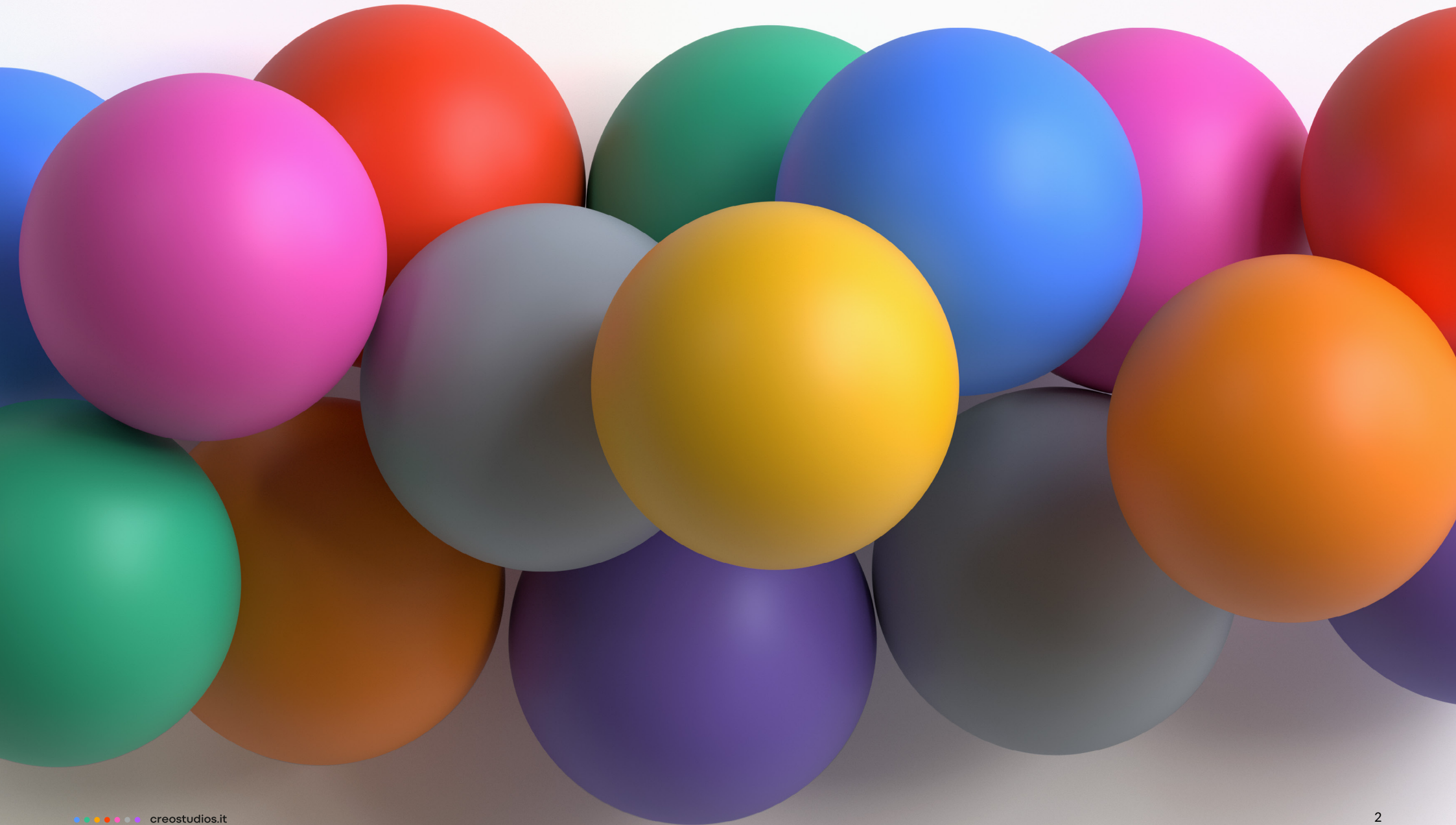


CREOSTUDIOS



Annual report 2024





**Disclaimer /
Dichiarazione di esclusione di responsabilità.**

La presente relazione annuale contiene dichiarazioni previsionali relative agli attuali piani, obiettivi, previsioni e stime della direzione di Creostudios S.p.A. e del suo management. Queste dichiarazioni prendono in considerazione solo le informazioni disponibili fino alla data di preparazione della presente relazione annuale, vale a dire al 31/12/2024. La direzione di Creostudios S.p.A. non garantisce che queste dichiarazioni previsionali si dimostreranno corrette. Lo sviluppo futuro di Creostudios S.p.A. e i risultati effettivamente raggiunti sono soggetti a una serie di rischi e incertezze che potrebbero far sì che eventi o risultati effettivi differiscano in modo significativo da quelli riflessi nelle dichiarazioni previsionali. Molti di questi fattori sono al di fuori del controllo di Creostudios S.p.A. e del suo management, pertanto non possono essere previsti con precisione. La Creostudios S.p.A. e il suo management non intende, né si assume alcun obbligo, di aggiornare le dichiarazioni previsionali o di modificarle per riflettere eventi o sviluppi che si potranno verificare dopo la pubblicazione della presente relazione annuale.

Arrotondamenti.

Alcuni numeri in questa relazione annuale sono delle stime e sono stati arrotondati per eccesso o per difetto. Potrebbero quindi esserci discrepanze tra i totali effettivi dei singoli importi riportati nelle tabelle di analisi e i totali riportati nei testi della relazione annuale.

A creative
evolution
year.

2024

Indice.

| | |
|-----------------------|----|
| Rendicontazione | 6 |
| Mission | 7 |
| Valori | 8 |
| Obiettivi | 10 |
| Strategy | 12 |
| Organigramma | 13 |
| Creo People | 14 |
| Sustainability Review | 18 |
| Supply Chain | 23 |
| Quality | 24 |
| Customer satisfaction | 25 |
| Financial Review | 27 |

