioni come EPD e CAM.

Nel 2025 abbiamo dato valore anche al racconto, non come marketing fine a sé stesso, ma come trasparenza. Con "CBS Presenta" abbiamo aperto i nostri spazi alla comunità, creando momenti di confronto su impresa, parità di genere, territorio e futuro. È stato anche l'anno in cui ho avuto l'onore di essere eletto Presidente di CNA Lombardia Serramentisti. Lo considero prima di tutto una responsabilità verso una categoria fatta di artigiani, imprenditori e tecnici che ogni giorno affrontano problemi concreti.

Essere Società Benefit non è un punto di arrivo. È una scelta quotidiana. A volte semplice, a volte scomoda. Significa misurare, migliorare, spiegare e ascoltare.

Non siamo perfetti. Siamo in cammino. E continuiamo a crederci.

Un passo alla volta. Un serramento alla volta.

Stefano Comida
Titolare e Amministratore
CBS Serramenti Srl SB

01 “Una Società Benefit non è un’azienda perfetta. È un’azienda che ha deciso di non smettere di chiedersi se sta facendo abbastanza.”

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 “Quello che non si misura non si migliora.
Quello che non si dichiara non si cambia.
Da qui partiamo ogni anno.”

LE ATTIVITÀ DEL 2025.

Le attività del 2025.

IL 2025 SI È SVILUPPATO IN UN CONTESTO CARATTERIZZATO DA UNA MINORE TENSIONE VERSO I TEMI DELLA SOSTENIBILITÀ. A LIVELLO EUROPEO E INTERNAZIONALE SI È ASSISTITO A UN RALLENTAMENTO, CON UNA PROGRESSIVA RIDUZIONE DELL'URGENZA PERCEPITA E UNA MAGGIORE ATTENZIONE ALLA SEMPLIFICAZIONE NORMATIVA.

CBS ha scelto di non seguire questa direzione. **Abbiamo continuato a lavorare in coerenza con la nostra idea di impresa: concreta, responsabile, radicata nel territorio. Un'idea che si avvicina al concetto di "Buona Impresa", dove il valore economico e il valore sociale non sono in contrapposizione, ma parte dello stesso percorso.**

Il 2025 è stato, in questo senso, un anno di consolidamento. Un anno in cui il modello di impresa civile si è rafforzato, soprattutto nel legame con il territorio e nella capacità di generare relazioni. In un mercato in contrazione, CBS ha mantenuto la propria direzione, dimostrando che è possibile tenere insieme sostenibilità e solidità economica. Anche in questo contesto non sono emerse situazioni di trade-off tra impatto e risultati: la qualità del lavoro e la chiarezza della proposta continuano a sostenere entrambe le dimensioni. L'attività si è concentrata sul cuore del nostro lavoro.

L'installazione di serramenti ad alte prestazioni energetiche resta il primo livello di impatto: meno dispersioni, più comfort, minori emissioni. A questo si affiancano pratiche operative consolidate come la manutenzione programmata e l'ottimizzazione dei cantieri, che riducono sprechi e migliorano l'efficienza complessiva. Parallelamente è proseguito il lavoro sulla filiera, con una selezione sempre più attenta dei fornitori in base a criteri ambientali e certificazioni (EPD, CAM), rafforzando un approccio coerente lungo tutta la catena del valore.

Accanto al fare, si è consolidato il racconto. Nel 2025 la comunicazione ha assunto un ruolo ancora più centrale nel rendere visibile il beneficio comune. Il sito aziendale è stato ripensato per collegare prodotto e impatto, mentre i canali digitali hanno registrato un aumento della frequenza di pubblicazione (+24,5%) e dell'interazione (+11%).

La comunicazione è diventata anche uno spazio di relazione territoriale. Con il format "CBS Presenta" l'azienda ha aperto i propri spazi alla comunità, promuovendo momenti di confronto su impresa, cultura e territorio. Non eventi promozionali, ma occasioni per costruire dialogo.

In questo contesto si inserisce anche il lavoro sulla Relazione d'Impatto, che continua a essere uno strumento centrale. Nel 2025 è stata diffusa in formato fisico e digitale, accompagnata da contenuti di approfondimento – tra cui un video dedicato – per spiegare in modo accessibile risultati e visione dell'azienda come Società Benefit. La Relazione non è solo rendicontazione: è uno strumento di coinvolgimento. Per questo è stata prevista la possibilità per gli stakeholder di fornire feedback, rafforzando il dialogo e l'allineamento.



Sul piano metodologico, CBS ha consolidato il proprio percorso grazie anche al supporto di consulenti esperti. L'utilizzo dello strumento Ecomate ha permesso di integrare la valutazione d'impatto con un'analisi ESG strutturata, offrendo una base più solida e comparabile rispetto agli standard europei.

Le persone restano centrali. Nel 2025 sono proseguite le attività di formazione interna sui temi della sostenibilità, dell'innovazione e dell'evoluzione dei processi aziendali. Allo stesso modo è stato rafforzato il lavoro con la filiera e i professionisti del territorio, coinvolgendo oltre 30 studi di architettura e collaborando con imprese e Società Benefit.



Non tutti gli obiettivi sono stati raggiunti. Alcune attività sono state rimandate per scelte di priorità. Questo fa parte del percorso. Il responsabile d'impatto è Stefano Comida, che garantisce la coerenza tra visione e operatività.



In sintesi, il 2025 segna un passaggio chiaro: CBS continua a evolvere da semplice fornitore di infissi a generatore di valore sociale, mettendo al centro il benessere.



A) TABELLA SULLE ATTIVITÀ DEL 2025


Beneficio comune	Stakeholders	Obiettivo/Risultati 2024
<p>Promuovere l'abbattimento CO² grazie installazione di serramenti a basso impatto, riducendo consumo CO² e diffondendo fra clienti finali (cittadini) cultura sostenibilità.</p>	 <p>Clienti Fornitori</p>	<p>Installare servizi/prodotti che attraverso l'efficienza energetica permettano di ridurre la produzione di Co². Nel corso dell'anno, CBS ha rafforzato le azioni concrete per ridurre l'impronta ecologica.</p> <p>EFFICIENZA ENERGETICA</p> <ul style="list-style-type: none"> La produzione si è focalizzata su serramenti ad altissime prestazioni (alluminio e PVC certificato) e sull'integrazione di sistemi come i cassonetti coibentati e zanzariere con schermatura solare, essenziali per abbattere i consumi domestici. <p>MANUTENZIONE PROGRAMMATA</p> <ul style="list-style-type: none"> È stato introdotto un servizio specifico per prolungare la vita utile degli infissi esistenti, evitando sostituzioni premature e riducendo la produzione di rifiuti. <p>CANTIERI "IMPACT-ZERO" SUL QUOTIDIANO</p> <ul style="list-style-type: none"> Un punto cardine del 2025 è stata l'ottimizzazione dei processi di posa. Esempio è l'intervento in provincia di Sondrio (novembre 2025), dove la squadra ha installato 13 finestre in un solo giorno, minimizzando il disagio per l'abitante e garantendo efficienza immediata. <p>🎯 Obiettivo raggiunto</p>
<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.</p>	 <p>Clienti Fornitori</p>	<p>Promuovere la cultura ambientale tramite attività formative e divulgative rivolte a cittadini, scuole, imprese e istituzioni, favorendo comportamenti sostenibili ed efficienza energetica.</p> <p>Il 2025 ha segnato il lancio di "CBS Presenta", un format innovativo con cui l'azienda ha aperto i propri spazi (e luoghi storici come Villa Gianetti a Saronno) alla comunità.</p> <p>DIALOGO SU IMPRESA E TERRITORIO</p> <ul style="list-style-type: none"> A novembre 2025 CBS ha ospitato l'incontro sul libro "Una questione di libertà. Imprese, potere e territori" di Stefano Binda e Matteo Reale, evidenziando il ruolo delle PMI nella coesione sociale del territorio. <p>PIATTAFORMA DI INCONTRO</p> <ul style="list-style-type: none"> L'azienda si è trasformata in un luogo di pensiero, favorendo il dibattito sulla responsabilità civile delle imprese e sulla libertà economica legata al benessere dei territori. <p>🎯 Obiettivo raggiunto</p>

