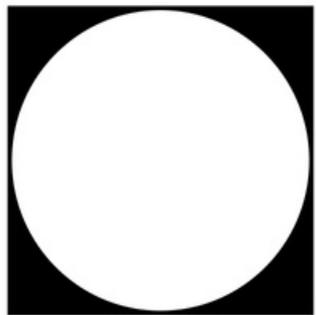


RELAZIONE D'IMPATTO 2024



**PARA
DIGMA**

Indice

1. Lettera agli Stakeholder

2. La nostra Realtà

Vision e Mission

Il Gruppo Energetica

3. La Buona Impresa: il modello della Relazione

Logiche e modello di riferimento

Finalità di Beneficio Comune

La Stakeholder Map

Il semaforo degli impatti

4. La Governance

5. Il Prodotto

6. Il Lavoro

7. Il Valore Economico

8. La Sostenibilità

9. Prospettive Future e Roadmap d'Impatto

Note metodologiche

Tabelle di Riconciliazione

LETTERA AGLI STAKEHOLDERS

Paradigma Italia S.p.A.

Fin dall'anno della sua fondazione nel 1998, Paradigma ha avuto come obiettivo l'evoluzione dei sistemi di climatizzazione verso modelli più efficienti ed ecologici; ad oggi, dopo la trasformazione in Società Benefit nel 2023, gli obiettivi non sono cambiati, ma se ne sono aggiunti di nuovi e stimolanti.

Paradigma ambisce a diventare una realtà che fa della sostenibilità ambientale e sociale la sua stessa filosofia di business, apportando il suo contributo alla società, non solo a livello economico, ma anche di benessere complessivo.

Questa volontà di impegno su più dimensioni porta con sé diverse sfide: dall'applicabilità al mantenimento della sostenibilità economica. Per questo motivo nasce il bisogno di redigere la presente relazione, non solo guidati dalla normativa sulle Società Benefit, ma soprattutto per fare il punto dei progressi e delle criticità nate durante il percorso.

Il documento vuole essere un modo per interagire con coloro che sono legati all'andamento e alle operazioni dell'azienda, dai fornitori ai clienti finali, per valutare insieme a loro l'andamento di Paradigma e uniti attraversare il periodo di transizione di cui siamo insieme testimoni e protagonisti.

Siamo tutti consapevoli dell'ambizione dei nostri progetti e delle difficoltà presenti sul percorso intrapreso, ma siamo altrettanto certi della forza che risiede nelle relazioni con i nostri partner e collaboratori, qui risiede l'importanza della trasparenza e della comunicazione, così che ogni elemento da noi coinvolto possa trovare le informazioni necessarie a compiere le scelte migliori possibili e allo stesso tempo trovare la forza, insieme, di andare nella direzione giusta.

LA NOSTRA REALTÀ

Paradigma Italia è un'azienda che dal 1998 opera nel settore delle energie rinnovabili, proponendo sistemi di climatizzazione ecologici che sfruttano fonti energetiche naturali.

Da sempre Paradigma offre soluzioni tecnologicamente all'avanguardia con prodotti perfettamente integrabili tra loro e adattabili anche a impianti esistenti.

Scegliere Paradigma vuol dire affidarsi a un Partner sicuro, che offre consulenza tecnica, servizio pre e post vendita.

Attraverso soluzioni concrete per il risparmio energetico, contribuiamo a migliorare il comfort di abitazioni ed edifici civili e industriali, con un'attenzione particolare alla salvaguardia dell'ambiente.

VIVERE MEGLIO NON SOLO SI PUÒ, SI DEVE

"Venti propulsivi alimentano con forza il nostro desiderio di lasciare un'impronta più ecologica diffondendo sistemi di riscaldamento ad alta efficienza".

Abbiamo tutti bisogno di una passione che ci scaldi, noi di Paradigma l'abbiamo trovata. È una passione che da oltre venti anni coinvolge sempre più persone e ci spinge con forza verso un'evoluzione continua."

VISIONE E MISSIONE

VISION

Qual è il senso di Paradigma?

Vogliamo contribuire alla salvaguardia dell'ambiente e alla creazione di un mondo più etico, con soluzioni energetiche eco compatibili.

È un sogno, un'idea, una prospettiva futura che muove tutta la nostra organizzazione.



MISSION

Cosa facciamo per realizzare il nostro sogno?

Proponiamo prodotti e servizi per sistemi di climatizzazione eco compatibili al fine di conseguire un risparmio energetico.

È la nostra dichiarazione d'intenti, è quello che facciamo giorno per giorno per avvicinarci alla realizzazione del nostro obiettivo.

I PILASTRI DI PARADIGMA

TRASPARENZA

Puntiamo alla creazione di un rapporto di fiducia reciproco con dipendenti, clienti, fornitori basato sulla condivisione sincera dei valori e sul raggiungimento di obiettivi comuni.

CENTRALITÀ DELLA PERSONA

Paradigma è un'azienda fondata sul potenziale umano. Il successo del gruppo è il successo di tutti. La persona con i suoi bisogni è al centro, qualsiasi sia il suo ruolo.

ETICA

Il mondo che ci circonda è troppo bello per essere rovinato e Paradigma, per vocazione, sente la responsabilità e il dovere di proteggerlo. Abbiamo un ruolo sociale e tocchiamo con mano diverse realtà per colorarle di etica.

QUALITÀ

Affidabilità, garanzia, servizio, competenza, onestà sono ciò che alimenta la qualità del nostro agire quotidiano, dall'offerta sul mercato alle relazioni umane.

SOSTENIBILITÀ

La sostenibilità è un elemento intrinseco della nostra cultura. Ci poniamo obiettivi di crescita e di redditività sostenibili, sia a livello sociale che ambientale. Paradigma è nata dalla volontà di diffondere soluzioni di riscaldamento che rispettino l'ambiente e la salute dell'uomo e ancora oggi agisce seguendo questi principi

L'ECOSISTEMA ENERETICA

Eneretica è una società di consulenza e servizi che, grazie all'esperienza acquisita negli ultimi 20 anni, offre supporto a quelle aziende che sono interessate ad espandere il loro business nel mercato italiano e tedesco.

Eneretica è anche una holding composta da 18 aziende che operano prevalentemente nel settore dell'efficienza energetica e dell'innovazione tecnologica. Il nostro modello di business è da sempre orientato alle esigenze del mercato: negli anni abbiamo applicato questo modello con le nostre aziende cogliendo, con successo, le opportunità offerte da un contesto economico in continuo cambiamento. È proprio questa storia di successi che oggi rende Eneretica il partner ideale per individuare il corretto posizionamento dei nostri prodotti e servizi sul mercato italiano.

ENERGIA + ETICA = ENERETICA

Operiamo con etica nel mondo dell'energia rinnovabile.

Mettiamo la nostra energia imprenditoriale in attività etiche. Ciò che contraddistingue il nostro operato va oltre il risultato economico e prende in considerazione l'impatto ambientale, la responsabilità sociale e il benessere delle persone.

Questo è il nostro modus operandi.

L'ECOSISTEMA ENERETICA



Eneretica non è una semplice realtà imprenditoriale: è una famiglia di aziende, unite da una stessa filosofia e da un impegno condiviso.

Dall'efficienza energetica alla consulenza aziendale, ogni società che entra nell'ecosistema porta con sé nuove competenze, nuovi sguardi e una volontà comune: generare valore nel rispetto dell'uomo e dell'ambiente.

LOGICHE E METRICHE DI VALUTAZIONE DEGLI IMPATTI

La presente Relazione d’Impatto è redatta ai sensi della Legge 208/2015 che disciplina le Società Benefit in Italia. Essa rappresenta non solo un obbligo di trasparenza, ma anche uno strumento di gestione e indirizzo strategico, utile per rendere visibili le finalità di beneficio comune perseguite e i risultati conseguiti nel tempo.

L’approccio di rendicontazione integra due standard di riferimento: La Buona Impresa e lo standard ESRS.

Il modello della **Buona Impresa** rappresenta una cornice metodologica che considera l’impresa come un attore sociale impegnato nella creazione di valore non solo sull’aspetto economico-finanziario, ma anche attraverso la definizione di un prodotto di qualità, garantendo un posto di lavoro che risponda alle esigenze dei propri collaboratori interni, controllando e qualificando la catena di fornitura e rispettando i parametri di sostenibilità sia sociale che ambientale e di governance. Tale approccio guida l’azienda nella selezione dei temi materiali, la definizione degli obiettivi di impatto e il modo in cui viene interpretata la creazione di valore sia internamente che da parte degli stakeholder che vengono coinvolti annualmente nella valutazione della performance aziendale.

Nonostante l’azienda non rientri negli obblighi di CSRD - Corporate Sustainability Reporting Directive promossi dall’Unione Europea e entrati in vigore nel gennaio 2024, la seguente rendicontazione segue le linee guida dello standard ESRS, al fine di strutturare una governance aziendale sempre più focalizzata sulla sostenibilità, su un approccio trasparente e comparabile con indicatori quantitativi e qualitativi coerenti con i requisiti europei e condivisi dalle aziende delle nazioni EU.

Lo standard inoltre, è adottato per la rendicontazione consolidata, sempre su base volontaria, della Capo gruppo Eneretica.

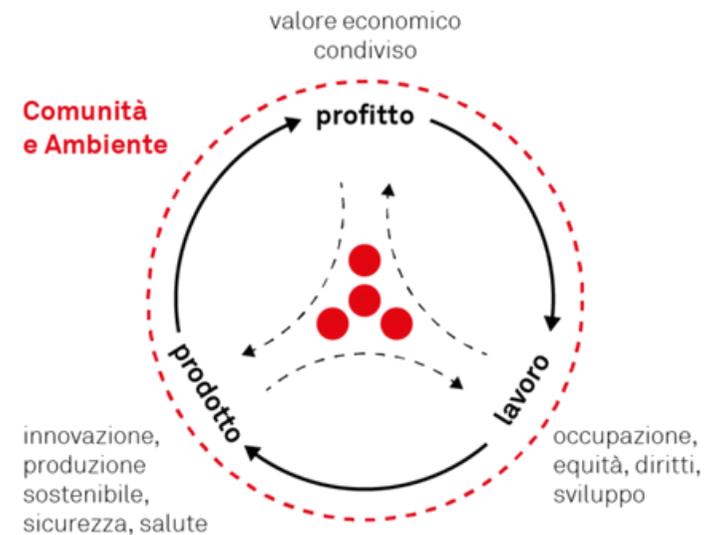
IL MODELLO DI RIFERIMENTO DELLA SOCIETÀ BENEFIT

Lavoro, Prodotto e Profitto rappresentano, nella loro accezione più ampia, i tre pilastri attorno ai quali si sviluppa l'attività d'impresa. Nell'ambito di ciascuno di questi pilastri si configura naturalmente una relazione con gli stakeholder diretti: Collaboratori, Clienti e Investitori.

Basta questa sua essenza a caratterizzare l'impresa come rilevante attore sociale: ciascuno di noi utilizza prodotti o servizi offerti dalle imprese, dei quali non saprebbe più come fare a meno; molti di noi lavorano per o con un'impresa; tutti coloro che non tengono i loro risparmi sotto il materasso sono anche, direttamente o indirettamente, investitori.

