

OLTRE LA CONNESSIONE
Il nostro impegno sostenibile



RELAZIONE D'IMPATTO DI HAL SERVICE S.P.A.

ANNO 2025

SOMMARIO

1. Lettera agli Stakeholders	3
2. Oltre la connessione: il nostro impegno sostenibile	5
3. Essere società benefit	7
Essere società benefit: una scelta nella direzione del Bene Comune	8
Visione, Missione e Valori di Hal Service SPA	9
Le Finalità di Beneficio Comune e il contributo agli obiettivi di sviluppo sostenibile	10
La nostra storia	12
Linea del tempo	13
I nostri numeri principali	14
4. L'impatto generale	15
Il B impact assessment	16
Area sociale, Area Ambientale, Area Economica e di Governance	18
5. L'impatto sociale	19
Stakeholder	21
Welfare aziendale	24
Formazione e sviluppo delle competenze	25
Cultura d'impresa	26
Impatto sulla comunità	28

Educazione digitale per le nuove generazioni	29
Sviluppo e salvaguardia della comunità e dell'economia locale	30
6. L'impatto ambientale	31
Pratiche per la transizione verso un'economia più sostenibile	32
Consumi di energia elettrica	33
Consumi di gas naturale ed emissioni di gas a effetto serra	34
Rigenerazione ambientale e miglioramento della qualità della vita	35
7. L'impatto economico e di governance	36
Etica e anticorruzione	38
Coinvolgimento delle persone nel modello di impresa benefit	39
Valore economico diretto, generato, distribuito	40
Le nostre certificazioni	44
Associazioni di categoria a cui l'azienda aderisce	44
8. Gli obiettivi 2026 di HAL Service Spa	45
9. Nota metodologica	48
Indice dei contenuti VSME	50



1.

LETTERA AGLI STAKEHOLDERS

Signori,

siamo nel bel mezzo della quarta rivoluzione industriale. Quelle precedenti, dalla macchina a vapore, all'elettricità, all'informatica, hanno modificato profondamente il modo di vivere delle generazioni del tempo.

Anche questa avrà il medesimo destino, basti pensare all'intelligenza artificiale, l'argomento di maggior attualità che affascina l'immaginario collettivo, generando anche una montagna di equivoci.

La storia si ripete, era già successo settant'anni fa con il "cervello elettronico", dove più propriamente il termine "cervello" avrebbe dovuto essere sostituito da "pallottoliere".

Intelligenza artificiale dunque, che nonostante l'enfasi, non riassume poi per intero la portata di questa rivoluzione; che in verità riguarda anche la disponibilità di tutta una serie di altre tecnologie abilitanti, in molti casi sinergiche tra loro, che costituiscono un nuovo ambiente di riferimento estremamente innovativo. Pensiamo al Cloud, all'Internet delle cose, alla realtà aumentata e alla stampa 3D.

Il nostro compito è di esplorare l'intero ambiente, trovare nuovi campi applicativi per la collezione tecnologica, e testare prototipi di sistemi che possano avere un evidente vantaggio competitivo sull'esistente in termini di semplicità ed economicità. Perché un'invenzione non vale in sé, vale se serve a qualcosa.



Per dare quindi un senso alla sua funzione HAL Service si è mossa in due direzioni, la prima è dotarsi in modo strutturato e stabile di un gruppo di ricercatori (R&I) che sviluppa progetti in partnership con altre aziende e in collaborazione con Enti di ricerca come Università e Fondazioni.

La seconda è di realizzare un laboratorio multifunzionale (FabLab), come già annunciato lo scorso anno, che permetta di sperimentare tutte le nuove tecnologie, e quindi consenta di "mettere a terra" soluzioni in grado di essere poi ingegnerizzate.

Il motivo ultimo di queste scelte è quello di voler anticipare, in tempi così frenetici, l'evoluzione del mercato, e dunque di aggiornare l'offerta in modo predittivo, ed infine, ma non ultimo, mantenere una mission fortemente innovativa e sostenibile a supporto della competitività del territorio, nella convinzione che nessuno si salva da solo.

Valutati i primi risultati, ci stiamo riuscendo.

Giancarlo Zamboni

Rappresentante del CDA e Legale



2.

OLTRE LA CONNESSIONE

Il nostro impegno sostenibile

In un contesto globale segnato da transizioni sempre più accelerate — economiche, ambientali, digitali e sociali — **HAL Service S.p.A.** sceglie di essere più di un semplice operatore tecnologico: si propone come **motore di “connessioni di valore”**, come attore attivo nello sviluppo sostenibile dei territori, come soggetto promotore per un’innovazione diffusa e inclusiva per aiutare, attraverso le sue persone, le competenze e i suoi servizi d’impresa, a ridurre il divario tecnologico e a soddisfare la trasmissione di dati e voce nelle aree più complesse, come ad esempio quelle montane.

Viviamo in un’epoca in cui la connettività è diventata un diritto fondamentale, un filo invisibile che unisce persone, comunità e opportunità. Ma connettere il mondo non basta: dobbiamo farlo in modo responsabile, consapevole delle sfide che il nostro tempo ci pone davanti.

La tecnologia, per HAL, può essere messa al servizio di tutti, può essere un “connettore” di sviluppo di un territorio.

In questa prospettiva, **la rete (e le reti)** diventano **spazi d’incontro** da custodire, **collaborazioni** da rafforzare e **leve strategiche** da perseguire.

Connettere significa portare un segnale da un punto all’altro. Andare oltre la connessione significa chiedersi cosa succede alle persone quando quel segnale arriva, quali opportunità si aprono, quali disuguaglianze si riducono, quale impatto lasciamo sui territori e sulle comunità che attraversiamo ogni giorno con le nostre infrastrutture e i nostri servizi.

L’approccio di HAL non è solo tecnologico allora: **è etico, sistemico, orientato a generare valore.**

A guidare l’azienda in questo percorso ci sono le **persone**, una **squadra** che crede nel valore della trasparenza e nella importanza di una comunicazione aperta, connessa, empatica, orientata all’ascolto. Ogni giorno, Hal si impegna a costruire **ponti tra presente e futuro**, trasformando l’innovazione in possibilità concrete per le persone e per le imprese che vogliono affrontare i cambiamenti in essere con un approccio sostenibile e umano.

Accogliere la sfida della sostenibilità significa allora per HAL Service riconoscere la ricchezza delle proprie radici e rispondere con responsabilità alle esigenze delle generazioni future. Significa unire tradizione e innovazione, visione strategica e attenzione quotidiana, per dare forma a un nuovo modo di fare impresa: più consapevole, più inclusivo, più generativo.

Nel suo modello di business e di sviluppo, ogni connessione assume allora un significato più ampio: **è un’occasione per attivare valore condiviso, diffondere competenze, generare benessere collettivo.**

Questo è il contributo di HAL Service S.p.A. alla crescita del territorio, il suo impegno verso una trasformazione sostenibile che sia, al tempo stesso, tecnologica e umana.

3.

ESSERE SOCIETÀ BENEFIT



Essere Società Benefit: una scelta nella direzione del Bene Comune

Il percorso per divenire Società Benefit è nato dalla consapevolezza che il risultato economico sia strettamente correlato alla capacità di creare, a livello strategico, un equilibrio tra la dimensione economica, sociale e tutto ciò che le lega al territorio e all'ambiente.

La formalizzazione del passaggio a Società Benefit è stata sentita dalla proprietà come un riconoscimento delle radici e della filosofia che da sempre ha caratterizzato il modello di business di HAL Service Spa.

Essere Società Benefit significa, per noi, cogliere concretamente le sfide della modernità grazie ad una visione e una gestione aziendale innovativa; infatti, a differenza di una società tradizionale, la cui unica finalità è la distribuzione di dividendi ad azionisti e investitori, divenire Società Benefit obbliga a bilanciare gli interessi degli azionisti con gli interessi di tutte le altre parti coinvolte nel sistema impresa (collaboratrici e collaboratori, clienti, fornitori, comunità locale, enti, associazioni, ambiente ecc.), i cosiddetti stakeholder.

Quali cambiamenti vogliamo generare?

Le Società Benefit, come prevede la L. 208/2015, danno spazio ad un modello di impresa non focalizzato solo sulla dimensione economica. Per la prima volta, il Codice civile italiano ha previsto infatti la possibilità di associare al "fare impresa" scopi altri rispetto al solo profitto.

E la Società Benefit questo lo fa per Statuto, individuando degli "obiettivi alti" – le "Finalità di Beneficio Comune" – di cui deve rendere conto annualmente attraverso la Relazione d'impatto. Ci siamo posti allora un impegno di lungo periodo: lavorare per perseguire un benessere economico, sociale e ambientale interno e verso tutti i portatori di valore.

