



# RELAZIONE D'IMPATTO 2024

## INDICE

1. Lettera agli Stakeholder
2. La nostra Realtà
3. Finalità di Beneficio Comune
4. Logiche e metriche di rendicontazione
5. Il Modello di Riferimento della Società Benefit
6. Stakeholder Map e Coinvolgimento degli Stakeholder
7. Il Semaforo degli impatti
8. Governance e Strutture Responsabili
9. Creazione di Valore e Impatto Generato: PRODOTTO
10. Creazione di Valore e Impatto Generato: LAVORO
11. Creazione di Valore e Impatto Generato: VALORE ECONOMICO
12. Creazione di Valore e Impatto Generato: SOSTENIBILITÀ
13. Note metodologiche
14. Tabelle di Riconciliazione

## La nostra prima volta

A un anno dalla trasformazione della nostra realtà sentiamo la responsabilità – ma anche il privilegio – di “rendicontare” in modo trasparente l’impatto che stiamo generando nei confronti di persone, comunità, ambiente e mercato. Ecco quindi **la nostra prima Relazione d’Impatto**, un documento che segna una **tappa fondamentale nel nostro percorso di Società Benefit**.

Essere una Società Benefit significa per noi andare oltre il profitto, che rimane comunque un fattore di concretezza aziendale e solidità; in contesti dinamici e in mercati sempre più esigenti significa integrare nei nostri obiettivi aziendali la **creazione di valore condiviso**. È un impegno che abbiamo scelto consapevolmente, guidati da una visione che pone al centro la **qualità del lavoro**, la **sostenibilità** dei nostri prodotti e servizi, la crescita umana e professionale delle **persone** che fanno parte del nostro mondo.

Questa Relazione nasce con lo spirito di **ascolto e confronto**: abbiamo coinvolto clienti, collaboratori e collaboratrici, aziende fornitrici e partner; abbiamo raccolto dati, valutazioni e prospettive. Grazie anche al supporto del **Gruppo Energetica** - a cui apparteniamo - abbiamo adottato strumenti e metriche avanzate, come lo standard **La Buona Impresa** e il framework europeo **ESRS**, pur non essendo vincolati da alcun obbligo.

I risultati che troverete nelle prossime pagine raccontano **azioni concrete e valori vissuti**, ma anche **sfide aperte e obiettivi futuri**. Dalla formazione tecnica erogata con l’Accademia Revis ai percorsi di crescita interna, dalle iniziative sul benessere organizzativo all’impegno ambientale per ridurre le emissioni: ogni passo è stato fatto con la convinzione che **fare bene impresa significhi fare bene alla società**.

Vi invitiamo a leggere questa Relazione come una fotografia di dove siamo oggi e, soprattutto, come un punto di partenza per costruire **insieme un domani ancora più responsabile, inclusivo e sostenibile**.

Grazie per la fiducia e per la collaborazione.

Siamo felici di avervi a bordo!

Sergio Piccin

## La nostra realtà

### Revis: la casa degli specialisti della termoidraulica

Siamo nati dalla collaborazione tra:

- un produttore leader mondiale di caldaie a condensazione
- un team italiano con esperienza consolidata nel settore

### I nostri valori fondamentali sono:

- Qualità e affidabilità dei prodotti
- Centralità di installatori e progettisti
- Servizio post-vendita efficiente
- Specializzazione elevata



## La nostra realtà

### **Siamo di casa nel mercato e ne conosciamo le regole offrendo:**

- Conoscenza approfondita delle dinamiche del mercato termoidraulico
- Capacità di adattarsi ai cambiamenti e trasformarli in opportunità
- Supporto costante tramite attività di marketing
- Strumenti per la crescita professionale e commerciale dei partner

### **Filosofia win-win:**

*Cresce il partner, cresciamo anche noi*



## La nostra realtà (Identikit)

- **Sede:** Fontanelle (TV)
- **Identità:** Società Benefit italiana nata dalla collaborazione tra un leader mondiale nelle caldaie a condensazione e un team italiano esperto nel settore termoidraulico
- **Missione:** Commercializzazione di sistemi di riscaldamento ecologici e innovativi

### Partnership strategica con Remeha

- Tra i leader europei nella produzione di caldaie
- 6 stabilimenti in Olanda e Francia, 12 sedi nel mondo, 6.400 collaboratori
- Siamo distributore esclusivo dal 2010
- Collaborazione basata su valori condivisi: **qualità, innovazione, sostenibilità**

### Cosa offriamo

- **Servizio pre e post-vendita** di alta qualità
- Supporto tecnico e formazione personalizzata: la nostra **Accademia Revis**
- **Strumenti pratici** per installatori e progettisti
- **Rete commerciale** attiva su tutto il territorio nazionale
- Focus su **soluzioni flessibili, innovative ed efficienti**

## Visione e missione

### **La nostra visione:**

Guardiamo al futuro del settore con realismo, puntando a un approccio collaborativo e orientato ai risultati, andando oltre la semplice logica del profitto.

### **La nostra missione:**

L'obiettivo principale è ottenere risultati concreti attraverso azioni tangibili, come la formazione, valorizzando il lavoro di squadra e le competenze condivise.

**La squadra sul podio:** il successo nasce dalla collaborazione tra le persone e dallo scambio di competenze. Per noi, ogni ruolo è importante e contribuisce alla crescita dell'azienda, anche grazie all'ascolto del mercato e alla capacità di adattarsi alle nuove sfide.

*«Vogliamo essere il vostro punto di riferimento... Sappiamo creare un ambiente positivo, fatto di impegno ma anche di sorrisi, di relazioni e di collaborazione».*



**SERGIO PICCIN**  
Amministratore Delegato  
Responsabile commerciale e marketing



**MARTINA SALAMON**  
Responsabile back office e commerciale



**NADIA LAZZARIN**  
Ufficio acquisti



**FABIOLA STEFFAN**  
Amministrazione e Credito



**ELENA GIACOMINI**  
Ufficio tecnico



**ANNA MIGLIORINI**  
Back office commerciale e social

WALL OF FAME DI REVIS



**STEFANO BARBIRATO**

Ufficio tecnico



**ANDREA DA ROS**

Ufficio tecnico



**GIUSEPPE ZARPELLON**

Logistica



**GAVRIL COCIAN**

Logistica

WALL OF FAME DI REVIS

## L'ecosistema ENERETICA di cui facciamo parte

**Eneretica** è una società di consulenza con oltre 20 anni di esperienza, che supporta le aziende nell'espansione nei mercati italiano e tedesco. È anche **una holding formata da 18 aziende** attive nei settori dell'efficienza energetica e dell'innovazione tecnologica. Grazie a un modello di business flessibile e orientato al mercato, ha saputo cogliere con successo le opportunità economiche nel tempo, diventando un partner affidabile per il corretto posizionamento di prodotti e servizi in Italia.

- **ENERGIA + ETICA = ENERETICA**

Il gruppo opera con etica nel mondo dell'energia rinnovabile.

Impiega l'energia imprenditoriale in attività etiche. Ciò che contraddistingue il suo operato va oltre il risultato economico e prende in considerazione l'impatto ambientale, la responsabilità sociale e il benessere delle persone. Questo è il loro modus operandi.

## L'ecosistema ENERETICA



---

# LOGICHE E METRICHE DI VALUTAZIONE DEGLI IMPATTI

12

## Logiche e metriche di valutazione degli impatti

La **Relazione d'Impatto** di Eneretica, redatta secondo la Legge 208/2015 sulle Società Benefit, è uno strumento di trasparenza e gestione strategica, che evidenzia obiettivi e risultati legati al beneficio comune.

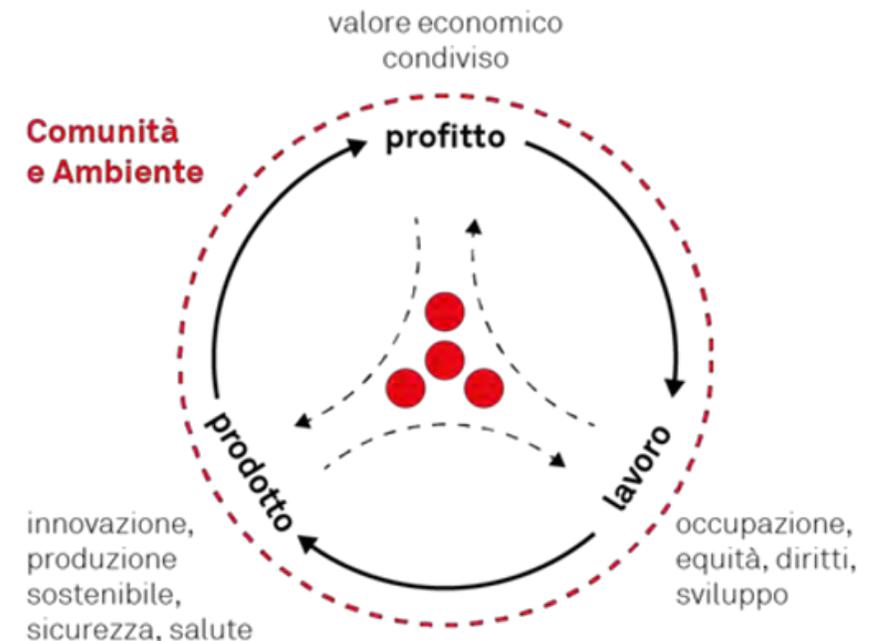
La rendicontazione integra due standard: **La Buona Impresa**, che valuta l'azienda come attore sociale attento a qualità, lavoro, filiera e sostenibilità, e lo **standard ESRS**, che garantisce un approccio trasparente e conforme alle linee guida europee, anche se l'azienda non è obbligata a rispettare la nuova direttiva CSRD.

Infine, lo standard ESRS è utilizzato anche per il bilancio consolidato della capogruppo Eneretica, su base volontaria.

## Il modello di riferimento della società benefit

**L'impresa** si fonda su tre pilastri: **Lavoro, Prodotto e Profitto**, che definiscono le relazioni con i principali stakeholder: collaboratori, clienti e investitori. In quanto attore sociale centrale, l'impresa influenza la società e l'ambiente, creando valore e consumando risorse, con responsabilità che devono essere riconosciute e valutate.

Lo **Strumento di Autovalutazione della Buona Impresa** è una guida volontaria che aiuta le aziende a riflettere sul proprio impatto e a comunicare con trasparenza, senza fornire certificazioni o giudizi esterni, ma offrendo criteri per un'autovalutazione consapevole.



# La Buona Impresa

## I 5 pilastri fondamentali: la visione di fondo del report

- **LA GOVERNANCE (1)** CHE OSSERVA LA DEFINIZIONE DELL'IMPEGNO DELL'IMPRESA, L'ADOZIONE DI PROCESSI STRATEGICI COERENTI, LA MODALITÀ DI GESTIONE E VALUTAZIONE DEI RISULTATI.
- **LA CREAZIONE DI VALORE** attraverso **Prodotto (2)**, **Lavoro (3)** e **Valore Economico (4)**, che osserva la capacità di produrre un impatto attraverso i principali pilastri dell'attività di qualsiasi impresa. Ciascuno di questi pilastri è osservato in 3 dimensioni: la capacità di creare valore; il fatto che lo crei in modo soddisfacente per gli stakeholder; la capacità di continuare a crearlo nel lungo periodo.
- **LA SOSTENIBILITÀ sociale e ambientale (5)**, che guarda tutte le dimensioni sociali e ambientali rilevanti per l'attività d'impresa, valutando la capacità di gestirle in base al principio "Do no relevant harm".

*Così, perseguendo in modo responsabile i propri fini (ricercando coscientemente il proprio bene), la Buona Impresa produce, al tempo stesso, il bene del contesto in cui è inserita.*

## Le finalità del bene comune dell'azienda

**In Revis ci impegniamo ad agire in modo responsabile, sostenibile e trasparente verso persone, comunità, ambiente e altri stakeholder.**

- Promuoviamo una trasformazione positiva dei modelli economici e culturali, sostenendo la salvaguardia dei sistemi naturali e sociali.
- Offriamo supporto strategico alle società partecipate in ambito economico, sociale e ambientale, diffondiamo servizi basati su sostenibilità e trasparenza, e investiamo in formazione per migliorare il benessere dei collaboratori.
- Attraverso eventi e iniziative, miriamo a integrare etica e sostenibilità nelle nostre attività, nel rispetto delle normative vigenti, e chiediamo lo stesso impegno a fornitori e partner.

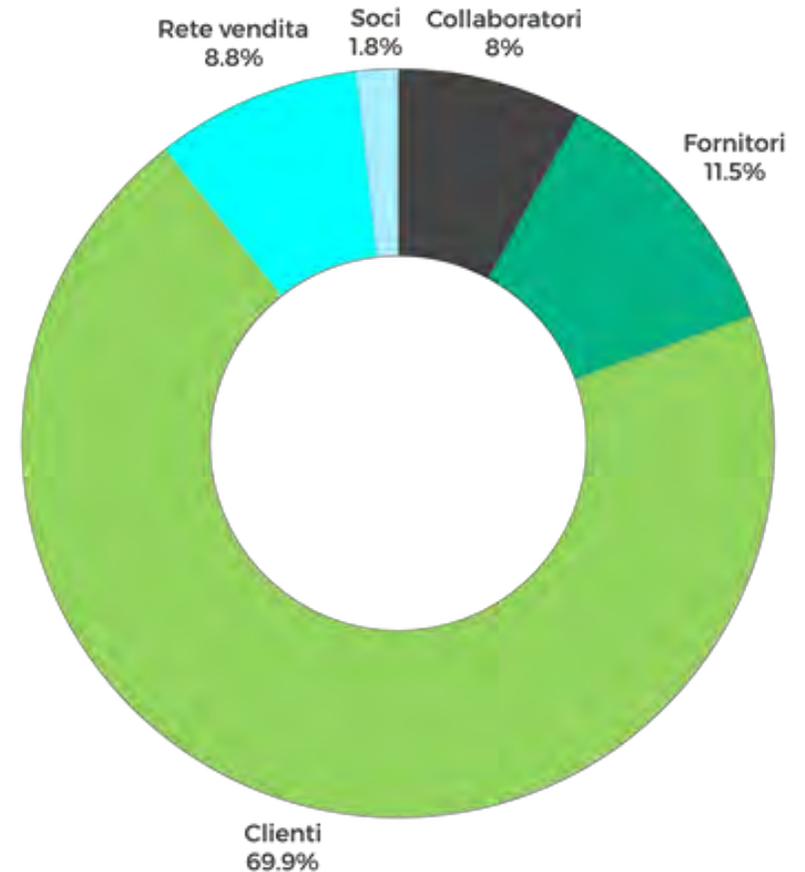
## La stakeholder map

Comprendere gli **stakeholder** è essenziale per rispondere alle loro aspettative, distinguendoli dagli azionisti, poiché includono tutti coloro che hanno un interesse nel successo dell'azienda.