Se questa è l'essenza dell'impresa, occorre poi riconoscere che essa è un sistema complesso, che di fatto interagisce, anche se indirettamente, con tutti gli altri elementi di quel ben più complesso sistema che è la società, incidendo sul suo sviluppo in senso positivo o negativo.

E interagisce, molto direttamente, con il pianeta che abitiamo, consumando e trasformando le risorse che esso ci mette a disposizione in modo finito. Essenzialmente, l'impresa crea valore, più o meno condiviso con la società, e inevitabilmente, consuma risorse, in modo più o meno responsabile. Tutto questo delinea la natura dell'impresa e il suo ruolo nella società, e siccome ad ogni ruolo corrisponde una responsabilità, di questo le dobbiamo chiedere conto e per questo la dobbiamo valutare.



Lo Strumento di Autovalutazione della Buona Impresa rappresenta una "guida" alla valutazione e al reporting, il cui esito resta interamente in capo all'azienda; lo Strumento non ha l'obiettivo di dare un rating oggettivo né rappresenta una certificazione terza rispetto ai contenuti riportati, ma offre criteri e indicazioni utili all'impresa che voglia "guardarsi dall'esterno" e raccontarsi attraverso questa lente ai propri stakeholder.

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 coscienziosamente 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

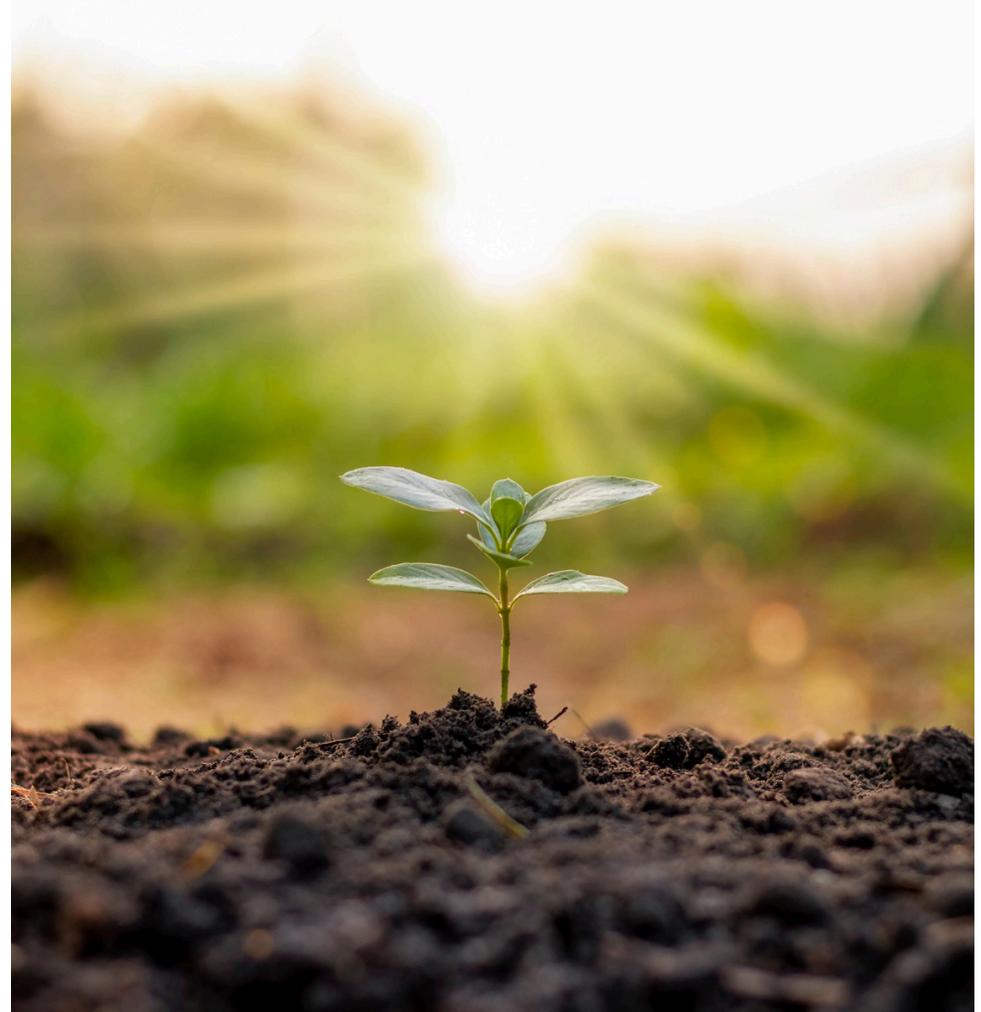
Paradigma, coinvolgendo i suoi stakeholder e attraverso azioni e iniziative aziendali, si impegna a:

Promuovere la salvaguardia dell'ambiente e la creazione di un mondo più etico con soluzioni energetiche eco compatibili.

promuovere prodotti e servizi per sistemi di climatizzazione sempre più eco compatibili al fine di conseguire un risparmio energetico.

Affinché ogni collaboratore possa essere felice di lavorare in Paradigma e possa agire assumendosi le proprie responsabilità.

Promuovere e diffondere propri servizi rimanendo guidata dai principi di sostenibilità e trasparenza nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, per conto proprio e di terzi.



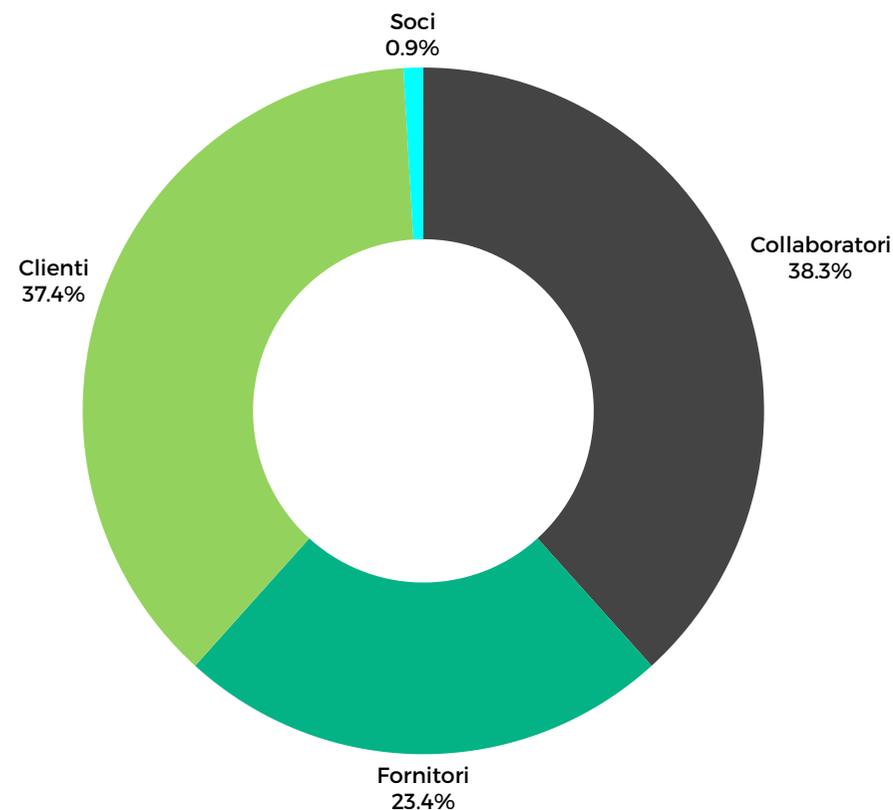
LA STAKEHOLDER MAP

Comprendere il ruolo degli stakeholder in un'azienda è fondamentale per soddisfare le loro aspettative condivise. Gli stakeholder vanno distinti dagli azionisti e possono comprendere chiunque abbia un interesse sostanziale nel successo del prodotto/servizio.

Paradigma ha coinvolto i propri portatori di interesse nell'anno 2024, in una prima indagine generale promossa tramite survey.

Ai soggetti coinvolti nell'indagine è stato richiesto di esprimere la propria opinione su due aree distintive utili a valutare obiettivi e azioni condivisi in ottica di sviluppo sostenibile per la progettualità dell'anno 2025.

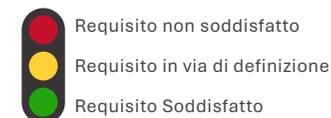
Nello specifico, i questionari hanno raccolto: dati sul grado di soddisfazione e sulla valutazione dell'azienda nelle aree di competenza.



**HANNO PARTECIPATO ALLA SURVEY:
107 INTERVISTATØ**

IL SEMAFORO DEGLI IMPATTI

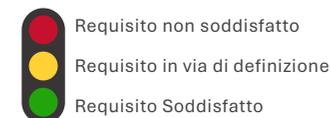
Nel 2024, seguendo il modello della Buona Impresa, abbiamo continuato la mappatura degli impatti e la conseguente valutazione dei rischi.



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

IL SEMAFORO DEGLI IMPATTI

Nel 2024, seguendo il modello della Buona Impresa, abbiamo continuato la mappatura degli impatti e la 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

ASSETTO SOCIETARIO

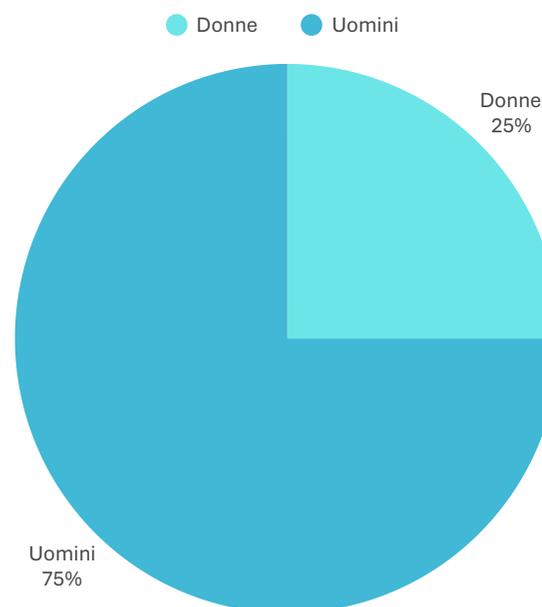
L'azienda è controllata al 100 % dalla Holding Eneretica. Paradigma, a seguito della sua appartenenza al Gruppo, uniforma le proprie linee guida alle scelte condivise col gruppo riguardanti i temi relativi alle condotte di impresa.

Gli organi di amministrazione, direzione e controllo ricoprono un ruolo fondamentale nell'indirizzare e monitorare la condotta delle imprese, garantendo che le attività aziendali siano svolte nel rispetto delle normative vigenti, dei principi etici e degli interessi degli stakeholder.

Questi organi concorrono a garantire una condotta aziendale trasparente, promuovendo una cultura organizzativa improntata all'etica, alla legalità e alla sostenibilità.

Paradigma opera attraverso un Consiglio di Amministrazione, composto da **3 membri** con cariche distinte ed esecutive e deleghe specifiche e un collegio sindacale composto da 5 membri.

COMPOSIZIONE CDA PER GENERE



GOVERNANCE E STRUTTURE RESPONSABILI

ENERGIA + ETICA = ENERETICA

Paradigma Italia recepisce i valori e i principi di responsabilità sociale del Gruppo Eneretica di cui fa parte, così come riportati nel Codice Etico.