La trasformazione in Società Benefit è quindi un'occasione privilegiata per implementare un nuovo modello d'impresa il cui sguardo è rivolto al governo integrato di tutte le dimensioni aziendali: economico-finanziaria, sociale-relazione e ambientale.

LA VISIONE

Aspiriamo ad essere protagonisti dell'innovazione creando un ecosistema tecnologico integrato che potenzi la competitività dei clienti e dei partner, fornendo loro tecnologie e strumenti che fanno viaggiare i dati nel mondo, venendo riconosciuti per affidabilità e sostenibilità.

LA MISSIONE

Ascoltiamo, disegniamo, implementiamo, assistiamo, misuriamo. Vogliamo essere un concreto abilitatore del business dei nostri clienti e partner, investendo continuamente in ricerca, innovazione e "scouting tecnologico".

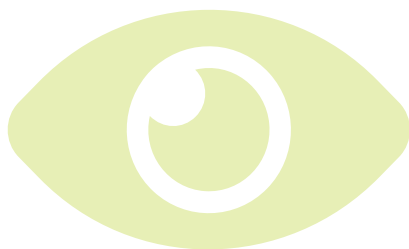
I VALORI

INNOVAZIONE Il nostro successo dipende dalla capacità di interpretare l'innovazione tecnologica, e "innovare" ha nella sua etimologia "fare cose nuove". Il senso della costante trasformazione è da sempre nel DNA aziendale, per questo studiamo e ci interroghiamo su nuove tecnologie e nuove esigenze, anticipando i bisogni con soluzioni che migliorano i nostri modelli di vendita e la nostra offerta.

COLLABORAZIONE Crediamo che lavorare insieme porti risultati migliori e soluzioni più efficaci, per questo promuoviamo una cultura di collaborazione che alimenti la forza del gruppo. Ci è chiaro che l'azienda può crescere e prosperare nel tempo solo se tutti i portatori di interesse e di valore hanno l'opportunità di ragionare e lavorare insieme sul futuro comune.

SOSTENIBILITÀ Come Società Benefit siamo impegnati a integrare pratiche sostenibili in ogni aspetto delle nostre attività. La nostra visione di sostenibilità non si limita al rispetto delle normative ambientali, ma punta a sostenere iniziative sociali, a garantire pratiche aziendali che contribuiscono al benessere collettivo e alla creazione di "buon business", senza dimenticare la responsabilità verso le generazioni future.

ASCOLTO Senza ascolto non c'è connessione. Per questo mettiamo il nostro interlocutore, interno o esterno, al centro di tutto ciò che facciamo. Ascoltiamo e ci lasciamo ispirare dalle sue necessità fornendo soluzioni che siano la risposta concreta ai bisogni manifestati. Ci impegniamo a essere coerenti con la nostra identità.



Le Finalità di Beneficio Comune e il contributo agli obiettivi di sviluppo sostenibile

1 Finalità di Beneficio Comune 1

Accrescere il senso di appartenenza e il desiderio di miglioramento continuo delle persone che lavorano in HAL Service attraverso un'attenzione alle esigenze individuali e alla valorizzazione dei talenti di ognuno.
 (Collaboratori)



2 Finalità di Beneficio Comune 2

Promuovere rapporti commerciali e di partnership in un'ottica di continuità con i valori e le caratteristiche che contraddistinguono HAL Service, in modo da migliorare le relazioni e supportare lo sviluppo economico, sociale e ambientale della società e di tutti i suoi stakeholder.
 (Clienti e Fornitori)



3 Finalità di Beneficio Comune 3

Sviluppare in maniera progettuale collaborazioni con enti, scuole e università tese a creare sinergie indirizzate alla condivisione di competenze e al sostegno dei giovani e del loro inserimento nel mondo del lavoro.
 (Comunità locale)



4 Finalità di Beneficio Comune 4

Continuare a investire nella ricerca e nello sviluppo di soluzioni all'avanguardia che siano di supporto alla salvaguardia dell'ambiente attraverso la diffusione di reti di connettività anche in territori topologicamente difficili e soggetti a spopolamento, con particolare attenzione all'ottimizzazione delle risorse energetiche e idriche.

(Comunità locale, Ambiente)



5 Finalità di Beneficio Comune 5

Promuovere con partner, fornitori e le istituzioni presenti nei territori di riferimento una cultura d'impresa orientata al Bene Comune, anche attraverso la condivisione di progetti e iniziative tese al raggiungimento di obiettivi comuni sui temi della sostenibilità.

(Tutti gli stakeholder)



6 Finalità di Beneficio Comune 6

Pianificare e organizzare la strategia di sostenibilità aziendale in modo continuativo e strutturato per dare vita a scelte ed azioni operative coerenti con l'essere «Società Benefit».

(Governance)



La nostra Storia

C'era un'idea, nel 1990, che ancora oggi guida ogni nostra scelta: la **tecnologia** non è solo un insieme di strumenti, ma un **mezzo per costruire opportunità**. Nasciamo così, come specialisti nella manutenzione hardware per ambienti mainframe IBM, in un'epoca in cui il digitale era ancora un territorio da esplorare. Fin da subito, il nostro spirito pionieristico ci spinse a guardare oltre: non ci bastava mantenere in funzione le macchine, volevamo creare soluzioni che anticipassero il futuro. Negli anni '90, mentre il mondo della tecnologia evolveva rapidamente, anche noi abbiamo deciso di cambiare pelle. Da azienda specializzata in hardware siamo diventati un punto di riferimento nella **system integration**, adottando le architetture client-server, le reti LAN e l'automazione d'ufficio. È il momento in cui nasce la nostra divisione software: sentiamo l'esigenza di creare strumenti su misura, di rendere la tecnologia più accessibile e flessibile. Ci apriamo alle applicazioni web e all'open source, scegliendo di costruire non solo prodotti, ma ecosistemi digitali capaci di generare valore.

Il 2006 segna un passaggio cruciale nella nostra storia. Guardiamo oltre la nostra area di competenza e ci rendiamo conto di un problema che vogliamo risolvere: il **digital divide**.

Troppe realtà, soprattutto nelle aree montane, sono escluse dall'accesso a internet, e questo frena il loro sviluppo. Decidiamo di agire. Diventiamo un **Internet Service Provider Wireless locale**, acquisendo l'Autorizzazione Generale presso il Ministero delle Comunicazioni e iscrivendoci al ROC. Costruiamo un'infrastruttura proprietaria per connettere chi è rimasto indietro. È in questo contesto che nasce la prima versione della nostra piattaforma **WiC Manager 1.0**, che diventerà il cuore della nostra offerta nel settore delle telecomunicazioni.

Nel 2013 compiamo un ulteriore passo avanti: diventiamo **operatore TLC nazionale**. Non ci limitiamo più a coprire aree svantaggiate, ma integriamo tutte le tecnologie terrestri disponibili, LTE compreso, per offrire connessioni affidabili e performanti su tutto il territorio italiano. La nostra ambizione è chiara: non vogliamo solo connettere, vogliamo **migliorare la qualità della connettività**.

L'innovazione è nel nostro DNA, e nel 2016 ampliamo ancora il nostro orizzonte. Ai servizi di connettività affianchiamo **soluzioni cloud** basate sulla piattaforma **WiC Manager**, che continua a evolversi fino alla versione 3.0 nel 2023. Accanto a essa nasce **WiC Advisor 1.0**, un sistema avanzato di monitoraggio, diagnostica e gestione che completa il nostro ecosistema tecnologico. Non ci limitiamo più a fornire connessioni e servizi, ma offriamo strumenti concreti per gestirli, ottimizzarli e renderli sempre più performanti.