Nel 2024, abbiamo avviato una prima indagine tramite survey per coinvolgere i nostri stakeholder, chiedendo opinioni su due ambiti chiave utili a definire gli obiettivi sostenibili per il 2025:

- **Materialità:** rilevanza dei temi rispetto alle aree di competenza.
- **Grado di soddisfazione:** valutazione delle performance aziendali nelle stesse aree.

*Hanno partecipato alla survey: 113 intervistata*



## Il semaforo degli impatti



Requisito non soddisfatto  
 Requisito in via di definizione  
 Requisito soddisfatto

Nel 2024, seguendo il modello della Buona Impresa, abbiamo continuato la mappatura degli impatti e le conseguente valutazione dei rischi.

AREA DI IMPATTO	VALUTAZIONE
<b>GOVERNANCE</b>	Comunicazione e trasparenza ●
	Anticorruzione e conflitto di interessi ●
<b>PRODOTTO</b>	Salute e sicurezza dei clienti ●
<b>LAVORO</b>	Salute e sicurezza dei collaboratori ●
	Salario dignitoso ●
	Disparità salariali ●
	Rispetto dei diritti umani ●
	Monitoraggio Diversity & Inclusion ●
	Parità di genere ●
	Accessibilità ●

## Il semaforo degli impatti



Requisito non soddisfatto  
 Requisito in via di definizione  
 Requisito soddisfatto

Nel 2024, seguendo il modello della Buona Impresa, abbiamo continuato la mappatura degli impatti e le conseguente valutazione dei rischi.

AREA DI IMPATTO		VALUTAZIONE
VALORE ECONOMICO	Rispetto degli impegni economici	●
	Fisco e tasse	●
OPERATIONS SOSTENIBILI	Salario dignitoso lungo la filiera	●
	Comunità locali	●
	Monitoraggio e riduzione delle emissioni GHG	●
	Monitoraggio e riduzione dei consumi di risorse	●
	Monitoraggio e riduzione inquinamento	●
	Monitoraggio e riduzione scarichi idrici	●
	Monitoraggio e riduzione dell'impatto sulla biodiversità	●

---

# CREAZIONE DI VALORE E IMPATTO GENERATO

# GOVERNANCE

Il modello guarda innanzitutto alla scelta della Buona Impresa di adottare un certo orientamento di fondo e prendere un impegno cogente in questa direzione. Esso si declina poi nell'adozione di processi strategici coerenti, in una modalità sistemica di valutazione dei risultati e in un approccio trasparente alla condivisione e alla rendicontazione.

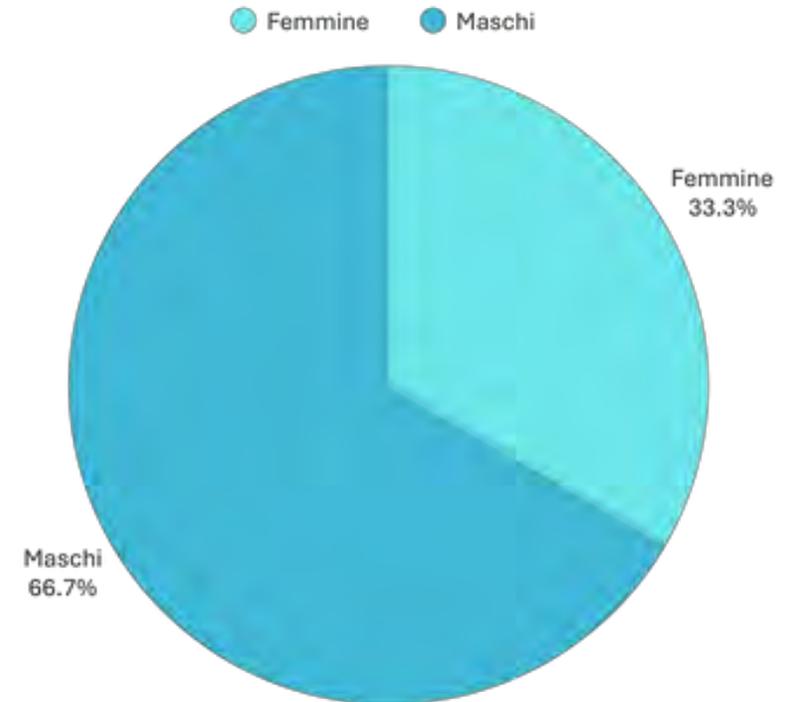
## GOVERNANCE e strutture responsabili

Siamo controllati dalla **Holding Eneretica** e ne seguiamo le linee guida in materia di condotta aziendale.

Gli organi di amministrazione, direzione e controllo svolgono un ruolo centrale nel garantire che le attività siano conformi a norme, principi etici e interessi degli stakeholder, promuovendo trasparenza, legalità e sostenibilità all'interno della nostra organizzazione.

Operiamo attraverso un Consiglio di Amministrazione composto da **3 membri** con cariche distinte ed esecutive e deleghe specifiche.

COMPOSIZIONE CDA PER GENERE



## GOVERNANCE e strutture responsabili

**Adozione del codice etico** → Seguiamo i principi e le applicazioni del codice etico promosso da Eneretica.

- Il **Codice Etico**, approvato dal Consiglio di Amministrazione, raccoglie i principi fondamentali che guidano la condotta dell'azienda, basati su **legittimità, trasparenza e verificabilità**.
- Tutte le aziende del **Gruppo Eneretica**, nato per promuovere un uso sostenibile delle risorse energetiche, applicano lo stesso Codice e offrono servizi solo a soggetti che ne condividono i valori.
- Il Codice Etico rappresenta la **carta d'identità etica** del gruppo, nato dalla crescente attenzione alla gestione responsabile e alla sostenibilità d'impresa.

Essere **T**rasparente ed **I**ntegro nel **C**omportamento in **A**mbiente interno ed esterno.

## GOVERNANCE e strutture responsabili



### RESPONSABILE D'IMPATTO

- L'organizzazione ha nominato un **Responsabile d'Impatto**, come previsto dalla **Legge 208/2015** per le Società Benefit.

Questa figura ha un ruolo strategico e operativo: assicura la coerenza tra gestione aziendale e finalità di beneficio comune, presidia l'impatto sociale e ambientale, e integra questi aspetti con la visione economico-organizzativa.

Collabora con l'amministrazione aziendale e il Responsabile della sostenibilità del **Gruppo Eneretica**, attuando il piano d'impatto e rafforzando la **trasparenza e l'efficacia** delle azioni sostenibili dell'impresa.

## La creazione di valore: azioni e KPIS di misurazione

### Il comitato di sostenibilità



Nel 2023 è stato istituito il **Comitato di Sostenibilità** del Gruppo Eneretica, con l'obiettivo di integrare in modo strutturato la sostenibilità nella governance aziendale.

Il comitato ha il compito di:

- rappresentare la voce degli **stakeholder** in modo costruttivo;
- supportare la definizione di **obiettivi, politiche, azioni e metriche** legate alla sostenibilità;
- valutare e gestire l'**impatto sociale e ambientale** delle attività aziendali.

È composto da collaboratori del Gruppo Eneretica che aderiscono **su base volontaria**, in base a una selezione proposta dal comitato stesso.

L'organo è formalizzato da un regolamento interno e agisce in coerenza con i valori di trasparenza, responsabilità e dialogo tipici delle Società Benefit.

## GOVERNANCE e strutture responsabili

### ESG RATING - ECOMATE



Abbiamo scelto di utilizzare la piattaforma **Ecomate** per valutare la nostra **maturità ESG** in occasione della Relazione d'Impatto.

- Ecomate è una **open ESG-rating agency** basata su standard europei (come EFRAG, EU Taxonomy, B.Corp), che tramite un algoritmo valuta la preparazione e resilienza aziendale rispetto ai futuri scenari economico-politici. Il processo è trasparente e validato da un **comitato tecnico-scientifico** aperto.

Abbiamo optato per questo strumento per la sua **trasparenza e allineamento alle normative europee**. Il risultato ottenuto va considerato come **punto di partenza** e riferimento per miglioramenti futuri, non come una valutazione definitiva.



---

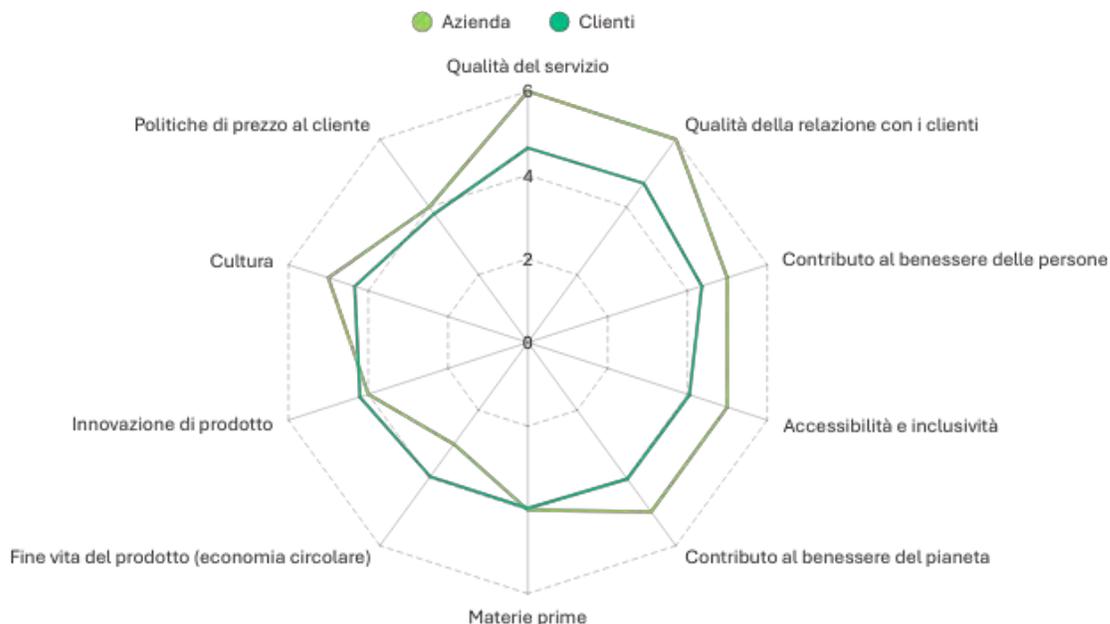
CREAZIONE DI VALORE E IMPATTO GENERATO

# PRODOTTO

Nel modello della Buona Impresa, il prodotto non è soltanto un bene o servizio da offrire al mercato, ma uno strumento di impatto positivo che crea valore quando risponde concretamente a un bisogno reale, migliorando la vita delle persone e contribuendo al benessere collettivo.

## La creazione di valore: la valutazione

Una Società Benefit ha il compito di creare valore offrendo un prodotto o servizio di qualità che risponda ai bisogni della società e ne favorisca il progresso. La valutazione dei risultati annuali si concentra sulla percezione della qualità raggiunta rispetto a ciascun elemento proposto.



Elemento	AZIENDA 2024	CLIENTE 2024	CLIENTE 2023
Qualità del servizio	6	4,65	4,35
Qualità della relazione con i clienti	6	4,70	4,44
Contributo al benessere delle persone	5	4,36	N/R
Accessibilità e inclusività	5	4,05	3,92
Contributo al benessere del pianeta	5	4,03	N/R
Materie prime	4	3,96	N/R
Fine vita del prodotto (economia circolare)	3	3,96	N/R
Innovazione di prodotto	4	4,21	4,28
Cultura	5	4,34	4,28
Fidelizzazione dei clienti	6	NR	N/R
Politiche di prezzo al cliente	4	3,80	N/R

**Parametri di riferimento**

0 - non applicabile, 1 - forte criticità, 2 - qualche problema, 3 - ok, ma migliorabile, 4 - ben presidiato, 5- un buon risultato, 6- un ottimo risultato, NR- Non Rilevato

## Le nostre famiglie di prodotto

I prodotti che proponiamo appartengono a 3 famiglie, le fondamentali per costruire un impianto di qualità. **Pompe di calore, caldaie a condensazione e solare termico**: design ragionato, massima efficienza, durano molto a lungo e con poca manutenzione, grazie alla qualità dei materiali. Sono il top di gamma con un perfetto rapporto qualità-prezzo e sono il risultato della nostra continua ricerca di innovazione sostenibile.