Il documento può essere inteso come una “Carta Costituzionale” dell’impresa, che contiene i diritti e i doveri morali dell’impresa e dei suoi collaboratori, definendone le responsabilità eriche e sociali.

L’impresa lo mette a disposizione di tutti i suoi stakeholder al fine di prevenire comportamenti irresponsabili o illeciti da parte di chi opera in nome e per conto dell'azienda, introducendo una definizione chiara ed esplicita delle responsabilità dei propri dirigenti, dipendenti e anche fornitori.

I nostri valori fondanti, su cui si costruisce il Codice, possono essere riassunti in cinque punti cardine: Trasparenza, Centralità della persona, Etica, Qualità, Sostenibilità.

Essere Trasparente ed **I**ntegro nel **C**omportamento in **A**mbiente interno ed esterno.
[Per consultare il documento completo clicca qui](#)

GOVERNANCE E STRUTTURE RESPONSABILI

IL COMITATO DI SOSTENIBILITÀ

Nell'anno 2023 è stato costituito un Comitato di sostenibilità.

Nello spirito dell'approccio responsabile, sostenibile e trasparente che deve governare i rapporti di una Società Benefit con i suoi stakeholder, Eneretica spa SB ha deciso di prevedere nella Governance delle società del gruppo un Comitato di Sostenibilità.

Tale comitato ha lo scopo di coadiuvare la governance dell'azienda comunicando in un'ottica di dialogo e confronto costruttivo il punto di vista dei diversi stakeholder sulla condotta e le strategie sostenibili dell'azienda, attraverso pareri, proposte, idee quant'altro utile al raggiungimento del fine.

- Il Comitato, formalizzato attraverso un Regolamento, nasce dall'esigenza di strutturare un gruppo di lavoro che si occupasse concretamente e sistemicamente della definizione degli obiettivi di sostenibilità aziendali e della realizzazione delle attività a essi correlati.
- Il Comitato di sostenibilità, inoltre, ha il compito di definire Politiche, Metriche, Azioni e Target al fine di raggiungere le strategie di Sostenibilità definite dall'organo incaricato.
- Il Comitato è responsabile della valutazione e della gestione dell'impatto sociale e ambientale generato dalle attività delle società del gruppo Eneretica.
- Il Comitato è composto dai collaboratori facenti parte di tutto il Gruppo Eneretica che accettano la proposta di farne parte ricevuta del Comitato stesso. Tali soggetti sono individuati e possono candidarsi su base volontaria.

GOVERNANCE E STRUTTURE RESPONSABILI

ESG RATING-ECOMATE

Energetica Spa ha deciso di utilizzare la piattaforma **Ecomate** per effettuare un'analisi della sua maturità ESG, al momento della **Relazione d'Impatto**.

Ecomate è una **open ESG-rating agency**, che utilizza un insieme di standard di sostenibilità, per generare un algoritmo in grado di valutare la posizione dell'azienda che condivide le informazioni richieste.

Lo strumento è stato sviluppato sulla base di **diversi standard europei** (EFRAG, EU Taxonomy, B.Corp...) per riuscire a fornire una prospettiva sulla **preparazione e resilienza** dell'impresa rispetto allo scenario economico-politico dei prossimi anni.

Il processo è governato da un'**architettura trasparente**, validato da un comitato tecnico scientifico aperto e decentralizzato, operante sotto licenza open-science.

Energetica ha deciso di utilizzare questo strumento proprio per la sua trasparenza e aderenza alle novità normative europee, per garantire un risultato aggiornato e veritiero della sua posizione.

Deve essere comunque tenuto in conto che il risultato presentato di seguito è il frutto di un percorso **appena cominciato** e deve essere interpretato più come un **metro di paragone** per gli sviluppi futuri che come un dato a sé stante.

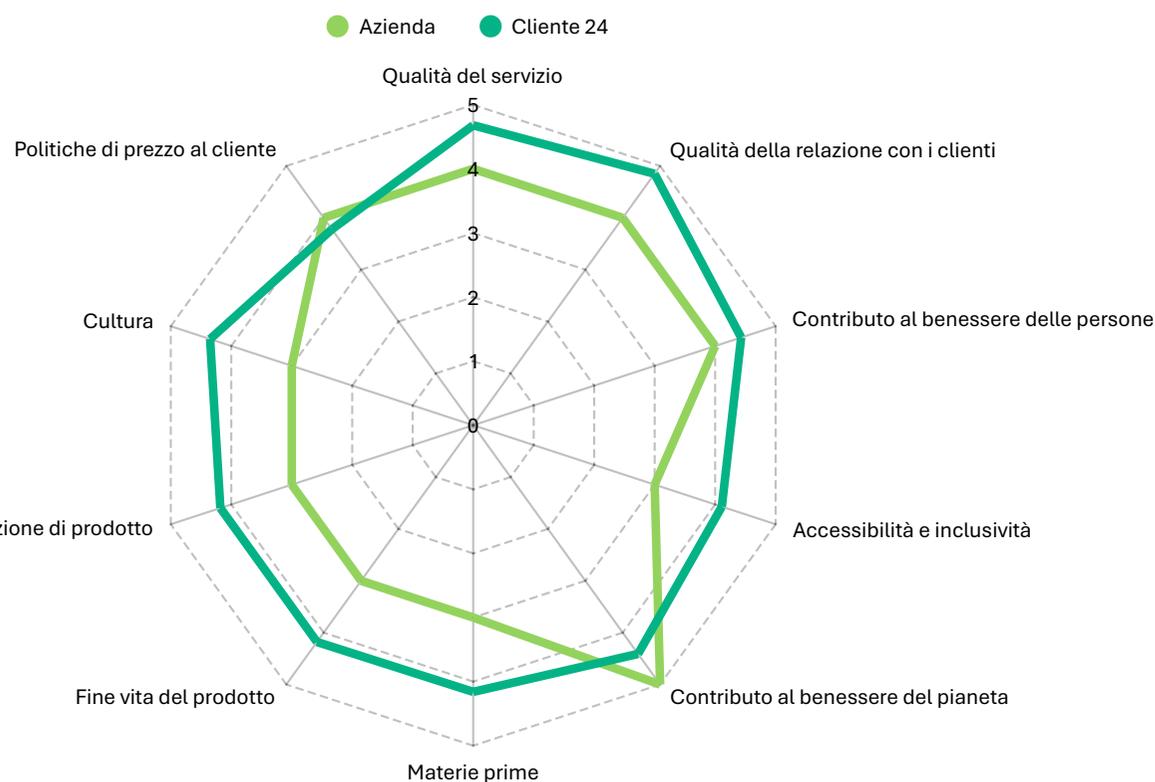
CREAZIONE DI VALORE E IMPATTO GENERATO PRODOTTO

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.

PRODOTTO

LA CREAZIONE DI VALORE: La Valutazione

Una Società Benefit è chiamata a creare valore portando sul mercato un buon prodotto o servizio, che risponde ai bisogni della società spingendola in una direzione positiva. Rispetto a ognuno degli elementi proposti, viene rilevato la percezione della valutazione dei risultato dell'anno in termini di qualità raggiunta dal prodotto/servizio offerto.



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

Elemento	AZIENDA 2024	CLIENTE 2024	CLIENTE 2023
Qualità del servizio	4	4,68	4,24
Qualità della relazione con i clienti	4	4,85	4,26
Contributo al benessere delle persone	4	4,43	4,44
Accessibilità e inclusività	3	4,11	3,78
Contributo al benessere del pianeta	5	4,41	NR
Materie prime	3	4,16	NR
Fine vita del prodotto (economia circolare)	3	4,18	NR
Innovazione di prodotto	3	4,18	4,28
Cultura	3	4,35	4,35
Fidelizzazione dei clienti	4	NR	NR
Politiche di prezzo al cliente	4	3,78	NR

QUALITÀ DEL PRODOTTO

LA CREAZIONE DI VALORE: AZIONI E KPIS DI MISURAZIONE

Offrire un prodotto/servizio che risponda ai bisogni del cliente e soddisfi le finalità per le quali è stato acquistato. In questa sezione si evidenziano le strategie e le attività svolte dalla società per offrire un servizio che soddisfi i bisogni dei clienti.

Alla base di Paradigma c'è una filosofia, che guida tutte le sue scelte tecnologiche e rappresenta pienamente i suoi valori: qualità, uso di energie rinnovabili e riduzione della complessità. Questi principi cardine trovano la loro massima espressione e applicazione pratica nel Sistema Paradigma.

Il Sistema Paradigma, completo e versatile, permette di sfruttare al massimo le qualità di tutti i suoi componenti e garantisce sempre i migliori risultati per il benessere di chi lo utilizza, per l'ambiente, per il futuro.

La frontiera di Paradigma è costituita dai sistemi combinati che integrano in modo sempre intelligente diverse fonti energetiche, per ottenere da ciascuna di esse i maggiori vantaggi in termini di qualità, efficienza e sostenibilità. Sono versatili e modulabili in base alle esigenze di installazione e agli obiettivi di risparmio energetico desiderati.



Una scelta corretta scelta tra le fonti energetiche da integrare dipende dalle temperature esterne e dalle temperature interne, nonché dalla tipologia di utenza e dalle necessità di installazione. Il sistema riconosce la tecnologia e la fonte energetica migliore da sfruttare in un dato momento, tra:

- solare termico
- caldaie a biomassa
- pompa di calore
- caldaia a condensazione

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.

UNA RETE DI INSTALLATORI QUALIFICATI

Paradigma si avvale della preziosa collaborazione di installatori qualificati Partner, selezionati in base a precisi criteri.

Gli Installatori Partner Paradigma offrono una consulenza personalizzata e sono in grado di guidare il cliente nella scelta del sistema di riscaldamento ecologico migliore per lui, che consente di minimizzare le spese energetiche, massimizzando i rendimenti.

Il Partner Paradigma si contraddistingue per una forte esperienza sui sistemi Paradigma, preparazione tecnica, collaborazione continuativa e condivisione della filosofia di rispetto dell'ambiente e delle persone.



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.

COME I CENTRI ASSISTENZA

Paradigma si avvale della preziosa collaborazione di una rete di Centri Assistenza qualificati, selezionati in base a precisi criteri.

I Centri Assistenza Paradigma offrono un'assistenza rapida, professionale e qualificata, per garantire le migliori prestazioni dei Sistemi Paradigma.

Paradigma offre una formazione tecnica completa e la disponibilità continuativa tecnica e commerciale, in pieno spirito di supporto e condivisione dell'assistenza sul territorio



CONTRIBUTO AL BENESSERE DEL PIANETA

LA CREAZIONE DI VALORE: AZIONI E KPIS DI MISURAZIONE

Generare attraverso il prodotto/servizio un impatto positivo sull'ambiente, nel breve e nel lungo periodo (es. pannelli solari, consulenza sostenibilità ambientale, etc.)

SOLARE TERMICO

TECNOLOGIA BREVETTATA ESCLUSIVA

I pannelli solari termici tradizionali utilizzano il liquido antigelo come termovettore, una sostanza chimica che nel tempo si deteriora dando origine a diverse problematiche: per questo è richiesta una costante manutenzione, una sostituzione periodica del liquido con relativo smaltimento. Grazie al brevetto esclusivo AquaSolar System, Paradigma ha sostituito questa sostanza chimica con la semplice acqua, realizzando così un'alternativa completamente ecologica, che garantisce prestazioni migliori e che necessita di minima manutenzione.