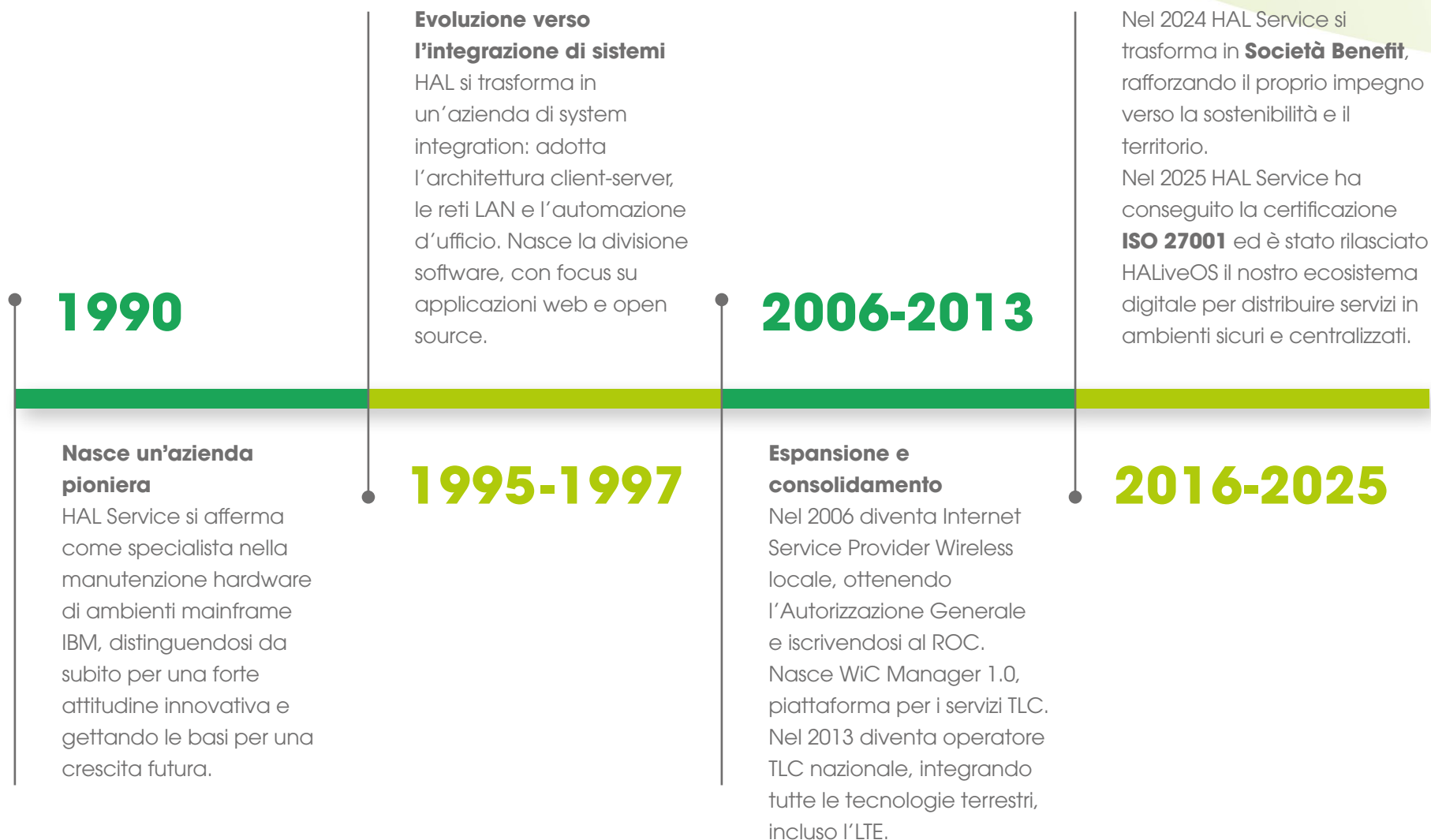
Il 2024 è un anno simbolico per noi: formalizziamo il nostro impegno nei confronti della società e dell'ambiente diventando **Società Benefit**. Un riconoscimento che non è solo un titolo, ma l'espressione di una filosofia che ci accompagna fin dalle origini: **la tecnologia deve essere al servizio delle persone, dell'inclusione, della sostenibilità**.

Nel corso dell'anno, **HAL Service** ha conseguito la certificazione ISO 27001, lo standard internazionale di riferimento per i sistemi di gestione della sicurezza delle informazioni (ISMS). Questo importante traguardo attesta l'adozione di un sistema strutturato e conforme alle migliori pratiche internazionali per la protezione dei dati, la gestione dei rischi informatici e la tutela delle informazioni aziendali e dei clienti.

Oggi, guardando indietro, vediamo non solo un'azienda che si è trasformata ed evoluta, ma una realtà che ha sempre seguito un'unica rotta: quella dell'**innovazione con responsabilità**. E guardando avanti, sappiamo che il nostro viaggio è solo all'inizio.

Linea del Tempo

Evoluzione di HAL Service



I nostri numeri principali

Fatturato 2025

€ 14.349.337,00

N. collaboratori

60

Clienti

33.000

Sedi

3 (Borgosesia, Milano, Vibo Valentia)

Business Partner

130

Reseller Wholesale

280

La nostra rete

3 nodi di Core

MILANO - Data 4, Cornaredo
 MILANO - Caldera Park, via Caldera 21
 MILANO - Equinix ML5, Settimo Milanese

5 nodi di Edge

TORINO - Piero della Francesca
 ROMA - NAMEX Sala Caesar
 PALERMO - Open Hub Meb Carini
 PADOVA - VSIX Galleria Spagna
 CASERTA - Viale Enrico Mattei

2 reti di accesso FWA

PIEMONTE - VC, NO, BI, TO, VB, VA
 CALABRIA - CZ, VV, RC

NETWORK REGION

Due region indipendenti
 MI-MIX e MI-D4



4.

L'IMPATTO GENERALE

IL B IMPACT ASSESSMENT

Il **B Impact Assessment (BIA)** è uno standard sviluppato dall'ente no profit B Lab che consente di valutare l'impatto complessivo di un'azienda in cinque aree di riferimento: **Governance, Lavoratori, Comunità, Ambiente, Clienti**.

L'Azienda deve compilare un questionario online dettagliato, fornendo informazioni sia qualitative che quantitative. Lo strumento elabora i dati raccolti e assegna un punteggio su una scala da 0 a 200 punti.

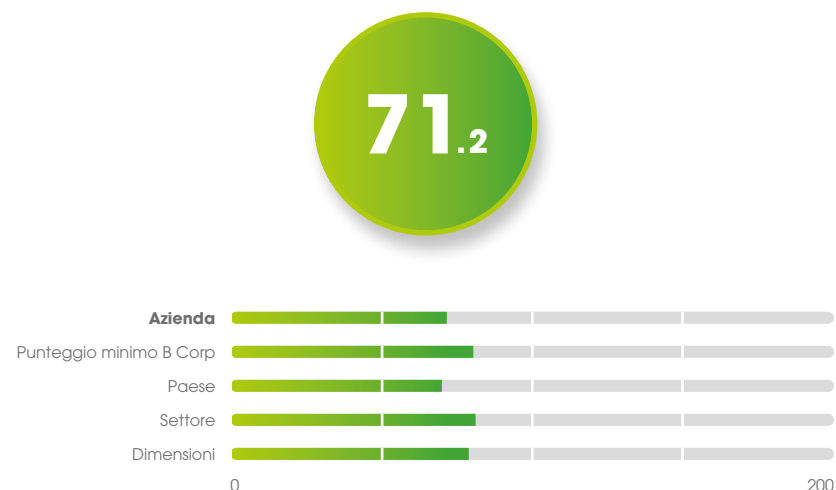
Il questionario è modulare e si adatta dinamicamente alle risposte fornite, consentendo un'analisi sempre più approfondita dei dati inseriti.

HAL Service Spa ha ottenuto, attraverso il processo di autovalutazione, il punteggio di **71.2 punti**.

Sulla base di questa analisi, il **Comitato di Sostenibilità, in accordo con la Direzione Generale**, ha individuato gli **obiettivi di miglioramento** che l'Azienda intende perseguire nel 2026 e negli anni successivi e che verranno presentati successivamente.

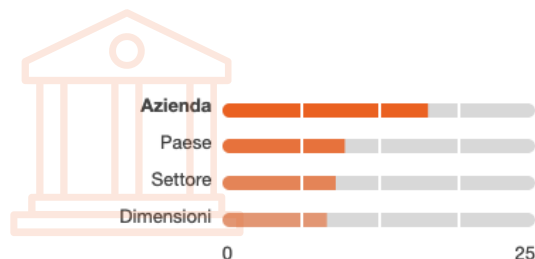
Di seguito sono riportati i punteggi ottenuti nelle diverse aree di impatto, confrontando le performance di HAL Service Spa con quelle delle aziende del sistema Paese, dello stesso settore e della stessa dimensione.

Attualmente, HAL Service Spa **si distingue particolarmente nelle aree "Governance", "Lavoratori" e "Clienti"**. Un posizionamento leggermente inferiore si registra nelle sezioni "Comunità" e "Ambiente", ambiti in cui l'Azienda sta pianificando e implementando nuove iniziative e progettualità.



GOVERNANCE

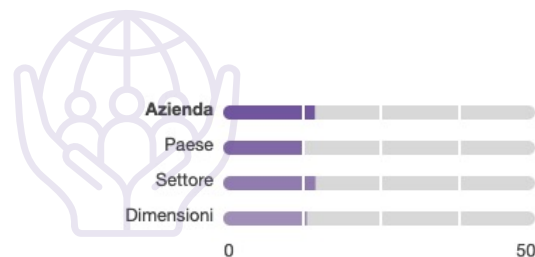
 DOMANDE RISPOSTE
26/26

 PUNTEGGIO GENERALE
16.4


L'area Governance valuta la missione complessiva di un'azienda, l'impegno rispetto al suo impatto sociale e ambientale, l'etica, la trasparenza, la capacità di un'azienda di proteggere la propria missione e di considerare formalmente le parti interessate nel processo decisionale attraverso la propria struttura aziendale.