**POMPE DI CALORE**



**CALDAIE A CONDENSAZIONE**



**SOLARE TERMICO**

## Qualità della relazione con i clienti

### La creazione di valore: azioni e kpis di misurazione

*Prendersi cura del cliente affiancando alla qualità del prodotto/servizio anche una relazione caratterizzata da cordialità, disponibilità, fiducia reciproca.*

#### ESITI QUESTIONARI DI VALUTAZIONE

Nel 2024 l'azienda ha registrato un miglioramento significativo nella percezione della qualità della relazione con il cliente, con un punteggio medio salito da 4,44 a 4,70. Il risultato riflette l'efficacia delle azioni adottate per rafforzare non solo il prodotto/servizio, ma anche la relazione umana con il cliente, basata su cordialità, disponibilità e fiducia. L'incremento conferma l'impegno dell'organizzazione nel mettere il cliente al centro e nel promuovere una cultura aziendale orientata all'ascolto e alla qualità del servizio.

# Qualità della relazione con i clienti

## La creazione di valore: azioni e kpis di misurazione

*Prendersi cura del cliente affiancando alla qualità del prodotto/servizio anche una relazione caratterizzata da cordialità, disponibilità, fiducia reciproca.*

### VIAGGI INCENTIVE

#### OLANDA: COSTRUIRE RELAZIONI, CONDIVIDERE VISIONI

Nel 2024 abbiamo organizzato un viaggio incentive ad Amsterdam per alcuni clienti selezionati. Momento centrale è stata la visita agli stabilimenti Remeha, leader europeo nel riscaldamento ad alta efficienza, per approfondire i processi produttivi e le innovazioni condivise con Revis. Il viaggio ha incluso anche attività culturali nella città, favorendo relazioni e scambio di visioni. L'iniziativa rientra nel nostro impegno di valorizzare le persone e promuovere una cultura basata su qualità, fiducia e collaborazione, anche al di fuori del contesto operativo.

## Qualità della relazione con i clienti

### La creazione di valore: azioni e kpis di misurazione

*Prendersi cura del cliente affiancando alla qualità del prodotto/servizio anche una relazione caratterizzata da cordialità, disponibilità, fiducia reciproca.*

#### **CENA DI NATALE**

Ogni dicembre, organizziamo cene natalizie per i clienti, momenti preziosi per rafforzare le relazioni umane e professionali. Oltre all'atmosfera conviviale, le serate offrono l'occasione per condividere risultati, novità e progetti futuri. In un contesto informale ma curato, si favoriscono dialogo e confronto, coerentemente con la visione partecipativa dell'azienda. L'incontro si conclude con un omaggio natalizio, simbolo di gratitudine e fiducia reciproca.

*\*hanno partecipato 469 clienti agli eventi territoriali*

## Cultura

### La creazione di valore: azioni e kpis di misurazione

*Contribuire alla crescita culturale del settore di riferimento, e in generale della società, attraverso la condivisione di informazioni e saperi.*

#### **ACCADEMIA REVIS**

Accademia Revis nasce per diffondere una cultura tecnica evoluta, offrendo formazione mirata a installatori e manutentori del settore termotecnico. In un contesto in continua evoluzione, la formazione diventa per noi un mezzo per promuovere sostenibilità, efficienza e sicurezza. Investire nelle competenze dei clienti significa costruire valore, affrontando insieme le sfide tecnologiche ed energetiche attraverso un approccio pratico e di qualità.

## Formazione tecnica che genera valore

I nostri corsi di formazione si svolgono in sede su due giornate, con percorsi dedicati a caldaie e pompe di calore.

- Il programma combina teoria e pratica: si approfondiscono normative, funzionalità e manutenzione, mentre nella sala tecnica si lavora direttamente sui macchinari, con il supporto dell'ufficio tecnico.
- Al termine, vengono forniti manuali e materiali utili.
- I partecipanti sono ospitati da noi, con cena e pernottamento inclusi, a conferma dell'attenzione dell'azienda verso le persone e la valorizzazione della collaborazione lungo tutta la filiera.

## Il punto di vista dei clienti

*In conclusione, considerando sia il valore che produce per te, sia quello che produce per il contesto, consiglieresti ad altri di acquistare i prodotti/servizi di questa impresa?*

La maggioranza degli intervistati si è espressa positivamente:

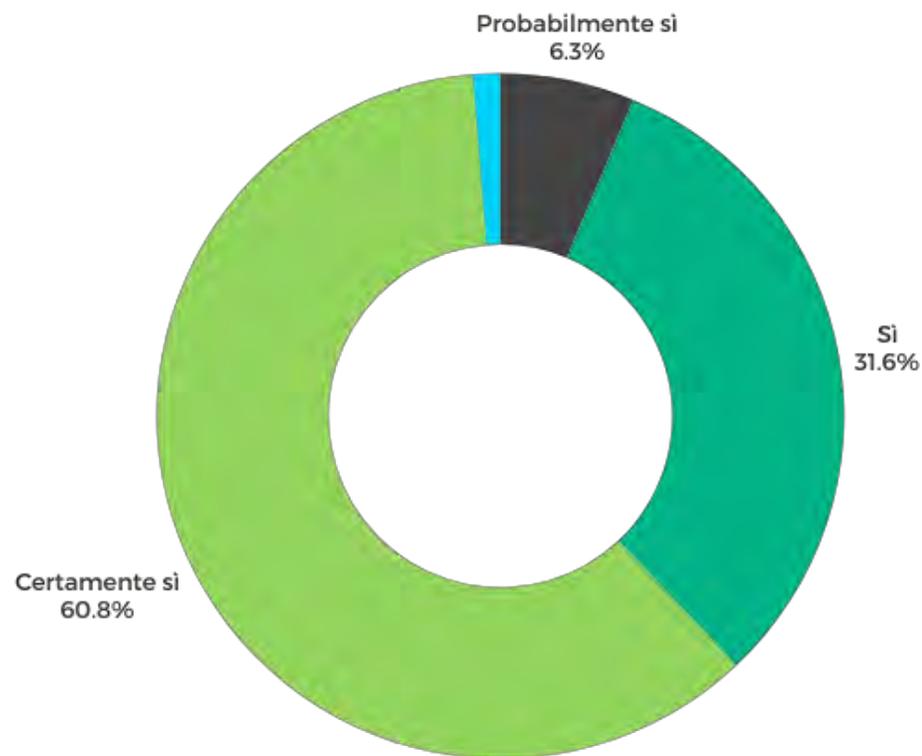
- Il 48% ha risposto «Certamente sì», seguito da un ulteriore 25% che ha scelto «Sì» e il 5% «Probabilmente sì».

Solo una minima parte ha manifestato incertezza o disaccordo.

Questi dati confermano un alto livello di soddisfazione e fiducia nei confronti dell'impresa e dei suoi prodotti/servizi, evidenziando al contempo il riconoscimento del valore generato sia a livello individuale che per il contesto più ampio

### Parametri di riferimento

No | Probabilmente no | Forse, non saprei | Probabilmente sì | Sì | Certamente sì



---

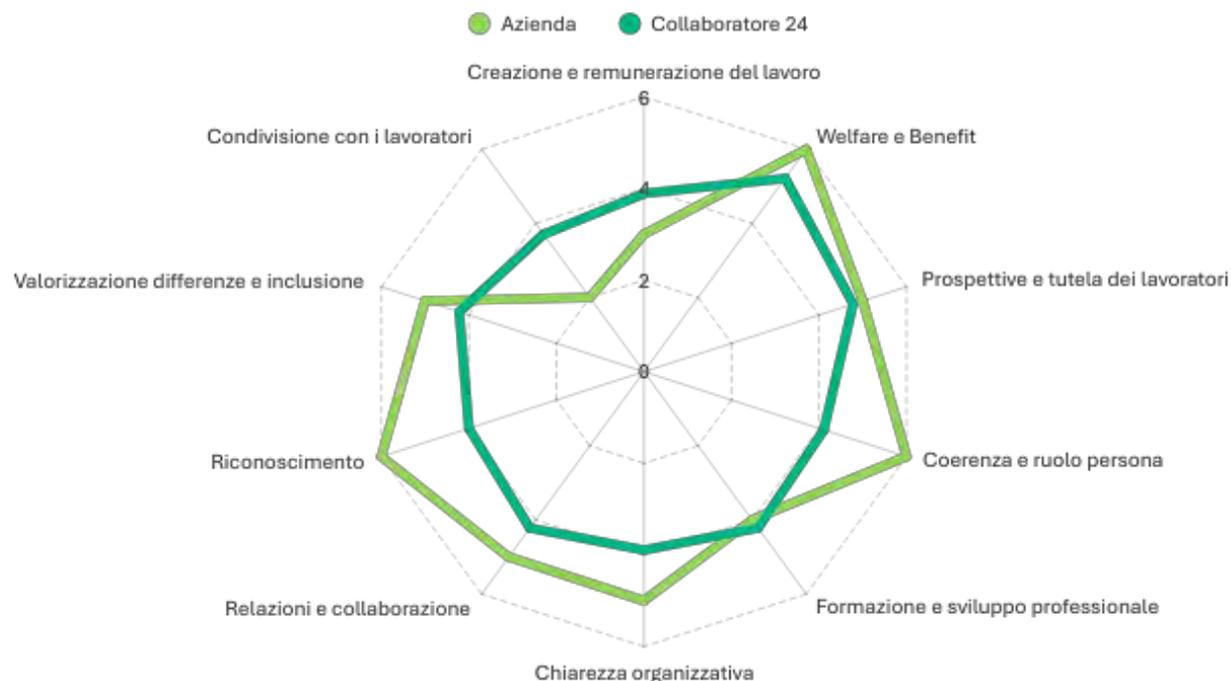
CREAZIONE DI VALORE E IMPATTO GENERATO

# LAVORO

Il lavoro non è solo una prestazione retribuita, ma un luogo di realizzazione personale, crescita collettiva e creazione di legami duraturi tra persone e impresa. Nello stesso modo, l'impresa genera valore quando non esternalizza la responsabilità, ma la condivide con i suoi partner, costruendo filiere orientate all'impatto positivo.

## La creazione di valore: la valutazione

Una Società Benefit dovrebbe generare valore creando e organizzando il lavoro, e offrendo occasione di realizzazione professionale alle persone. Rispetto a ognuno degli elementi proposti, viene rilevata la percezione della valutazione dei risultati dell'anno in termini di qualità raggiunta dal prodotto/servizio.



Elemento	AZIENDA 2024	COLLABORATORI 2024	COLLABORATORI 2023
Creazione e remunerazione del lavoro	3	3,89	4,27
Welfare e Benefit	6	5,22	4,91
Prospettive e tutela dei lavoratori	5	4,78	4,64
Coerenza e ruolo persona	6	4,11	4,18
Formazione e sviluppo professionale	4	4,22	4,36
Chiarezza organizzativa	5	3,89	4,55
Relazioni e collaborazione	5	4,22	4,82
Riconoscimento	6	4,00	4,36
Valorizzazione delle differenze e inclusione	5	4,22	4,91
Coesione con i collaboratori	5	N/R	N/R
Condivisione con i lavoratori	2	3,71	N/R

**Parametri di riferimento**

0 - non applicabile, 1 - forte criticità, 2 - qualche problema, 3 - ok, ma migliorabile, 4 - ben presidiato, 5- un buon risultato, 6- un ottimo risultato, NR- Non Rilevato

## Le nostre persone

### In numeri

Al 31 dicembre 2024, in Revis, contiamo in organico 17 persone di cui 8 collaboratori assunti con contratto di lavoratore dipendente. Degli 8 collaboratori assunti, il **100%** gode di contratto a tempo indeterminato. Tutti i dipendenti ricoprono un ruolo come impiegati. 7 di loro hanno tra i 30 e i 50 anni e 1 ha meno di 30 anni.

	Donne	Uomini	Altro	Non comunicato	Totale
a) Totale dipendenti per genere	6	2	0	0	8
b) Dipendenti a tempo indeterminato	6	2			8
b) Dipendenti a tempo determinato					0
b) Dipendenti a orario variabile (contratto a chiamata)					0
c) Numero di dipendenti cessati	4				

Dei 4 contratti di collaborazione cessati, è utile specificare che uno è relative a un cambio di mansione in Azienda previsto per l'anno 2025 e due sono stati assunti internamente dalla capo gruppo Eneretica.

## Le nostre persone

### In numeri

La struttura del personale è composta interamente da impiegati (8 persone) regolarmente assunti da Revis. In realtà, in organico, sono presenti anche 2 collaboratori dedicati al reparto logistica, assunti però dalla Holding Energetica che ha centralizzato la gestione dei magazzini di tutte le aziende del Gruppo.

- Coerente con l'assetto operativo di un'azienda commerciale e specializzata in funzioni tecniche e commerciali, l'organico non presenta operai.
- L'assenza di dirigenti, quadri e operai non è un limite, bensì riflette una struttura agile e orientate al risultato, dove le competenze operative e relazionali sono direttamente al centro del processo aziendale.

	<30 anni	30-50 anni	> 50anni
Dirigenti			
Quadri			
Impiegati	1	7	
Operai			

Il team di lavoro, composto principalmente da funzioni tecniche e amministrative, è ulteriormente arricchito da 17 figure commerciali esterne che, nel ruolo di agenti, presidiano i territori su cui operiamo.

## Welfare aziendale e benefit

### La creazione di valore: azioni e kpis di misurazione

*Prevedere misure volte a migliorare la vita privata e lavorativa dei collaboratori, e la conciliazione tra le due.*

*In questa sezione si evidenziano le strategie e le attività svolte dalla società per offrire un servizio che soddisfi i bisogni dei clienti.*

#### SMART-WORKING E ORARIO FLESSIBILE

Adottiamo una policy di smart working che consente di lavorare da casa fino a 3 giorni a settimana. Le postazioni domestiche dei collaboratori sono state verificate, messe a norma e formalizzate presso il Ministero del Lavoro. All'assunzione, ogni dipendente riceve un PC/tablet e un cellulare aziendale. L'azienda si basa su fiducia e responsabilità, senza richiedere la timbratura, lasciando l'orario regolato dal buon senso. Questo approccio favorisce un equilibrio tra vita personale e lavorativa, permettendo autonomia nella gestione di permessi e orari.