EFFICIENZA IN TUTTE LE STAGIONI

I pannelli solari termici Paradigma sono realizzati da tubazioni particolari, composte da due tubi concentrici in vetro, tra i quali si crea una camera sottovuoto che crea un effetto "thermos". Questa caratteristica permette di trattenere maggiormente il calore delle radiazioni solari, rendendo i pannelli molto performanti anche durante l'inverno, con temperature molto rigide. L'elevata efficienza è garantita anche dallo specchio collocato sotto i tubi, che consente di sfruttare in modo ottimale la radiazione solare, aumentando il ricavo di energia anche quando le ore di sole sono poche.

SOLUZIONI SU MISURA PER LE ESIGENZE DI OGNI FAMIGLIA

I pannelli solari Paradigma possono essere installati su qualsiasi superficie, anche in serie collegati tra loro, a seconda delle esigenze e delle dimensioni dell'impianto. Sono utili sia per integrare il riscaldamento sia per produrre acqua calda sanitaria, e sono integrabili con altri generatori come caldaie a condensazione, caldaie a biomassa o pompe di calore, di nuova installazione o esistenti.

RISPARMIO E RISPETTO PER L'AMBIENTE

Scegliere un sistema solare termico Paradigma significa assicurarsi qualità e risparmio sui costi energetici, con un sensibile risparmio e il premio degli incentivi, ma anche dare il proprio contributo per il rispetto dell'ambiente. L'energia prodotta dal sole è una risorsa gratuita, sempre disponibile, pulita ed affidabile, che non immette Co2 nell'atmosfera.

I pannelli solari Paradigma sono certificati da Solar Keymark, il marchio di qualità per i collettori e i sistemi solari termici, che ne attesta i più alti livelli di rendimento sul mercato.

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

Ogni anno l'azienda organizza per i propri partners viaggi di finalizzati a consolidare i rapporti della rete di partner e dei centri assistenza storici con cui è in essere un rapporto di collaborazione continuativo. I viaggi si basano sui valori di Paradigma, per cui la centralità delle persone e il rapporto che si costruisce a livello umano sono di primaria importanza. In questo modo, si stabilisce una cultura dello stare bene insieme, in modo positivo, aperto al dialogo e alla condivisione anche tra gli stessi clienti.

VIAGGIO CON CLIENTI PARTNER PER L'ANNO 2024

- **Obiettivi:** Consolidare rapporti storici fra clienti e azienda, creare nuove connessioni e... rilassarsi!
- **Destinazione:** SICILIA, Licata (AG) - Serenusia Resort
- **Partecipanti:** 155 persone tra “staff”, clienti, CAT e progettisti di diverse aziende

Il programma dei viaggi Incentive è incentrato su visite guidate e scoperta del territorio con un'attenzione particolare alla sostenibilità ambientale dei luoghi visitati.

CONTRIBUTO AL BENESSERE DEL PIANETA

LA CREAZIONE DI VALORE: AZIONI E KPIS DI MISURAZIONE

Generare attraverso il prodotto/servizio un impatto positivo sull'ambiente, nel breve e nel lungo periodo (es. pannelli solari, consulenza sostenibilità ambientale, etc.)

POMPA DI CALORE

I VANTAGGI DELLE POMPE DI CALORE

La pompa di calore sfrutta l'energia presente nell'aria per riscaldare o raffrescare gli ambienti. In inverno, estrae il calore dall'aria esterna e lo riporta negli ambienti domestici per riscaldarli; durante l'estate, grazie all'inversione di ciclo, estrae il calore presente all'interno delle abitazioni raffrescandole. Soluzioni semplici e versatili, adatte al comfort di tutte le stagioni.

LA POMPA DI CALORE: COME FUNZIONA?

Il funzionamento di una pompa di calore per il riscaldamento è simile, ma opposto, a quello di un frigorifero. Mentre il frigorifero elimina il calore dal suo interno per mantenerlo fresco, la pompa di calore cattura il calore presente nell'aria esterna, lo riscalda e lo immette in un ambiente interno. Al contrario, per il raffrescamento, lavora estraendo il calore dall'aria degli ambienti interni e lo elimina, allo stesso modo del frigorifero. Il principio di funzionamento si basa sulla capacità di un fluido molto freddo di trasformarsi in vapore a basse temperature. La tecnologia della pompa di calore determina un'alternanza di continui cambi di stato liquido-vapore e viceversa e ciò permette il trasferimento di calore all'ambiente domestico e all'acqua calda sanitaria, dove previsto.

EFFICIENZA E SEMPLICITÀ

Le pompe di calore Paradigma sono soluzioni efficienti, di facile gestione e controllo per il riscaldamento e il raffrescamento degli ambienti, grazie a comandi semplici e intuitivi. Se collegate ad un bollitore esterno, possono anche provvedere alla produzione e all'accumulo di acqua calda sanitaria. L'efficienza delle pompe di calore Paradigma è elevata: grazie ad un alto coefficiente di prestazione, forniscono più energia termica rispetto all'energia elettrica impiegata per il loro funzionamento.

VERSATILI E SILENZIOSE

Le pompe di calore Paradigma si adattano senza problemi a impianti di diversa tipologia: impianti radianti a pavimento, a soffitto o a parete, oppure impianti con termosifoni a bassa temperatura o con ventilconvettori. Sono prodotti di facile installazione, sia all'interno che all'esterno, senza richiedere spazi tecnici adibiti a centrale termica. Sono dotate di motori ad alta tecnologia e silenziosità: la moderna tecnologia DC Inverter garantisce una gestione sempre ottimale delle prestazioni, per risparmiare il massimo dell'energia elettrica nel processo di funzionamento e ridurre i costi di riscaldamento e raffrescamento.

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.

Paradigma si impegna attivamente per contribuire alla crescita culturale de settore di riferimento, attraverso la condivisione di informazioni e saperi. Ogni anno vengono programmati dei momenti di incontro formativi e informativi utili a creare maggior coesione tra installatori, operatori dei centri assistenza, clienti e l'azienda e soprattutto garantire l'aggiornamento costante di tutti i soggetti coinvolti.

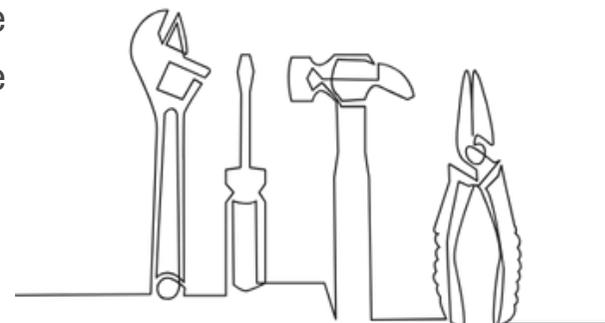
FORMAZIONE INSTALLATORI - CENTRI ASSISTENZA

Nell'anno 2024 sono state promosse iniziative di formazione per un totale di:

419 PARTECIPANTI

50 CORSI DEDICATI

I corsi si sono concentrati sulla creazione e il mantenimento di una cassetta degli attrezzi comune, incentivando la collaborazione continuativa e condividendo la filosofia di rispetto dell'ambiente e delle persone che caratterizza Paradigma.



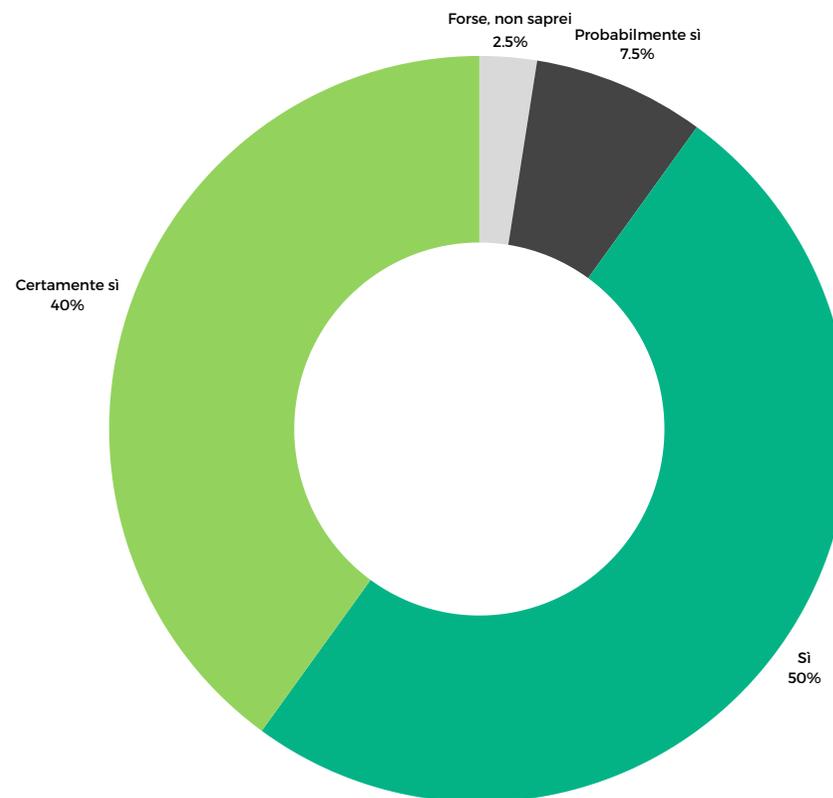
IL PUNTO DI VISTA DEI CLIENTI

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 maggior parte dei rispondenti ha espresso un'opinione favorevole: il 20% ha risposto "Sì" e il 16% "Certamente sì", mentre solo una minima parte ha dichiarato "Forse, non saprei" (1%).

Questo dato conferma non solo la qualità percepita dei prodotti/servizi offerti, ma anche la capacità dell'impresa di generare un impatto positivo sul contesto sociale e ambientale in cui opera.

Il 3% dei rispondenti ha indicato "Probabilmente sì", rafforzando ulteriormente la tendenza positiva.



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.

LE PERSONE DI PARADIGMA

In numeri

Al 31 dicembre 2024 l'azienda conta in organico 36 persone.

il 100% dei collaboratori assunti gode di un contratto a tempo indeterminato. 24 di loro hanno tra i 30 e i 50 anni, 1 ha meno di 30 anni e 10 ha più di 50 anni.