COMUNITÀ

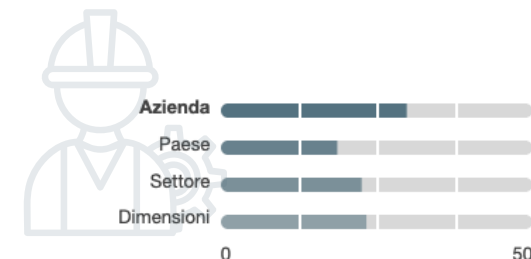
 DOMANDE RISPOSTE
35/35

 PUNTEGGIO GENERALE
14.6


L'area Comunità valuta il coinvolgimento e l'impatto di un'azienda sulle comunità in cui opera, assume e da cui proviene. Gli argomenti includono diversità, equità e inclusione, impatto economico, impegno civico, donazioni, gestione della catena di approvvigionamento. Inoltre, questa sezione riconosce i modelli di business progettati per affrontare problemi specifici dedicati alla comunità e allo sviluppo economico locale, inclusi impegni formali di beneficenza.

LAVORATORI

 DOMANDE RISPOSTE
48/48

 PUNTEGGIO GENERALE
29.7


L'area Lavoratori valuta i contributi di un'azienda alla sicurezza finanziaria, alla salute e sicurezza, al benessere, allo sviluppo della carriera e al coinvolgimento dei dipendenti.

AMBIENTE

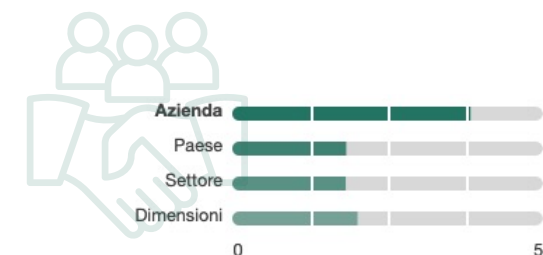
 DOMANDE RISPOSTE
28/28

 PUNTEGGIO GENERALE
6.5


L'area Ambiente valuta le pratiche complessive di gestione ambientale di un'azienda, nonché il suo impatto su aria, clima, acqua, territorio e biodiversità. L'analisi include l'impatto diretto delle operazioni di un'azienda e, ove applicabile, della sua catena di approvvigionamento e dei canali di distribuzione.

CLIENTI

 DOMANDE RISPOSTE
16/16

 PUNTEGGIO GENERALE
3.8


L'area Clienti valuta la gestione dei propri clienti da parte di un'azienda attraverso la qualità dei suoi prodotti e servizi, il marketing etico, la privacy e la sicurezza dei dati e i canali di feedback. Inoltre, questa sezione riconosce i prodotti o servizi progettati per affrontare un particolare problema sociale per o tramite i suoi clienti e i servizi che migliorano l'impatto sociale di altre aziende o organizzazioni.



AREA SOCIALE

- Stakeholder
- Welfare aziendale
- Formazione e Sviluppo delle Competenze
- Cultura d'impresa
- Impatto sulla Comunità
- Educazione digitale per le nuove generazioni
- Sviluppo e salvaguardia della comunità e dell'economia locale



AREA AMBIENTALE

- Pratiche per la transizione verso un'economia più sostenibile
- Consumi di energia elettrica
- Consumi di gas naturale ed emissioni di gas a effetto serra (Scope 1 - 2)
- Rigenerazione ambientale e miglioramento della qualità della vita



AREA ECONOMICA E DI GOVERNANCE

- Etica e Anticorruzione
- Coinvolgimento delle persone nel modello di impresa benefit
- Valore economico generato, trattenuto e distribuito
- Le nostre Certificazioni
- Associazioni di categoria a cui l'azienda aderisce

5.

L'IMPATTO SOCIALE



LE PERSONE AL CENTRO DELLE NOSTRE RETI DI VALORE



Stakeholder



Welfare aziendale



Formazione e Sviluppo delle Competenze



Cultura d'impresa



Impatto sulla Comunità



Educazione digitale per le nuove generazioni



Sviluppo e salvaguardia della comunità e dell'economia locale

Stakeholder

Lavorare **con e per i** propri stakeholder sta assumendo sempre più rilevanza per un'azienda come HAL Service Spa, che ha l'intento di **attuare una strategia sulla sostenibilità** e di voler **perseguire obiettivi condivisi** con tutti i portatori d'interesse. L'analisi degli Stakeholder di HAL Service Spa **ha consentito di identificare e fotografare quali fossero le categorie di stakeholder con cui l'azienda si interfaccia**, basandosi su specifiche indicazioni.



Tra gli Stakeholder principali di HAL Service S.p.A. ci sono senz'altro **le Persone, i propri collaboratori.**

Le Persone sono il cuore dell'azienda: con competenze, passione e innovazione, trasformano ogni sfida in opportunità, creando valore per i clienti e per il futuro.

LAVORATORI DIPENDENTI

PER TIPO DI CONTRATTO	UNITÀ DI MISURA	AL 31.12.2025
A tempo indeterminato	HC	53
di cui donne	HC	19
di cui uomini	HC	34
A tempo determinato	HC	1
di cui donne	HC	1
di cui uomini	HC	0
TOTALE	HC	54
PER TIPO DI CONTRATTO	UNITÀ DI MISURA	AL 31.12.2025
Contratti full-time	HC	51
di cui donne	HC	18
di cui uomini	HC	33
Contratti part-time	HC	3
di cui donne	HC	2
di cui uomini	HC	1
TOTALE	HC	54

LAVORATORI NON DIPENDENTI

PER TIPO DI CONTRATTO	UNITÀ DI MISURA	AL 31.12.2025
Tirocinanti	HC	3

Nel corso del 2025, l'azienda ha monitorato l'assunzione di nuovi collaboratori e la cessazione dei rapporti di lavoro, per avere **sempre più attenzione alle persone che contribuiscono attivamente a rendere solida l'attività di HAL.**

Nel corso del 2025 non si registra nessun infortunio sul lavoro e nessun decesso dovuto a infortuni o malattie professionali.

NUOVI DIPENDENTI ASSUNTI

INDICATORE	GENERE	ETÀ	FY 2025
a. Nuovi dipendenti assunti durante il periodo di rendicontazione	Femminile	< 30 anni	2
		Fra 30 e 50 anni	2
		> 50 anni	0
		Totale	4
	Maschile	< 30 anni	2
		Fra 30 e 50 anni	5
		> 50 anni	0
		Totale	7
Numero totale di assunzioni			11
a. Tasso % di turnover in entrata	Femminile	< 30 anni	3,7%
		Fra 30 e 50 anni	3,7%
		> 50 anni	0,0%
		Totale	7,4%
	Maschile	< 30 anni	3,7%
		Fra 30 e 50 anni	9,3%
		> 50 anni	0,0%
		Totale	13,0%
Tasso di turnover in entrata totale			20,4%

CESSAZIONI DEL RAPPORTO DI LAVORO

INDICATORE	GENERE	ETÀ	FY 2025
b. Cessazioni del rapporto di lavoro durante il periodo di rendicontazione	Femminile	< 30 anni	1
		Fra 30 e 50 anni	1
		> 50 anni	1
		Totale	3
	Maschile	< 30 anni	2
		Fra 30 e 50 anni	4
		> 50 anni	1
		Totale	7
Numero totale di assunzioni			10
a. Tasso % di turnover in uscita	Femminile	< 30 anni	1,9%
		Fra 30 e 50 anni	1,9%
		> 50 anni	1,9%
		Totale	5,6%
	Maschile	< 30 anni	3,7%
		Fra 30 e 50 anni	7,4%
		> 50 anni	1,9%
		Totale	13,0%
Tasso di turnover in entrata totale			18,5%

Welfare aziendale

Il welfare aziendale rappresenta uno strumento essenziale in HAL Service Spa al fine di **garantire il benessere dei collaboratori, mostrare l'attenzione dell'azienda verso le esigenze individuali** e assicurare un ambiente di lavoro sereno e attento alle proprie persone. In questo contesto, HAL ha implementato un sistema di **Ticket Restaurant** con l'introduzione di buoni pasti dal valore di 8 € per dipendente, un investimento importante per l'azienda in termini di bilancio rivolto a tutte le persone che vi lavorano, adottando inoltre una **policy aziendale** per la gestione degli stessi. Tali benefit vengono forniti a **tutti i dipendenti** full-time, part-time e contratti, con contratto a tempo indeterminato e determinato. Al momento non vengono assicurati i ticket restaurant solo per le persone in stage. Inoltre, HAL Service garantisce a tutti i suoi dipendenti i seguenti benefici: assistenza sanitaria integrativa, congedo parentale e il fondo di previdenza complementare.