Beneficio comune	Stakeholders	Obiettivo/Risultati 2024
		<p>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.</p> <p>RILASCIO NUOVO SITO OTTIMIZZATO PER AUMENTARE LA CONSAPEVOLEZZA SULL'IMPATTO ENERGETICO DEI SERRAMENTI</p> <ul style="list-style-type: none"> CBS ha creato un nuovo sito aziendale cbserramenti.it come strumento concreto di formazione e divulgazione sui temi della sostenibilità e dell'efficienza energetica. Il sito è strutturato per agevolare la comprensione dell'impatto energetico dei serramenti, con sezioni dedicate ai prodotti che raccontano non solo il design ma anche il contributo di ogni intervento al risparmio energetico dell'impianto. Un blog rinnovato, con contenuti dedicati alla sostenibilità e alle buone pratiche sul prodotto, accompagna l'utente nella comprensione di temi spesso percepiti come esclusivamente tecnici. L'impegno nella divulgazione riguarda anche il metodo di installazione, presentato come fattore determinante per l'efficacia energetica dell'intervento complessivo. <p>CAMPAGNE MARKETING</p> <ul style="list-style-type: none"> Nel 2025 CBS ha intensificato la propria presenza sui canali digitali e sul territorio. La pagina Facebook aziendale ha registrato 60.806 visualizzazioni dei contenuti pubblicati, il profilo Instagram 60.853. La frequenza di pubblicazione sulle piattaforme social segna un incremento del +24,5% rispetto allo stesso periodo del 2024, con un aumento dell'interazione con i contenuti dell'11%. <p>Sul territorio è stata realizzata una campagna di affissione locale a supporto della presentazione del libro "Una questione di libertà. Imprese, potere e territori" di Stefano Binda e Matteo Reale: 30 manifesti nel saronnese per 20 giorni, affiancati da una campagna social dedicata che ha generato 4.500 visualizzazioni del video narrativo.</p> <p>Il sito cbserramenti.it ha registrato nel 2025 un incremento del 10,2% degli utenti attivi rispetto al 2024, con oltre 4.300 nuovi visitatori. Le fonti di traffico principali sono la ricerca organica (+36,2%) e il traffico diretto (+43,9%). Le pagine più visitate sono Contatti, Home, Prodotti e Realizzazioni.</p> <p>✔ Obiettivo raggiunto</p> <p>Modificare gli strumenti di preventivazione per i clienti valorizzando i benefici ambientali degli interventi di risanamento energetico.</p> <ul style="list-style-type: none"> PREVENTIVI CON PIANO DEI LAVORI <p>Il piano dei lavori è in via di definizione, si intende intervenire nell'anno 2026. Tale risultato non è stato raggiunto per scelte di investimento indirizzato su altri ambiti.</p> <p>❌ Obiettivo non raggiunto</p>

Beneficio comune	Stakeholders	Obiettivo/Risultati 2024
<p>Realizzare interventi e servizi finalizzati alla salvaguardia e al miglioramento delle condizioni dell'ambiente e all'uso accorto e razionale delle risorse naturali.</p>	 <p>Clieni Fornitori partner architetti</p>	<p>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.</p> <p>MATERIALI E FILIERA: ORIENTARSI VERSO LA TRACCIABILITÀ AMBIENTALE</p> <ul style="list-style-type: none"> L'alluminio, materiale centrale nella proposta CBS, è riciclabile al 100% senza perdita di qualità - una compatibilità naturale con i principi dell'economia circolare. In questo contesto CBS si orienta verso fornitori in grado di documentare l'impatto ambientale dei propri prodotti attraverso certificazioni come l'EPD (Environmental Product Declaration): una dichiarazione volontaria di tipo III, regolata dalla norma ISO 14025, che misura le prestazioni ambientali lungo l'intero ciclo di vita del prodotto con dati verificabili e confrontabili. Non è ancora un obbligo di mercato generalizzato, ma è un indicatore di eccellenza concreto e crescente. <p>✔ Obiettivo raggiunto</p> <p>Approntare miglioramenti sugli aspetti di gestione ambientale all'interno dell'azienda, anche grazie a migliore mappatura dei consumi energetici.</p> <p>CHECK UP ENERGETICI</p> <ul style="list-style-type: none"> Non si è effettuato attività di check up energetici, per ragioni di tempi e di risorse finanziarie. <p>❌ Obiettivo non raggiunto</p>
<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.</p>	 <p>Dipendenti</p>	<p>Formazione interna ai dipendenti sui valori aziendali, sui temi dello sviluppo sostenibile, diffondendo la cultura dell'impatto positivo</p> <p>FORMAZIONE CONTINUA: TEMI E RISULTATI 2025</p> <ul style="list-style-type: none"> Nel corso del 2025 sono stati organizzati momenti di formazione per i dipendenti dedicati al tema della sostenibilità di impresa, con attenzione al tema delle società benefit, e del marketing. Vi è stata inoltre un'attività di formazione dedicata al tema della intelligenza artificiale, consci che tale tecnologia comporterà un impatto significativo nella gestione dei processi aziendali. Sono proseguiti i momenti di formazione dedicata al tema dell'aggiornamento tecnico. Nelle attività di formazione sono stati coinvolti tutti i dipendenti e collaboratori. <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> <p>RETE E RAPPRESENTANZA: CBS NEL SISTEMA DELLE IMPRESE</p> <ul style="list-style-type: none"> CBS ha continuato a collaborare con altre PMI e professionisti del settore (architetti e ingegneri), partecipando attivamente a tavoli di confronto sulla sostenibilità dei materiali (LCA e EPD) e sulla cultura del "fare bene" tipica dell'artigianato evoluto. Stefano Comida, nominato Presidente dei Serramentisti di CNA Lombardia, ha interloquito con costanza con imprenditori del settore in tavoli istruzionali e tematici a Milano e Roma. <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> <p>COMUNITÀ BENEFIT: CONNESSIONI NEL TERRITORIO</p> <ul style="list-style-type: none"> Nel 2025 CBS ha avviato un'azione concreta di connessione con il tessuto delle Società Benefit del territorio. In occasione della presentazione della Relazione di Impatto, tutte le Società Benefit della provincia di Varese sono state invitate a partecipare all'evento, inserendo la comunicazione dell'iniziativa all'interno del piano editoriale dedicato. Un'occasione per costruire relazioni dirette tra realtà che condividono un modello d'impresa orientato al beneficio comune, aprendo a future collaborazioni tra aziende, fornitori e organizzazioni con valori allineati. <p>ARTIGIANI 4.0: INNOVAZIONE DIGITALE CON REGIONE LOMBARDIA</p> <ul style="list-style-type: none"> Nel 2025 CBS ha concluso il percorso Artigiani 4.0, progetto di accelerazione promosso da Regione Lombardia e realizzato da Upskill 4.0 Società Benefit. Il programma ha accompagnato l'azienda attraverso workshop, visite e incontri con esperti per rafforzarne competitività, innovazione e digitalizzazione. Il progetto è stato infine presentato ufficialmente in Regione Lombardia, confermando una collaborazione tra realtà accomunate da un modello d'impresa orientato al beneficio comune. <p>VERSO UNA FILIERA BENEFIT</p> <ul style="list-style-type: none"> Nel corso del 2025 CBS ha avviato un percorso strutturato di coinvolgimento della propria rete, invitando fornitori e Società Benefit del territorio a entrare in contatto diretto con il modello d'impresa CBS. L'iniziativa rappresenta il primo passo verso la costruzione di una filiera orientata al beneficio comune, in cui la condivisione di valori tra aziende, fornitori e partner diventa criterio di scelta e di collaborazione. <p>✔ Obiettivo Raggiunto</p>