	Donne	Uomini	Altro	Non comunicato	Totale
50. a) Totale dipendenti per genere	10	26			36
50. b) Dipendenti a tempo indeterminato	10	26			
50. b) Dipendenti a tempo determinato					
50. b) Dipendenti a orario variabile (contratto a chiamata)					
50. c) Numero di dipendenti cessati	18				

	<30 anni	30-50 anni	> 50anni
Dirigenti			
Quadri		1	
Impiegati	1	24	10
Operai			

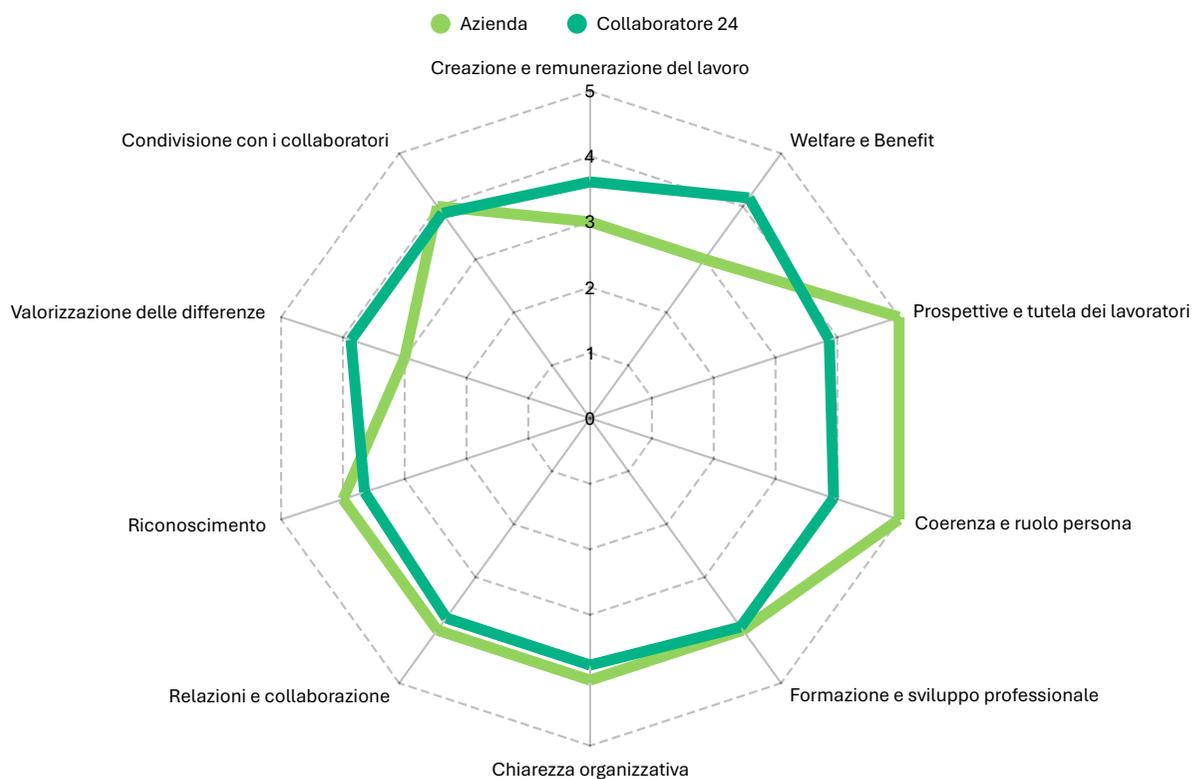
Dei 18 contratti di collaborazione cessati, è utile specificare che 10 collaboratori sono stati riassunti internamente da altre società del Gruppo e solo 8 sono effettivamente contratti chiusi.

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 orientata al risultato, dove le competenze operative e relazionali sono direttamente al centro del processo aziendale.

LAVORO

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 rilevato la percezione della valutazione dei risultati dell'anno in termini di qualità raggiunta dal prodotto/servizio offerto.



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

Elemento	AZIENDA 2024	COLLABORATORI 2024	COLLABORATORI 2023
Creazione e remunerazione del lavoro	3	3,61	3,67
Welfare e Benefit	3	4,16	4,38
Prospettive e tutela dei lavoratori	5	3,87	4,33
Coerenza e ruolo persona	5	3,94	3,73
Formazione e sviluppo professionale	4	3,94	3,83
Chiarezza organizzativa	4	3,77	3,57
Relazioni e collaborazione	4	3,77	4,02
Riconoscimento	4	3,65	3,63
Valorizzazione delle differenze e inclusione	3	3,87	4,14
Coesione con i lavoratori	3	NR	NR
Condivisione con i lavoratori	4	3,87	NR

CREAZIONE E REMUNERAZIONE DEL LAVORO

LA CREAZIONE DI VALORE: AZIONI E KPIS DI MISURAZIONE

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).

POLITICA AZIENDALE RETRIBUTIVA

Nel contesto dell'analisi retributiva aziendale, si evidenzia che il salario più basso corrisposto in Paradigma ammonta a 24.142,00 € annui, superando dell'0,45% il salario adeguato secondo il CCNL per la categoria più bassa presente in azienda, pari a 22.033,52 €.

Tale differenziale retributivo indica una politica aziendale orientata al riconoscimento economico dei collaboratori, contribuendo positivamente al benessere organizzativo, all'equilibrio vita-lavoro e alla competitività dell'impresa nel settore.

Salario più basso in Paradigma	24.142,00 €
Salario adeguato	24.033,52 €
Differenza percentuale	0,45%

WELFARE AZIENDALE E BENEFIT

LA CREAZIONE DI VALORE: AZIONI E KPIS DI MISURAZIONE

Creare un ambiente che possa massimizzare il benessere dei lavoratori e prevedere misure che rendano più semplice la conciliazione vita personale - lavoro.

SMART WORKING E ORARIO FLESSIBILE

L'azienda, pur non avendo nulla di formalizzato nessuna policy interna relativo allo "smart-working", offre la possibilità a tutti coloro che ne hanno bisogno, di lavorare da remoto.

Al momento dell'assunzione, tutti i collaboratori, vengono dotati di:

- un pc/surface/tablet;
- un telefono cellulare.

Applicando i principi di reciproca fiducia e di responsabilità personale, Paradigma non richiede ai propri collaboratori di autenticare la loro presenza tramite timbratrice.

L'orario lavorativo è dunque regolamentato dal buon senso personale.

Tali aspetti offrono la possibilità di conciliare al meglio l'aspetto personale con l'aspetto lavorativo, organizzando in autonomia permessi e uscite anticipate,

WELFARE AZIENDALE E BENEFIT

LA CREAZIONE DI VALORE: AZIONI E KPIS DI MISURAZIONE

Creare un ambiente che possa massimizzare il benessere dei lavoratori e prevedere misure che rendano più semplice la conciliazione vita personale - lavoro.

SPORTELLO TUTTI IN SALUTE 2024

All'interno del Gruppo Energetica, è stato aperto uno sportello per la facilitazione dei dipendenti all'uso dei fondi per l'assistenza sanitaria (EST) e per la formazione e sostegno ai lavoratori (EBTER).

Questa proposta è nata dal bisogno di formazione in materia emerso tra i dipendenti che nella maggior parte dei casi ne avevano scarsa conoscenza.

Lo sportello ha preso il nome di: "Tutti in salute" e nel 2024, all'interno del Gruppo, ha totalizzato 11 richieste di supporto, tutte andate a buon fine.

Unitamente all'apertura dello sportello sono state erogate a tutti i dipendenti 2 ore di formazione e materiali digitali, per l'accompagnamento all'utilizzo delle piattaforme online dei fondi.

Paradigma ha aderito con entusiasmo all'iniziativa del Gruppo, verificando nell'immediato il successo dell'iniziativa dai feedback positivi dei dipendenti. Oltre alla fruizione delle ore di formazione sono state riscontrate 3 richieste di supporto allo sportello.

Attività sportello di Gruppo

Richiesta supporto	N° richieste
Fondo EST	9
Fondo EBTER	2
Totale	11

FORMAZIONE E SVILUPPO PROFESSIONALE

LA CREAZIONE DI VALORE: AZIONI E KPIS DI MISURAZIONE

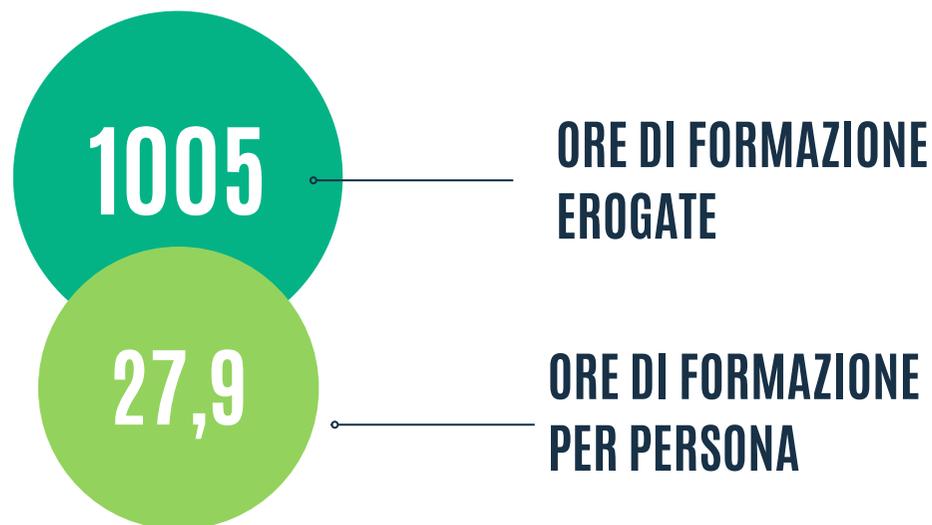
Fornire alle persone occasioni di sviluppo, pianificando e condividendo percorsi volti a sviluppare competenze e capacità, attraverso la formazione e l'esperienza qualificata. In questa sezione si evidenziano le strategie e le attività svolte dalla società per offrire un servizio che soddisfi i bisogni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

Paradigma fa della formazione uno dei suoi strumenti privilegiati per garantire la qualità del proprio servizio e restare al passo con un settore in veloce evoluzione.

Oltre alla formazione specifica e di sicurezza sono state erogate ore di formazione per l'utilizzo di Structogram: un sistema usato dall'impresa per lo sviluppo della autocoscienza professionale e delle soft skills da applicare in team.

PERCORSI EROGATI

- Corso DAE completo
- Formazione tecnica prodotti
- Formazione tecnica efficienza energetica
- Formazione nuovo fotovoltaico
- Formazione Structogram



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.

PARADIGMA ACADEMY

Una piattaforma di formazione e sviluppo delle competenze tecniche e trasversali totalmente a disposizione di tutte le persone che, a vario titolo, collaborano con Paradigma e ne sposano principi, valori e modelli.

L'Academy è aperta per chiunque desideri crescere a livello personale e professionale e accrescere le proprie competenze gestionali, tecniche, organizzative, comunicative, relazionali.

Attraverso le tecnologie digitali, fornisce strumenti, materiali, occasioni di incontro e confronto generando un ambiente di apprendimento utile a supportare la crescita e realizzazione personale e professionale di tutti i collaboratori, collaboratrici e partners di Paradigma.

PERCHÉ?

Il progetto nasce per coinvolgere collaboratori e clienti in un percorso di apprendimento continuo che migliora la propria professionalità e personalità,

La piattaforma inoltre permette la diffusione e la promozione delle competenze interne tra collaboratori e collaboratrici che vogliono diffondere la propria esperienza e know-how ai fini di facilitare il lavoro di tutti i team di lavoro e aumentare il bagaglio di competenza personale di tutti i membri dell'organizzazione.

CHIAREZZA ORGANIZZATIVA

LA CREAZIONE DI VALORE: AZIONI E KPIS DI MISURAZIONE

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.

PROGRAMMA DI ON BOARDING

L'azienda ha formalizzato il percorso interno di on boarding dedicato alle nuove risorse.