FORMAZIONE E SVILUPPO DELLE COMPETENZE

Corsi di formazione

Nel corso del 2025, HAL Service ha garantito l’adempimento degli obblighi formativi previsti dal D.lgs. 81/08, assicurando a tutti i collaboratori la formazione obbligatoria in materia di salute e sicurezza sul lavoro.

Oltre a questi adempimenti, sono state promosse attività formative su temi sensibili e strategici per l’azienda, volte a rafforzare competenze tecniche, digitali e trasversali.

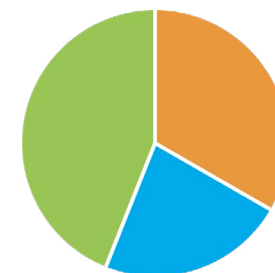
Inoltre, nel corso dell’anno è stato svolto il corso **“Sostenibilità Strategica”** della durata di 4 ore e rivolto a tutti i collaboratori allo scopo di far comprendere l’importanza di scelte sostenibili integrate nel business aziendale.

La formazione è stata finanziata sia direttamente dall’azienda, sia attraverso l’accesso a fondi interprofessionali e strumenti di finanziamento dedicati.

TIPOLOGIA FORMAZIONE	N. ORE
Organizzativa	413,5
Tecnica	543,0
Prodotto	277,0
Tot. ore di formazione	1233,5

ORE DI FORMAZIONE 2025

- Organizzativa
- Tecnica
- Prodotto



Secondo le informative VSME ESRS sono riportate il numero medio di ore suddivise per dipendente donna e uomo.

VALORE MEDIO DELLE ORE DI FORMAZIONE 2025	ORE MEDIE
Ore medie di formazione 2025 per dipendente	23,0 h
Ore medie di formazione 2025 per dipendente donna	16,5 h
Ore medie di formazione 2025 per dipendente uomo	26,5 h

CULTURA D'IMPRESA

Family day 2025

A settembre 2025 è stato organizzato il "Family Day": ciascun collaboratore ha invitato i propri cari, bambini compresi, a trascorrere una giornata insieme con la propria azienda presso le isole Borromee sul Lago Maggiore. I partecipanti sono stati circa 100. La giornata ha previsto una visita culturale al Palazzo Borromeo dell'Isola Bella e ai giardini successivamente nel pomeriggio si è visitato il borgo dell'Isola dei Pescatori.



Una storia di valore verso un futuro sostenibile

HAL Service per festeggiare i suoi **35 anni di storia** ha deciso di organizzare un evento per il territorio aperto a tutta la comunità presso il Cinema Lux di Borgosesia.

All'evento sono intervenuti Giancarlo Zamboni presidente di HAL Service, Massimo Temporelli divulgatore scientifico, Massimo Folador professore di Business Ethics e sviluppo sostenibile e Alessandra Sponchiado direttore generale di HAL service.

Hanno partecipato circa **300 persone**.

La strategia degli eventi: relazioni che generano impatto

Per **HAL Service - WiC**, gli eventi aziendali non sono semplici momenti di incontro, ma leve strategiche per consolidare il capitale relazionale e diffondere la cultura dell'innovazione. Attraverso il networking e la condivisione tecnica, trasformiamo la connettività in **comunità**, rafforzando il senso di appartenenza e il posizionamento del brand come partner tecnologico di riferimento.

Nel 2025, la nostra presenza si è articolata su tre canali distinti, ognuno con obiettivi e impatti specifici:

1. Eventi WiC: L'Ecosistema Integrato

Questi eventi sono progettati e gestiti direttamente da noi per unire l'intera filiera WiC. Coinvolgono simultaneamente i **clienti Corporate, i Business Partner e i Reseller**.

2. Eventi Corporate: Posizionamento e Visione

Partecipiamo e sponsorizziamo i principali forum nazionali dedicati al mondo decisionale IT che hanno come target CIO, IT Manager e stakeholder del segmento Grandi Aziende.

3. Eventi Canale Wholesale: L'Infrastruttura del Futuro

Presidiamo i tavoli tecnici e i meeting dei principali nodi di interscambio e comunità tecnologiche con operatori di settore, esperti di data center e professionisti delle reti.

Clienti e Privacy

HAL Service dedica particolare attenzione alla prevenzione delle violazioni della privacy e alla protezione dei dati personali dei clienti, adottando misure di sicurezza avanzate e procedure di gestione delle informazioni. A conferma di questo impegno nel corso del 2025 HAL Service ha ottenuto la certificazione **ISO 27001** dotandosi di una struttura organizzativa e di policy aziendali al fine di garantire una gestione sicura dei dati aziendali, mitigando i rischi contro perdite e/o modifiche non autorizzate o accidentali.

Nel corso del 2025 non si sono verificate violazioni di sicurezza informatica che hanno coinvolto le nostre infrastrutture.

IMPATTO SULLA COMUNITÀ

Partnership con AVIS

Dopo che HAL Service Spa nel corso del 2024 ha deciso di **offrire gratuitamente la connettività** a sei sedi di donazione provinciali di AVIS. Nel corso del 2025 l'azienda ha deciso di proseguire la propria partnership con Avis promuovendo per tutti i collaboratori delle sessioni informative sulla donazione del sangue e sull'importanza e valore che questo gesto ha nei confronti della collettività.

Dopo le sessioni informative ben **16** collaboratori sono diventati nuovi donatori.

Contributi ad iniziative sul territorio

HAL Services S.p.A., in quanto Impresa Benefit, riconosce che il proprio ruolo non si esaurisce nella creazione di valore economico, ma si estende **alla generazione di valore condiviso per la comunità e l'ambiente in cui opera**. Promuovere una cultura d'impresa orientata al Bene Comune è una responsabilità concreta e quotidiana, che si realizza generando connessioni con il territorio, in una logica di corresponsabilità e co-progettazione. Sviluppare il territorio significa per HAL attivare **relazioni significative e durature**, capaci di produrre impatti positivi e misurabili sul piano sociale, economico e ambientale.

Un'impresa che è profondamente radicata nella propria comunità è in grado di generare valore.

Per questo, ogni iniziativa condivisa, ogni alleanza strategica, ogni progetto di sostenibilità sviluppato in rete con altri attori del territorio rappresenta un tassello nella costruzione di un **ecosistema imprenditoriale più equo, resiliente e rigenerativo**. È questo il sistema in cui crede Hal che è in grado di moltiplicare l'impatto positivo oltre i confini dell'impresa stessa.

Nello specifico, sono state sostenute le seguenti iniziative sul territorio nel 2025:

- Donazione alla Comunità Il Campo
- Sponsorship Associazione Enrico Micheli Centro autismo Vercelli
- Donazione Save the Children Italia ETS
- Omaggio Natalizio Casa di Riposo Sant'Anna di Borgosesia
- Contributo alla Festa dello Sport di Lozzolo

L'azienda crede, attraverso questi supporti, nel valore della collaborazione e nel coinvolgimento attivo di e con tutti gli stakeholder. Attraverso il dialogo costante, ha sperimentato come lo scambio con i propri portatori d'interesse possa generare buone pratiche e azioni concrete per migliorare la propria sensibilità e il proprio operato in ottica di sostenibilità, accrescendo la consapevolezza dei contributi positivi che può apportare al territorio.

EDUCAZIONE DIGITALE PER LE NUOVE GENERAZIONI

Percorsi di educazione digitale per una generazione consapevole

HAL Service Spa durante il 2025 ha supportato il progetto **“Scuola OnLife”** volto a promuovere nelle scuole la conoscenza del digitale e la formazione della comunità scolastica, sia del corpo docente che degli studenti, sulle tematiche digitali.

Il progetto promosso dalla Fondazione Scintille di futuro e Treccani ha previsto un percorso formativo di 10 webinar per docenti allo scopo di far apprendere metodologie innovative per una didattica interattiva e inclusiva e 5 incontri rivolti agli studenti per esplorare temi come sicurezza online, intelligenza artificiale e identità digitale per un uso consapevole e responsabile delle tecnologie.

Hanno partecipato:

+ 200 DOCENTI AD OGNI WEBINAR

+ 2000 STUDENTI AD OGNI INCONTRO



Scin
tille
di fu
turo

SVILUPPO E SALVAGUARDIA DELLA COMUNITÀ E DELL'ECONOMIA LOCALE

Connettività

HAL Service Spa grazie alla sua tecnologia FWA (Fixed Wireless Access) continua a portare connettività in aree disagiate, montane e soggette a spopolamento, svolgendo così un ruolo cruciale nel **ridurre il divario digitale**, e nel **favorire lo sviluppo economico e sociale**. Consentire l'accesso a internet in queste zone specifiche migliora la qualità della vita delle persone che vi abitano, e permette al contempo anche la nascita di nuove opportunità lavorative, la digitalizzazione dei servizi pubblici e la valorizzazione del territorio, contrastando lo spopolamento e promuovendo un futuro più sostenibile e connesso.