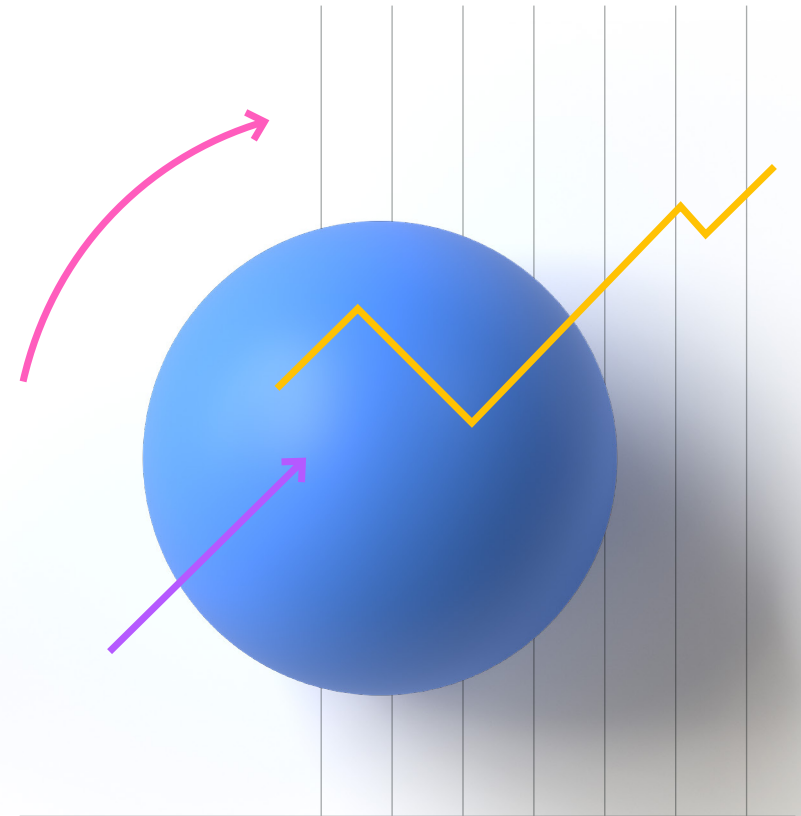
Rendicontazione.

Creostudios comunica in modo trasparente i propri **impegni, risultati e impatti** a tutti gli stakeholder, promuovendo un confronto aperto e responsabile.

Ogni anno pubblichiamo il nostro **Annual Report**, nel quale rendicontiamo le **performance economiche, ambientali e sociali**, inclusi i risultati ottenuti in termini di **benessere dei lavoratori** e di sostenibilità. I dati sono raccolti secondo **KPI misurabili**, definiti in relazione agli obiettivi strategici dell'azienda.

La rendicontazione rappresenta anche un'occasione per **valutare l'efficacia degli strumenti di misurazione** utilizzati e prendere decisioni di continuità, aggiornamento o implementazione.

Sulla base dei risultati annuali, **definiamo nuovi obiettivi** per rafforzare il nostro impegno **verso una crescita responsabile, trasparente e sostenibile nel tempo**.



Mission.

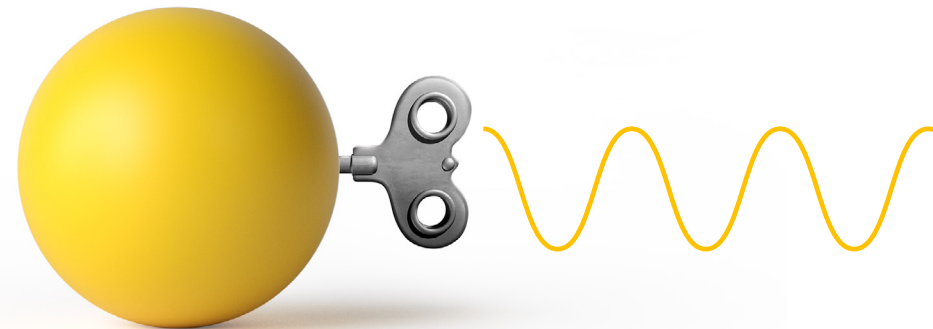
Progettiamo soluzioni di comunicazione integrata per migliorare le performance dei clienti e ottimizzare i processi di customer experience.

Poniamo **creatività, innovazione e tecnologia** al centro di ogni progetto, con l'obiettivo di aiutare imprese di ogni dimensione – locali o globali – a superare le aspettative dei propri pubblici.

Crediamo in una **crescita sostenibile e responsabile**, promuovendo l'economia locale attraverso la selezione di partner e fornitori di prossimità a basso impatto. Ci impegniamo per la tutela dell'ambiente con politiche di consumo consapevole e una gestione efficiente delle risorse.

Sosteniamo inoltre uno sviluppo inclusivo e socialmente equo, collaborando con associazioni e realtà no-profit per generare un impatto positivo sulle comunità in cui operiamo. Tutte le nostre azioni sono guidate da valori di **qualità, responsabilità e trasparenza**, nei confronti dei clienti, dei partner e della società.

Creostudios è una **Creative Evolution Company: un ecosistema in movimento che unisce idee, persone e tecnologie per generare valore e futuro.**



Valori.



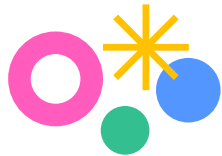
La nostra risposta alla complessità del mercato è la creatività: uno strumento evolutivo, capace di generare soluzioni nuove, rapide e adattive.

Ispirati dalla teoria di **Evoluzione Creatrice di Henri Bergson**, crediamo che ogni impresa, come ogni essere vivente, possa affrontare il cambiamento attingendo alla propria capacità creativa.

In un contesto economico in costante trasformazione, Creostudios si configura come un **organismo dinamico**, capace di adattarsi al proprio habitat – il mercato – evolvendo continuamente grazie alla sinergia di competenze, culture e visioni.

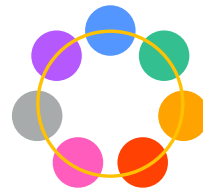
Creatività, adattabilità, visione e responsabilità sono i pilastri su cui costruiamo ogni nostro progetto, per accompagnare brand e organizzazioni verso un **futuro sostenibile, umano e distintivo**.

Key values:



Creativity

Incoraggiamo i nostri dipendenti a esprimersi sempre, coltivando nuove idee e scambi stimolanti. Ci spingiamo oltre la nostra comfort zone per trovare nuove prospettive. Lavoriamo insieme per raggiungere nuovi obiettivi che portino a risultati migliori.



Innovation

Investiamo costantemente nella formazione sulle nuove tecnologie, perché il nostro team sia artefice dei cambiamenti del domani. Siamo sempre pronti ad accogliere nuove possibilità che sfidino il modo in cui lavoriamo e pensiamo.