Ogni risorsa viene affiancata dal responsabile di sezione nelle prime settimane, con lo scopo di fornire una visione complessiva delle attività aziendali.

Per ogni collaboratore e collaboratrice è previsto un accesso all'interno della piattaforma Paradigma Academy dove è possibile visionare documenti e micro-learning dedicate alla storia dell'azienda, alla consultazione del codice etico e dei regolamenti aziendali e alla spiegazione delle Società Benefit.

Infine, nel primo anno di assunzione, è prevista la partecipazione al corso di comunicazione STRUCTOGRAM®, utile a garantire l'acquisizione del linguaggio comunicativo comportamentale comune a tutte le persone di Paradigma Italia.

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 ENERGY

Ogni anno il Gruppo Eneretica organizza un evento dedicato a tutti i collaboratori e collaboratrici e a tutte le aziende partecipate.

Per l'anno 2024 l'Eneretica Day si è svolto presso Locanda Pieve a Dello in provincia di Brescia.

La giornata si è svolta all'insegna del divertimento, della convivialità, ma anche della consapevolezza sui valori aziendali del Gruppo.

L'evento nasce con l'intenzione di voler trasmettere i valori e il senso di appartenenza dell'azienda madre, non solo tra i propri collaboratori e collaboratrici, ma anche tra le aziende partecipate.

Appartenere al gruppo Eneretica significa condividere la visione sostenibile dell'azienda, ma anche sentirsi accettati, inclusi, valorizzati e connessi.

Questo momento di incontro annuale rafforza i rapporti tra le aziende partners e permette a tutti i partecipanti di conoscersi meglio, scambiare idee e sviluppare il proprio business in armonia.

Eneretica Day 2024 hanno partecipato 162 collaboratori e collaboratrici del Gruppo

DIVERSITY AND INCLUSION

LA CREAZIONE DI VALORE: AZIONI E KPIS DI MISURAZIONE

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.).

COOPERATIVA SOCIALE DISPARI

L'azienda contribuisce a valorizzare il lavoro dei soggetti fragili attraverso la collaborazione con la cooperativa sociale Dispari.

Dispari ha come obiettivo la creazione di opportunità lavorative per persone con disabilità o svantaggio.

Per raggiungere questo obiettivo opera in differenti settori di attività sviluppando servizi specialistici per privati, imprese e pubbliche amministrazioni.

**Attualmente sono coinvolti N°2 persone addette alle pulizie e
N°1 collaboratrice inserita nel reparto Customer Care**

L'azienda crede fermamente nel diritto fondamentale del lavoro. Per questo motivo ha scelto di esternalizzare attraverso l'Associazione Dispari alcune delle mansioni aziendali ai fini di poter contribuire attivamente e concretamente al sostegno economico di soggetti svantaggiati e allo sviluppo della comunità locale.

DIVERSITY AND INCLUSION

LA CREAZIONE DI VALORE: AZIONI E KPIS DI MISURAZIONE

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.).

DIVARIO RETRIBUTIVO	UOMINI	DONNE
Retribuzione media oraria lorda	18,14	14,88
Divario retributivo donna-uomo	0,18	

Il gender pay gap è misurato come differenza percentuale tra la retribuzione media oraria lorda percepita dalle donne rispetto a quella degli uomini; questo dato offre una prospettiva sulla distribuzione dei generi sui livelli di inquadramento, tenendo conto che per la stessa mansione è sempre corrisposta una remunerazione identica.

A livello Nazionale l'ISTAT nel 2022 riporta il dato al 15,9 % per il settore privato, Paradigma Italia si trova leggermente sopra la media italiana con un gap del 18%.

All'interno della consapevolezza acquisita come società Benefit vi è anche la sensibilità verso le problematiche legate alla disparità di genere nel mondo lavorativo, e pur avendo da sempre mantenuto una certa attenzione al tema, sarà cura dell'impresa verificare che non si sviluppi terreno fertile per discriminazioni e disparità, sensibilizzando le risorse e attuando politiche adatte.

SALUTE E SICUREZZA

LA CREAZIONE DI VALORE: AZIONI E KPIS DI MISURAZIONE

La salute e la sicurezza sul lavoro rappresentano un pilastro fondamentale della responsabilità aziendale.

In un contesto operativo che coinvolge attività commerciali e tecniche, garantire ambienti di lavoro sicuri e salubri è una priorità imprescindibile, non solo per il rispetto delle normative vigenti, ma soprattutto per la tutela del benessere fisico e psicologico delle persone che collaborano con l'azienda.

L'azienda adotta un approccio preventivo e sistemico alla gestione della sicurezza, basato su formazione continua, procedure condivise e monitoraggio costante dei rischi. Questo impegno si traduce in risultati concreti e misurabili, utili a contribuire a un modello di crescita sostenibile e responsabile.

	Dipendenti
88. 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%
88. b) Numero di decessi dovuti a lesioni e malattie connesse al lavoro	0
88. c) Numero di infortuni sul lavoro registrabili	0
Ore lavorate	69.982,5
88. c) Tasso di infortuni sul lavoro registrabili	0

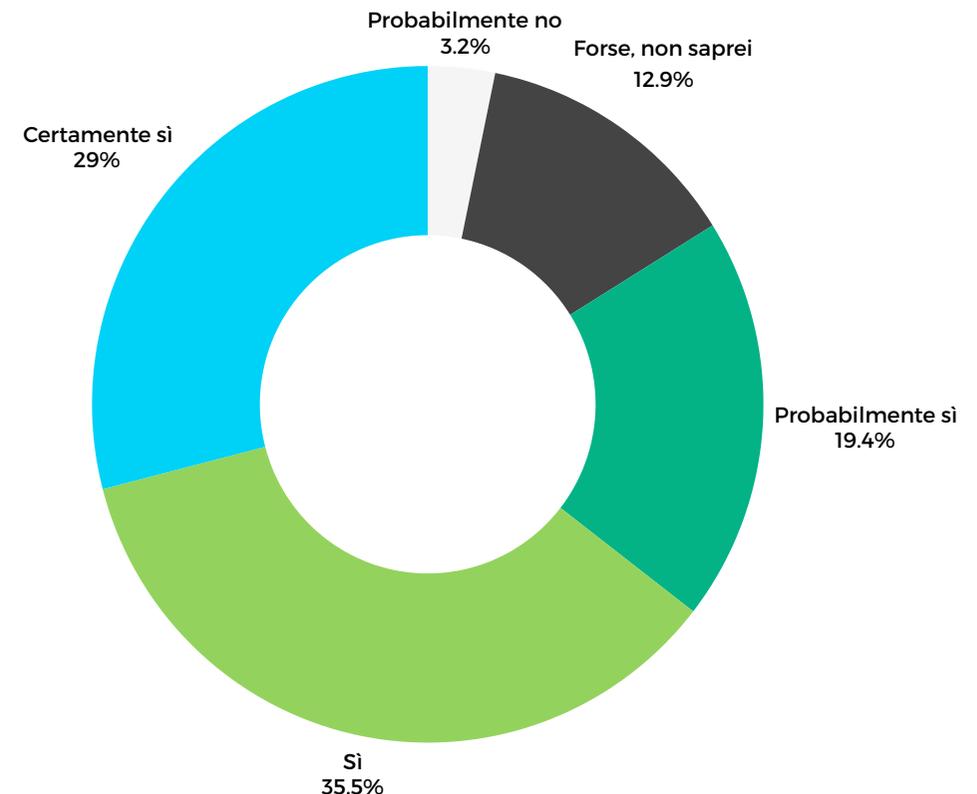
IL PUNTO DI VISTA DEI COLLABORATORI

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?

Alla domanda “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 raccolte indicano una percezione complessivamente positiva dell’ambiente lavorativo.

Il 20% degli intervistati ha risposto “Certamente sì” e il 24% “Sì”, evidenziando che quasi la metà dei rispondenti si sentirebbe di raccomandare l’azienda come luogo di lavoro.

A questi si aggiunge un 13% che ha indicato “Probabilmente sì”, a conferma di un orientamento generalmente favorevole. Va considerato anche che il 9% ha espresso incertezza (“Forse, non saprei”) e un piccolo 2% ha risposto “Probabilmente no”, segnalando margini di miglioramento.



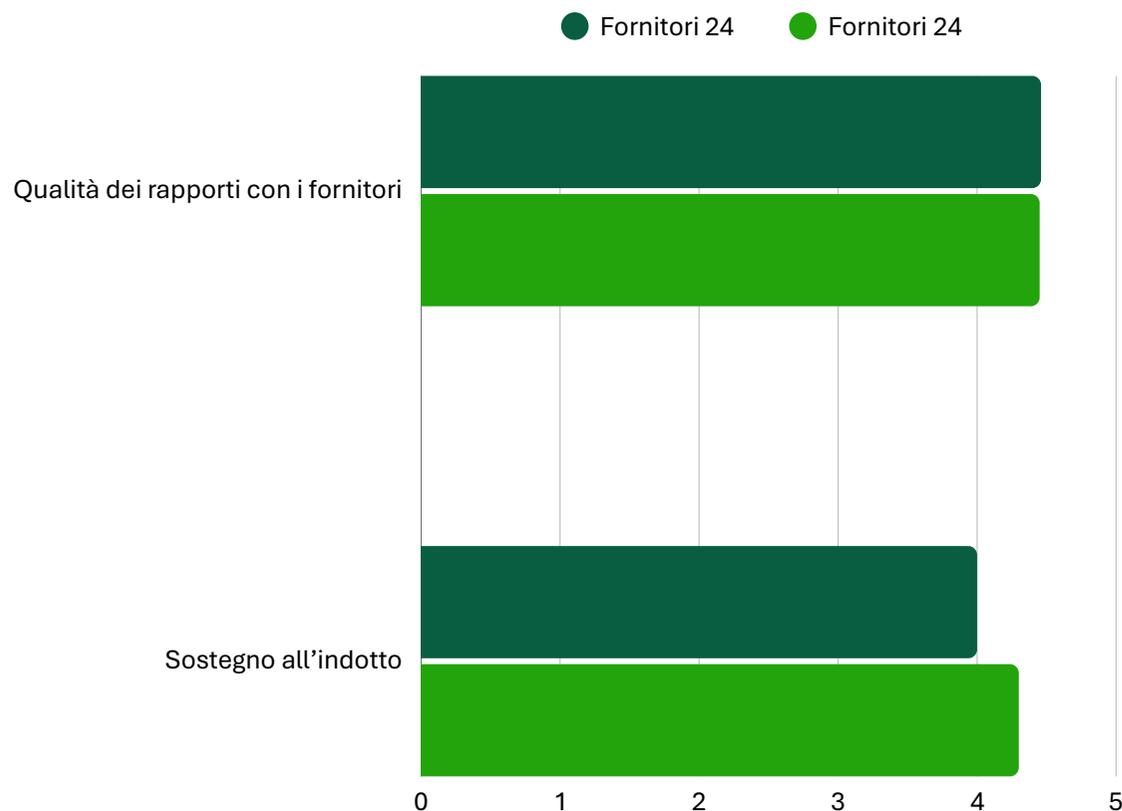
Parametri di riferimento

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	FORNITORI 2024	FORNITORI 2023
Qualità dei rapporti con i fornitori	4,46	4,45
Sostegno all'indotto	4	4,30