## Welfare aziendale e benefit

### La creazione di valore: azioni e kpis di misurazione

*Prevedere misure volte a migliorare la vita privata e lavorativa dei collaboratori, e la conciliazione tra le due.*

*In questa sezione si evidenziano le strategie e le attività svolte dalla società per offrire un servizio che soddisfi i bisogni dei clienti.*

#### SPORTELLO TUTTI IN SALUTE 2024

Nel Gruppo Eneretica è stato attivato lo sportello “Tutti in salute” per supportare i dipendenti nell'utilizzo dei fondi EST (assistenza sanitaria) e EBTER (formazione e sostegno). L'iniziativa è nata dal bisogno di maggiore informazione su questi strumenti.

Nel 2024 lo sportello ha ricevuto 11 richieste, tutte evase con successo. A supporto, sono state fornite 2 ore di formazione e materiali digitali a tutti i dipendenti. Revis ha aderito con entusiasmo, ricevendo feedback positivi e registrando una richiesta di supporto.

Richiesta supporto	N° richieste
Fondo EST	9
Fondo EBTER	2
<b>Totale</b>	<b>11</b>

## Creazione e remunerazione del lavoro

### La creazione di valore: azioni e kpis di misurazione

*Creare lavoro e condizioni eque e trasparenti, correttamente retribuito e contrattualizzato, in modo congruo rispetto al settore, lo stadio di vita dell'azienda e le aspettative dei lavoratori (dipendenti, collaboratori, imprenditore stesso).*

#### POLITICA AZIENDALE RETRIBUTIVA

La nostra analisi retributiva mostra che il salario minimo aziendale, pari a 23.829 € annui, supera del 6,43% il minimo previsto dal CNLL per la categoria più bassa. Questo scarto positivo riflette una politica retributiva orientata al riconoscimento del valore dei dipendenti, favorendo benessere organizzativo e competitività nel settore.

Salario più basso in Revis	23.829,00 €
Salario adeguato	22.390,00 €
<b>Differenza percentuale</b>	<b>6,43%</b>

*Sulla base delle informazioni aggiornate al 1° marzo 2025, il salario minimo mensile lordo per il livello 7 del CCNL Commercio – Confcommercio è pari a 17.857,45 € su 13 mensilità. Il dato presentato tiene conto delle ulteriori componenti specifiche previste dalle politiche aziendali retributive di Revis.*

# Creazione e remunerazione del lavoro

## La creazione di valore: azioni e kpis di misurazione

*Fornire alle persone occasioni di sviluppo, pianificando e condividendo percorsi volti a sviluppare competenze e capacità, attraverso la formazione e l'esperienza qualificata. In questa sezione si evidenziano le strategie e le attività svolte dalla società per offrire un servizio che soddisfi i bisogni dei clienti.*

La crescita delle competenze interne è un pilastro della nostra cultura e strategia. Oltre alla formazione obbligatoria e ai training su competenze specifiche, i nostri collaboratori possono richiedere di partecipare a corsi esterni, con costi coperti in tutto o in parte dall'azienda, a conferma dell'impegno per lo sviluppo professionale.

### PERCORSI EROGATI NEL 2024

- Design Thinking
- TTLXT Trainer
- Percorsi Team
- Formazione Esame REG. 2067/2015 UE
- Percorso di Coaching



# Formazione e sviluppo professionale

## La creazione di valore: azioni e kpis di misurazione

*Fornire alle persone occasioni di sviluppo, pianificando e condividendo percorsi volti a sviluppare competenze e capacità, attraverso la formazione e l'esperienza qualificata. In questa sezione si evidenziano le strategie e le attività svolte dalla società per offrire un servizio che soddisfi i bisogni dei clienti.*

Abbiamo investito in formazione e sviluppo per valorizzare le competenze individuali e di gruppo, rafforzare la collaborazione interna e promuovere una cultura aziendale fondata su ascolto, cooperazione e comunicazione efficace.

### TTLXT TRAINING

Il progetto TTLxT è un percorso di facilitazione dedicato ai nostri formatori tecnici, con l'obiettivo di migliorare le competenze nella condivisione del sapere tecnico, sia internamente sia verso clienti, agenti e partner. Attraverso sessioni con esperti, i partecipanti hanno acquisito strumenti per una didattica più efficace, coinvolgente e orientata al confronto.

# Formazione e sviluppo professionale

## La creazione di valore: azioni e kpis di misurazione

*Fornire alle persone occasioni di sviluppo, pianificando e condividendo percorsi volti a sviluppare competenze e capacità, attraverso la formazione e l'esperienza qualificata. In questa sezione si evidenziano le strategie e le attività svolte dalla società per offrire un servizio che soddisfi i bisogni dei clienti.*

### PERCORSI DEDICATI ALLO SVILUPPO DEL TEAM

Nel corso dell'anno è stato avviato un percorso di team building rivolto a tutto il personale, incentrato su comunicazione efficace e collaborazione. Attraverso attività pratiche e discussioni guidate, i partecipanti hanno migliorato coesione, fiducia, problem solving e consapevolezza dell'impatto individuale sul benessere collettivo. Il percorso ha rafforzato empatia, ascolto attivo e responsabilità relazionale, favorendo un ambiente di lavoro più armonioso e inclusivo.

# Formazione e sviluppo professionale

## La creazione di valore: azioni e kpis di misurazione

*Fornire alle persone occasioni di sviluppo, pianificando e condividendo percorsi volti a sviluppare competenze e capacità, attraverso la formazione e l'esperienza qualificata. In questa sezione si evidenziano le strategie e le attività svolte dalla società per offrire un servizio che soddisfi i bisogni dei clienti.*

### PERCORSO COACHING

- Insieme alle attività rivolte a tutto il team, è stato attivato un percorso di coaching individuale pensato per accompagnare ulteriormente le persone coinvolte nel percorso di sviluppo personale e professionale.
- Il focus principale degli incontri è rimasto la comunicazione efficace, con un approfondimento sul modo di dare e ricevere feedback costruttivi.
- Le sessioni hanno favorito un confronto autentico, che ha coinvolto non solo aspetti lavorativi ma anche, in alcuni casi, dinamiche legate alla sfera personale, generando un impatto positivo sulla consapevolezza, sulla qualità delle relazioni e sulla gestione quotidiana delle interazioni.

# Relazioni e collaborazione

## La creazione di valore: azioni e kpis di misurazione

*Stimolare tra le persone collaborazione, solidarietà, spirito di squadra, valorizzando complementarità, confronto e dialogo sia tra pari che tra capo e collaboratori. In questa sezione si evidenziano le strategie e le attività svolte dalla società per offrire un servizio che soddisfi i bisogni dei clienti.*

### ENERETICA DAY

#### ENJOY ENERETICA

- Ogni anno il Gruppo Eneretica organizza l'Eneretica Day, un evento dedicato a tutti i collaboratori e alle aziende partecipate. L'edizione 2024 si è svolta presso XXX, all'insegna della convivialità e della condivisione dei valori aziendali. L'iniziativa rafforza il senso di appartenenza al Gruppo, promuovendo inclusione, connessione e una visione sostenibile. È un'occasione per creare legami, scambiare idee e favorire lo sviluppo armonioso del business tra realtà partner.

*Eneretica Day 2024 hanno partecipato 6 collaboratori e collaboratrici su un totale di 9.*

## Relazioni e collaborazione

### La creazione di valore: azioni e kpis di misurazione

*Stimolare tra le persone collaborazione, solidarietà, spirito di squadra, valorizzando complementarità, confronto e dialogo sia tra pari che tra capo e collaboratori. In questa sezione si evidenziano le strategie e le attività svolte dalla società per offrire un servizio che soddisfi i bisogni dei clienti.*

#### LAVORO E CONVIVIALITÀ

Nel 2024 abbiamo promosso momenti di aggregazione interna per rafforzare relazioni basate su fiducia, ascolto e attenzione anche tra collaboratori. Oltre alla tradizionale cena di Natale, sono stati celebrati due eventi significativi: **i 10 anni in azienda della collaboratrice Nadia**, con un rinfresco condiviso, e il primo **anniversario di "Revis 2.0"**, festeggiato come segno positivo di cambiamento e crescita organizzativa.

## Salute e sicurezza

### La creazione di valore: azioni e kpis di misurazione

La salute e la sicurezza sul lavoro sono una priorità per noi, che adottiamo un approccio preventivo e sistemico basato su formazione continua, procedure condivise e monitoraggio costante dei rischi. L'obiettivo è garantire ambienti sicuri e tutelare il benessere fisico e psicologico dei nostri collaboratori e collaboratrici, contribuendo a una crescita sostenibile e responsabile.

	Dipendenti
a) Percentuale di lavoratori propri coperti dal sistema di gestione della salute e della sicurezza dell'impresa in base a prescrizioni giuridiche e/o norme od orientamenti riconosciuti	100
b) Numero di decessi dovuti a lesioni e malattie connesse al lavoro	0
c) Numero di infortuni sul lavoro registrabili	0
Ore lavorate	15.363,5
c) Tasso di infortuni sul lavoro registrabili	0

## Salute e sicurezza

### La creazione di valore: azioni e kpis di misurazione

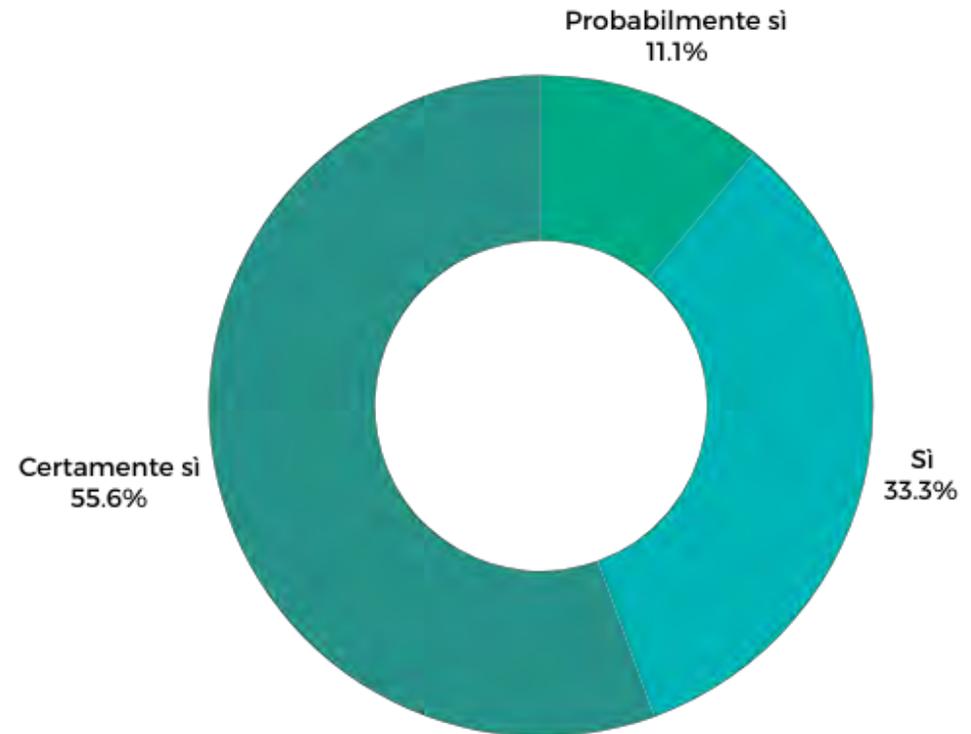
Nel 2024 abbiamo registrato risultati eccellenti in materia di salute e sicurezza sul lavoro: il 100% dei collaboratori è coperto da contratto collettivo e non si sono verificati infortuni né decessi su oltre 15.000 ore lavorate.

Questi dati riflettono l'efficacia di una cultura aziendale basata su prevenzione, formazione e responsabilizzazione, particolarmente significativa in un contesto operativo con potenziali rischi.

## Il punto di vista dei collaboratori

*In conclusione, considerando sia il valore che produce per te, sia quello che produce per il contesto, consiglieresti ad altri di venire a lavorare in questa azienda?*

Le risposte al sondaggio evidenziano un alto livello di soddisfazione tra i collaboratori: il 56% ha risposto "Certamente sì", il 33% "Sì" e l'11% "Probabilmente sì", senza alcun parere negativo. Questo conferma un buon engagement interno e una percezione positiva dell'ambiente lavorativo, a testimonianza del nostro impegno nel valorizzare le persone e promuovere il benessere.



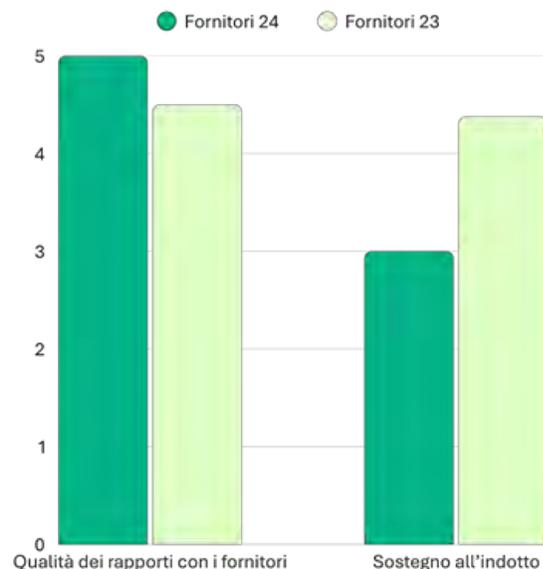
### Parametri di riferimento

No | Probabilmente no | Forse, non saprei | Probabilmente sì | Sì | Certamente sì

## Lavoro

### La creazione di valore: la valutazione dei fornitori

Una Società Benefit dovrebbe generare valore creando e organizzando il lavoro, oltre ad offrire occasioni di realizzazione professionale alle persone. Rispetto a ognuno degli elementi proposti, viene rilevata la percezione dei risultati dell'anno in termini di qualità raggiunta dal prodotto/servizio offerto.