New ideas

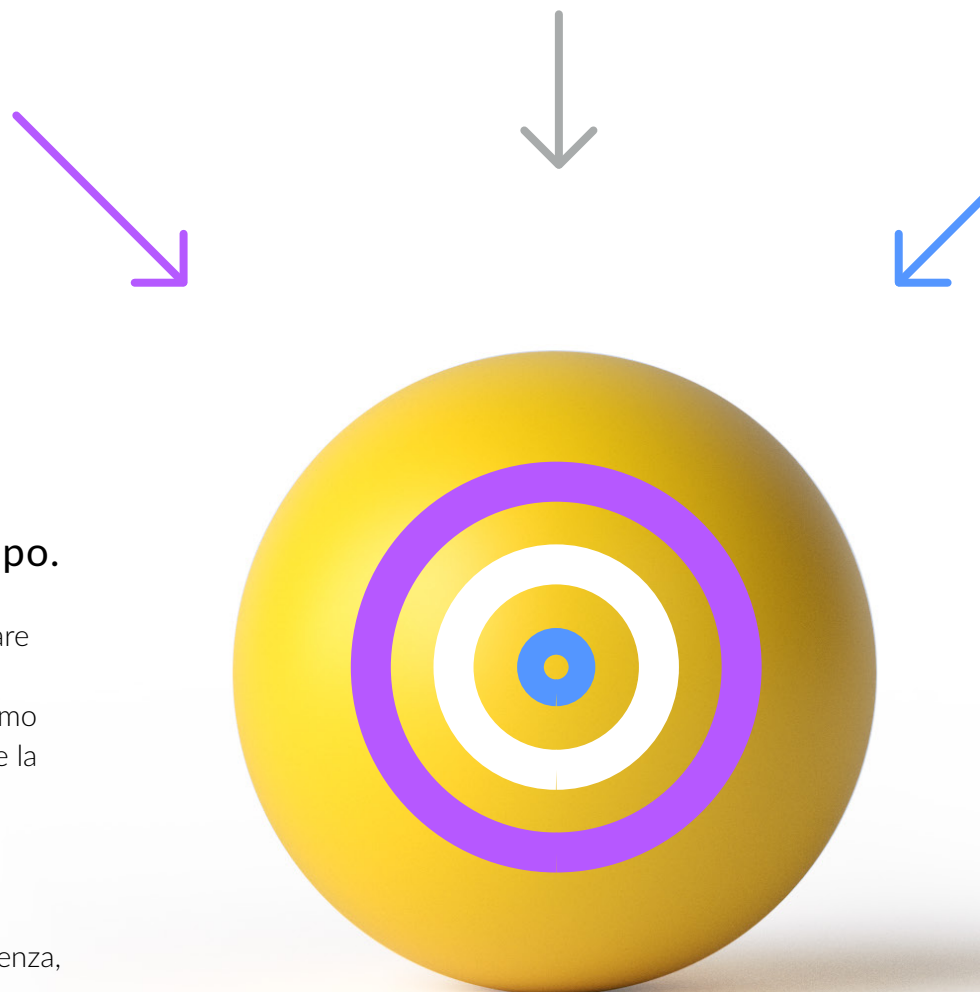
Cerchiamo di sviluppare costantemente nuove idee, perché la crescita dei nostri clienti dipende anche dalla nostra crescita creativa. Abbiamo obiettivi ambiziosi, che ci spingono oltre i nostri limiti. Ci impegniamo affinché ogni azione sia sostenibile, in modo che la nostra capacità di innovarci abbia un impatto positivo sull'ambiente e sulla società.

Obiettivi.

Essere un'organizzazione orientata alla crescita significa definire obiettivi chiari, misurabili e sostenibili, capaci di guidare lo sviluppo nel tempo.

Il primo passo è stato guardare con consapevolezza all'interno: analizzare lo spazio di lavoro in cui operiamo ogni giorno, i processi produttivi, i flussi operativi e la gestione delle risorse umane. Parallelamente, abbiamo ampliato lo sguardo verso l'esterno, osservando il mercato, l'ambiente e la comunità che ci circondano.

A partire da queste analisi, abbiamo identificato una serie di **obiettivi strategici** e definito i relativi **KPI (Key Performance Indicators)** per monitorare in modo oggettivo i progressi raggiunti, garantendo trasparenza, miglioramento continuo e allineamento con i nostri valori fondanti.



Goals 2025:



Sostenibilità sociale

Fare il bene per la società significa innanzitutto osservare e direzionare il proprio impegno verso chi ne ha più bisogno, con aiuti non solo materiali ed economici, ma anche con interazioni in prima persona con la comunità. Oltre a donazioni in denaro, ci impegniamo infatti nell'ideazione e attuazione di programmi di collaborazione con associazioni, enti o gruppi benefici per mettere a disposizione le nostre competenze, il nostro tempo e il nostro lavoro: fa bene alla comunità e fa bene a noi!

I nostri obiettivi per produrre benefici sociali per la comunità:

- selezione e preferenza di **fornitori** locali, di piccole dimensioni e incubatori di startup;
- sostegno ad associazioni ed **enti benefici**;
- incentivo per attività di **volontariato**;
- interazione con la **comunità locale** e condivisione del nostro know-how.



Sostenibilità ambientale

Di fondamentale importanza, nella definizione degli obiettivi, è tenere conto della propria realtà e adattare i programmi di sostenibilità alle reali necessità e problematiche dell'azienda.

Il nostro impegno per il prossimo periodo si riflette nella riduzione degli input necessari, quali risorse energetiche e materiali, e nel contenimento della produzione di output nocivi per l'ambiente: rifiuti ed emissioni di gas serra.

I nostri obiettivi per la riduzione del nostro impatto sull'ecosistema:

- riduzione effettiva dei **consumi energetici**;
- riduzione della produzione di **rifiuti**;
- **raccolta differenziata** completa;
- selezione di **forniture sostenibili**;
- **riduzione degli spostamenti**;
- **riduzione impatti** derivanti dall'uso di mezzi di trasporto.



Benessere del lavoratore

Il benessere dei nostri dipendenti e collaboratori è di fondamentale importanza, per questo il nostro impegno verte su programmi finalizzati a garantire un ambiente sicuro e confortevole e incentivare una vita sana e attiva.

I nostri obiettivi per garantire il benessere del lavoratore:

- programmi di **formazione** con corsi e incontri interni ed esterni e partecipazione a conferenze ed eventi nel settore;
- partnership con aziende sanitarie per programmi per la **salute** dedicati ai dipendenti e collaboratori;

Strategy.

Financial & production strategy.

