Luca Catellani
CEO, Lovemark

Lettera del CEO di Lovemark

Il primo passo verso il domani: crescere bene, insieme

Crescere è un obiettivo aziendale. Crescere ***bene***, invece, è una scelta di responsabilità. Ed è quella che stiamo compiendo in Lovemark.

Se guardo al nostro 2025, vedo un anno di conferme e di traguardi importanti. Insieme a un team in crescita, che conta 34 professionisti, **abbiamo affiancato 165 aziende B2B nel loro percorso di digital transformation**, implementando progetti innovativi che ci hanno portato a consolidare un valore della produzione di oltre **3,16 milioni di euro.**

Di fronte all'evidenza di questi numeri, la domanda che guida la mia riflessione oggi non è "quanto possiamo ancora crescere?", ma "come possiamo crescere bene?".

Il perimetro entro cui misurare il successo di un'azienda si è espanso. Il mondo iperconnesso in cui viviamo ci ricorda ogni giorno che f**acciamo tutti parte di un ecosistema delicato**, dove le nostre scelte generano un impatto diretto sul territorio e sulle persone.
Come digital agency, il nostro contributo prende forma proprio attraverso i progetti che realizziamo per i clienti.

Per me, "crescere bene" significa proprio questo: abbracciare la logica del valore condiviso e trasformare il nostro metodo, il ***Digital Tailored Thinking***, in uno strumento di responsabilità. Aiutando le imprese a costruire una cultura digitale solida, le mettiamo nella condizione di generare connessioni autentiche con il loro pubblico e un conseguente impatto positivo sulla collettività.

La creazione di valore nel lungo periodo rappresenta un obiettivo che orienta il nostro approccio alla sostenibilità e alle scelte future. Per rendere tangibile il nostro impegno, nel 2025 abbiamo lanciato **"The Planet Playlist"**, un manifesto operativo che raccoglie le nostre azioni quotidiane su quattro dimensioni interconnesse:

Ambiente
Il nostro impatto sul pianeta si misura nelle abitudini di ogni giorno. Per questo ci siamo impegnati a ridurre i consumi di acqua, la produzione di rifiuti e l'utilizzo di plastica monouso nella nostra sede.
Oggi l'**85,4% dell'energia che consumiamo proviene da fonti rinnovabili**, con un **31% del nostro fabbisogno autoprodotto grazie all'impianto fotovoltaico aziendale**.

La sostenibilità, però, richiede un miglioramento costante: quest'anno il nostro consumo energetico totale è aumentato del 7,66%, e una quota del 14,6% deriva ancora da fonti non rinnovabili. Sono esattamente le sfide su cui vogliamo intervenire nel prossimo futuro. A questo si aggiunge l'**attenzione agli impatti associati alle attività digitali**.
Per questo valutiamo con attenzione i fornitori dei servizi digitali di cui ci serviamo, tenendo conto di diversi fattori, tra cui le informazioni rese disponibili da organismi indipendenti come la **Green Web Foundation**.

Innovazione
Crediamo in un'innovazione tecnologica che cammini sempre di pari passo con la responsabilità. Abbiamo messo l'**Intelligenza Artificiale al centro della nostra strategia,** ma abbiamo scelto di farlo con profonda consapevolezza, investendo **192 ore di formazione interna** per promuovere un utilizzo etico, trasparente e strategico di questo strumento. L'innovazione è continuata con la **nascita della nuova area MarTech**: un ecosistema in cui analisi dei dati, automazione, gestione CRM e AI si fondono per trasformare la complessità tecnologica in valore competitivo reale.

Persone
Ogni trasformazione, anche nel digitale, è guidata dalle persone. Il nostro team è cresciuto, garantendo un **contratto a tempo indeterminato all'82% dei dipendenti** e supportando l'ingresso nel mondo del lavoro di cinque giovani apprendisti.
Abbiamo investito in **percorsi di formazione continua**, per coltivare il talento e la crescita delle nostre persone e introdotto nuove iniziative di welfare per tutelare il benessere psicofisico in azienda e nella vita quotidiana. Il coronamento di questo impegno è l'avvio di un grande progetto condiviso: la redazione del nostro **Codice Etico**. Questo documento sarà il perimetro entro cui verranno regolati non solo i rapporti tra persone, ma anche la governance dei processi, le iniziative in materia di privacy e la nostra visione etica.