6.

L'IMPATTO AMBIENTALE



SOSTENIBILITÀ E RESPONSABILITÀ NELLE NOSTRE ATTIVITÀ

L'attenzione e la tutela ambientale sono fondamentali per contribuire a generare azioni e progettualità di valore, che abbiano un elevato impatto sulle persone e sull'ambiente.

Per l'azienda, **prendersi cura dell'ambiente significa anche tutelare le persone, i luoghi di lavoro e il patrimonio naturale.**

La protezione del benessere dei collaboratori e della natura è una priorità, perseguita attraverso competenze, risorse e via via sempre più significative progettualità.

Tutti i collaboratori hanno svolto una formazione specifica relativa ai temi di sostenibilità.

Attualmente la Società non ha adottato policy ambientali formalizzate. Per la gestione e lo smaltimento dei RAEE (Rifiuti di apparecchiature elettriche ed elettroniche), si attiene scrupolosamente alla normativa vigente, affidandosi a operatori autorizzati e garantendo il rispetto degli obblighi di legge.

L'impresa non emette nell'aria, nell'acqua e nel suolo nessuna sostanza inquinante.

PRATICHE PER LA TRANSIZIONE VERSO UN'ECONOMIA PIÙ SOSTENIBILE

M'illumino di meno

L'azienda ha aderito all'iniziativa "M'illumino di Meno" la campagna radiofonica per la sostenibilità ambientale e il risparmio delle risorse lanciata nel 2005 dal programma Caterpillar di Rai Radio 2, il cui obiettivo è diffondere la cultura della sostenibilità ambientale e del risparmio delle risorse.



CONSUMI DI ENERGIA ELETTRICA

Nel corso del 2025, la Società ha registrato un consumo complessivo di energia elettrica pari a **77,7 MWh** (77.691 kWh). Il dato rappresenta il fabbisogno energetico annuale connesso alle attività operative e costituisce un indicatore oggetto di monitoraggio ai fini del miglioramento continuo dell'efficienza energetica.

Mix energetico

Il mix energetico del contratto e quello utilizzato per la produzione dell'energia elettrica dal produttore di cui HAL Service si fornisce è il seguente:

FONTE ENERGETICA	CONTRATTO AZIENDALE	MIX NAZIONALE ITALIA	MIX FORNITORE
Fonti rinnovabili	100,00%	51,83%	47,93%
Carbone	0%	1,52%	6,73%
Gas naturale	0%	42,01%	37,66%
Prodotti petroliferi	0%	0,47%	0,63%
Nucleare	0%	0%	2,85%
Altre fonti	0%	4,17%	4,21%
Totale	100%	100%	100%

Nota metodologica

I dati relativi al mix energetico nazionale e al mix del fornitore (anno 2024, dati preconsuntivi) sono determinati secondo quanto previsto dal DM 31 luglio 2009. Il calcolo tiene conto del mix energetico complementare nazionale, successivamente rettificato sulla base dell'European Attribute Mix (EAM) definito dall'AIB, considerando i flussi di importazione ed esportazione di energia. Il Gestore dei Servizi Energetici (GSE) determina infine il mix di approvvigionamento di ciascun operatore sulla base delle Garanzie d'Origine (GO) annullate.

CONSUMI DI GAS NATURALE ED EMISSIONI DI GAS A EFFETTO SERRA

Nel corso dell'anno 2025, la Società **HAL Service S.p.A.** ha registrato un consumo complessivo di gas naturale pari a **4.859 Smc** (Standard metri cubi). Tale dato rappresenta il fabbisogno energetico annuale connesso alle attività operative e costituisce un indicatore monitorato nell'ambito delle strategie di efficienza e sostenibilità energetica.

SCOPE 1 - 2

Scope 1 - Emissioni dirette

Nel corso del 2025, le emissioni dirette di gas a effetto serra (Scope 1) di **HAL Service S.p.A.** sono state pari a **9,23 tonnellate di CO₂ equivalente (tCO₂e)**, derivanti esclusivamente dalla combustione di **4.859 Smc di gas naturale** utilizzato per le attività operative.

Scope 2 - Emissioni indirette da energia elettrica

La Società ha acquistato **77.691 kWh di energia elettrica** tramite un contratto aziendale interamente alimentato da fonti rinnovabili. Grazie a questa scelta, le emissioni indirette di Scope 2 sono state **pari a 0 tCO₂e**.

TIPO DI EMISSIONE	FONTE	QUANTITÀ CONSUMATA	EMISSIONI (tCO ₂ e)
Scope 1 - Dirette	Gas naturale	4.859 Smc	9,23
Scope 2 - Indirette	Energia elettrica (contratto 100% rinnovabile)	77.691 kWh	0
Totale	-	-	9,23

RIGENERAZIONE AMBIENTALE E MIGLIORAMENTO DELLA QUALITÀ DELLA VITA

Progetto Ecoparco dei Tigli

La **rigenerazione ambientale** non è solo un **beneficio per le persone, ma anche un valore per la natura e il territorio**. Rigenerare spazi significa **creare connessioni**, favorire un equilibrio tra comunità e ambiente. Oltre all'impatto sociale come presentato precedentemente nell'area specifica di questa Relazione, il Progetto Ecoparco dei Tigli risponde all'obiettivo di generare o, meglio, rigenerare, l'ambiente naturale migliorando di conseguenza la qualità della vita delle persone e della comunità.





7.

L'IMPATTO ECONOMICO E DI GOVERNANCE

CRESCITA ECONOMICA RESPONSABILE E STRUTTURA DI GOVERNANCE



Etica e Anticorruzione



Coinvolgimento delle persone nel modello di impresa benefit



Valore economico diretto, generato, distribuito



Le nostre certificazioni



Associazioni di categoria a cui l'azienda aderisce

ETICA E ANTICORRUZIONE

Implementazione regolamento aziendale

Nel corso del 2025, **HAL Service S.p.A.** ha implementato un **regolamento aziendale** finalizzato a definire regole chiare e condivise per le attività operative, la gestione interna e il rispetto delle normative vigenti. Il regolamento stabilisce procedure e responsabilità in ambito organizzativo, operativo e di compliance, rafforzando la trasparenza, l'efficienza dei processi e l'attenzione alla sostenibilità ambientale e sociale.

L'adozione del regolamento rappresenta un passo concreto verso una **governance più strutturata**, contribuendo a promuovere comportamenti responsabili, sicurezza sul lavoro e cultura della sostenibilità all'interno dell'azienda.

In particolare, il regolamento disciplina aspetti essenziali della vita aziendale, quali:

- L'orario di lavoro e le modalità di svolgimento delle attività, comprese le disposizioni su flessibilità, ritardi, assenze e smart working;
- La gestione di ferie e permessi, con indicazioni precise sulle modalità di richiesta e fruizione, nel rispetto delle esigenze aziendali e dei diritti dei lavoratori;
- Le norme di salute e **sicurezza** sul lavoro, in conformità con il D. Lgs. 81/08, per garantire un ambiente di lavoro protetto e privo di rischi;

- L'utilizzo dei beni e delle risorse aziendali, con particolare attenzione alla responsabilità nella gestione di strumenti di lavoro, dispositivi elettronici e altri materiali aziendali;
- Le regole di condotta e il rispetto delle policy aziendali, incluse disposizioni in materia di utilizzo di internet, social e posta elettronica, divieto di fumo e consumo di alcolici;
- I congedi, le aspettative e i diritti legati alla genitorialità, al fine di tutelare il benessere e l'equilibrio tra vita lavorativa e personale.

Adozione codice di comportamento

HAL Service S.p.A. ha introdotto un **Codice di Comportamento** per guidare le azioni e le decisioni di tutti i dipendenti e collaboratori. Il documento stabilisce valori fondamentali come integrità, trasparenza e responsabilità, rafforzando la cultura aziendale e supportando pratiche operative **etiche e sostenibili** in tutte le aree di attività.

Nel 2025 non vi è stata alcuna sanzione o condanna per violazioni delle leggi sull'anticorruzione attiva e passiva.

COINVOLGIMENTO DELLE PERSONE NEL MODELLO DI IMPRESA BENEFIT

Riunioni periodiche del comitato di sostenibilità

Nell'ambito del processo di sviluppo della sostenibilità all'interno di HAL, data la complessità delle tematiche trattate e la necessità di risorse dedicate per vivere la sostenibilità in azienda e con i propri stakeholder, **è stato istituito un Comitato di Sostenibilità composto da persone appartenenti a diverse Business Unit, unendo così competenze trasversali**, in modo da garantire un'ampia rappresentanza di competenze e attenzione agli stakeholder. Il gruppo è composto da **otto collaboratori interni**, e dovrà riferire periodicamente alla Direzione generale e al CDA sulle azioni realizzate. L'obiettivo dell'azienda è quello di andare a consolidare tale gruppo che, proprie per la sua specificità e trasversalità di funzioni, co-costruirà e porterà avanti, insieme alla Direzione, la formazione e la strategia sulla sostenibilità. Nel corso del 2025 si sono svolte 6 riunioni del Comitato di Sostenibilità.