Elemento	AZIENDA 2024	FORNITORI 2024	FORNITORI 2023
Qualità dei rapporti con i fornitori	5	4,50	4,95
Sostegno all'indotto	3	4,38	4,85

**Parametri di riferimento**

0 - non applicabile, 1 - forte criticità, 2 - qualche problema, 3 - ok, ma migliorabile, 4 - ben presidiato, 5- un buon risultato, 6- un ottimo risultato, NR- Non Rilevato

## Qualità del rapporto con i fornitori

### La creazione di valore: azioni e kpis di misurazione

*Creare con i fornitori una relazione solida e reciprocamente vantaggiosa, in modo da favorire il successo dell'impresa attraverso l'efficacia della collaborazione (ritorno di breve periodo) e la partnership con l'impresa (lungo periodo).*

*In questa sezione si evidenziano le strategie e le attività svolte dalla società per offrire un servizio che soddisfi i bisogni dei clienti.*

Il rapporto con i fornitori di Eneretica è disciplinato dal Codice Etico, che tutti sono tenuti a firmare e rispettare. La selezione e negoziazione avvengono secondo principi di buona fede, trasparenza e imparzialità, valutando ogni offerta su basi tecniche ed economiche, nel rispetto delle politiche aziendali. I fornitori devono fornire informazioni sull'organizzazione, sul personale e sul rispetto delle normative. Le collaborazioni mirano a creare relazioni solide e durature, privilegiando fornitori del territorio locale, salvo indisponibilità di competenze specifiche.



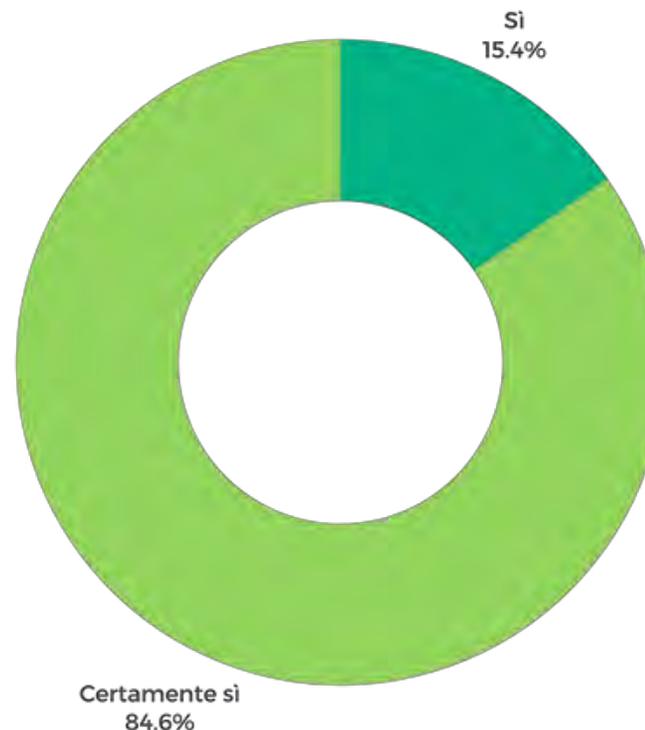
## Il punto di vista dei fornitori

*In conclusione, considerando sia il valore che produce per te, sia quello che produce per il contesto, desideri che la tua collaborazione con l'azienda permanga nel medio e lungo periodo?*

Le risposte evidenziano un forte orientamento alla continuità del rapporto con i fornitori: il 73% ha risposto "Certamente sì" e il 27% "Sì", senza alcuna indicazione di incertezza o disinteresse. Questo conferma la solidità delle relazioni instaurate, la condivisione di valore e la reputazione positiva dell'azienda nel proprio ecosistema di partnership.

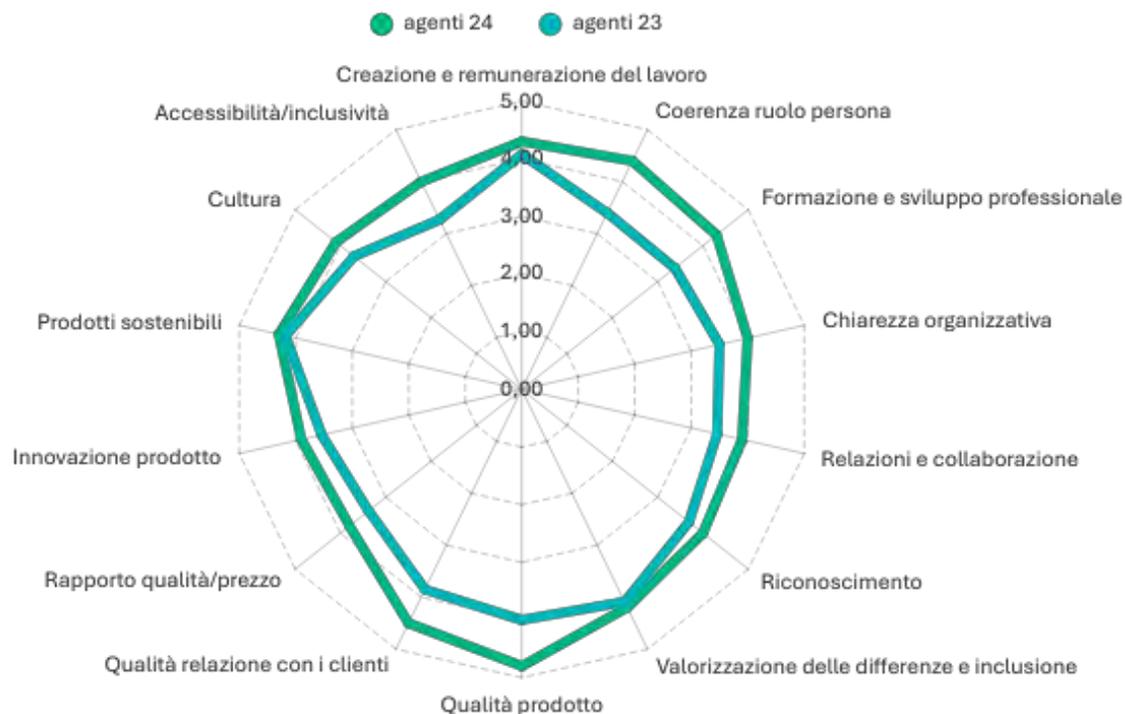
### Parametri di riferimento

No | Probabilmente no | Forse, non saprei | Probabilmente sì | Sì | Certamente sì



# Lavoro

## La creazione di valore: la valutazione degli agenti



Elemento	AGENTI 24	AGENTI 23
Creazione e remunerazione del lavoro	4,30	4,08
Coerenza ruolo persona	4,40	3,40
Formazione e sviluppo professionale	4,30	3,38
Chiarezza organizzativa	4,00	3,50
Relazioni e collaborazione	3,90	3,46
Riconoscimento	4,00	3,69
Valorizzazione delle differenze e inclusione	4,20	4,09
Qualità prodotto	4,80	4,00
Qualità relazione con i clienti	4,50	3,85
Rapporto qualità/prezzo	3,80	3,38
Innovazione prodotto	3,90	3,54
Prodotti sostenibili	4,30	4,18
Cultura	4,10	3,70
Accessibilità/inclusività	4,00	3,27

**Parametri di riferimento**

0 - non applicabile, 1 - forte criticità, 2 - qualche problema, 3 - ok, ma migliorabile, 4 - ben presidiato, 5- un buon risultato, 6- un ottimo risultato, NR- Non Rilevato

## Relazioni e collaborazione

### La creazione di valore: azioni e kpis di misurazione

*Stimolare tra le persone collaborazione, solidarietà, spirito di squadra, valorizzando complementarità, confronto e dialogo sia tra capo e collaboratori. In questa sezione si evidenziano le strategie e le attività svolte dalla società per offrire un servizio che soddisfi i bisogni dei clienti.*

#### REVIS LAB

Il portale dedicato ai nostri agenti, ideato per ridurre gli sprechi di tempo e facilitare l'accesso a tutte le informazioni commerciali necessarie. Include materiali utili alla vendita (listini, schede tecniche, supporti informatici e cartacei) e funge anche da piattaforma di **formazione online** rivolta a idraulici e sistemisti energetici. Grazie all'approccio di **micro-learning**, offre brevi moduli formativi focalizzati su temi specifici, pensati per chi ha poco tempo ma vuole mantenersi aggiornato.

## Relazioni e collaborazione

### La creazione di valore: azioni e kpis di misurazione

*Stimolare tra le persone collaborazione, solidarietà, spirito di squadra, valorizzando complementarità, confronto e dialogo sia tra capo e collaboratori. In questa sezione si evidenziano le strategie e le attività svolte dalla società per offrire un servizio che soddisfi i bisogni dei clienti..*

#### INCONTRO ANNUALE DEDICATO ALLA RETE VENDITA

A settembre 2024, abbiamo organizzato un evento di tre giorni dedicato alla rete vendita, riconoscendo negli agenti interlocutori chiave per tradurre i valori aziendali in azioni concrete.

L'incontro ha avuto tre momenti principali:

- **11 settembre:** cena conviviale per favorire relazioni informali e dialogo tra colleghi.
- **12 settembre:** giornata di lavoro in sede con focus su nuovi valori aziendali, strumenti operativi, obiettivi futuri, confronto attivo e introduzione al concetto di Società Benefit.
- **13 settembre:** esperienza di team building tra le colline del Prosecco con giro in Vespa e pranzo itinerante, per rafforzare il gruppo e valorizzare il territorio.

---

CREAZIONE DI VALORE E IMPATTO GENERATO

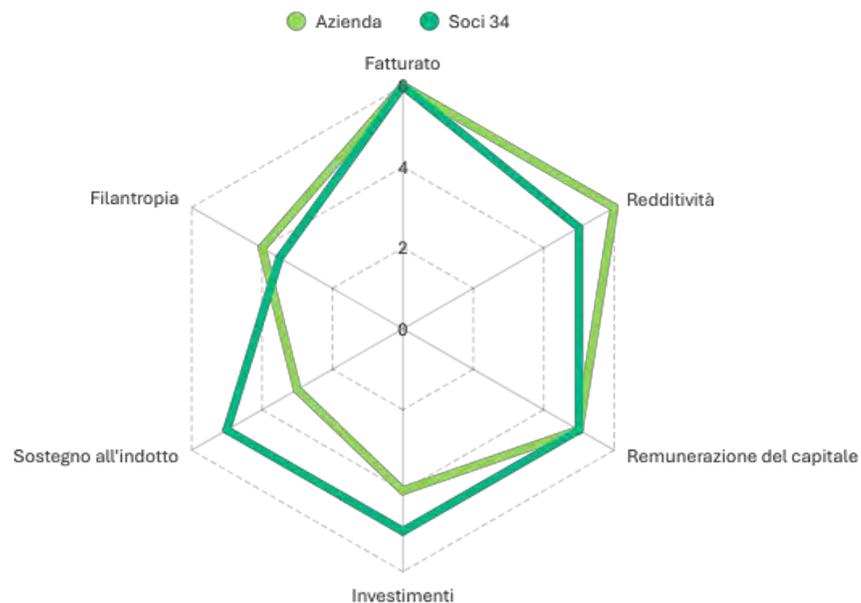
# VALORE ECONOMICO

Generare valore economico significa creare ricchezza in modo etico, trasparente e condiviso, per sostenere non solo l'impresa, ma anche le persone, le comunità e il pianeta. È un'economia che rigenera, non che consuma.

# Valore economico

## La creazione di valore: la valutazione

Una Società Benefit dovrebbe creare valore producendo ricchezza economica e curando la condivisione di tale valore con coloro che sono coinvolti nella sua creazione, e nel contesto.



Elemento	AZIENDA 2024	SOCI 2024	SOCI 2023
Fatturato	6	6,00	4,50
Reddittività	6	5,00	4,50
Remunerazione del capitale	5	5,00	4,50
Investimenti	4	5,00	4,50
Sostegno all'indotto	3	5,00	N/R
Filantropia	4	3,50	3,00
Fiducia degli investitori	5	NR	N/R

**Parametri di riferimento**

0 - non applicabile, 1 - forte criticità, 2 - qualche problema, 3 - ok, ma migliorabile, 4 - ben presidiato, 5- un buon risultato, 6- un ottimo risultato, NR- Non Rilevato

## Valore economico - Filantropia

### La creazione di valore: azioni e kpis di misurazione

Questa sezione illustra le strategie e le attività attraverso cui l'azienda destina parte del valore prodotto a investimenti per la comunità, garantendo al contempo servizi che rispondano efficacemente ai bisogni dei clienti.

#### DONAZIONI E SPONSORIZZAZIONI

Nel 2024 abbiamo sostenuto una sola iniziativa di sponsorizzazione, scelta per il suo valore simbolico e l'allineamento ai principi aziendali. L'azienda ha affiancato il Nimbus Racing Team, squadra di vela agonistica impegnata in competizioni nazionali e internazionali di motonautica, nota per la preparazione tecnica, l'eccellenza meccanica e la promozione di valori come rigore, passione, sicurezza e rispetto per l'ambiente.