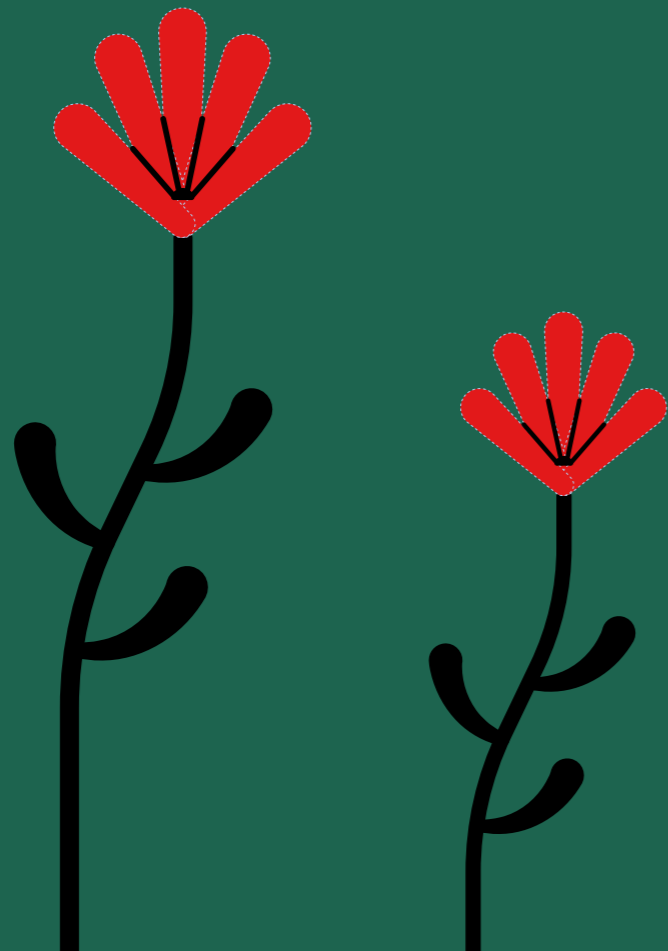
Beneficio comune	Stakeholders	Obiettivo/Risultati 2024
La diffusione della cultura e delle pratiche della cultura della sostenibilità fra i giovani, in particolare nelle Scuole e nelle Università, e sostenere lo sviluppo culturale del territorio, mediante la promozione e l'organizzazione di eventi culturali.	 Scuole	<p>Consolidare la partnership con gli istituti scolastici.</p> <p>STAGE ITS INCOM ACADEMY</p> <ul style="list-style-type: none"> Nel 2025 CBS ha avviato un percorso di stage con uno studente del corso "Digital Marketing Manager" dell'ITS Incom Academy di Busto Arsizio, inserito a supporto delle attività di marketing e comunicazione digitale. L'iniziativa si inserisce in un percorso più ampio di apertura alle nuove generazioni, con l'obiettivo di trasferire competenze reali in un'impresa orientata al beneficio comune. <p>✔ Obiettivo Raggiunto</p> <p>Realizzare progetto con Università coinvolgendo in particolare studenti architettura.</p> <p>CONSOLIDARE RELAZIONI CON IL POLITECNICO</p> <ul style="list-style-type: none"> CBS ha rafforzato il rapporto con il mondo accademico grazie alla visita del Professor Graziano Salvalai del Politecnico di Milano, avviando un confronto su edilizia sostenibile, risparmio energetico e innovazione nel settore dei serramenti, con il coinvolgimento degli studenti di Architettura. Nel 2025 CBS è stata oggetto di una tesi magistrale presso l'Università degli Studi dell'Insubria di Varese, Dipartimento DiSUIT. Il candidato Francesco Caon, nel lavoro "Business model rigenerativi e percezione del valore", analizza la trasformazione di CBS in Società Benefit e la sua value proposition incentrata sul benessere abitativo e sulla rigenerazione del territorio come missione d'impresa. <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 incontro di presentazione della relazione di impatto.</p> <p>RELAZIONE D'IMPATTO 2024: L'EVENTO DI PRESENTAZIONE</p> <ul style="list-style-type: none"> Nel giugno 2025 CBS ha presentato pubblicamente la Relazione d'Impatto come momento di confronto e rendicontazione verso gli stakeholder, comunicando i 9 obiettivi di beneficio comune previsti dallo statuto. L'iniziativa ha coinvolto oltre 2.500 contatti, 102 ospiti presenti e più di 500 visualizzazioni online, con la partecipazione di imprenditori, professionisti e associazioni di categoria. Tra i relatori, docenti di Università Cattolica del Sacro Cuore e Politecnico di Milano, il segretario di Fondazione Giannino Bassetti e un'esperta di branding e comunicazione. La Relazione è stata poi diffusa tramite un'area dedicata del sito aziendale, confermando l'impegno di CBS verso una rendicontazione continuativa condivisa. <p>✔ Obiettivo Raggiunto</p>

Beneficio comune	Stakeholders	Obiettivo/Risultati 2024
		<p>Favorire la realizzazione di momenti di incontro con decisori pubblici.</p> <p>DIALOGO CON LE ISTITUZIONI</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nel 2025 CBS ha consolidato il proprio ruolo di interlocutore tra mondo imprenditoriale e istituzioni. In aprile l'azienda ha ospitato la visita dell'eurodeputato Maran presso la sede di Gerenzano: un momento di dialogo diretto tra un decisore pubblico e una piccola impresa artigiana impegnata nella transizione green e nella sostenibilità del territorio. <p>✔ Obiettivo Raggiunto</p>
<p>Realizzare azioni concrete finalizzate all'uguaglianza di genere in una prospettiva di lungo periodo.</p>	 <p>Comunità</p>	<p>Favorire attraverso la partecipazione a progetti anche realizzati da altri la crescita della cultura della parità di genere.</p> <p>PARITÀ DI GENERE: IL CORTOMETRAGGIO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nel 2025 sono proseguite le proiezioni del cortometraggio "In nome di ogni donna", diretto da Gabriele Lazzaro, dedicato al tema della violenza di genere con un focus particolare sulla memoria di Giulia Cecchettin e sul bisogno collettivo di combattere questo problema. CBS Serramenti S.R.L. SB ha finanziato il progetto di realizzazione del corto. <p>✔ Obiettivo Raggiunto</p>



03 “I dati non migliorano l’azienda.
La migliorano le decisioni che si prendono
dopo averli letti.”

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 2025 CBS HA EFFETTUATO UN ASSESSMENT AL FINE DI DEFINIRE IL PROPRIO RATING ESG, UTILIZZANDO LA PIATTAFORMA ECOMATE: CIÒ È STATO POSSIBILE GRAZIE AI SERVIZI GRATUITI PER LA SOSTENIBILITÀ 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 esterno. 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.

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.

Dal punto di vista metodologico, 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.

Come nella relazione di impatto precedente, si è voluto inserire per una misurazione oggettiva delle performance ESG di CBS evidenziando le aree di miglioramento delle aree di criticità, 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 ed essere una Società Benefit è un continuo progredire, mai non un punto di arrivo. Il punteggio di rating complessivo di CBS è pari a 52/100 ottenuto dalla media dei punteggi rilevati sui 3 criteri ESG: 39/100 per la parte ambientale, 57/100 per la parte sociale e 59/100 per la parte di governance.



Il risultato ottenuto da CBS si conferma come nel 2024 BBB indice di un percorso aziendale di sviluppo sostenibile avviato a nuove opportunità di crescita, ma che necessita di maggiori sforzi per migliorare il proprio posizionamento.

Nel dettaglio, per quanto riguarda il rating ambientale si conferma il punteggio 39/100: è 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 l'azienda opera.

Il rating sociale rispetto al 2024 passa da un punteggio di 54/100 a 57/100 confermando come l'azienda ha la capacità di pensare e di

svolgere il proprio ruolo sociale, con particolare attenzione al territorio dove opera. Si registra un aumento del punteggio anche nel rating governance (da 58/100 a 59) confermando e consolidando sostanzialmente i risultati raggiunti.

Analizzando i singoli moduli tematici, si registra come dall'audit del 2024 a quello del 2025, dieci moduli realizzano un andamento stazionario raggiungendo gli stessi punteggi. Nessuno modulo subisce una diminuzione, inoltre 7 moduli su 11 raggiungono un punteggio sopra il punteggio mediano, ossia 50.

In generale va sottolineato come le performance di CBS realizzando punteggi molto al di sopra della soglia media (50) e contemporaneamente con punteggi molto sopra i valori relativi a Italia, territorio, classe di impresa,

settore e concorrenti.

Al di sotto della quota 50 abbiamo Etica professionale che però rappresenta l'unico indice in crescita, passando da 44/100 a 46/100.

Altri indici sotto la media sono Energia (mantiene 28/100) Ambiente (mantiene 27/100) e Mobilità (mantiene 19/100) confermando una debolezza su questi aspetti.

Rispetto al valore Energia, CBS ha già programmato un intervento di ammodernamento delle proprie macchine utensili, inserendo nuovo impianto di produzione, con crescita efficienza energetica.

B) TABELLA RISUTATI

Categoria e modulo	Valore	Valore 2024	Andamento	Italia	Territorio	Classe	Settore
RIFIUTI	82/100	82/100	stazionario	67	66	70	61
Il modulo copre gli 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)							
ECONOMIA	64/100	64/100	stazionario	59	59	54	59
Il modulo valuta la gestione delle principali attività finanziarie, strategiche ed organizzative con particolare attenzione alla sostenibilità economica del modello di business							
RESPONSABILITÀ SOCIALE	63/100	63/100	stazionario	58	57	56	58
Il modulo copre 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.							
SALUTE E SICUREZZA	63/100	63/100	stazionario	58	57	56	58
Il modulo copre aspetti legati a diversi adempimenti gestionali in materia di salute e sicurezza.							
PRODOTTI	62/100	62/100	stazionario	39	37	37	37
Il modulo valuta 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.							