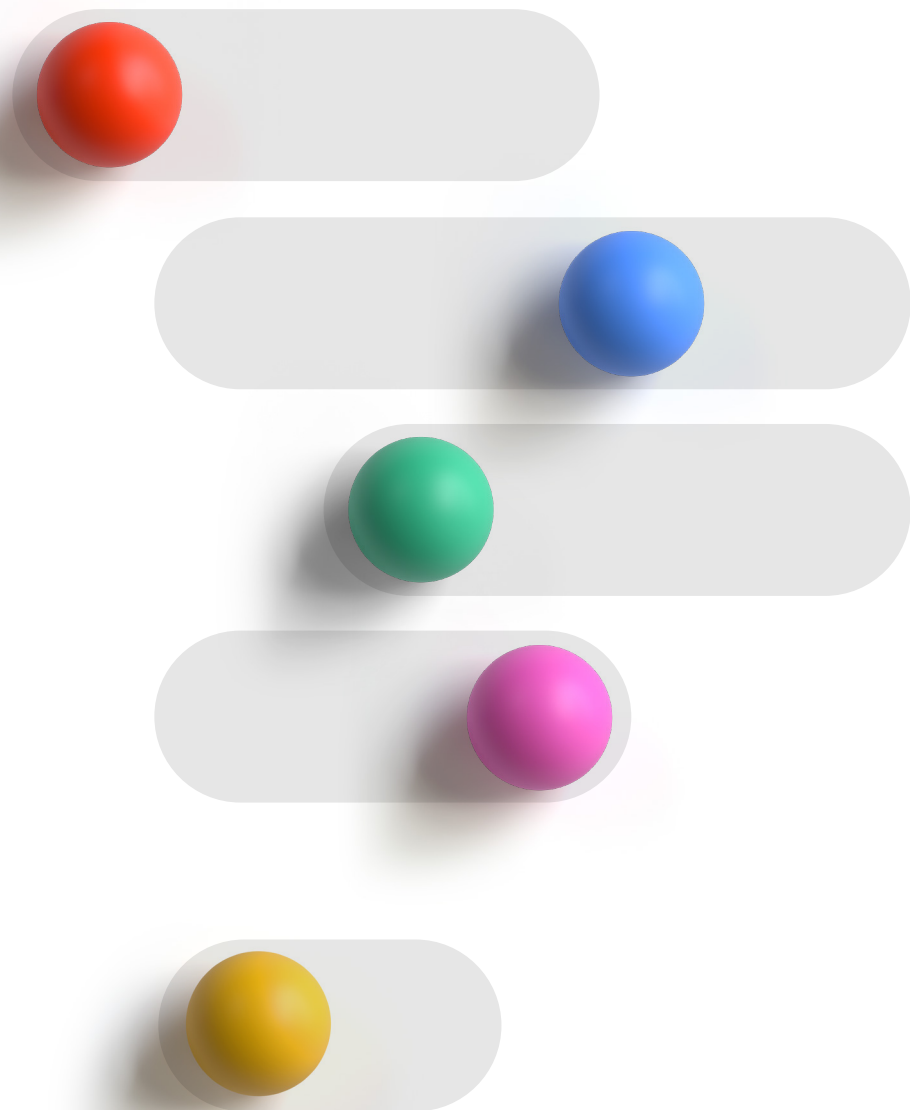
Costruiamo un'**offerta integrata** per i grandi brand multinazionali, promuovendo servizi che integrino **creatività e strategia con AI/data analysis, web performance, brand activation marketing, e-commerce**. Sosteniamo una crescita interna tramite l'acquisizione di **nuove risorse e partnership**. Abbiamo avviato un processo di ottimizzazione dell'organizzazione dei team, funzionale al miglioramento dei processi produttivi interni. Perseguiamo l'obiettivo di ampliamento e rafforzamento del nostro **portfolio clienti**, fidelizzando quelli esistenti tramite l'offerta di nuovi servizi a valore aggiunto e acquisendo nuovi brand attraverso l'ideazione di un'offerta integrata e innovativa.

Sostenibilità ambientale.

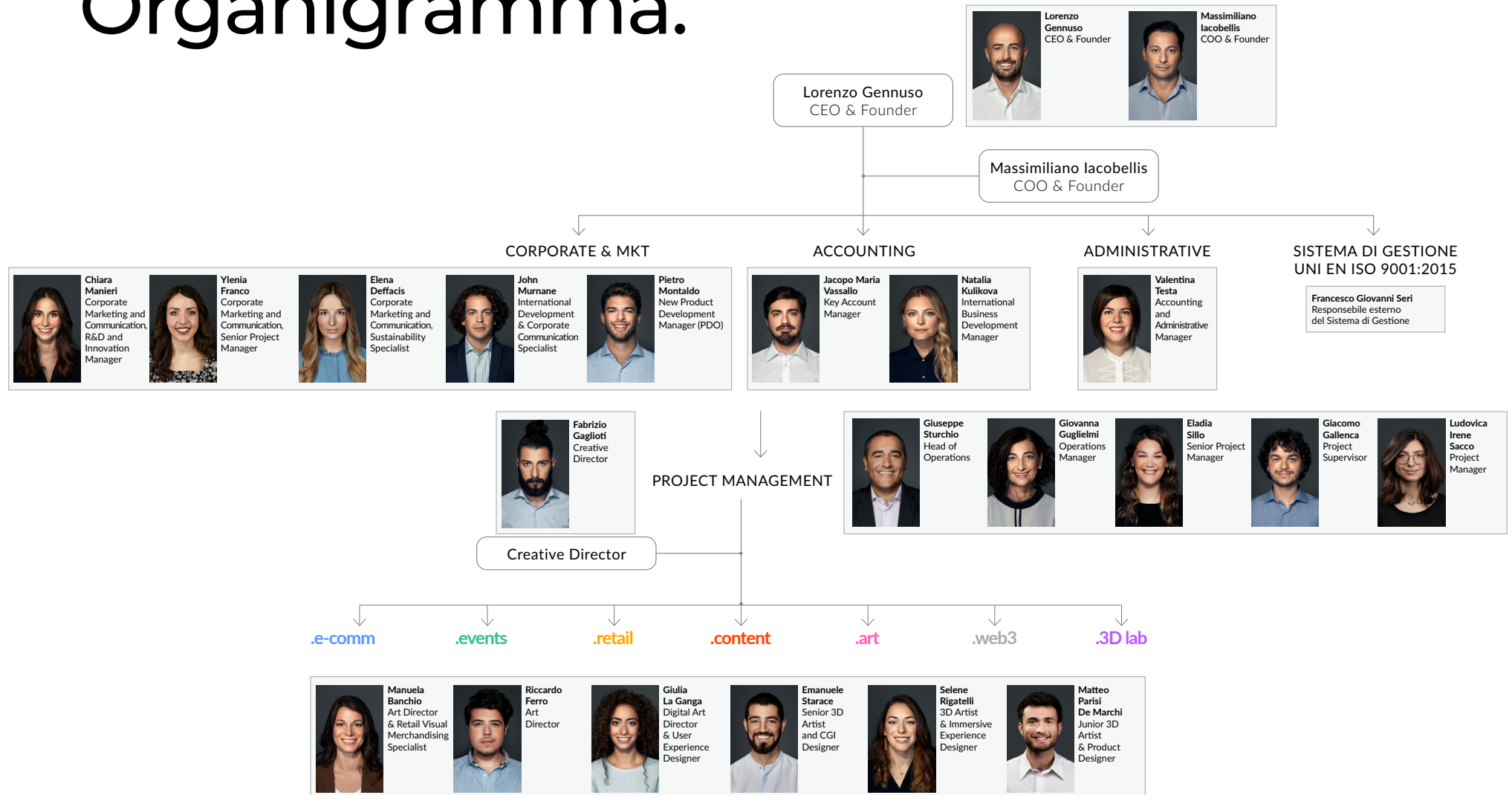
I nostri programmi strategici riguardo la sostenibilità ambientale mirano alla **riduzione dei consumi di risorse ed energia** e i relativi impatti sull'ecosistema e alla selezione di forniture e materie prime sostenibili. Attiviamo piani di formazione e sensibilizzazione per tutti i nostri dipendenti e collaboratori, finalizzati alla partecipazione consapevole ad attività legate alla sostenibilità e all'assunzione delle buone pratiche ambientali come abitudini quotidiane. Per trasferte e spostamenti teniamo in considerazione l'impatto dei mezzi di trasporto, preferendo soluzioni di mobilità sostenibile. Inoltre, investiamo e impegniamo le nostre risorse per portare la sensibilizzazione anche all'esterno tramite la nostra creatività e i nostri canali di divulgazione.