Composizione del Comitato interno sulla sostenibilità

Donati Giovanni	Responsabile di impatto	Project Leader
Doria Omar	Head of Human Resources	Team Member
Belotti Pierantonio	CDA Member	Team Member
Ronchi Tiziano	Key Account Manager	Team Member
Nobile Vincenzo	Software Engineer	Team Member
Perincioli Pier Paolo	Network Engineer	Team Member
Ferrari Lorenza	Head of Finance	Team Member
Berra Federica	Product & Pricing Manager	Team Member

Composizione del Comitato interno sulla sostenibilità

Il Comitato ha iniziato a svolgere funzioni di allineamento e operative in ambito di sostenibilità, con un primo ruolo propositivo e consultivo nei confronti della Direzione e del CDA. Si propone di **supportare l'individuazione di strategie finalizzate a garantire una transizione sostenibile e generativa nel medio e lungo termine**, intervenendo sui processi aziendali e suggerendo iniziative per lo sviluppo sostenibile.

A tal fine, il Comitato **promuove costantemente confronti e l'adozione di best practices e ha il compito di guidare il processo di rendicontazione di sostenibilità e di monitorare l'integrazione dei fattori ambientali**, sociali e di governance nelle strategie aziendali, con l'obiettivo di perseguire le Finalità di Beneficio Comune.

Processo di Rendicontazione e strategia

Il Comitato di Sostenibilità è stato parte attiva di un processo di rendicontazione strategico che ha consentito ad HAL Service di prendere consapevolezza e raccontare in modo trasparente il proprio impegno e il valore che genera per la comunità interna ed esterna all'azienda.

Gli strumenti di rendicontazione adottati sono stati il B Impact Assessment sviluppato dall'ente no profit B LAB e lo standard VSME ESRS attraverso il modulo BASE redatto dall'Efrag.

La relazione sulla sostenibilità è stata redatta su base individuale.

La direzione

HAL Service S.p.A. è una società per azioni con sede in Borgosesia (VC), Regione Torame 16. È di esclusiva proprietà di ZAMBONI GIANCARLO, BELOTTI PIERANTONIO, GALLINA ALESSANDRO, ZANOLI STEFANO, ENZIO CLAUDIO.

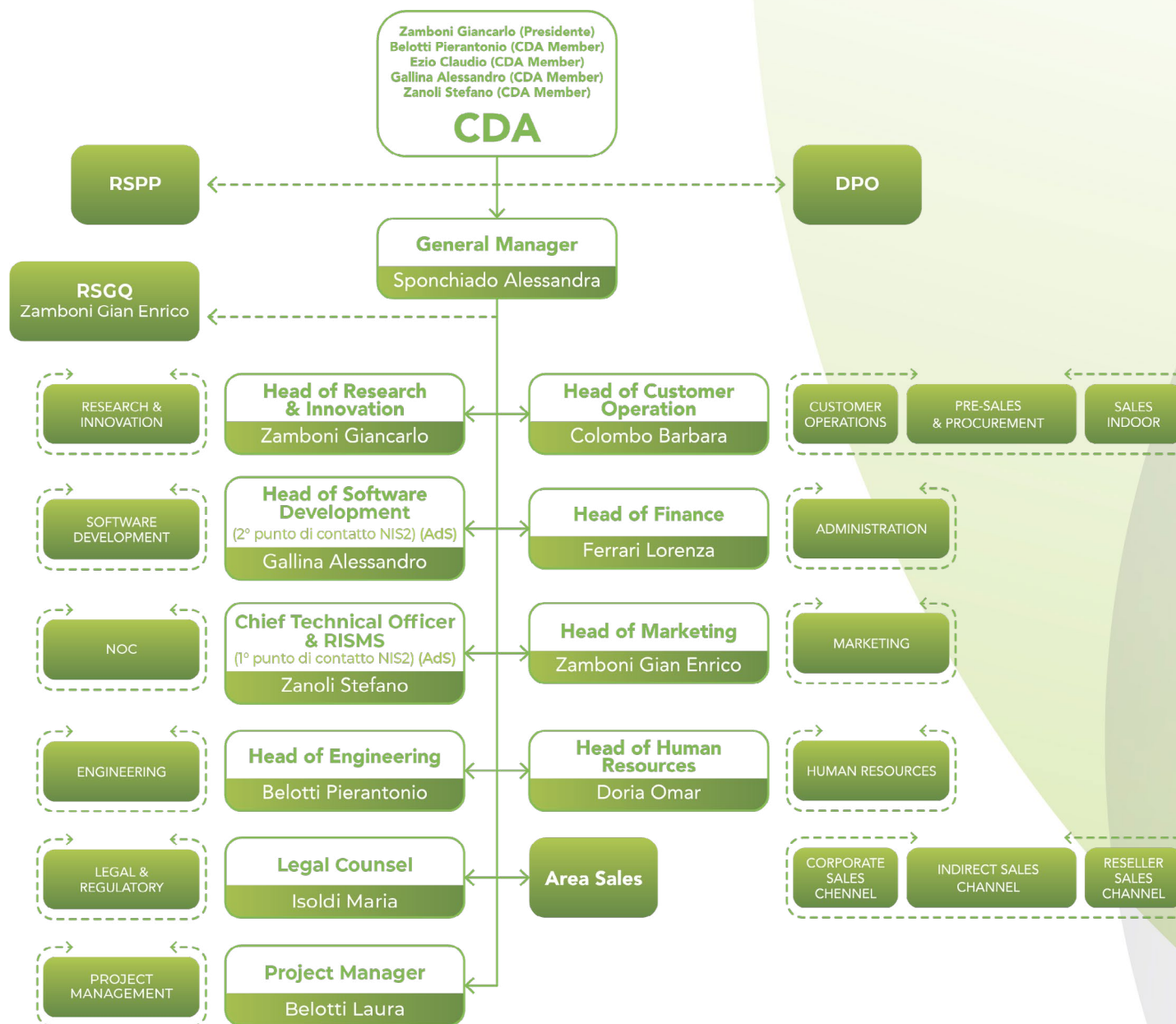
È guidata da:

Presidente del CDA	ZAMBONI GIANCARLO
Consigliere Delegato	BELOTTI PIERANTONIO
Consigliere Delegato	GALLINA ALESSANDRO
Consigliere Delegato	ZANOLI STEFANO
Consigliere Delegato	ENZIO CLAUDIO

Il principale organo di governo della Società è il Consiglio di amministrazione, che gioca un ruolo chiave nel decidere l'indirizzo che deve avere la sostenibilità dell'azienda. Il Consiglio supervisiona direttamente gli effetti delle attività aziendali sulle persone, tramite i responsabili designati, sull'ambiente e sulle performance economiche.

La responsabilità generale sull'attività e sull'organizzazione aziendale è affidata alla General Manager Alessandra Sponchiado.

Nella pagina seguente HAL Service Spa presenta il suo organigramma: un'importante fotografia per definire i ruoli, le responsabilità e per rendere efficiente la propria struttura organizzativa.



VALORE ECONOMICO DIRETTO, GENERATO, DISTRIBUITO

Attività, catena del valore e rapporti di business

L'attività esercitata da HAL Service S.p.A. appartiene al settore individuato con codice **Ateco 61.90.1**.

I servizi che vengono offerti sono servizi di connettività, voce, network e cyber security, soluzioni cloud e data center.

I mercati serviti da HAL Service S.p.A. riguardano **tutto il territorio nazionale**.

L'azienda si interfaccia con **fornitori di importanza nazionale**, di connettività e di infrastrutture.

La propria catena di fornitura riguarda:

- **Fornitura Connettività**
- **Fornitura Infrastruttura**
- **Internet Exchange**
- **Cloud Exchange**
- **Fornitura Prodotti ICT : Hardware e Software**

I rapporti di business con tutto il parco fornitori sono orientati ad un **rapporto di collaborazione e partnership di lunga durata** e sono sempre regolamentati dall'emissione di ordini e/o contratti di fornitura.

HAL Service opera attraverso il suo brand commerciale **WiC**.



Business unit

CORPORATE Direct sales

È il nostro canale di vendita **dedicato ai Clienti finali** che offre servizi personalizzati e tecnologicamente avanzati a PMI, grandi aziende e Pubblica Amministrazione.

Comprendiamo le **specifiche esigenze** di ogni cliente, fornendo **soluzioni standard o misura** per ottimizzare le loro infrastrutture.

Il nostro portafoglio di servizi ICT comprende connettività, voce, cloud computing, sicurezza aziendale e sviluppo applicativo, tutti integrati per garantire massima efficienza e adattabilità.