ENTE	TIPOLOGIA DI EROGAZIONE
NIMBUS RACING TEAM	SPONSORIZZAZIONE ANNO SPORTIVO 2024

La collaborazione con il Nimbus Racing Team valorizza le competenze e tecnologie dell'azienda nel settore nautico, allineandosi con l'attenzione alla qualità e performance. Pur essendo un'iniziativa unica, rappresenta un contributo allo sport come leva di crescita condivisa e promozione di modelli virtuosi.

---

CREAZIONE DI VALORE E IMPATTO GENERATO

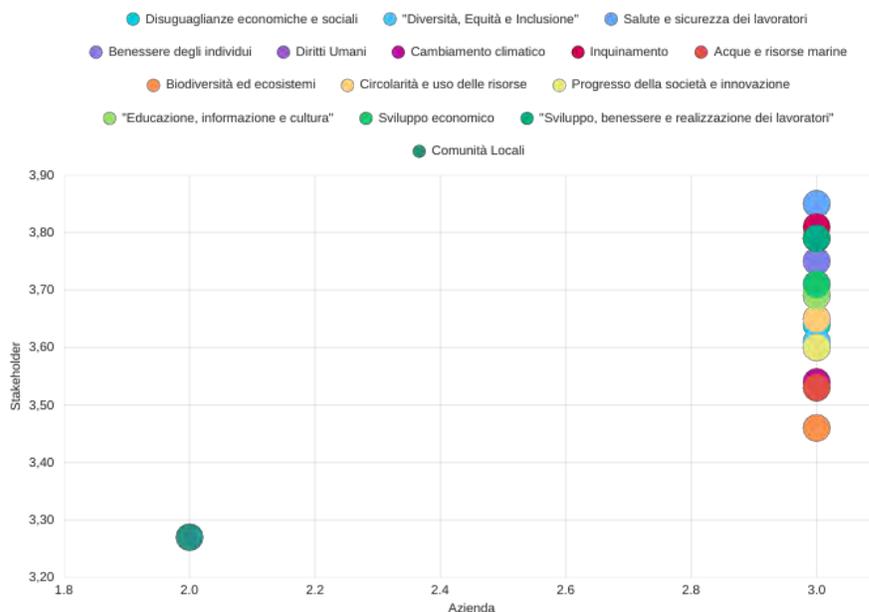
# SOSTENIBILITÀ

Una Società Benefit, coerentemente con le sue caratteristiche e dimensioni, dovrebbe gestire in modo responsabile, sostenibile e trasparente le ricadute che ha sulla comunità e sull'ambiente.

# Sostenibilità

## La creazione di valore: la matrice di materialità

Una Società Benefit, in base alle sue caratteristiche e dimensioni, deve gestire responsabilmente, in modo sostenibile e trasparente, l'impatto che genera sulla comunità e sull'ambiente.



### Parametri di riferimento

0 - non applicabile, 1 - non rilevante, 2 - poco rilevante, 3 - abbastanza rilevante, 4 - molto rilevante

Elemento	Azienda	Stakeholder
Disuguaglianze economiche e sociali	3	3,64
Diversità, Equità e Inclusione	3	3,61
Salute e sicurezza dei lavoratori	3	3,85
Benessere degli individui	3	3,75
Diritti Umani	3	3,79
Cambiamento climatico	3	3,54
Inquinamento	3	3,81
Acque e risorse marine	3	3,53
Biodiversità ed ecosistemi	3	3,46
Circolarità e uso delle risorse	3	3,65
Progresso della società e innovazione	3	3,60
Educazione, informazione e cultura	3	3,69
Sviluppo economico	3	3,71
Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori	3	3,79
Comunità Locali	2	3,27

# Sostenibilità

## La creazione di valore: le azioni intraprese

### CONSUMI ENERGETICI

CONSUMO DI ENERGIA	2023	2024
a) Consumo totale di energia da fonti fossili	0,91 MWh	15,09 MWh
b) Consumo totale di energia da fonti nucleari	0,03 MWh	0,01 MWh
c) Consumo di combustibili da fonti rinnovabili, compresa la biomassa (che include anche i rifiuti industriali e urbani di origine biologica), i biocarburanti, il biogas, l'idrogeno da fonti rinnovabili, ecc;	0 MWh	0 MWh
c) II. Consumo di energia elettrica, calore, vapore e raffrescamento da fonti rinnovabili, acquistati o acquisiti	N/A	5,81 MWh
c) III. Consumo di energia rinnovabile autoprodotta senza ricorrere a combustibili	28,46 MWh	14,75 MWh
c) Consumo totale di energia da fonti rinnovabili	29,21 MWh	20,56 MWh
<b>Consumo totale di energia in MWh delle operazioni proprie dell'impresa</b>	<b>30,15 MWh</b>	<b>35,66 MWh</b>

# Sostenibilità

## La creazione di valore: le azioni intraprese

### CONSUMI ENERGETICI

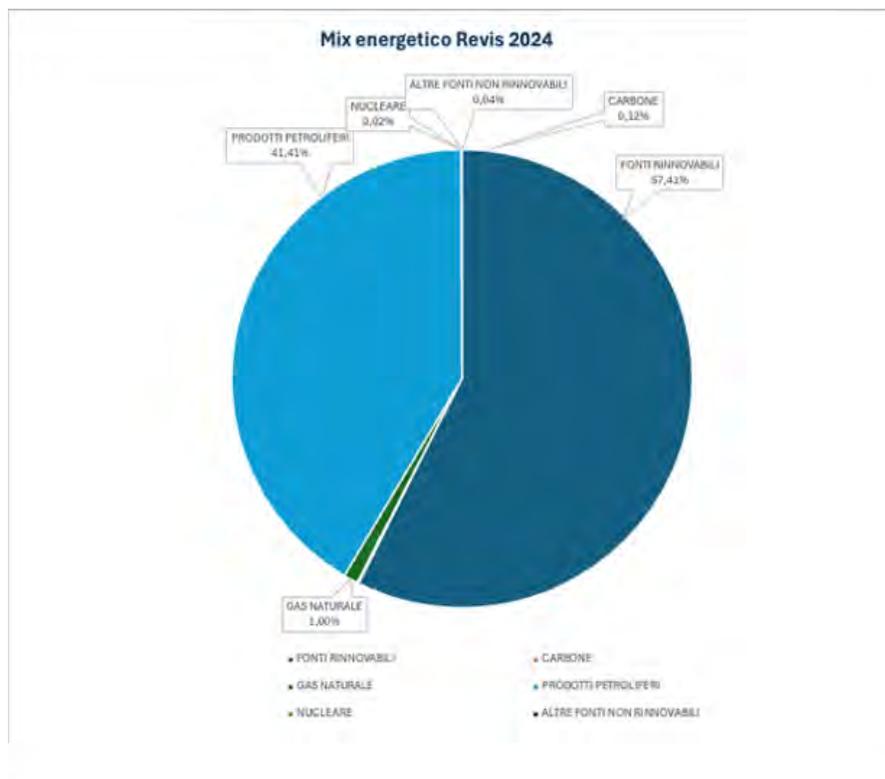
Nel confronto tra 2023 e 2024, abbiamo registrato un aumento del consumo energetico totale da 30,15 a 35,66 MWh (+18%), dovuto principalmente all'inclusione dei consumi della flotta aziendale e al passaggio a standard di rendicontazione più dettagliati (da GRI a ESRS).

Il consumo da fonti rinnovabili è sceso da 29,21 a 20,56 MWh, ma nel 2023 mancavano dati completi sull'energia acquistata. Nel 2024, infatti, si evidenziano 14,75 MWh di energia rinnovabile autoprodotta e 5,81 MWh acquistati da fonti rinnovabili, segno di una gestione energetica più trasparente e completa.

# Sostenibilità

## La creazione di valore: le azioni intraprese

### CONSUMI ENERGETICI 2024



MIX ENERGETICO	2023	2024
Quota percentuale di fonti fossili sul consumo totale di energia	3,02 %	41,41%
Quota percentuale di fonti nucleari sul consumo totale di energia	0,09%	0,02 %
Quota di fonti rinnovabili sul consumo totale di energia	96,89%	57,67%

#### INCIDENZA PERCENTUALI SU TOTALE CONSUMI

Nel 2024, abbiamo consumato 35,66 MWh di energia, di cui il 57,7% (20,56 MWh) da fonti rinnovabili. Di questa, il 41,4% del fabbisogno totale (14,75 MWh) è stato coperto da energia rinnovabile autoprodotta, senza utilizzo di combustibili.

# Sostenibilità

## La creazione di valore: le azioni intraprese

### CONSUMI ENERGETICI 2024

Il dato evidenzia un buon livello di autonomia energetica: quasi metà dell'energia aziendale è prodotta internamente da fonti rinnovabili. Il resto (5,81 MWh) è stato acquistato da fornitori esterni, con un nuovo contratto previsto per il 2025 che garantisce energia 100% rinnovabile. Nonostante l'aumento dell'uso di fonti fossili, l'azienda compensa con energia pulita, dimostrando impegno nella transizione energetica. Il 2024 segna una gestione più complessa ma anche più trasparente, in linea con gli standard ESRS, con una riduzione delle emissioni Scope 2 e maggiore resilienza energetica.

# Sostenibilità

## La creazione di valore: le azioni intraprese

### CALCOLO DELLE EMISSIONI DI CO2

Le emissioni di gas serra (GHG) sono suddivise in tre categorie secondo il Greenhouse Gas Protocol. Noi rendicontiamo in particolare:

- **Scope 1 – Emissioni dirette:** derivano da fonti sotto il controllo dell'azienda, come combustione di carburanti nei mezzi aziendali, impianti termici o fughe da sistemi tecnici (es. refrigerazione, climatizzazione). Sono gestibili direttamente attraverso interventi di efficientamento o l'adozione di tecnologie a basse emissioni.
- **Scope 2 – Emissioni indirette:** sono associate all'energia acquistata (elettricità, calore, raffrescamento). Pur avvenendo presso i fornitori, sono imputate all'azienda. Possono essere ridotte acquistando energia rinnovabile, installando impianti di autoproduzione o stipulando contratti a basse emissioni.

# Sostenibilità

## La creazione di valore: le azioni intraprese

### METODOLOGIA PER IL CALCOLO DELLE EMISSIONI DI CO2

Il nostro calcolo delle emissioni GHG è stato svolto internamente seguendo il **GHG Protocol**, lo standard internazionale di riferimento per la misurazione e il reporting delle emissioni climalteranti.

Sviluppato nel 1997 da **WRI** e **WBCSD**, il GHG Protocol offre un quadro condiviso, trasparente e comparabile. Dopo anni di consultazioni, è stata pubblicata la prima edizione del documento base:

*A Corporate Accounting and Reporting Standard.*

Nel tempo, il GHG Protocol si è evoluto in una piattaforma globale adottata da aziende, governi e ONG per:

- gestire la **carbon footprint**,
- definire strategie di **decarbonizzazione**,
- garantire la **conformità alle normative** sul cambiamento climatico.

# Sostenibilità

## La creazione di valore: le azioni intraprese

### APPROCCIO METODOLOGICO ADOTTATO: CONTROL APPROACH OPERATIVO

Abbiamo adottato il **Control Approach** del GHG Protocol per definire il perimetro delle emissioni, includendo tutte le attività e risorse operative sotto il suo controllo gestionale, anche in assenza di proprietà giuridica.

Questo approccio comprende:

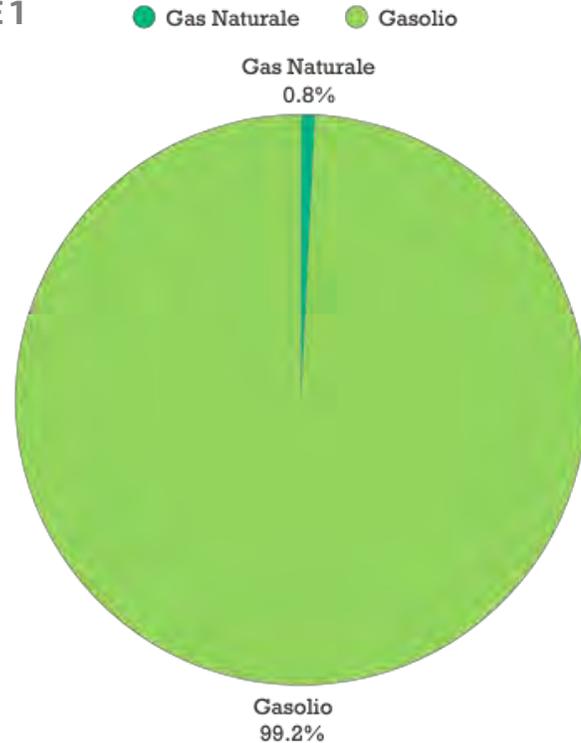
- le **emissioni dirette (Scope 1)** da impianti, veicoli e attrezzature aziendali;
- le **emissioni indirette (Scope 2)** derivanti dall'energia acquistata (elettrica, termica, frigorifera).

La scelta del Control Approach ci assicura coerenza e trasparenza nella rappresentazione dell'impatto ambientale e supporta un efficace monitoraggio degli obiettivi di **decarbonizzazione**.

# Sostenibilità

## La creazione di valore: le azioni intraprese

### EMISSIONI SCOPE 1



SCOPE 1	2023	2024
a) Emissioni lorde di GES di ambito 1 in tCO <sub>2</sub> eq	N/A	3,76
b) Percentuale di emissioni di GES di ambito 1 coperta da sistemi regolamentati di scambio di quote di emissioni		0%

Nel 2024 abbiamo prodotto 3,76 tonnellate di CO<sub>2</sub> e da emissioni dirette (Scope 1), quasi interamente dovute all'uso di gasolio (99%), utilizzato principalmente dalla flotta aziendale. Solo una minima parte (0,04 tCO<sub>2</sub>e) deriva dall'uso di gas naturale per prove tecniche. Non sono state rilevate emissioni da altri combustibili, confermando che l'impatto diretto è concentrato sui trasporti.