Sostenibilità sociale.

Creostudios da sempre si impegna nel **sostegno di associazioni ed enti benefici** che agiscono sul territorio, offrendo partnership, donazioni e sponsorizzazioni. Siamo orgogliosi di aver partecipato, e continuare a prendere parte, a numerose attività di sostegno in cui ci siamo messi alla prova personalmente, mettendo a disposizione le nostre competenze e i nostri canali distributivi. Vogliamo mantenere ed implementare il nostro impegno in tal senso dedicando una parte sempre crescente delle nostre risorse per il raggiungimento di tale obiettivo.



Organigramma.



Creo people.



Le persone sono il cuore pulsante di Creostudios.

È grazie all'incontro tra **idee, competenze e visioni eterogenee** che nascono progetti capaci di generare esperienze rilevanti, **coinvolgenti e ad alto impatto**.

I nostri team rappresentano il nostro asset più prezioso: un insieme di **talenti creativi, strategici e tecnologici** che operano in sinergia all'interno di unit dedicate, in un ambiente collaborativo, dinamico e aperto all'innovazione.

Siamo una **realtà multiculturale e poliedrica**, capace di parlare linguaggi diversi e di interpretare le sfide della comunicazione contemporanea – sia su scala locale che globale – attraverso un approccio human-centered.

Per questo **investiamo costantemente nella ricerca, nella formazione e nella valorizzazione dei migliori talenti**, con una visione orientata alla **creatività umana** come leva distintiva e insostituibile nel processo di trasformazione delle imprese e dei brand.



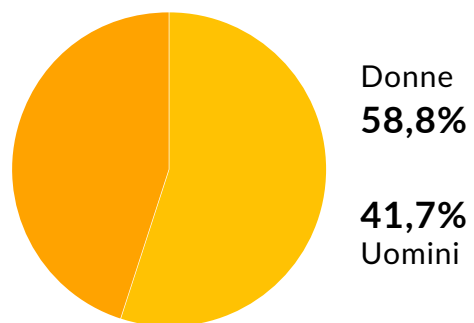
Creostudios è un ecosistema creativo.

Accogliamo creativi, professionisti della comunicazione e freelance provenienti da contesti e culture diverse, favorendo sinergie e contaminazioni capaci di arricchire ogni processo.

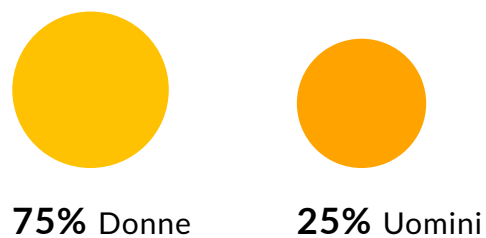
Creostudios è uno spazio vivo e aperto, in cui creatività e professionalità si incontrano ogni giorno per dare forma a progetti straordinari. I nostri ambienti sono progettati per stimolare il pensiero laterale, la collaborazione e l'innovazione continua: **un vero ecosistema creativo**, in cui le idee circolano liberamente e si trasformano in soluzioni concrete per i nostri clienti.

Dati.

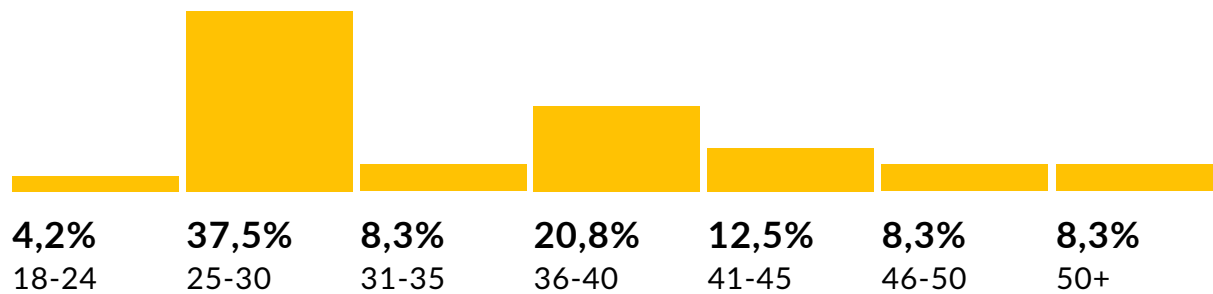
Genere



Manager



Età



Dati.