Dall'ascolto dei bisogni alla pianificazione e attivazione dei servizi, fino all'assistenza continua, ci dedichiamo alla completa soddisfazione dei nostri clienti.

BUSINESS PARTNER Indirect sales

È il nostro canale di vendita dedicato ad **agenzie, agenti e procacciatori** che operano in settori tecnologici e che vogliono integrare i prodotti e servizi WIC alla loro proposta commerciale.

Grazie alla loro **competenza tecnica commerciale** e ai **rapporti fiduciari con i clienti**, i business partner ci permettono di essere presenti capillarmente sull'intero territorio nazionale con la nostra offerta. Garantiamo loro servizi di alta qualità, supporto tecnico, pre-sales, formazione, un partner program smart e scalabile, e un ecosistema applicativo di strumenti WIC automatizzati e proattivi, consentendo ai partner di concentrarsi sulle opportunità di business senza distrazioni operative e burocrazia.

WHOLESALE Reseller white label

È il nostro canale dedicato a **operatori e rivenditori** presenti su tutto il territorio italiano, professionisti del settore che comprano in modalità "white label", progettato per fornire soluzioni complete di telecomunicazione, servizi a valore aggiunto, cloud e security.

Come **aggregatori**, offriamo accesso a infrastrutture ridondate di alta qualità, una vasta gamma di servizi e tecnologie avanzate, e soluzioni personalizzate. Forniamo **supporto tecnico e commerciale dedicato**, instaurando **partnership strategiche**. Siamo il partner ideale per reseller con focus commerciale e tecnico, offrendo **interconnessioni in L3 e in L2 con apparati propri o virtualizzando l'infrastruttura**. Supportiamo i reseller nella crescita e nell'espansione del loro business dando **accesso avanzato alle piattaforme WIC**, disponibili anche via **API e multi-livello**.

Dati economici 2025

Fatturato 2025	14.349.337,00 €
Costi operativi	11.383.936,87 €
Salari e stipendi	2.511.326,00 €
Benefits	429.742,16 €
Remunerazione del capitale finanziario	400.000,00 €
Investimenti nella comunità	7.745,90 €
Reddito trattenuto - accantonato	719.849,00 €

LE NOSTRE CERTIFICAZIONI



Sistema di gestione qualità

Anno ottenimento: 2011

Stato: Attiva



Sistema di gestione sicurezza delle informazioni

Anno ottenimento: 2025

Stato: Attiva

ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA A CUI L'AZIENDA ADERISCE

HAL è parte delle seguenti Associazioni di settore e di categoria:

ASSOCIAZIONI GENERALI

Confindustria Novara, Vercelli, Valsesia (CNVV)

<https://www.cnvv.it/>

ASSOCIAZIONI SETTORIALI

Coalizione Fixed Wireless Access (CFWA) <https://cfwa.it/>

Associazione Italiana Internet Provider (AIIP) <https://www.aiip.it/>

Assoprovider <https://assoprovider.it/>

8.

GLI OBIETTIVI 2026 DI HAL SERVICE SPA



Gli **Obiettivi 2026** per l'area di **Impatto Sociale, Ambientale, Economica e di Governance** sono:

-  **Continuare a investire nella formazione del personale**
-  **Continuare a sviluppare e implementare il welfare aziendale**
-  **Favorire momenti di socialità e inclusione aziendale**
-  **Approfondire la conoscenza delle esigenze individuali dei collaboratori**
-  **Promuovere partnership e rapporti commerciali**
-  **Supportare le associazioni del territorio e gli enti no profit con cui HAL ha storiche collaborazioni fondate sulla comunanza di valori e obiettivi**
-  **Integrare la sostenibilità nei processi gestionali e decisionali**
-  **Ridurre ed efficientare i consumi energetici**
-  **Sviluppare collaborazioni strategiche con istituti professionali del territorio**
-  **Sviluppare e collaborare al Progetto Ecoparco dei Tigli**
-  **Rafforzare la governance della sostenibilità**

La rigenerazione dello stabilimento accanto all'azienda HAL Service: un obiettivo futuro per ridare vita ad un luogo storico e renderlo uno spazio a servizio del territorio

L'azienda si propone di **“ridare vita”** ad un luogo simbolico, intrecciando **memoria storica, innovazione e sviluppo sostenibile**.

L'idea è infatti quella di creare, una volta rigenerato lo spazio, un FabLab dedicato all'innovazione, alla formazione tecnica e all'inclusione sociale, **trasformando un patrimonio industriale antico in un motore di crescita futura**. La ristrutturazione rappresenta il primo passo di questo percorso di riqualificazione, preparando il terreno per l'insediamento di FabLab e così dare avvio al progetto.



HAL Service si pone i seguenti obiettivi:

- Rigenerare lo stabilimento, dando nuova vita alla struttura acquistata (a questo riguardo è in attesa della risposta di Finpiemonte per una richiesta di finanziamento relativamente alla riqualificazione della struttura);
- Sviluppare il FabLab come luogo di formazione aperta, democratica e inclusiva per scuole, cittadini, startup e makers, promuovendo l'alfabetizzazione tecnologica e lo sviluppo di competenze digitali;
- Integrare il FabLab nelle attività di HAL Service come centro di sperimentazione avanzata, con priorità a progetti ad alto valore innovativo (prototipazione rapida, realtà aumentata, robotica collaborativa, acquaponica, trasmissioni VoIP);
- Utilizzare il FabLab per supportare la nascita e il consolidamento di startup ad alto contenuto tecnologico, fornendo spazi, attrezzature e mentorship.

9.

NOTA METODOLOGICA



HAL Service S.p.A. presenta la sua Relazione d'Impatto con l'intento di valutare e rendicontare quanto di buono e significativo è stato realizzato nel 2025 e di presentare i propri obiettivi di miglioramento per rafforzare sempre di più il proprio impegno verso la sostenibilità.

La Relazione di HAL Service utilizza la cornice del **B Impact Assessment (BIA)** come **standard di valutazione esterno**. Si tratta di uno strumento internazionale che viene utilizzato da differenti aziende - Benefit, B-Corp o con attenzione alla sostenibilità - per analizzare e, così, migliorare le proprie performance aziendali in **cinque aree di valutazione**: Governance, Lavoratori, Comunità, Ambiente, Clienti.

L'azienda ha scelto inoltre di utilizzare per la rilevazione di alcuni dati qualitativi e quantitativi lo Standard VSME ESRS nel modulo BASE. Questa scelta ha permesso di accrescere la consapevolezza sull'analisi dei propri impatti e sul proprio percorso di sostenibilità, nella convinzione che questo sia un punto di partenza, un processo e non un arrivo.

Il processo di rendicontazione e valutazione è stato curato e guidato dal **Comitato di Sostenibilità**, con il sostegno e la guida della **Direzione dell'azienda**. Il periodo che è stato preso in considerazione va dal **1° gennaio al 31 dicembre 2025**. Il perimetro di rendicontazione riguarda la sede dell'azienda situato in Regione Torame 16, 13011 Borgosesia (VC).

La Relazione viene sottoposto a lettura del Collegio Sindacale in fase di approvazione del bilancio.

A hand holding a green and white pen over a desk with a laptop and glasses.

10.

INDICE CONTENUTI VSME

VSME STANDARD	SEZIONE	PAG.
Informativa B1 - Criteri per la redazione	Processo di rendicontazione e strategia, Nota metodologica	Pag. 39, Pag. 49
Informativa B2 - Pratiche di transizione verso un’economia più sostenibile	Pratiche per la transizione verso un’economia più sostenibile	Pag. 32
Informativa B3 - Energia ed emissioni di gas a effetto serra	Consumi di energia elettrica, Consumi di gas naturale ed emissioni di gas a effetto serra	Pag. 33-34
Informativa B8 - Forza Lavoro Caratteristiche generali	Stakeholder	Pag. 21
Informativa B9 Forza lavoro Salute e Sicurezza	Stakeholder	Pag. 22-23
Informativa B10 Forza lavoro Formazione	Formazione e sviluppo delle competenze	Pag. 25
Informativa B12 - Condanne e sanzioni per corruzione attiva e passiva	Etica e Anticorruzione	Pag. 38



HAL SERVICE S.P.A.

REGIONE TORAME 16, 13011, BORGOSIESIA (VC)

P IVA 01668080029

Contatti: Giovanni Donati, Responsabile d'impatto
giovanni.donati@mywic.it

Sedi secondarie:

Frazione Pedegno 2/c - 13021 Alagna Valsesia (VC)

Via Athos Jori Lisiat 80/1 - 41126 Modena (MO)

Via Montalenghe 33 - 10010 Scarmagno (TO)

Viale A. Degasperis 27 - 89900 Vibo Valentia (VV)

Via Piazza Giuseppe 2-4 - 20159 Milano (MI)