# Sostenibilità

## La creazione di valore: le azioni intraprese

### EMISSIONI SCOPE 2

Emissioni totali generate dall'acquisto di energia elettrica.



### EMISSIONI COMPLESSIVE SCOPE 1 E 2

Nel 2024, abbiamo registrato emissioni totali pari a 3,87 tCO<sub>2</sub>e, con un'intensità emissiva di 0,11 tCO<sub>2</sub>e per milione di euro di ricavi netti (8.805.000 €). Questo dato conferma la capacità della nostra azienda di generare valore economico con un impatto ambientale ridotto, in linea con i principi di sostenibilità.

FONTI DI ENERGIA	MIX ITALIA	MIX AZIENDA
Fonti rinnovabili	46,3%	41,4%
Fonti non rinnovabili	53,7%	57,7%
Nucleare	0%	0,03%

La nostra performance ambientale è in linea con il contesto nazionale. Tuttavia, un'ulteriore riduzione dei consumi fossili e l'aumento dell'uso di energia da fonti rinnovabili (acquistata o autoprodotta) potrebbero migliorare ancora la coerenza con gli obiettivi ambientali aziendali.

## Sostenibilità sociale

La creazione di valore: le azioni intraprese

### SVILUPPO, BENESSERE E REALIZZAZIONE DEI COLLABORATORI UN NUOVO SPAZIO DEDICATO AL TEAM

L'azienda ha trasformato un ufficio inutilizzato in un'area relax per migliorare il benessere dei collaboratori. Lo spazio è arredato con divani e pouf modulari e verrà ulteriormente arricchito con decorazioni. Pensata per la pausa pranzo e incontri informali, l'area promuove un ambiente di lavoro più accogliente e funzionale.



---

# NOTE METODOLOGICHE

La Relazione d'Impatto 2024 è stata redatta con il supporto di un consulente esterno, seguendo gli standard internazionali GRI e gli standard europei ESRS (E1, S1, G1), per garantire trasparenza sulle performance ESG. Approvata dal Responsabile della Sostenibilità e dagli organi di controllo, si basa su un'analisi di materialità che ha coinvolto stakeholder interni ed esterni. Il perimetro riguarda esclusivamente l'azienda (o il gruppo, se specificato) e copre tutte le attività e impatti diretti del 2024. Redatta su base volontaria, non è una Dichiarazione Non Finanziaria ai sensi del D. Lgs. 254/2016 e non è stata certificata da terzi.

---

# TABELLE DI RICONCILIAZIONE



 <b>Tabella di riconciliazione GRI - SABI</b>			 <b>Strumento di Autovalutazione della Buona Impresa</b>		
GRI Standards			SEZIONE	DIMENSIONE	ELEMENTO
301-1	ESRS E5	E5-4: 31 (a)	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Materie prime
301-2	ESRS E5	E5-4: 31 (c)	Prodotto	Contributo alla società	Prodotti e servizi sostenibili
			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Materie prime
301-3	Minimum Disclosure requirements	Politiche, azioni, obiettivi	Prodotto	Contributo alla società	Prodotti e servizi sostenibili
			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Materie prime
302-1	ESRS E1	E1-5: 37, 38, AR 32 (a), (c), (e) and (f)	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Consumi energetici
302-2	Minimum Disclosure requirements	Politiche, azioni, obiettivi	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Consumi energetici
302-3	ESRS E1	E1-5: 40 to 42	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Consumi energetici
302-4	Minimum Disclosure requirements	E1: Politiche, azioni, obiettivi	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Consumi energetici
302-5	Minimum Disclosure requirements	E1: Politiche, azioni, obiettivi	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Consumi energetici
			Prodotto	Contributo alla società	Prodotti e servizi sostenibili
303-1	ESRS 2 ESRS E3	SBM-3 48 (a); MDR-T, 80 (f); E3: 8 (a); AR 15 (a); E3-2: 15, AR 20	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Acqua e scarichi idrici
303-2	ESRS E2	E2-3: 24	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Acqua e scarichi idrici
303-3	Minimum Disclosure requirements	E3: Politiche, azioni, obiettivi	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Acqua e scarichi idrici
303-4	Minimum Disclosure requirements	E3: Politiche, azioni, obiettivi	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Acqua e scarichi idrici
303-5	ESRS E3	E3-4: 28 (a), (b), (d) and (e)	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Acqua e scarichi idrici
304-1	ESRS E4	E4-16 (a) i; 19 (a); E4-5: 35	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Ecosistema e Biodiversità
304-2	ESRS E4	E4-5: 35, 38, 39, 40 (a) and (c)	Prodotto	Contributo alla società	Prodotti e servizi sostenibili
			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Ecosistema e Biodiversità
304-3	ESRS E4	E4-3: 28 (b) and AR 20 (e);	Prodotto	Contributo alla società	Prodotti e servizi sostenibili
		E4-4: AR 26 (a)	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Ecosistema e Biodiversità

ENVIRONMENTAL

304-4	ESRS E4	E4-5: 40 (d) i	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Ecosistema e Biodiversità
305-1	ESRS E1	E1-4: 34 (c); E1-6: 44 (a); 46; 50; AR 25 (b) and (c); AR 39 (a) to (d); AR 40; AR 43 (c) to (d)	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Emissioni
305-2	ESRS E1	E1-4: 34 (c); E1-6: 44(b); 46; 49; 50; AR 25 (b) and (c); AR 39 (a) to (d); AR 40; AR 45 (a), (c), (d), and (f)	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Emissioni
305-3	ESRS E1	E1-4: 34 (c); E1-6: 44 (c); 51; AR 25 (b) and (c); AR 39 (a) to (d); §AR 46 (a) (i) to (k)	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Emissioni
305-4	ESRS E1	E1-6: 53; 54; AR 39 (c); AR 53 (a)	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Emissioni
305-5	ESRS E1	E1-3: 29 (b); E1-4: 34 c); AR 25 (b) and (c); E1-7: 56	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Emissioni
305-6	Minimum Disclosure requirements	E2: Politiche, azioni, obiettivi	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Emissioni
305-7	ESRS E2	E2-4: 28 (a); 30 (b) and (c); 31; AR 21; AR 26	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Emissioni
306-1	ESRS 2 ESRS E5	SBM-3: 48 (a), (c) ii and iv; E5-4: 30	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Rifiuti
306-2	ESRS E5	E5-2: 17 and 20 (e) and (f); E5-5: 40 and AR 33 (c)	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Rifiuti
306-3	ESRS E5	E5-5: 37 (a), 38 to 40	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Rifiuti
306-4	ESRS E5	E5-5: 37 (b), 38 and 40	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Rifiuti
306-5	ESRS 1	73	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Rifiuti
307-1			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Rifiuti
308-1	ESRS G1	G1-2: 15 (b)	Prodotto	Contributo alla società	Prodotti e servizi sostenibili
			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Supply Chain - valutazione ambientale
308-2	ESRS 2	SBM-3: 48 (c) i and iv	Prodotto	Contributo alla società	Prodotti e servizi sostenibili
			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Supply Chain - valutazione ambientale

Tabella di riconciliazione GRI - SABI			Strumento di Autovalutazione della Buona Impresa		
GRI Standards					
401-1	ESRS S1	S1-6: 50 (c)	SEZIONE Lavoro	DIMENSIONE Impegno contrattuale e welfare	ELEMENTO Creazione e remunerazione del lavoro
			Lavoro	Sostenibilità del modello organizzativo	Coesione con i lavoratori
			Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Prospettive e tutela dei lavoratori
401-2	ESRS S1	S1-11: 74; 75; AR 75	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Welfare aziendale e benefit
401-3	ESRS S1	S1-15: 93	Valore Economico	Condivisione del valore economico	Condivisione con i lavoratori
402-1	Minimum Disclosure requirements	S1: Politiche, azioni, obiettivi	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Welfare aziendale e benefit
403-1	ESRS S1	S1-1: 23	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Prospettive e tutela dei lavoratori
			Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Sicurezza sul posto di lavoro
403-2	ESRS S1	S1-3: 32 (b) and 33	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Salute e Sicurezza sul lavoro
			Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Sicurezza sul posto di lavoro
403-3			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Salute e Sicurezza sul lavoro
			Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Sicurezza sul posto di lavoro
403-4			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Salute e Sicurezza sul lavoro
			Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Sicurezza sul posto di lavoro
403-5			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Salute e Sicurezza sul lavoro
			Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Sicurezza sul posto di lavoro
403-6	Minimum Disclosure requirements	S1: Politiche, azioni, obiettivi	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Sicurezza sul posto di lavoro
			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Salute e Sicurezza sul lavoro
403-7	ESRS S2	S2-4: 32 (a)	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Sicurezza sul posto di lavoro
			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Salute e Sicurezza sul lavoro
403-8	ESRS S1	S1-14: 88 (a); 90	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Sicurezza sul posto di lavoro
			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Salute e Sicurezza sul lavoro
403-9	ESRS S1	S1-4: 38 (a); S1-14: 88 (b) and (c); AR 82	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Sicurezza sul posto di lavoro
			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Salute e Sicurezza sul lavoro
403-10	ESRS S1	S1-4: 38 (a); S1-14: 88 (b) and (d); 89; AR 82	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Sicurezza sul posto di lavoro
			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Salute e Sicurezza sul lavoro
404-1	ESRS S1	S1-13: 83 (b) and 84	Lavoro	Sviluppo e partecipazione	Formazione e sviluppo professionale
404-2	ESRS S1	S1-1: AR 17 (h)	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Prospettive e tutela dei lavoratori
			Lavoro	Sviluppo e partecipazione	Formazione e sviluppo professionale
404-3			Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Chiarezza organizzativa
	ESRS S1	S1-13: 83 (a) and 84	Lavoro	Sviluppo e partecipazione	Formazione e sviluppo professionale
405-1			Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Creazione e remunerazione del lavoro
	ESRS 2	GOV-1: 21 (d);	Lavoro	Realizzazione professionale	Valorizzazione delle differenze e inclusione
	ESRS S1	S1-6: 50 (a); S1-9: 66 (a) to (b); S1-12: 79	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Diversità e Non discriminazione

BUONA IMPRESA

SOCIAL

405-2	ESRS S1	S1-16: 97 and 98	Lavoro	Realizzazione professionale	Valorizzazione delle differenze e inclusione
			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Diversità e Non discriminazione
406-1	ESRS S1	S1-17: 97, 103 (a), AR 103	Lavoro	Realizzazione professionale	Valorizzazione delle differenze e inclusione
	Minimum Disclosure requirements	S1&S2: Politiche, azioni, obiettivi	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Qualità dei rapporti con i fornitori
407-1			Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Qualità dei rapporti con i fornitori
			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Diritti Umani e del lavoro
409-1	ESRS S1	14 (f); S1-1: 22	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Qualità dei rapporti con i fornitori
	ESRS S2	11 (b); S2-1: 18			
410-1			Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Prospettive e tutela dei lavoratori
	Minimum Disclosure requirements	S3: Politiche, azioni, obiettivi	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Diritti Umani e del lavoro
411-1	ESRS S3	S3-1: 16 (c), AR 12; S3-4 30, 32 (b), 33 (b), 36	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Diritti Umani e del lavoro
412-1			Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Welfare aziendale e benefit
			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Diritti Umani e del lavoro
412-2			Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Prospettive e tutela dei lavoratori
			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Diritti Umani e del lavoro
412-3			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Diritti Umani e del lavoro
413-1	ESRS S3	S3-2: 19; S3-3: 25; S3- 4: AR 34 (c)	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Comunità Locali
413-2	ESRS 2	SBM-3 48 (c);	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Comunità Locali
	ESRS S3	9 (a) i and (b)			
414-1			Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Qualità dei rapporti con i fornitori
	ESRS G1	G1-2: 15 (b)	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Supply Chain - valutazione sociale
414-2			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Supply Chain - valutazione sociale
	ESRS 2	SBM-3: 48 (c) i and iv	Prodotto	Contributo alla società	Prodotti e servizi sostenibili
416-1	Minimum Disclosure requirements	S4: Politiche, azioni, obiettivi	Prodotto	Qualità dell'offerta	Sicurezza e tutela del cliente
			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Salute e Sicurezza dei clienti
416-2			Prodotto	Qualità dell'offerta	Sicurezza e tutela del cliente
	ESRS S4	S4-4: 35	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Salute e Sicurezza dei clienti
417-1			Prodotto	Qualità dell'offerta	Sicurezza e tutela del cliente
			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Salute e Sicurezza dei clienti
417-2			Prodotto	Qualità dell'offerta	Sicurezza e tutela del cliente
			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Salute e Sicurezza dei clienti
417-3			Prodotto	Qualità dell'offerta	Sicurezza e tutela del cliente
			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Salute e Sicurezza dei clienti
418-1			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Salute e Sicurezza dei clienti
419-1			Valore Economico	Condivisione del valore economico	Remunerazione dei servizi pubblici