Categoria e modulo	Valore	Valore 2024	Andamento	Italia	Territorio	Classe	Settore
INNOVAZIONE	61/100	61/100	stazionario	55	55	55	53
Il modulo valuta l'approccio dell'azienda all'innovazione, considerando diversi aspetti: digitalizzazione, flessibilità, capacità di cogliere nuove opportunità, open innovation, trasformazione digitale, sicurezza informatica, IP protection.							
TRASPARENZA	50/100	50/100	stazionario	47	45	42	47
Il modulo valuta il 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.							
ETICA PROFESSIONALE	46/100	44/100	crescita	45	43	42	42
Il modulo valuta quali 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.							
ENERGIA	28/100	28/100	stazionario	35	34	32	35
Il modulo valuta la gestione degli involucri edilizi e dei consumi energetici (elettrici e non) da parte dell'azienda, concentrandosi sia sull'utilizzo di fonti rinnovabili che sul risparmio energetico.							
AMBIENTE	27/100	27/100	stazionario	24	21	22	23
Il modulo analizza i diversi aspetti legati agli adempimenti ed ai potenziali impatti ambientali derivanti dall'attività dell'azienda (ad esclusione di rifiuti, energia e ciclo di vita di prodotti e/o servizi che vengono trattati in moduli appositi).							
MOBILITÀ	19/100	19/100	stazionario	30	27	35	25
Il modulo valuta l'impegno dell'azienda nel favorire la mobilità sostenibile dei propri dipendenti/lavoratori e calcola, inoltre, una stima della relativa Carbon Footprint.							

L'ANALISI DELLE PERFORMANCE ESG DI CBS, AGGIORNATA AL QUARTO TRIMESTRE DEL 2025, DELINEA QUINDI IL PROFILO DI UN'ORGANIZZAZIONE CHE HA SAPUTO INTEGRARE I VALORI ESG NEL GESTIONE AZIENDALE, PUR DOVENDO AFFRONTARE SFIDE STRUTTURALI TIPICHE DEL PERCORSO DI TRANSIZIONE SOSTENIBILE.

Con un rating complessivo BBB (punteggio 52/100), l'azienda si posiziona al di sopra della media dei concorrenti di settore (49/100), dimostrando una maturità gestionale superiore rispetto ai competitor diretti.

Punti di Forza: Eccellenze e Modello di Impatto

Il principale asset intangibile dell'azienda risiede nello sviluppo di un modello di business nativamente orientato all'impatto positivo. Essere una Società Benefit per CBS non è solo una qualifica giuridica, ma una scelta strategica che permea la gestione dei rifiuti, area in cui l'azienda eccelle con un punteggio di 82/100. Questo dato riflette una gestione operativa rigorosa e una forte attenzione all'economia circolare.

Nel pilastro Sociale (57/100), CBS si distingue per l'impegno nella salute e sicurezza (63/100), attuando iniziative di prevenzione degli infortuni che eccedono gli obblighi normativi standard. La stabilità relazionale con il mercato è testimoniata dall'assenza di reclami ufficiali, un indicatore di alta affidabilità e qualità del servizio che consolida la reputazione aziendale e la fedeltà dei clienti.

Sul fronte della Governance (59/100), l'azienda dimostra una solida capacità di analisi, avendo già effettuato valutazioni specifiche sui rischi fisi-

ci e climatici, implementando le relative azioni di mitigazione. Tale approccio proattivo garantisce la resilienza delle operazioni aziendali a fronte di scenari climatici avversi.

Highlight positivi

Nel dettaglio possiamo riassumere i punti di forza e i punti di debolezza, che emergono dall'analisi delle performance ESG:

> **GESTIONE DEI RIFIUTI** (Eccellenza Ambientale): È l'area con il punteggio più alto in assoluto (82/100), dimostrando un'ottima efficienza nei processi di economia circolare e smaltimento.

> **PERFORMANCE SOCIALE E SICUREZZA** L'azienda ottiene punteggi solidi nella Salute e Sicurezza sul lavoro e nella Responsabilità Sociale (entrambi 63/100), superando significativamente la media nazionale del settore (pari a 46/100 per la responsabilità sociale).

> **SOSTENIBILITÀ ECONOMICA E INNOVAZIONE** Il punteggio nell'area Economia (64/100) è superiore alla media dei concorrenti (49/100) e del territorio (59/100). Anche l'Innovazione (61/100) e la gestione dei Prodotti (62/100) mostrano una buona maturità.

> **VERIFICA DELLA FILIERA** L'azienda monitora e verifica la maggior parte dei soggetti coinvolti nella propria catena di fornitura.

> **TRASPARENZA E REPORTING** Il rating complessivo è di BBB (punteggio 52/100), il che indica un posizionamento di "Investment Grade" per una PMI.

Aree di Miglioramento Strategico

L'azienda presenta alcune aree critiche che espongono il business a rischi operativi, legali e reputazionali:

> PERFORMANCE AMBIENTALE CRITICA

Nonostante l'ottima gestione dei rifiuti, il rating ambientale complessivo è basso (39/100).

• **MOBILITÀ** Il punteggio più basso in assoluto (19/100), indicando una gestione inefficiente o non sostenibile dei trasporti e della flotta aziendale. L'assenza di iniziative segnala una lacuna che limita i benefici ambientali, economici e sociali che tali strategie sono in grado di generare. Va contestualmente evidenziato come per il punteggio, CBS paga anche la conformazione territorialità e la scarsità di mezzi pubblici da abitazione dei dipendenti a sede azienda, dentro un contesto territoriale tipico dell'area suburbana.

• **ENERGIA** Punteggio di 28/100, con necessità di interventi sull'efficientamento degli impianti termici e sull'autoproduzione da fonti rinnovabili. Va rilevato, come sono già previsti investimenti per introduzione di nuova macchina utensile, con prestazione energetiche più efficienti.

• **SISTEMA DI GESTIONE** L'azienda non ha ancora adottato un sistema di gestione ambientale (SGA) strutturato

• **INCAPACITÀ DI MONITORAGGIO SCOPE 3** Non rendicontare le emissioni indirette (catena di fornitura, logistica, uso dei prodotti) impedisce di affrontare l'impatto ecologico completo, con il rischio di perdere l'accesso a "fondi verdi" e incentivi legati al PNRR.

• **ASSENZA DI UN SISTEMA DI GESTIONE AMBIENTALE (SGA)** La mancanza di un SGA strutturato impedisce una gestione sistematica degli impatti ecologici, limitando la capacità dell'azienda di rispondere a normative stringenti o a richieste specifiche della catena del valore.

• **OBSOLESCENZA ENERGETICA** Con punteggi bassi in Energia (28/100) e Mobilità (19/100), l'azienda è vulnerabile all'aumento dei costi

energetici e a normative sulla mobilità sempre più restrittive.

> GOVERNANCE E PIANIFICAZIONE STRATEGICA

• **ASSENZA DI BUSINESS PLAN** L'azienda ha un prospetto economico ma manca di un Business Plan formale che espliciti le assunzioni strategiche a lungo termine, rende l'azienda meno preparata a gestire fluttuazioni

• **MONITORAGGIO FINANZIARIO** Viene segnalata l'assenza di un sistema di monitoraggio e controllo finanziario tempestivo in linea con la nuova normativa sulla Crisi d'Impresa.

• **MONITORAGGIO FINANZIARIO E CRISI D'IMPRESA** L'assenza di un sistema di controllo finanziario tempestivo impedisce di segnalare preventivamente stati di insolvenza, in contrasto con le nuove normative sulla Crisi d'Impresa (D.lgs. 14/2019)

• **MANCANZA DI PIANIFICAZIONE STRATEGICA** L'assenza di un Business Plan formale (sostituito solo da un prospetto economico)

> **INTERNAZIONALIZZAZIONE** L'azienda non esporta attualmente i propri prodotti/servizi, limitando le opportunità di crescita e diversificazione su mercati esteri. Va detto che questa una scelta strategica di CBS che non valuta conforme al suo momento di evoluzione strategica aziendale questo tipo di azione.

> **ETICA E RICONOSCIMENTI** Il punteggio in Etica Professionale (46/100) è migliorabile, così come la Trasparenza (50/100). Inoltre, l'azienda dichiara di non aver ancora ottenuto premi o riconoscimenti ufficiali per i propri comportamenti virtuosi

Nonostante i successi, l'analisi evidenzia criticità che richiedono un intervento mirato, in particolare nel pilastro Ambientale (39/100). La mancanza di una politica ambientale formalizzata con obiettivi quantitativi misurabili limita la capacità dell'azienda di monitorare i progressi verso la

neutralità carbonica. La dipendenza energetica da fonti fossili rimane elevata, con una quota di rinnovabili ferma tra il 20% e il 30%, incidendo negativamente sul rating specifico dell'area energia (28/100)

In ambito Governance, si rileva l'assenza di un business plan strutturato. Sebbene esista un prospetto economico-finanziario, la mancanza di una pianificazione strategica di lungo periodo e di un sistema di monitoraggio tempestivo per la prevenzione della crisi d'impresa 14 rappresenta un rischio per la stabilità finanziaria futura.