Territorio
Fare rete è una scelta di responsabilità verso la comunità a cui apparteniamo. Quest'anno abbiamo rafforzato la nostra **partecipazione attiva nel tessuto associativo del territorio**, che comprende **Confindustria, IAB e CDO**. Al tempo stesso, abbiamo aperto le porte della nostra azienda ai giovani, collaborando attivamente con **Unimore** per il **corso di laurea in Digital Marketing**, in cui Cristina Camellini, COO Lovemark, è titolare di una cattedra. Perché siamo convinti che solo nutrendo le nostre radici possiamo davvero crescere bene e guardare lontano.

La sostenibilità rappresenta uno dei principi che orientano le nostre scelte aziendali quotidiane. Questo approccio si traduce nell'**attenzione ai risultati economici**, nel **legame con il territorio in cui operiamo** e nella **valorizzazione delle persone** che lavorano con noi, attraverso iniziative rivolte al benessere in azienda e alla gestione responsabile delle risorse. Ricordandoci sempre che **un'impresa è, prima di tutto, una comunità di persone**.

Chiudendo questo Bilancio di Sostenibilità 2025, sono consapevole che il nostro percorso verso la sostenibilità presenta ancora molti aspetti su cui dobbiamo, e vogliamo, migliorare. Per questo voglio già anticipare alcune delle **sfide che stiamo affrontando nel 2026 e che ci accompagneranno nei prossimi anni**.

Tra le tappe più significative, abbiamo avviato un percorso dedicato alla **parità di genere in linea con il sistema di gestione Pdr 125:2022**, che ha previsto anche sessioni formative dedicate a tutto il personale aziendale. In accordo con gli obiettivi europei, ci impegniamo a sostenere l'empowerment femminile, valorizzare la genitorialità, promuovere un reale work-life balance e ribadire la nostra ferma intolleranza verso qualsiasi forma di discriminazione e violenza. Si tratta di **standard imprescindibili**, che applichiamo al nostro interno e che condividiamo con tutti i nostri stakeholder. Il nostro impegno ci ha portati ad ottenere, nel 2026, la **certificazione per la Parità di Genere**.

Il percorso di ascolto e confronto intrapreso ci ha spinto a mettere nero su bianco i valori che guidano le nostre relazioni. Il risultato concreto sarà la pubblicazione del nostro **Codice Etico**: non un documento statico, ma una guida viva, che evolverà insieme a noi.

Se sul fronte dell'inclusione abbiamo posto ottime basi, l'impegno per l'ambiente e per la comunità locale richiede un'analoga accelerazione. Per questo motivo, abbiamo inserito tra i prossimi obiettivi iniziative dedicate alla **riduzione del nostro impatto ecologico, alla gestione responsabile dei rifiuti e a progetti strutturati di volontariato aziendale**. Per una digital agency, tutelare l'ecosistema significa anche proteggere l'ambiente in cui operiamo ogni giorno: quello digitale. È con questo senso di responsabilità che abbiamo tracciato la roadmap per l'adeguamento dei nostri processi interni alla **normativa europea NIS2**, per offrire ai clienti una garanzia assoluta sulla sicurezza della loro supply chain tecnologica.

Ci sono obiettivi che ci eravamo prefissati per il triennio 2024-2026 che probabilmente non riusciremo a portare a termine nei tempi. Ma non ci scoraggiamo e rilanciamo, sfidando noi stessi a non accontentarci mai. Perché la strada verso un'operatività virtuosa non è un punto di arrivo, ma un esercizio continuo che richiede ascolto, collaborazione e volontà di mettersi in gioco.
Ne sono fermamente convinto: l'**innovazione ha senso solo se ha il fine di creare valore reale per le persone e il territorio**.

Il nostro impegno per i prossimi anni, quindi, non è soltanto crescere. È farlo al meglio, costruendo passo dopo passo, e insieme a tutti voi, un futuro di cui poter essere orgogliosi.

Con gratitudine,
Luca Catellani
CEO Lovemark

14 settembre 2026