0,00%

Tasso
di assunzioni.

7,41%

Tasso di abbandono.

7,41%

Tasso di turnover complessivo.
Positivo: 7,14% | Negativo: 14,29%
Compensazione: 50%

100%

Lavoratori soddisfatti.

Sustainability Review.

Our path towards sustainability.

2015



Acquisizione della
**Certificazione
FSC | Forest
Stewardship
Council.**

2020

Introduzione del **Programma
Foresight** volto a migliorare
l'impatto positivo dell'azienda
sul territorio, sulle persone
e sull'ambiente.

2024

Firma del manifesto
della **Parità di genere**
con **Winning Women
Istitute.**

2018

**Spostamento della
sede** nel centro della
città per **sostenere
la mobilità** dei
lavoratori.

2023



Acquisizione
della **Certificazione
ISO 9001.**

2024

Acquisizione della
**Certificazione della
Parità di Genere
Uni Pdr 125.**

Sustainability Review.

Live better.

Sostenibilità ambientale

Per valorizzare al meglio i nostri impegni per l'ambiente e per il clima, abbiamo sviluppato un **Sistema di Gestione Ambientale** (SGA), il quale è basato sugli standard ISO:14001 e si avvale di risorse interne dedicate con lo scopo di sviluppare e diffondere i valori aziendali in tema di sostenibilità ambientale e sociale.

Nel Sistema di Gestione Ambientale consideriamo impatti diretti, ovvero quelli generati dall'operatività diretta dell'azienda e dei suoi dipendenti, nonché quelli indiretti, ossia quelli associati a processi ed attività di terzi ma funzionali a soddisfare le necessità di funzionamento dell'azienda nel suo complesso.

Impatti diretti.

Gli impatti diretti tendono ad essere una parte rilevante dell'impronta ambientale di un'impresa; sono infatti quelli su cui concentriamo le nostre attività di monitoraggio, valutazione e stima, e le nostre ambizioni per il miglioramento continuo.

Rientrano negli impatti diretti su cui concentriamo i nostri sforzi:

- la gestione della sede aziendale;

- la gestione della mobilità del personale dipendente e dei collaboratori;
- la gestione dell'impatto energetico delle attività.

Il monitoraggio delle prestazioni di sostenibilità relative agli impatti diretti viene svolto con metodologie individuate internamente e ad hoc. L'azienda promuove revisioni periodiche di tali metodologie al fine di poter produrre valori aggiornati e realistici dei principali KPI di settore. Inoltre l'azienda sottopone i suoi processi e prodotti a revisioni interne per valutarne l'impatto ambientale.

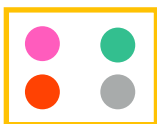
Impatti indiretti.

Gli impatti indiretti riguardano processi e prodotti generati dai vari stakeholder, ma comunque relativi all'attività aziendale. Il Sistema di Gestione Ambientale intende promuovere relazioni di ogni natura tra l'azienda ed i suoi clienti e fornitori secondo la logica di ottimizzazione della sostenibilità.

Tra gli impatti indiretti di maggior interesse, su cui si concentrano gli sforzi di valutazione ed ottimizzazione delle performance:

- gestione delle forniture di energia (elettrica, termica...);
- gestione delle emissioni di gas serra e nocivi relative agli acquisti di prodotti e servizi;
- gestione di forniture a prevalenza locale e ad alta sostenibilità sociale.

Dati.



Spazi lavorativi

Investimento per
ampliamento degli spazi
lavorativi e restauro
degli elementi dal valore
storico e artistico presente
nell'edificio;

Investimento in tecnologie
per il risparmio energetico.



Energia

Consumo energia elettrica:
9.700 KWh.

Consumo energia termica:
7.153 KWh.



Acqua

Consumo idrico:
151 m³



Rifiuti

Rifiuto secco
indifferenziato: **0,17 ton**
Carta: **0,20 ton**
Plastica: **0,15 ton**
Vetro e lattine: **0,12 ton**
Umido: **0,12 ton**

Totale rifiuti prodotti:
0,56 ton
Rifiuti smaltiti tramite
raccolta differenziata: **68%**



Emissioni di gas serra

Da consumo energia elettrica:
3,6 ton CO₂
Da consumi energia termica:
1,06 ton CO₂
Da mobilità: **19,46 ton CO₂**

Totale: **24,12 ton CO₂**

Care better.

Sostenibilità sociale.

In Creostudios crediamo che la **responsabilità verso le persone** sia parte integrante della nostra identità.

Con la stessa attenzione che dedichiamo al benessere del nostro team, ci impegniamo a **contribuire attivamente alla crescita e alla coesione della comunità in cui operiamo**.

Promuoviamo e organizziamo attività formative aperte al pubblico sui temi dell'innovazione e della trasformazione digitale, condividendo know-how e visione per generare impatto positivo. **Partecipiamo inoltre ad eventi e iniziative del settore**, mettendo le nostre competenze a servizio della collettività.

Ci impegniamo anche sul fronte dell'**orientamento per le nuove generazioni**, raccontando la nostra esperienza e supportando i giovani nel loro percorso verso il mondo della comunicazione e delle professioni creative.

Per Creostudios, la **sostenibilità sociale** significa creare relazioni autentiche, **condividere valore** e contribuire allo sviluppo inclusivo e consapevole del territorio.

formazione
aperta
su digital
e innovation

attività di
orientamento
per i giovani

0,8%
del fatturato
donazioni
verso Onlus
del territorio



Work better.

In Creostudios ci impegniamo ogni giorno per creare un ambiente di lavoro **sano, inclusivo e dinamico**, capace di stimolare la creatività, l'innovazione e il benessere delle persone.

Crediamo che il lavoro dia il meglio di sé quando si svolge in condizioni favorevoli, per questo investiamo nella qualità degli spazi e nell'equilibrio tra vita personale e professionale.

- Le nostre **aree operative sono concepite per garantire il benessere delle persone**, favorendo condizioni che stimolano sia l'equilibrio fisico che quello mentale.
- **Spazi condivisi e flessibili** sono messi a disposizione dei dipendenti e collaboratori anche per attività ricreative extra-lavorative, favorendo la socialità e la partecipazione.
- Promuoviamo regolarmente **percorsi di formazione**, sia su tematiche professionali che personali, seguendo le esigenze e gli interessi espressi dal nostro team.
- Organizziamo periodicamente momenti di **team building**, come attività sportive e ludiche di gruppo, per rafforzare la coesione e lo spirito di squadra.
- Ottimizziamo i processi interni per favorire una gestione del tempo equilibrata e sostenibile, nel rispetto dei **ritmi individuali e delle esigenze personali**.