Benchmark ESG: CBS nel contesto di Settore e Territorio

L'analisi comparativa delle performance ESG di CBS rivela un posizionamento di eccellenza rispetto alle medie di riferimento, consolidando il ruolo dell'azienda come leader della transizione sostenibile nel proprio ecosistema. Con un punteggio complessivo di 52/100, CBS supera significativamente sia la media dei concorrenti diretti (49/100) che quella del settore di appartenenza (49/100).

Questo divario positivo testimonia l'efficacia dell'integrazione dei principi di Società Benefit nella strategia industriale, permettendo all'azienda di distinguersi in un mercato sempre più attento ai criteri non finanziari.

Il vantaggio competitivo è particolarmente marcato nell'area della Responsabilità Sociale, dove CBS raggiunge uno score di 63/100.

Questo risultato è di gran lunga superiore alla media nazionale (46/100), territoriale (45/100) e di settore (44/100). Tale performance riflette un impegno strutturato nella valorizzazione delle persone e del territorio, posizionando l'azienda ben 24 punti sopra i propri concorrenti diretti in questa categoria (fermi a 39/100)⁴.

Anche nel pilastro della Governance economica, l'azienda mantiene un distacco netto, segnando un 64/100 contro il 49/100 dei competitor, dimostrando una solidità organizzativa e una trasparenza superiori agli standard di mercato.

Tuttavia, il confronto evidenzia anche le sfide comuni al comparto delle PMI italiane. Sebbene CBS sia allineata o superiore alle medie territoriali in quasi tutti i KPI, il settore dei serramenti sconta ancora un ritardo generalizzato sul fronte dell'efficienza ambientale interna. Il punteggio aziendale nel pilastro "E" risente di una dipendenza energetica ancora legata alle fonti fossili, una criticità condivisa con gran parte del tessuto produttivo locale. Per mantenere il proprio vantaggio competitivo, CBS dovrà quindi puntare a superare non solo i benchmark attuali, ma anche le inerzie settoriali, investendo in una rendicontazione climatica più puntuale (Scope 1 e 2) e in una maggiore quota di energia rinnovabile.

Analisi del Posizionamento

> 1 RISPETTO AI CONCORRENTI DIRETTI

CBS è in una posizione di vantaggio competitivo (52 vs 49). Questo significa che, pur avendo margini di miglioramento, l'azienda è più avanti rispetto ai competitor diretti nella transizione ESG.

> 2 RISPETTO AL SETTORE E AL TERRITORIO

L'azienda rende peggio della media (52 vs 59). Questo divario è dovuto principalmente alle performance nell'area Ambiente (39/100), dove le lacune su Mobilità (19/100) ed Energia (28/100) pesano drasticamente sulla media complessiva.

> 3 AMBITO ECONOMICO È l'area dove CBS eccelle maggiormente nel confronto. Con un punteggio di 64/100, supera la media italiana, territoriale e di settore (tutte ferme a 59/100), e stacca nettamente i concorrenti (49/100).

Sintesi del Giudizio

CBS è un'azienda solida sotto il profilo della sostenibilità sociale ed economica, ma deve colmare urgentemente il gap normativo sulla Governance (monitoraggio crisi d'impresa) e il gap prestazionale nell'area Green (energia e mobilità) per allinearsi alle medie di settore e territoriali.

Il suo attuale vantaggio sui concorrenti è una risorsa strategica che rischia di erodersi se non verranno implementati sistemi di gestione ambientale e piani di internazionalizzazione.

CBS non si limita a rispettare i requisiti di compliance, ma agisce come driver di sostenibilità per il territorio.

La capacità di superare sistematicamente i concorrenti in aree chiave come l'etica professionale, la salute sul lavoro e la gestione dei rifiuti costituisce una base solida, confermando che l'orientamento al beneficio comune è diventato un reale fattore di differenziazione economica e sociale nel panorama industriale di riferimento.

CBS si conferma un attore resiliente e trasparente, capace di generare valore sociale ed economico. Il futuro percorso di impatto dovrà necessariamente passare per la formalizzazione di target ambientali scientificamente basati e per il rafforzamento dei sistemi di controllo strategico, trasformando le attuali aree di debolezza in nuovi vantaggi competitivi.

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.

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

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.

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..

La filiera (a monte o a valle) ha un ruolo rilevante nel modello di business dell'azienda, e nella generazione di impatti sociali e ambientali? **Si**

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	Molto 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	Abbastanza rilevante
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	Molto rilevante
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

Singoli impatti	Rilevanza per CBS
Acque e risorse marine: la buona o cattiva gestione dell'acqua e delle risorse marine (prelievo massivo, spreco, cattivo utilizzo)	Abbastanza rilevante
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.

> 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.

✘ 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

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.

✔	Diversità, equità e inclusione Core business		5 PARITÀ DI GENERE Eguaglianza di genere ed empowerment di tutte le donne.
✔	Salute e sicurezza dei lavoratori Core business		8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA per tutti.
✔	Benessere degli individui Core business		3 SALUTE E BENESSERE Per tutti e per tutte le età.
✔	Diritti umani Core business		2 SCONFIGGERE LA FAME Migliorare la nutrizione, promuovere l'agricoltura sostenibile.
✔	Cambiamento climatico Core business		13 LOTTA CONTRO IL CAMBIAMENTO CLIMATICO Adottare misure urgenti.
⚠	Inquinamento Core business		15 VITA SULLA TERRA 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	Soddisfatto
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	4.97	<ul style="list-style-type: none"> Diversità, Equità e Inclusione Salute e sicurezza dei lavoratori Benessere degli individui Diritti Umani Cambiamento climatico Progresso della società e innovazione Educazione, informazione e cultura Sviluppo economico Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori Comunità Locali
Qualità della relazione con i clienti	5.00	4.91	<ul style="list-style-type: none"> Diversità, Equità e Inclusione Salute e sicurezza dei lavoratori Benessere degli individui Diritti Umani Cambiamento climatico Educazione, informazione e cultura Sviluppo economico Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori Comunità Locali
Contributo al benessere delle persone	4.00	4.81	<ul style="list-style-type: none"> Diversità, Equità e Inclusione Salute e sicurezza dei lavoratori Benessere degli individui Diritti Umani Cambiamento climatico Progresso della società e innovazione Educazione, informazione e cultura Sviluppo economico
Accessibilità e inclusività	4.00	4.52	<ul style="list-style-type: none"> Disuguaglianze economiche e sociali Diversità, Equità e Inclusione Benessere degli individui Progresso della società e innovazione Sviluppo economico Comunità Locali

Elemento di valutazione	Autovalutazione	Media valutazione stakeholder	Impatti generati
Contributo al benessere del pianeta	3.00	4.05	<ul style="list-style-type: none"> Cambiamento climatico Inquinamento Acque e risorse marine Biodiversità ed ecosistemi Circolarità e uso delle risorse
Materie prime	4.00	4.59	<ul style="list-style-type: none"> Inquinamento Biodiversità ed ecosistemi Circolarità e uso delle risorse
Fine Vita del prodotto (economia circolare)	2.00	4.36	<ul style="list-style-type: none"> Inquinamento Acque e risorse marine Biodiversità ed ecosistemi Circolarità e uso delle risorse
Innovazione di prodotto	3.00	4.67	<ul style="list-style-type: none"> Diversità, Equità e Inclusione Benessere degli individui Cambiamento climatico Inquinamento Circolarità e uso delle risorse Progresso della società e innovazione Educazione, informazione e cultura Sviluppo economico Comunità Locali
Cultura	5.00	4.66	<ul style="list-style-type: none"> Benessere degli individui Diritti Umani Cambiamento climatico Progresso della società e innovazione Educazione, informazione e cultura Sviluppo economico Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori

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	5.00	3.60	<ul style="list-style-type: none"> Disuguaglianze economiche e sociali Progresso della società e innovazione Sviluppo economico Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Welfare aziendale e benefit	4.00	3.50	<ul style="list-style-type: none"> Disuguaglianze economiche e sociali Salute e sicurezza dei lavoratori Benessere degli individui Sviluppo economico Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Prospettive e tutela dei lavoratori	5.00	5.00	<ul style="list-style-type: none"> Disuguaglianze economiche e sociali Benessere degli individui Diritti Umani Progresso della società e innovazione Sviluppo economico Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Coerenza ruolo-persona	3.00	4.05	<ul style="list-style-type: none"> Diversità, Equità e Inclusione Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Sviluppo professionale e formazione	4.00	4.50	<ul style="list-style-type: none"> Disuguaglianze economiche e sociali Progresso della società e innovazione Educazione, informazione e cultura Sviluppo economico Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Chiarezza organizzativa	4.00	4.00	<ul style="list-style-type: none"> Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Relazioni e collaborazione	2.00	3.25	<ul style="list-style-type: none"> Benessere degli individui Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Riconoscimento	3.00	3.75	<ul style="list-style-type: none"> Benessere degli individui Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Valorizzazione delle differenze e Inclusione	5.00	4.25	<ul style="list-style-type: none"> Diversità, Equità e Inclusione Diritti Umani Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori



H) TABELLA SULLA CREAZIONE DI VALORE ECONOMICO

Elemento di valutazione	Autovalutazione	Media valutazione stakeholder	Impatti generati
Fatturato	4.00	5.00	<ul style="list-style-type: none"> Sviluppo economico
Redditività	4.00	4.00	<ul style="list-style-type: none"> Sviluppo economico
Condivisione con i lavoratori	4.00	3.50	<ul style="list-style-type: none"> Disuguaglianze economiche e sociali Diversità, Equità e Inclusione Sviluppo economico Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori Comunità Locali
Politiche di prezzo al cliente	4.00	4.39	<ul style="list-style-type: none"> Disuguaglianze economiche e sociali Sviluppo economico
Remunerazione del capitale	5.00	5.00	<ul style="list-style-type: none"> Sviluppo economico
Investimenti	4.00	5.00	<ul style="list-style-type: none"> Progresso della società e innovazione Sviluppo economico
Sostegno all'indotto	5.00	4.00	<ul style="list-style-type: none"> Disuguaglianze economiche e sociali Sviluppo economico Comunità Locali
Filantropia	5.00	4.00	<ul style="list-style-type: none"> Disuguaglianze economiche e sociali Sviluppo economico Comunità Locali

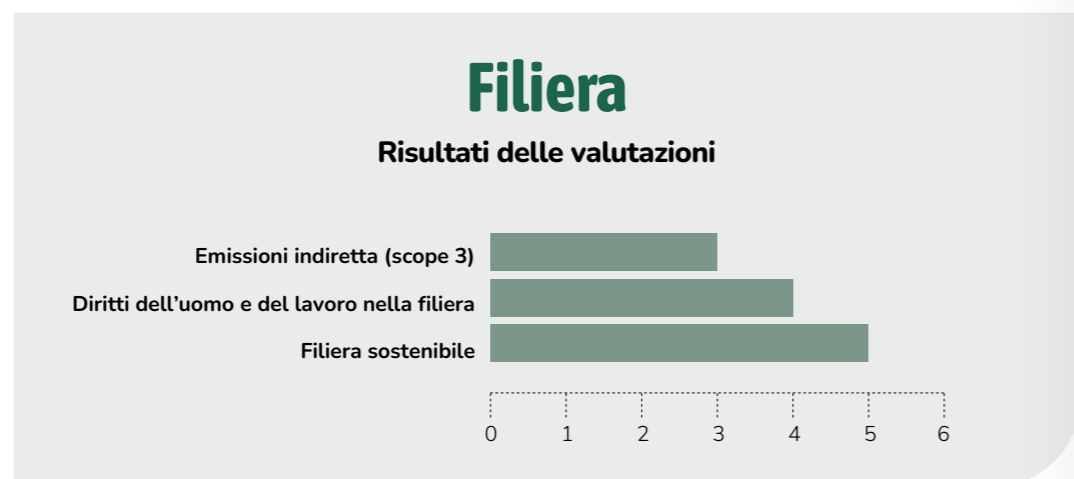
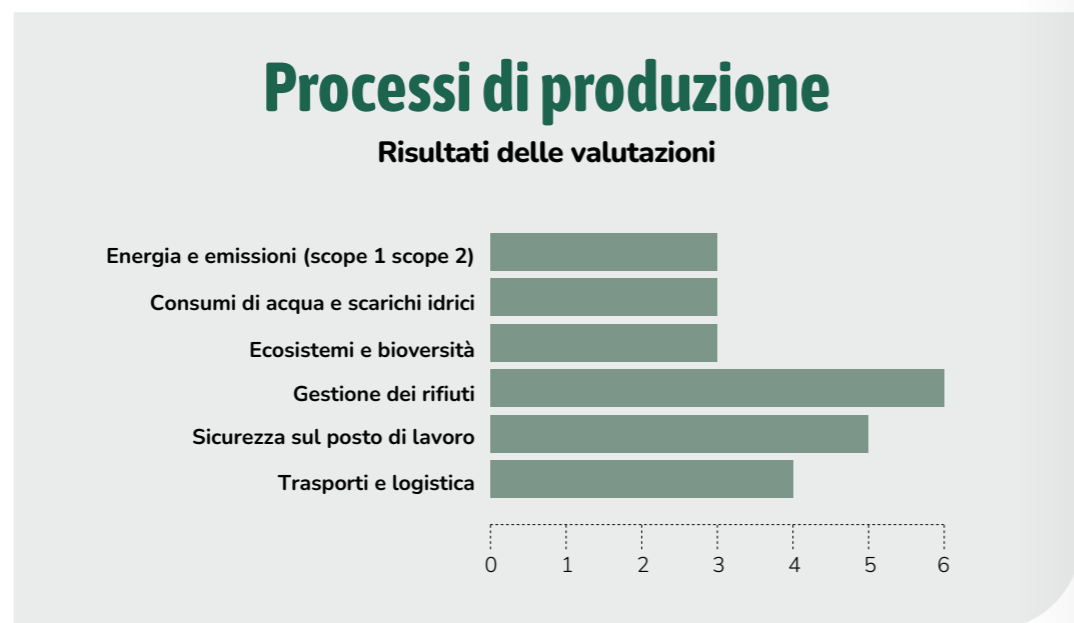
LEGENDA dei criteri di valutazione:
1.00 Forte criticità - **2.00** Qualche problema - **3.00** Ok ma migliorabile - **4.00** Ben presidiato
5.00 Un risultato speciale - **6.00** Insuperabile

Autovalutazione della Sostenibilità delle operations

In questa sezione vengono visualizzati gli esiti di dettaglio del questionario rispetto alla gestione sostenibile delle proprie Operations.

Nei grafici, vengono rappresentati i risultati delle valutazioni sia relative ai processi di produzione aziendali che alla gestione della filiera.

È riportato solo il punto di vista dell'impresa poiché si ritiene che gli stakeholder non dispongano di sufficienti informazioni per valutare questi aspetti, e dunque non viene chiesta loro di esprimersi.



I) TABELLA SULLA SOSTENIBILITÀ DELLE OPERATIONS

Elemento di valutazione	Autovalutazione	Impatti generati
Energia ed emissioni (scope 1 scope 2)	3.00	<ul style="list-style-type: none"> • Cambiamento climatico • Inquinamento • Circolarità e uso delle risorse
Consumi di acqua e scarichi idrici	3.00	<ul style="list-style-type: none"> • Acque e risorse marine
Ecosistema e biodiversità	3.00	<ul style="list-style-type: none"> • Acque e risorse marine • Biodiversità ed ecosistemi
Gestione dei rifiuti	6.00	<ul style="list-style-type: none"> • Cambiamento climatico • Inquinamento • Biodiversità ed ecosistemi • Circolarità e uso delle risorse
Sicurezza sul posto di lavoro	5.00	<ul style="list-style-type: none"> • Salute e sicurezza dei lavoratori • Benessere degli individui • Diritti umani • Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Trasporti e logistica	4.00	<ul style="list-style-type: none"> • Cambiamento climatico • Inquinamento
Emissioni indirette (scope 3)	3.00	<ul style="list-style-type: none"> • Cambiamento climatico
Diritti umani e del lavoro nella filiera	4.00	<ul style="list-style-type: none"> • Disuguaglianze economiche e sociali • Diversità, equità e inclusione • Salute e sicurezza dei lavoratori • Benessere degli individui • Diritti umani • Sviluppo economico • Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori • Comunità locali
Filiera sostenibile	5.00	<ul style="list-style-type: none"> • Salute e sicurezza dei lavoratori • Diritti umani • Cambiamento climatico • Inquinamento • Acque e risorse marine • Biodiversità ed ecosistemi • Circolarità e uso delle risorse • Sviluppo economico • Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori • Comunità locali

Risultati di sintesi.