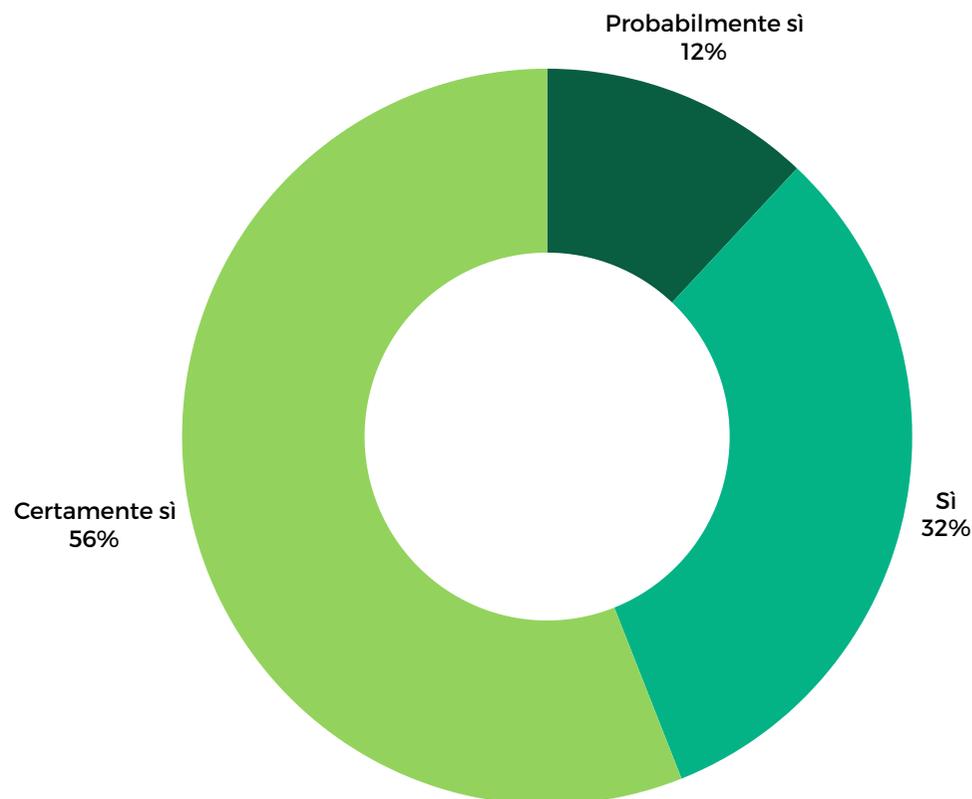
Parametri di riferimento

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

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-lungo periodo?

Il 41% dei rispondenti ha dichiarato “Certamente sì” e il 24% “Sì”, mentre il 9% ha risposto “Probabilmente sì”. Complessivamente, oltre il 70% dei fornitori manifesta quindi un’intenzione positiva di permanere in azienda, indicando un buon livello di soddisfazione, fiducia e allineamento con i valori aziendali.



Parametri di riferimento

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

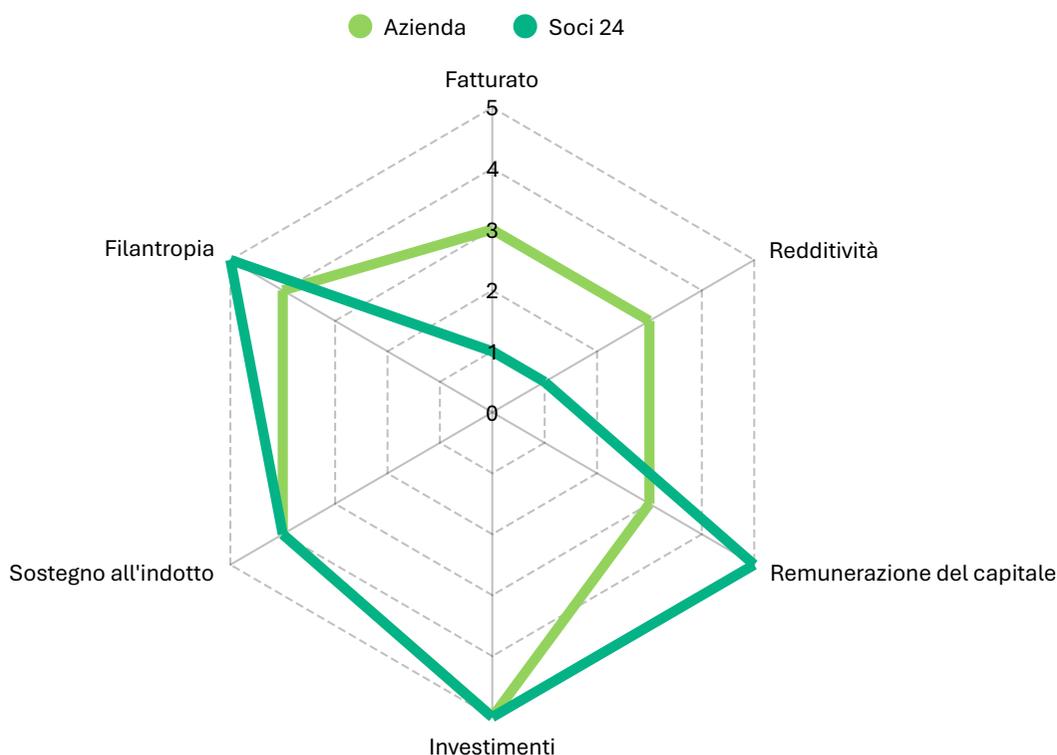
CREAZIONE DI VALORE E IMPATTO GENERATO **VALORE ECONOMICO**

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.



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

Elemento	AZIENDA 2024	SOCI 2024
Fatturato	3	1
Redditività	3	1
Condivisione con i lavoratori	4	NR
Remunerazione del capitale	3	5
Investimenti	5	5
Sostegno all'indotto	4	4
Filantropia	4	5
Fiducia degli investitori	5	NR

FILANTROPIA

LA CREAZIONE DI VALORE: AZIONI E KPIS DI MISURAZIONE

Eventuale destinazione di una parte del valore prodotto dall'azienda a investimenti per comunità, sotto qualunque forma. In questa sezione si evidenziano le strategie e le attività svolte dalla società per offrire un servizio che soddisfi i bisogni dei clienti.

DONAZIONI E SPONSORIZZAZIONI

ENTE	TIPOLOGIA DI EROGAZIONE
Sponsorizzazione GREEN RE-PUBBLIC 10/05/24 TORINO	Sponsorizzazione
Associazione Sportiva Dilettantistica Polisportiva Pozzolengo	Sponsorizzazione
Brescia Baseball Associazione Sportiva Dilettantistica	Sponsorizzazione

CREAZIONE DI VALORE E IMPATTO GENERATO SOSTENIBILITÀ

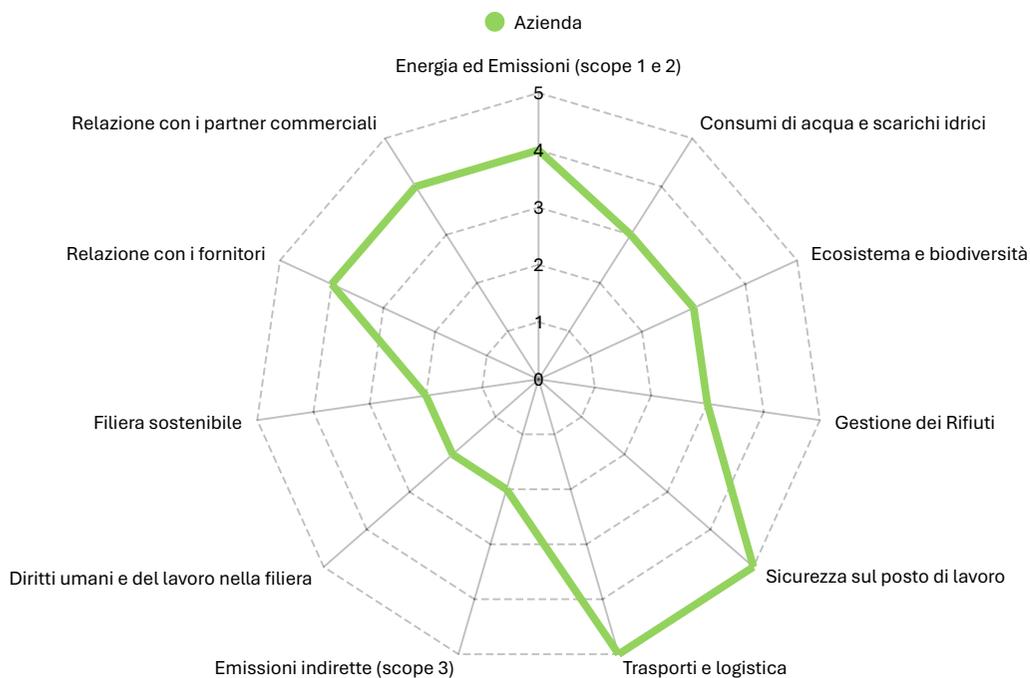
La creazione di valore non può prescindere dalla gestione degli impatti dei processi in ottica di tutela dell'ambiente e della comunità.

La Buona Impresa cerca di agire in base al principio "Do no significant harm", ossia assicurandosi che le proprie azioni e i propri investimenti non causino danni all'ambiente e alla società, mentre si perseguono attività ad impatto positivo.

OPERATIONS SOSTENIBILI

LA CREAZIONE DI VALORE: La Valutazione

Una Società Benefit è chiamata a creare valore attraverso a gestione responsabile, sostenibile e trasparente di tutte le ricadute delle operations sulla comunità e sull'ambiente.