Il nostro modello di lavoro si fonda su un principio semplice: per **lavorare meglio**, bisogna **stare bene**.



Supply chain.

In Creostudios adottiamo un **approccio responsabile alla gestione della catena di fornitura**, ponendo particolare attenzione alle **politiche di sostenibilità ambientale e sociale**, nonché alla conformità con standard e certificazioni riconosciute.

Per garantire la qualità dei prodotti e dei servizi offerti, costruiamo **relazioni durature, trasparenti e reciprocamente vantaggiose** con partner qualificati e affidabili.

Prediligiamo la collaborazione con **partner strategici, fornitori locali, realtà di piccole dimensioni e startup innovative**, che condividano i nostri valori e il nostro impegno verso la riduzione dell'impatto ambientale e la generazione di valore sociale.

La nostra supply chain è un'estensione dei nostri principi:
etica, sostenibilità, eccellenza e fiducia.

32,7%

Fornitori
preferiti
su totale
fornitori.

100%

Fornitori
locali
su totale fornitori
preferiti.

10,8%

Fornitori
a gestione femminile
su totale fornitori
preferiti.

Quality.

Certificazione ISO 9001:2015

Creostudios ha ottenuto la Certificazione ISO 9001: questo riconoscimento è il risultato del lavoro del nostro team, che ha lavorato instancabilmente per garantire **standard operativi e qualitativi impeccabili**.

Le costanti revisioni e verifiche dei lavori, previste nell'organizzazione dei flussi, permettono di avere un alto livello di controllo della qualità. In questo modo **garantiamo ai nostri clienti prodotti di altissimo valore**.



Customer satisfaction.

La soddisfazione dei nostri clienti è un elemento centrale del nostro modello operativo.

Monitoriamo costantemente il grado di soddisfazione attraverso un sistema strutturato di raccolta di **feedback e osservazioni** sui progetti realizzati, sui processi di comunicazione e sulle modalità di collaborazione. Questo ci consente di individuare aree di miglioramento e di ottimizzare i nostri flussi di lavoro in modo sempre più efficace.

Gli **account manager** e i **project manager** seguono ogni progetto in tutte le sue fasi, curando il dialogo con il cliente, fornendo aggiornamenti costanti sull'avanzamento dei lavori e raccogliendo feedback utili per garantire il successo finale. I commenti e le valutazioni vengono condivisi con il team di progetto e, quando opportuno, con l'intero team Creostudios, così da trasformare ogni input in un'opportunità di miglioramento.

I risultati parlano chiaro: **la maggior parte dei nostri clienti si dichiara soddisfatta** sia degli output ottenuti, sia della relazione instaurata con l'agenzia.

Il nostro obiettivo quotidiano è uno solo:
raggiungere una customer satisfaction al 100%.

Impatti diretti.

Siamo consapevoli che ogni progetto genera **effetti concreti su persone, comunità e ambiente**, e che gli impatti diretti rappresentano una parte significativa dell'impronta ambientale di un'impresa. Per questo motivo valutiamo con attenzione l'**intero ciclo di vita** dei nostri prodotti e servizi, agendo in modo responsabile sin dalla fase di progettazione.

Nel caso di materiali fisici, in particolare quelli destinati al **retail e al punto vendita (POP)**, utilizziamo **materiali certificati FSC** nella quasi totalità dei progetti, promuovendo il rispetto della filiera sostenibile e dello smaltimento corretto a fine vita. Anche in assenza di una richiesta esplicita, proponiamo soluzioni conformi agli stessi criteri ambientali, accompagnate da istruzioni chiare per la loro gestione responsabile.

Per i **prodotti digitali**, adottiamo un approccio etico alla comunicazione, privilegiando contenuti che trasmettano **valori positivi** e abbiano un impatto costruttivo sulla società. Rifiutiamo progetti che veicolino messaggi contrari ai nostri principi.

Il nostro impegno è guidato da tre pilastri:
responsabilità, qualità e valore per la collettività.

Ci hanno scelto:

Accademia delle
Scienze di Torino
Acqua di Parma
Actimel
Activia
Alfa Romeo
Alpinestars
Alpro
Altec
Altroconsumo
AMMA
Aptamil
Banca Investis
Beiersdorf
Beni di Batasiolo
Bit
BolognaFiere
Bricocenter
Cardioteam Foundation
CasaOz
Chibimart
Cisl
Clickar

Coop. Di Vittorio
Crudo di Cuneo
Danacol
Danette
Danone
Decathlon
Diocesi Torino
Dior
Enasarco
Eni
Estathe
Eucerin
F1 Team Orlen
Febametal
Fiat
Fiat Professional
Fieramilano
Filarmonica TRT
Fond. CRT
Fond.
Compagnia
di SanPaolo
Fond. Torino

Musei
Galup
Givenchy
Helix
Hipro
Homi
Host
illy
Inco Cosmetici
Intesa San Paolo
Intrauma
Instron
Iren
Istituto di Elicicoltura
di Cherasco
Italian Group
Jeep
Kellogg's
Kuehne + Nagel
Lancia
Leasys
Linkonline S.p.A.
Loacker

L'Oréal
Louis Vuitton
Loro Piana
Lumacheria Italiana
Lumadea
Luxottica
LVMH
Made Expo
MAO
Mase
Maxi Zoo
Mediaworld
Mellin
Mopar
Museo Egizio
di Torino
Nivea
Number One
Nutricia
Oakley
Opel
Ospedale
Cottolengo

Ottica Amica
Ottici Italiani
Peugeot
Politecnico di Milano
Politecnico di Torino
Porto Montenegro
Pro One
Print4all
Pte
Ray Ban
Reale Mutua
Regione Piemonte
Regione Valle d'Aosta
Sana
Scuola APM
Sephora
Sicurezza
Sipal
Si Sposa Italia
Skipper
Soag
Space Festival
Sparco

Sparco Teamwork
Sparco Martini Racing
Stellantis
Thales Alenia Space
Transpotec
Tuttofood
UGL
Unione Industriali
Torino Unipol
Università di Pavia
Usarci
Versilia
Vitasnella
Vogue
Wella
Zambon
Zuegg



Financial review.