L) TABELLA AUTOVALUTAZIONE RISPETTO ALLA GOVERNANCE

Elemento di valutazione	Rilevanza per CBS	Autovalutazione
Orientamento di fondo	Un risultato speciale	5.00
Sintonia sull'orientamento	Un risultato speciale	5.00
Processi etici	Ben presidiato	4.00
Processi gestionali	Un risultato speciale	5.00
Processi e strumenti di sostenibilità	Un risultato speciale	5.00
Processi di condivisione	Un risultato speciale	5.00
Cogenza impegno	Un risultato speciale	5.00

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.

M) 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	Ben presidiato	4.00	Un risultato speciale	5.00
Impegno contrattuale e welfare	Un risultato speciale	5.00	Ben presidiato	4.00
Realizzazione professionale	Ben presidiato	4.00	Ben presidiato	4.00
Creazione di valore economico	Ben presidiato	4.00	Un risultato speciale	5.00
Condivisione del valore economico	Ben presidiato	4.00	Ben presidiato	4.00

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 DI SEGUITO 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 (rispettivamente: 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).

N) 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	Insuperabile	6.00	Un risultato speciale	5.00
Sostenibilità del modello organizzativo	Un risultato speciale	5.00	Ben presidiato	4.00
Condizioni di sostenibilità economico finanziaria	Insuperabile	6.00	Ben presidiato	4.00
Continuità delle operations	Un risultato speciale	5.00	Ben presidiato	4.00

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 CO² risparmiata, un serramento alla volta.

GLI INTERVENTI OPERATI DA CBS NEL 2025 HANNO GENERATO UN RISPARMIO SOSTANZIALE NELLA PRODUZIONE DI CO₂. LE CIFRE RIPORTATE NELL'INFOGRAFICA EVIDENZIANO TALE IMPATTO POSITIVO SULL'AMBIENTE.

Per i prossimi 20 anni in media ogni impianto di serramenti realizzato nel 2025 determinerà più di 45.000 Kwh di risparmio di energia per un risparmio totale pari a più di un milione di Kwh in 20 anni. **La CO₂ non prodotta nei prossimi venti anni sarà pari a 231 tonnellate. In breve, ogni intervento realizzato da CBS consente di ridurre la produzione di CO₂ per quasi mezza tonnellata all'anno.** Da notare l'equivalente stimato in termini di km percorsi da un'automobile.

Impatto ambientale positivo installazione dei serramenti 2024/25

- in 20 anni -



Energia risparmiata (KWh)

2024
53.139 Media intervento
2.656 Media intervento per anno
2.019.311 KWh Totali

2025
45.234 Media intervento
2.261 Media intervento per anno
1.130.864 KWh Totali



Combustibile inutilizzato (mc/l/Kg)

2024
5.440 Media intervento
272 Media intervento per anno
206.745, mc/l/Kg Totali

2025
4.713 Media intervento
235 Media intervento per anno
117.825 mc/l/Kg Totali



CO₂ risparmiata (Ton)

2024
53.139 Media intervento
2.656 Media intervento per anno
2.019.311 KWh Totali

2025
45.234 Media intervento
2.261 Media intervento per anno
1.130.864 KWh Totali

Km risparmiati in auto



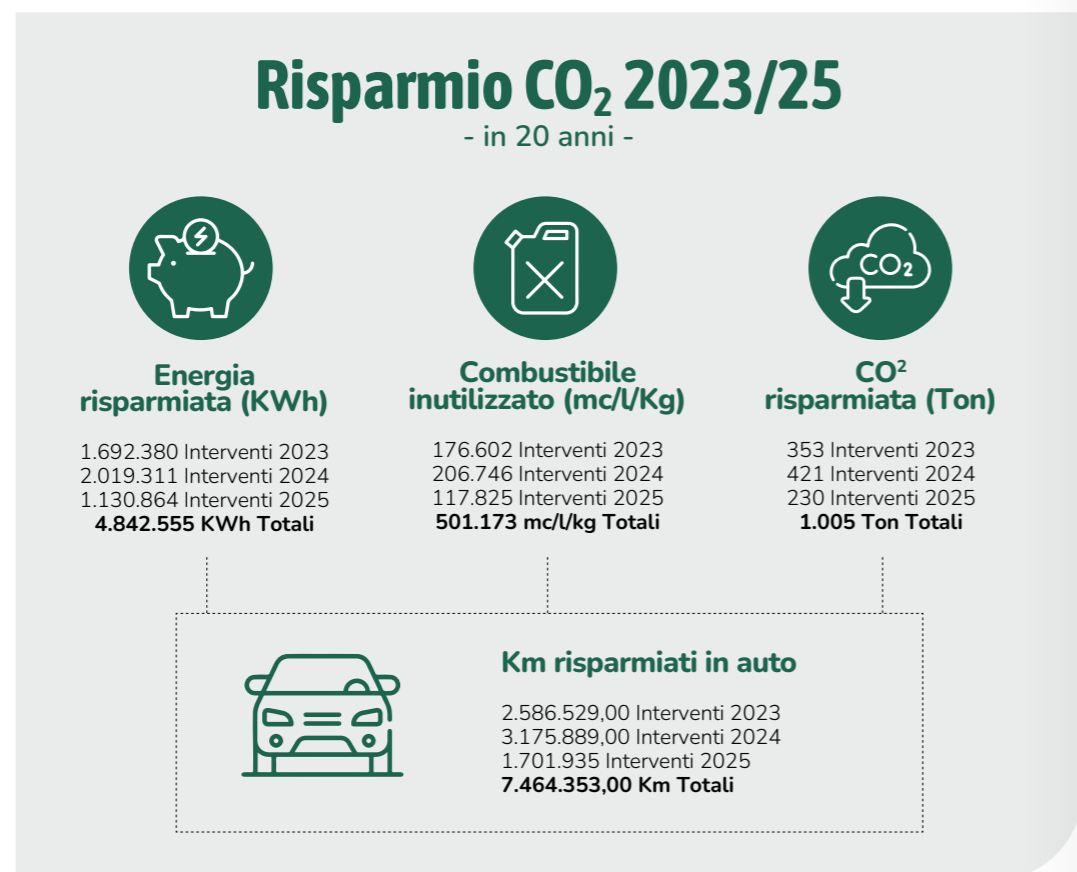
2024
83.576 Media intervento
4.178 Media intervento per anno
3.175.889 KWh Totali

2025
68.077 Media intervento
2.723 Media intervento per anno
1.701.935 KWh Totali

bile: nei prossimi venti anni il risparmio di CO₂ sarà equivalente a 1 milione e settecentomila chilometri non percorsi da un'automobile. Questi dati sono purtroppo inferiori a quelli registrati nel 2024. Il dato apparentemente negativo riflette una contrazione della domanda da parte dei clienti. Basti pensare che dei venticinque impianti di serramenti realizzati solamente 9 superano il valore di cinquantamila Kwh risparmiati in 20 anni. In particolare la media per intervento è di poco superiore al valore di 45.000 Kwh risparmiati con un valore mediano al di sotto dei 40.000. La differenza in termini di valore tra il più elevato e il più basso è superiore a 93.000. Il coefficiente di variazione definito come il rapporto tra deviazione standard e media è pari a 0,51 indicando una dispersione elevata. L'elevata diversità è anche confermata da un indice di Shannon normalizzato pari a 0,962. In parole più

semplici, dato che il maggior risparmio di energia e CO₂ dipende da una maggiore qualità degli impianti realizzati, è evidente che la qualità degli impianti è decisamente varia con una maggiore inclinazione verso impianti di minor valore. In ultimo impianti di minore qualità generano un risparmio minore in termini di Kwh. Dato che la qualità dell'impianto è decisa dalle famiglie clienti, il minore impatto positivo sull'ambiente rispetto all'anno precedente è dipeso da un peggioramento della domanda da parte delle famiglie.