GRI		Tabella di riconciliazione GRI - SABI			
GRI Standards	ESRS	ESRS DATA POINT	Strumento di Autovalutazione della Buona Impresa		
			SEZIONE	DIMENSIONE	ELEMENTO
2-6	ESRS 2	SBM-1: 40 (a) i to (a) ii, (b) to (c), 42	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Creazione e remunerazione del lavoro
2-7	ESRS 2 ESRS S1	SBM-1: 40 (a) iii; S1-6: 50 (a) to (b) and (d) to (e), 51 to 52	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Creazione e remunerazione del lavoro
2-28	Minimum Disclosure requirements	G1: Politiche, azioni, obiettivi	Valore Economico	Condivisione del valore economico	Filantropia
			Governance	Visione e impegno	Cogenza impegno
2-23	ESRS 2 ESRS G1	GOV-4; MDR-P 65 (b) to (c) and (f); G1-1: 7 and AR 1 (b)	Governance	Visione e impegno	Orientamento di Fondo
2-9	ESRS 2 ESRS G1	GOV-1 §21, §22 (a), §23; 5 (b)	Governance	processi e strumenti	Processi gestionali
2-13	ESRS 2 ESRS G1	GOV-1: 22 (c) i; GOV-2: 26 (a); G1-3: 18 (c)	Governance	processi e strumenti	Processi gestionali
2-12	ESRS 2 ESRS G1	GOV-1: 22 (c); GOV-2: 26 (a) to (b); SBM-2: 45 (d); 5 (a)	Governance	processi e strumenti	Processi e strumenti di condivisione con gli stakeholder
2-9	ESRS 2 ESRS G1	GOV-1: 21, 22 (a), 23; 5 (b)	Governance	processi e strumenti	Processi gestionali
2-10	not covered		Governance	processi e strumenti	Processi gestionali
2-15	not covered		Governance	processi e strumenti	Processi etici
2-12	ESRS 2 ESRS G1	GOV-1: 22 (c); GOV-2: 26 (a) to (b); SBM-2: 45 (d); 5 (a)	Governance	processi e strumenti	Processi gestionali
2-12			Governance	processi e strumenti	processi e strumenti di sostenibilità
2-12			Governance	processi e strumenti	Processi gestionali
2-19	ESRS 2 ESRS E1	GOV-3: 29 (a) to (c); 13	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Creazione e remunerazione del lavoro
2-20	ESRS 2	GOV-3: 29 (e)	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Creazione e remunerazione del lavoro
2-20			Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Creazione e remunerazione del lavoro
2-21	ESRS S1	S1-16: 97 (b) to (c)	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Creazione e remunerazione del lavoro

BUONA  
IMPRESA

GOVERNANCE

2-30	ESRS S1	S1-8; 60 (a) and 61	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Creazione e remunerazione del lavoro
			Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Prospettive e tutela dei lavoratori
2-29	ESRS 2 ESRS S1 ESRS S2 ESRS S3 ESRS S4	SMB-2: 45 (a) i to (a) iv; S1-1: 20 (b); S1-2 25, 27 (e) and 28; S2-1: 17 (b); S2-2: 20, 22 (e) and 23; S3-1: 16 (b); S3-2: 19, 21 (d) and 22; S4-1: 16 (b); S4-2: 18, 20 (d) and 21	Governance	processi e strumenti	processi e strumenti di sostenibilità
3-2			Governance	processi e strumenti	processi e strumenti di sostenibilità
201-1			Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Creazione e remunerazione del lavoro
201-1			Valore Economico	Creazione di valore economico	Fatturato
201-2	ESRS 2 SBM-3	48 (a), (d) to (e);			
	ESRS E1	ESRS 2 SBM-3: 18; E1-3 26; E1-9 64	Valore Economico	Condizioni di sostenibilità economico finanziaria	Solidità patrimoniale
201-3			Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Prospettive e tutela dei lavoratori
201-4			Valore Economico	Condizioni di sostenibilità economico finanziaria	Indipendenza
202-1	ESRS S1	S1-10: 67-71; AR 72-73	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Creazione e remunerazione del lavoro
202-2	Minimum Disclosure requirements	Politiche, azioni, obiettivi	Lavoro	Realizzazione professionale	Valorizzazione delle differenze e inclusion
203-1	Minimum Disclosure requirements	Politiche, azioni, obiettivi	Valore Economico	Condivisione del valore economico	Reinvestimento degli utili
204-1			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Comunità Locali
205-1	ESRS G1	G1-3, AR 5	Governance	processi e strumenti	Processi etici
205-2	ESRS G1	G1-3: 20, 21 (b) and (c) and AR 7-8	Valore Economico	Condivisione del valore economico	Remunerazione dei servizi pubblici
207-1	ESRS 1	73	Valore Economico	Condivisione del valore economico	Remunerazione dei servizi pubblici
207-2			Valore Economico	Condivisione del valore economico	Remunerazione dei servizi pubblici
207-3	not covered		Valore Economico	Condivisione del valore economico	Remunerazione dei servizi pubblici
207-4	not covered		Valore Economico	Condivisione del valore economico	Remunerazione dei servizi pubblici

Parametro	Elemento	Descrizione
CONTRIBUTO ALLA SOCIETÀ	CONTRIBUTO AL BENESSERE DEL PIANETA	Realizzare in modo strutturale, attraverso l'offerta di beni e servizi, un impatto positivo nel breve e nel lungo periodo, sulla qualità della vita del cliente (o, indirettamente, sul benessere della società).
	CULTURA	Contribuire alla crescita culturale del settore di riferimento, e in generale della società, attraverso la condivisione di informazioni e saperi.
	ACCESSIBILITÀ E INCLUSIVITÀ	Favorire l'accessibilità del prodotto a categorie con minore accesso alla sua fruizione, in termini di prezzo, distribuzione, informazioni fornite, etc.
	INNOVAZIONE DI PRODOTTO	Puntare sull'innovazione continua nell'ottica del miglioramento del servizio alle persone e alla società.
QUALITÀ DELL'OFFERTA	QUALITÀ DEL PRODOTTO	Offrire un prodotto/servizio che risponda ai bisogni del cliente e soddisfi le finalità per le quali è stato acquistato.
	QUALITÀ DELLA RELAZIONE CON I CLIENTI	Prendersi cura del cliente, affiancando alla qualità del prodotto/servizio anche una relazione caratterizzata da cordialità, disponibilità, fiducia reciproca.
SOSTENIBILITÀ DELL'OFFERTA	FIDELIZZAZIONE DEI CLIENTI	Creare con i clienti una relazione solida e reciprocamente vantaggiosa, in grado di garantire il successo dell'impresa attraverso l'acquisizione di quote di mercato (ritorno di breve periodo) e l'apprezzamento del brand.

Parametro	Elemento	Descrizione
<b>IMPEGNO CONTRATTUALE E WELFARE</b>	<b>CREAZIONE E REMUNERAZIONE DEL LAVORO</b>	Creare lavoro a condizioni eque e trasparenti, correttamente retribuito e contrattualizzato, in modo congruo rispetto al settore, lo stadio di vita dell'azienda e le aspettative dei lavoratori (dipendenti, collaboratori, imprenditore stesso).
	<b>QUALITÀ DEI RAPPORTI CON I FORNITORI</b>	Garantire ai fornitori condizioni contrattuali soddisfacenti, ricercando equità e correttezza lungo la filiera.
	<b>SICUREZZA SUL POSTO DI LAVORO</b>	Offrire un ambiente di lavoro sicuro, accogliente, pulito e curato. Garantire i massimi livelli di sicurezza possibili, adeguandosi alle normative esistenti.
	<b>WELFARE AZIENDALE E BENEFIT</b>	Prevedere misure volte a migliorare la vita privata e lavorativa dei collaboratori e la conciliazione tra le due.
	<b>PROSPETTIVE E TUTELA DEI LAVORATORI</b>	Trasferire ai lavoratori un senso di sicurezza rispetto al loro lavoro e alla solidità dell'impresa, compatibilmente con lo stadio di vita dell'azienda. Prevedere, in fase di start up, in momenti di crisi aziendale o in situazioni di emergenza socio-economica, la massima trasparenza possibile e l'adozione di misure cautelative.
<b>SOSTENIBILITÀ DEL MODELLO ORGANIZZATIVO</b>	<b>COESIONE CON I LAVORATORI</b>	Creare con i lavoratori una relazione solida e reciprocamente vantaggiosa, in modo da favorire il successo dell'impresa attraverso l'efficacia del lavoro svolto (ritorno di breve periodo) e la piena adesione al progetto dell'impresa (lungo periodo).

ELEMENTI BUONA IMPRESA LAVORO

<p><b>SVILUPPO E PARTECIPAZIONE</b></p>	<p><b>CHIAREZZA ORGANIZZATIVA</b></p>	<p>Trasmettere alle persone il senso del loro ruolo all'interno del sistema azienda, definendo e comunicando con chiarezza e trasparenza ruoli, processi, scelte, obiettivi (sia individuali che aziendali) e le altre informazioni aziendali rilevanti.</p>
	<p><b>VALORIZZAZIONE DELLE DIFFERENZE E INCLUSIONE</b></p>	<p>Offrire un ambiente inclusivo in grado di favorire la piena espressione di ciascuna persona nella propria unicità e diversità, garantendo a tutti spazi di partecipazione di qualità che ne valorizzino il contributo al risultato comune.</p>
	<p><b>SOSTEGNO ALL'INDOTTO</b></p>	<p>Rafforzare l'indotto, con particolare riferimento alle imprese di piccole dimensioni, attraverso la condivisione di competenze, la formazione, la creazione di strumenti economico-finanziari, etc.</p>
	<p><b>COERENZA RUOLO-PERSONA</b></p>	<p>Curare la coerenza tra il ruolo e le competenze, attitudini e aspirazioni delle persone, in modo da favorire la loro realizzazione professionale.</p>
	<p><b>FORMAZIONE E SVILUPPO PROFESSIONALE</b></p>	<p>Fornire alle persone occasioni di sviluppo, pianificando e condividendo percorsi volti a sviluppare competenze e capacità, attraverso la formazione e l'esperienza qualificata.</p>
	<p><b>RELAZIONI E COLLABORAZIONE</b></p>	<p>Stimolare tra le persone collaborazione, solidarietà, spirito di squadra, valorizzando complementarità, confronto e dialogo sia tra pari che tra capo e collaboratori.</p>
	<p><b>VALORIZZAZIONE DELLE DIFFERENZE E INCLUSIONE</b></p>	<p>Garantire condizioni inclusive che favoriscano la piena espressione di ciascuna persona nella propria unicità e diversità; favorire l'accesso al lavoro e la qualità della partecipazione anche da parte di categorie che affrontano particolari difficoltà sul mercato del lavoro (giovani, donne, categorie fragili, etc..</p>
	<p><b>RICONOSCIMENTO</b></p>	<p>Riconoscere il contributo del lavoro dei singoli, valorizzando impegno e risultati ottenuti, in modo da favorire soddisfazione, motivazione e partecipazione al progetto.</p>

Parametro	Elemento	Descrizione
PROCESSI STRATEGICI	PROCESSI ETICI	Dotarsi di processi che presidino l'etica e la trasparenza. Quali strumenti, processi e pratiche sono stati adottati in termini di etica e trasparenza?
	PROCESSI E STRUMENTI DI SOSTENIBILITÀ	Dotarsi di strumenti, processi e pratiche che presidino la Sostenibilità Sociale e Ambientale. Quali strumenti, processi e pratiche sono stati adottati in termini di presidio della Sostenibilità Sociale e Ambientale?
	PROCESSI E STRUMENTI DI CONDIVISIONE CON GLI STAKEHOLDER	Dotarsi di strumenti, processi e pratiche che garantiscano un buon coinvolgimento degli stakeholder. Quali strumenti, processi e pratiche sono stati adottati ai fini del coinvolgimento degli stakeholder?
VISIONE E ORIENTAMENTO DI FONDO	ORIENTAMENTO DI FONDO	Perseguire allo stesso tempo la prosperità dell'impresa e lo sviluppo della società. Come si pone l'impresa rispetto al proprio ruolo sociale?
	COGENZA IMPEGNO	Assumere formalmente l'impegno a svolgere il proprio ruolo sociale. Quanto è vincolante l'impegno in questo senso?
	SINTONIA SULL'ORIENTAMENTO	Contare su un buon livello di adesione da parte dei vertici e della compagine sociale riguardo a visione, scopo e impegno dell'impresa. L'impresa può contare su un buon livello di adesione da parte dei vertici riguardo a visione, scopo e impegno dell'impresa?

Parametro	Elemento	Descrizione
EQUA RIPARTIZIONE VALORE GENERATO	CONDIVISIONE CON I LAVORATORI	Curare la coerenza tra i risultati economici dell'azienda e il valore economico generato per i lavoratori.
	REMUNERAZIONE DEL CAPITALE DI RISCHIO	Creare valore economico per i soci attraverso la distribuzione di dividendi e l'aumento di valore delle quote.
	FILANTROPIA	Eventuale destinazione di una parte del valore prodotto dall'azienda a investimenti per comunità, sotto qualunque forma.
EQUILIBRIO REDDITUALE	FATTURATO	Accrescere la dimensione economica del business.
	REDDITIVITÀ	Produrre un risultato economico (EBIT-ante imposte) positivo, consistente e coerente con dimensioni e stadio di vita dell'impresa.
	POLITICHE DI PREZZO AL CLIENTE	Adottare politiche di prezzo orientate alla creazione di un margine equo per l'azienda.
SOSTENIBILITÀ ECONOMICA	FIDUCIA DEGLI INVESTITORI	Creare con gli azionisti una relazione solida e reciprocamente vantaggiosa, in grado di garantire il successo dell'impresa nel lungo periodo, anche attraverso l'esercizio del capitale presente.
	INVESTIMENTI	Elaborare strategie di investimento adeguate a sostenere lo sviluppo futuro del business (es. Ricerca e sviluppo, macchinari e impianti, tecnologie, etc.).



**GRAZIE PER L'ATTENZIONE**

**REVIS S.r.l.**

Distributore esclusivo REMEHA per l'Italia  
Via del Commercio, 7 – 31043 Fontanelle (TV)  
Tel. 0438 466311 – Fax. 02 36028583  
[info@re-vis.it](mailto:info@re-vis.it) – [www.re-vis.it](http://www.re-vis.it)