Performance economico-finanziarie 2022-2024

| Conto economico riclassificato (Valori in Euro) | 2024 | 2023 | 2022 |
|--|------------------|------------------|------------------|
| RICAVI | 3.775.730 | 4.683.130 | 4.075.543 |
| Costo per acquisti | 55.548 | 227.033 | 6.695 |
| Costo per servizi | 2.574.483 | 2.803.336 | 2.763.099 |
| Costo per godimento beni di terzi | 91.936 | 127.319 | 88.170 |
| Costo del personale | 582.388 | 633.310 | 604.497 |
| Oneri diversi di gestione | 58.451 | 80.278 | 154.520 |
| EBITDA | 412.924 | 811.854 | 458.562 |
| Ammortamenti e svalutazioni | 78.769 | 108.835 | 78.740 |
| EBIT | 334.155 | 703.019 | 379.822 |
| Oneri/Proventi finanziari | (21.005) | (21.733) | (15.716) |
| Rettifiche di valore di attività/passività finanziarie | - | (34.300) | (100.000) |
| EBT / Reddito Lordo | 313.150 | 646.986 | 264.106 |
| Imposte | 118.390 | 214.655 | 125.445 |
| Utile / Reddito Netto | 194.760 | 432.331 | 138.661 |

| Stato patrimoniale riclassificato (Valori in Euro) | 2024 | 2023 | 2022 |
|--|------------------|------------------|------------------|
| Immobilizzazioni Immateriali | 87.155 | 122.075 | 185.331 |
| Immobilizzazioni Materiali | 32.665 | 42.948 | 56.390 |
| Immobilizzazioni Finanziarie | - | - | - |
| A) Totale Immobilizzazioni | 119.820 | 165.023 | 241.721 |
| Crediti vs Clienti | 1.390.459 | 1.472.550 | 1.359.375 |
| Debiti vs Fornitori | (610.892) | (540.703) | (597.533) |
| B) Capitale Circolante Operativo | 779.567 | 931.847 | 761.842 |
| Altri Crediti | 245.330 | 54.294 | 100.746 |
| Altri Debiti | (696.415) | (352.221) | (232.413) |
| C) Capitale Circolante Netto | 328.482 | 633.920 | 630.175 |
| Fondi | (5.804) | (37.829) | (10.696) |
| TFR | (93.650) | (92.671) | (95.380) |
| D) Fondi | (99.454) | (130.500) | (106.076) |
| CAPITALE INVESTITO NETTO (A+C+D) | 348.848 | 668.443 | 765.820 |
| Capitale Sociale | 50.000 | 50.000 | 50.000 |
| Riserve | 310.580 | 316.669 | 325.088 |
| Utile | 194.760 | 432.331 | 138.661 |
| Patrimonio Netto | 555.340 | 799.000 | 513.749 |
| Debiti MLT | 296.766 | 356.501 | 548.226 |
| Cassa e banche | (503.258) | (487.058) | (296.155) |
| Posizione Finanziaria Netta (PFN) | (206.492) | (130.557) | 252.071 |
| Evoluzione dei principali indicatori economici, patrimoniali e reddituali nel triennio 2022-2024. | | | |

Finacial review.

Una traiettoria di crescita solida e redditiva, fondata su valore, efficienza e visione a lungo termine.

Nel triennio 2022-2024, Creostudios ha registrato una **crescita solida e costante**, confermando la validità del proprio modello di business e la capacità di generare valore in un contesto competitivo in rapida evoluzione.

Nel 2024 i **ricavi** si attestano a circa **3,78 milioni di euro**, con un calo fisiologico rispetto al picco del 2023, ma mantenendo livelli significativamente superiori al 2022. Tale andamento riflette un **consolidamento strategico** delle attività e un'evoluzione del mix di servizi offerti, orientato verso progetti a maggiore marginalità.

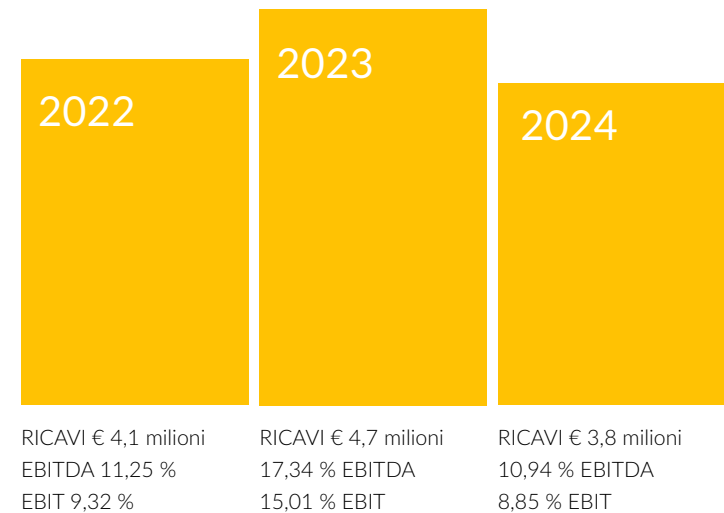
L'**EBITDA del 2024** ammonta a oltre **412.000 euro**, confermando una buona **redditività operativa**, nonostante l'aumento di alcuni costi strutturali legati all'espansione dei servizi e al rafforzamento delle risorse interne. L'**utile netto** si attesta a **194.760 euro**, in linea con un risultato solido e sostenibile.

Dal punto di vista patrimoniale, il **Capitale Investito Netto** ammonta a **348.848 euro**, con una **Posizione Finanziaria Netta negativa** per **206.492 euro**, segnando un miglioramento significativo rispetto all'anno precedente e dimostrando una gestione finanziaria prudente e bilanciata.

Nel complesso, i risultati evidenziano una struttura sana, una **capacità di adattamento al contesto di mercato** e una solida base per proseguire nel percorso di crescita sostenibile e innovativa che caratterizza Creostudios.

Ricavi 2024

3,8 milioni di euro



~ 561 mila euro

EBITDA medio 2022-2024

CREOSTUDIOS

Creostudios S.p.A. P.IVA 10824940018
HQ Via Perrone, 3 - 10122 Torino - Italia / E info@creostudios.it / T 011 9969421
Numero REA TO - 1165043 - P. IVA 10824940018
C.F. e Iscr. Reg. imprese di Torino 10824940018
Capitale sociale Euro 50.000,00 i.v.