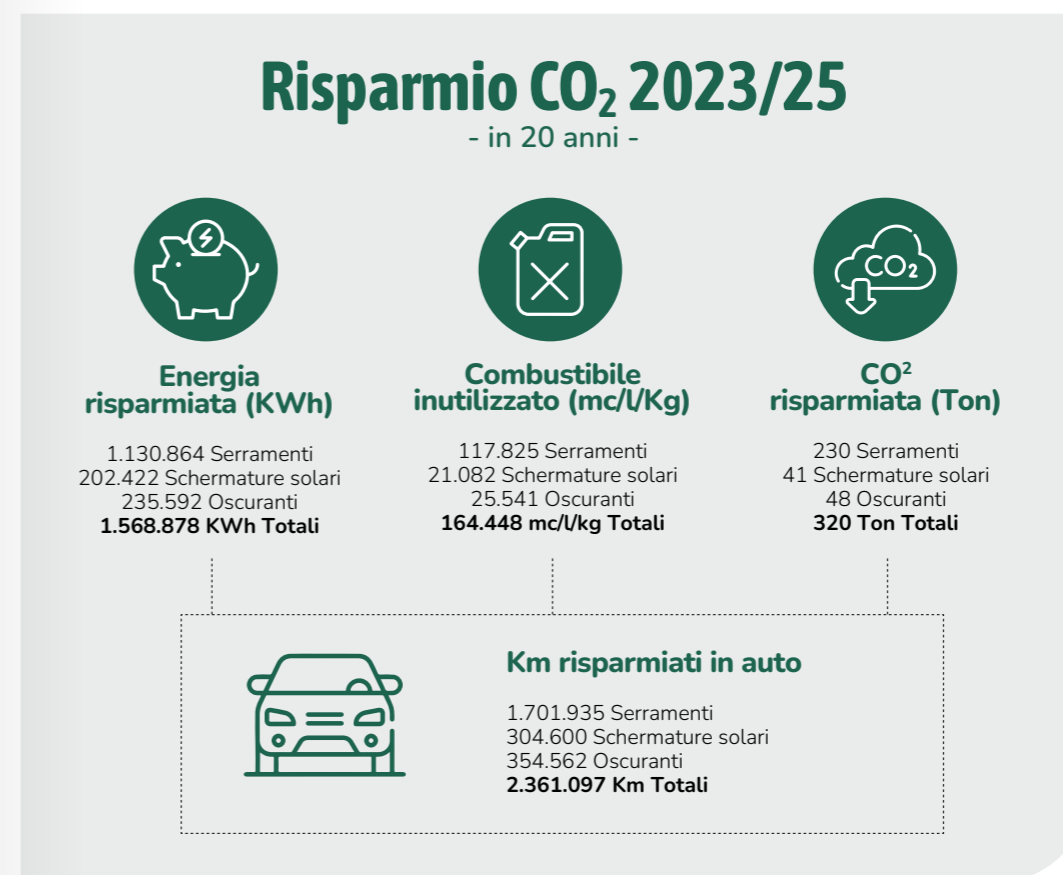
A titolo di completezza, è opportuno anche i dati della CO₂ non prodotta grazie agli interventi effettuati nel 2025 sono da sommare a quelli derivanti dagli interventi realizzati nel 2023 e nel 2024. **In totale, gli interventi realizzati da CBS tra il 2023 e il 2025 consentiranno una minore produzione di CO₂ superiore alle mille**



tonnellate di CO₂ fino al 2045. Utilizzando nuovamente la scala di equivalenza con i chilometri percorsi in auto, gli interventi realizzati consentono di risparmiare quasi 7,5 milioni di chilometri percorsi in auto.

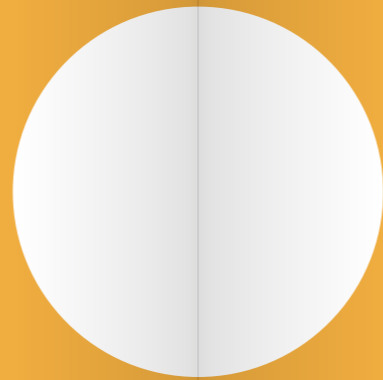
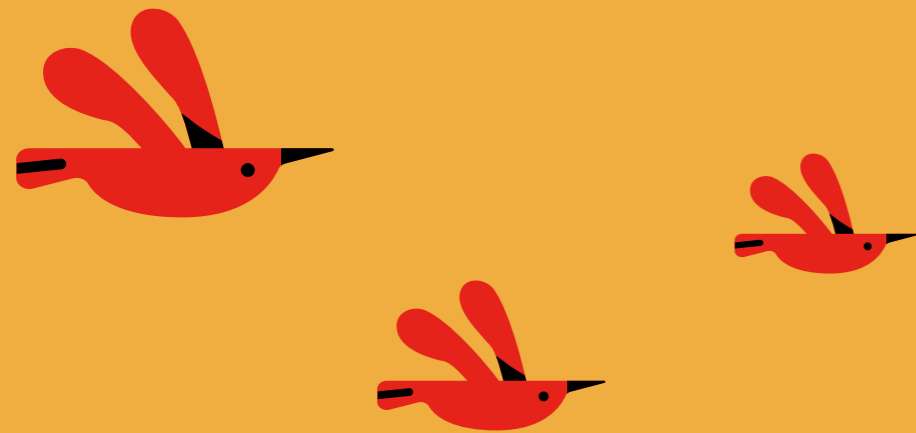
nei prossimi venti dipenderà anche da schermature solari e oscuranti. Nel 2025 l'energia risparmiata nei prossimi 20 anni da questi interventi è pari a 438,000 Kwh e la minore produzione di Co2 è pari a quasi 90 tonnellate. Invero, l'impatto totale positivo sull'ambiente realizzato nell'anno 2025 è sintetizzato nella tabella seguente:

Unitamente al risparmio energetico generato dagli impianti di serramenti, l'energia risparmiata



04 “Guardare avanti non significa essere ottimisti. Significa avere un piano e il coraggio di seguirlo.”

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.

Il percorso di evoluzione verso una sostenibilità sempre più integrata prevede per il 2026 l'adozione di obiettivi quantitativi e qualitativi volti a colmare i gap rilevati nell'ultima valutazione, trasformando le aree di vulnerabilità in leve

di valore condiviso. Attraverso questi impegni, CBS mira non solo a migliorare le proprie performance, ma a consolidare il proprio ruolo di attore economico capace di generare un impatto positivo misurabile e duraturo sulla società e sull'ambiente

Nel 2026 si è scelto di concentrarsi solo su alcuni degli obiettivi di beneficio comune per favorire una migliore efficacia delle attività

O) TABELLA OBIETTIVI 2026

Beneficio comune	Stakeholders	Obiettivo
Promuovere l'abbattimento CO ² grazie installazione di serramenti a basso impatto, riducendo consumo CO ² e diffondendo fra clienti finali (cittadini) cultura sostenibilità	 Clienti /Fornitori	<ul style="list-style-type: none"> • Installare servizi/prodotti che attraverso l'efficienza energetica permettano di ridurre la produzione di CO² contribuendo alla sostenibilità del pianeta e rafforzando la competitività dell'azienda
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"> • 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. • Produrre e diffondere contenuti legati all'impatto sostenibile, attraverso specifiche campagne di comunicazione attraverso i canali digitali, aziendali. • Modificare gli strumenti di prevenzione per i clienti valorizzando i benefici ambientali degli interventi di risanamento energetico.
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"> • Aggiornamento degli impianti produttivi attraverso l'introduzione di nuove macchine utensili, allo scopo di crescere efficienza energetica dell'azienda, introdurre nuovi prodotti e riducendo gli scarti di produzione, riduzione degli scarti

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"> • Formazione interna ai dipendenti sui valori aziendali, sui temi dello sviluppo sostenibile, favorendo la cultura dell'impatto positivo e dell'innovazione responsabile.
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"> • Diffondere la cultura dell'edilizia sostenibile. Per farlo, puntiamo a incrementare il numero di professionisti tecnici coinvolti nei nostri progetti, valorizzandoli sia come partner che come clienti B2B
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"> • Creare partnership strategiche con le aziende fornitrici e le società benefit, partendo dalla condivisione e presentazione della relazione d'impatto. Attraverso il progetto "Filiera Buona", verranno avviati momenti di formazione dedicati ai fornitori sui temi della sostenibilità. Consolidare questa pratica consentirà di costruire una rete di partner affidabili, riducendo i rischi di interruzione delle forniture e migliorando la reputazione collettiva del network.
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"> • Pianificare un ciclo di incontri per presentare la relazione d'impatto a diversi stakeholder. In parallelo, l'azienda intende promuovere la cultura green attraverso la partecipazione attiva alle attività con altre aziende impegnate sul tema della sostenibilità aziendale, favorendo così una crescita sostenibile e condivisa. • Favorire la realizzazione di momenti di incontro con decisori pubblici

Grazie a tutti i nostri clienti.

La vostra fiducia ci ha permesso
di scegliere come crescere, non solo quanto.
Senza di voi non saremmo diventati Società Benefit
e non staremmo cercando di migliorare ogni anno.
Siete voi il motivo per cui questo cambiamento ha senso.

Ogni casa che ci avete aperto, ogni scelta che ci avete affidato
è stata, per noi, una conferma e una responsabilità.
Un punto d'arrivo che diventa subito un nuovo inizio.

Un ringraziamento speciale va
a chi lavora con noi ogni giorno:
siete l'anima di CBS.

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

Continuiamo così.
Un serramento alla volta.

Stefano Comida