Elemento	AZIENDA 2024
Energia ed Emissioni (scope 1 e 2)	4
Consumi di acqua e scarichi idrici	3
Ecosistema e biodiversità	3
Gestione dei Rifiuti	3
Sicurezza sul posto di lavoro	5
Trasporti e logistica	5
Emissioni indirette (scope 3)	2
Diritti umani e del lavoro nella filiera	2
Filiera sostenibile	2
Relazione con i fornitori	4
Relazione con i partner commerciali	4

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

ENERGIA ED EMISSIONI

LA CREAZIONE DI VALORE: LE AZIONI INTRAPRESE

CONSUMI ENERGETICI

CONSUMO DI ENERGIA	2024 (MWh)
37. a) Consumo totale di energia da fonti fossili	207,74
37. b) Consumo totale di energia da fonti nucleari	0,08
37. c) i. 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
37. c) ii. Consumo di energia elettrica, calore, vapore e raffrescamento da fonti rinnovabili, acquistati o acquisiti	8,22
37. c) iii. Consumo di energia rinnovabile autoprodotta senza ricorrere a combustibili	0,53
37. c) Consumo totale di energia da fonti rinnovabili	8,74
37. Consumo totale di energia in MWh delle operazioni proprie dell'impresa	216,57

ENERGIA ED EMISSIONI

LA CREAZIONE DI VALORE: LE AZIONI INTRAPRESE

CONSUMI ENERGETICI

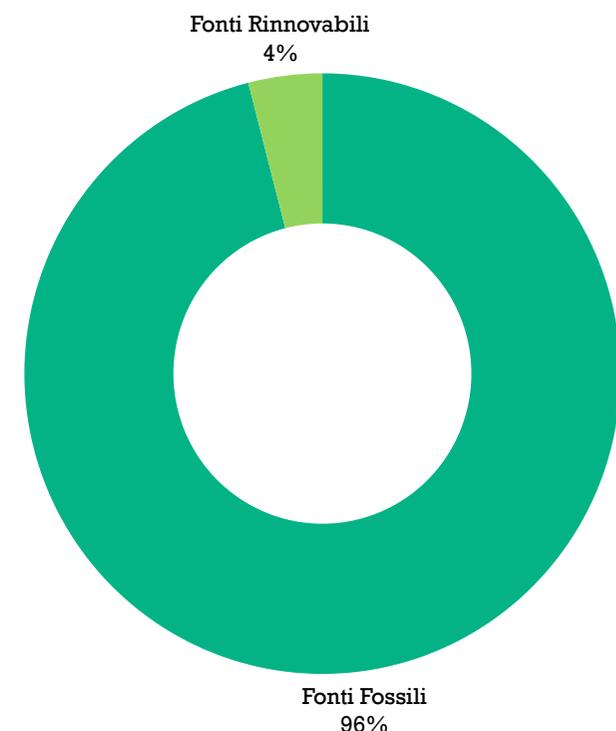
Paradigma Italia inizia, con il presente documento, la rendicontazione dei propri consumi energetici, integrando anche i consumi della propria flotta aziendale.

Al 2024 le operazioni proprie dell'impresa hanno consumato circa **217 MWh**, di cui circa il 96% è generato attraverso fonti non rinnovabili.

Un altro aspetto importante da considerare è che il **90%** dei consumi (197,14 MWh) è da imputare agli spostamenti della flotta aziendale, indispensabile per il tipo di servizio offerto dall'azienda.

Con l'accresciuta sensibilità alla tematica dei consumi energetici acquisita nel corso del percorso di trasformazione in società Benefit, Paradigma vuole utilizzare i dati riportati come mezzo di paragone per **valutare le sue politiche di efficientamento e sostenibilità**.

Il 2024 viene quindi considerato come anno base per il confronto con i prossimi anni.



ENERGIA ED EMISSIONI

LA CREAZIONE DI VALORE: LE AZIONI INTRAPRESE

CONSUMI ENERGETICI

Rappresentare i consumi energetici aziendali nella relazione d'impatto è un elemento cruciale per dimostrare l'impegno e la trasparenza dell'azienda verso la gestione responsabile delle risorse e la riduzione dell'impatto ambientale.

Attraverso la verifica e l'analisi dei seguenti dati sarà possibile inoltre calcolare le emissioni aziendali e valutare un piano di riduzione specifico.

Viene riassunto il processo di analisi e raccolta dei dati definito dall'azienda.

IDENTIFICAZIONE DELLE FONTI ENERGETICHE

Sono state identificate le fonti di energia da considerare nell'energy mix secondo gli standard ESRS - E1: FONTI RINNOVABILI , CARBONE, GAS NATURALE, PRODOTTI PETROLIFERI, NUCLEARE, ALTRE FONTI.

L'Unità di Misura stabilita per il calcolo: kilowattora (kWh), trasformato in MWh nelle tabelle per maggiore fruibilità del dato.

Il periodo di Riferimento: la raccolta dati è stata effettuata sui consumi dell'anno 2023 su base annuale.

I Consumi sono stati ripartiti per sedi aziendale.

RACCOLTA DATI

La raccolta dati è avvenuto analizzando utilizzo per ogni sede e tipologia di impianto che consuma energia.

Sono state in seguito raccolti e analizzati i seguenti dati:

- Fatture Energetiche;
- Misuratori di Consumo;
- Registri Interni aziendali.
- Energy Mix comunicato da fornitori terzi (anno 2022);

ENERGIA ED EMISSIONI

LA CREAZIONE DI VALORE: LE AZIONI INTRAPRESE

CALCOLO DELLE EMISSIONI DI CO2

Nell'ambito della rendicontazione delle performance ambientali, le emissioni di gas a effetto serra (GHG) vengono suddivise secondo tre categorie (Scope), in conformità con il Greenhouse Gas Protocol, standard di riferimento riconosciuto a livello internazionale. Di seguito si descrivono nel dettaglio gli Scope 1 e 2, ovvero le emissioni dirette e indirette più strettamente legate al controllo operativo dell'impresa.

Scope 1 – Emissioni dirette

Lo Scope 1 comprende tutte le emissioni dirette di gas serra che derivano da fonti possedute o controllate direttamente dall'organizzazione. Si tratta di emissioni la cui origine può essere ricondotta con certezza alle attività operative aziendali. Nello specifico, rientrano in questa categoria:

- Emissioni da combustione stazionaria: originate da impianti di produzione di energia termica, elettrica o frigorifera (es. caldaie, gruppi elettrogeni, forni industriali) alimentati a combustibili fossili;
- Emissioni da combustione mobile: generate dall'utilizzo di carburanti nei mezzi di trasporto aziendali (es. autoveicoli di proprietà, in leasing operativo o finanziario, o altri mezzi gestiti direttamente);
- Emissioni da fughe e rilasci tecnici: comprendono perdite volontarie o accidentali di gas serra provenienti da impianti di refrigerazione, climatizzazione, antincendio, o altri sistemi tecnici contenenti sostanze come HFC, CFC, SF₆.

La gestione e la riduzione delle emissioni Scope 1 rappresentano un ambito di responsabilità diretta dell'azienda, con possibilità di intervento immediato attraverso l'efficientamento energetico, la transizione a tecnologie a basse emissioni e l'adozione di combustibili alternativi.

Scope 2 – Emissioni indirette da energia acquistata

Lo Scope 2 si riferisce alle emissioni indirette di gas serra associate alla produzione di energia elettrica, calore, vapore o raffrescamento acquistati e consumati dall'impresa nel corso delle sue attività operative. Anche se tali emissioni avvengono presso le centrali di produzione dei fornitori energetici e non nei siti aziendali, esse sono attribuibili all'organizzazione in quanto fruitrice finale.

Le emissioni Scope 2 vengono tipicamente quantificate con due approcci:

- Location-based: considera l'intensità emissiva media della rete nazionale in cui l'azienda è connessa;
- Market-based: riflette l'effettiva scelta di fornitura elettrica (es. da fonti rinnovabili certificate tramite Garanzie d'Origine), offrendo una misura più rappresentativa della strategia ambientale adottata.

Ridurre lo Scope 2 è possibile mediante l'acquisto di energia da fonti rinnovabili, l'installazione di impianti di autoproduzione (es. fotovoltaico) o la stipula di contratti di fornitura a basse emissioni, coerenti con politiche ESG avanzate.

ENERGIA ED EMISSIONI

LA CREAZIONE DI VALORE: LE AZIONI INTRAPRESE

METODOLOGIA PER IL CALCOLO DELLE EMISSIONI DI CO2

Il calcolo delle emissioni di gas a effetto serra (GHG) è stato effettuato internamente in conformità con lo standard internazionale Greenhouse Gas Protocol (GHG Protocol).

Il GHG Protocol è stato sviluppato nel 1997 grazie a una collaborazione tra il World Resources Institute (WRI) e il World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), con l'obiettivo di fornire uno standard comune, trasparente e comparabile per la misurazione e il reporting delle emissioni climalteranti. Dopo circa quattro anni di consultazioni, è stata pubblicata la prima edizione del documento di riferimento, intitolata "A Corporate Accounting and Reporting Standard", che costituisce tutt'oggi la base metodologica per la rendicontazione delle emissioni aziendali.

Il GHG Protocol si è evoluto in una piattaforma integrata di linee guida, strumenti e standard settoriali, utilizzata da imprese, governi e organizzazioni non governative in tutto il mondo per la gestione della carbon footprint, la definizione di strategie di decarbonizzazione e la conformità alle normative in materia di cambiamento climatico.

APPROCCIO METODOLOGICO ADOTTATO: CONTROL APPROACH OPERATIVO

Nel rispetto del GHG Protocol, l'azienda ha scelto di adottare il Control Approach – criterio operativo per la definizione del proprio perimetro di rendicontazione. Questo approccio considera all'interno del perimetro di calcolo tutte le emissioni derivanti da attività e risorse operative su cui l'azienda detiene il controllo gestionale, ovvero la capacità di introdurre e applicare politiche operative, anche in assenza di piena proprietà giuridica.

In concreto, ciò significa che sono state incluse nel conteggio:

- tutte le emissioni dirette (Scope 1) generate da impianti, veicoli o apparecchiature sotto il controllo dell'azienda;
- tutte le emissioni indirette (Scope 2) associate all'energia elettrica, termica o frigorifera acquistata per gli usi aziendali;

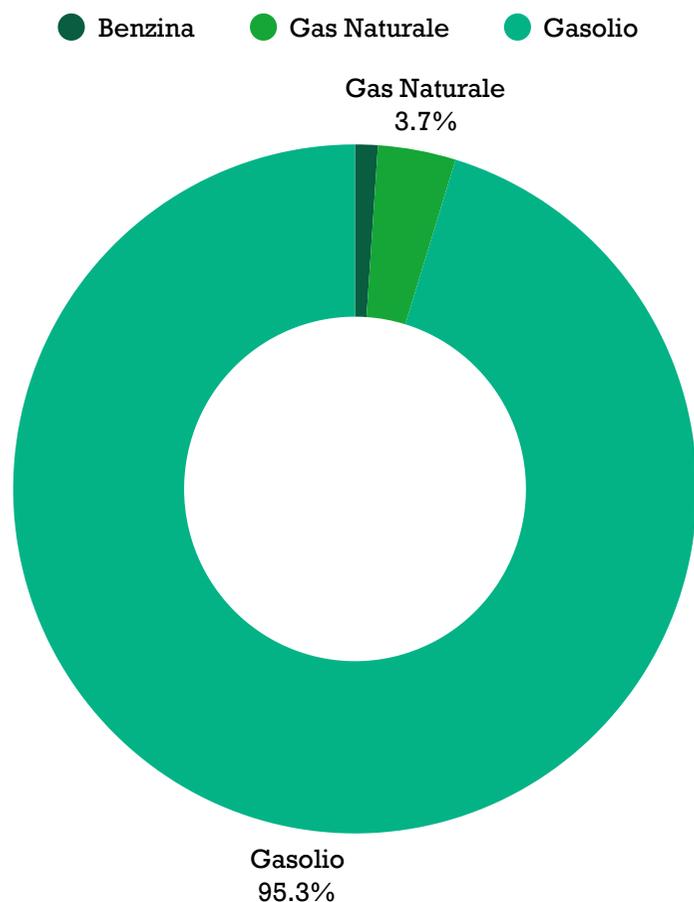
L'utilizzo del Control Approach consente di rappresentare in maniera coerente e trasparente l'impatto ambientale derivante dalle effettive attività gestionali dell'impresa, facilitando la misurazione dei miglioramenti ambientali e il monitoraggio continuo degli obiettivi di decarbonizzazione.

Seguono i risultati delle emissioni dell'azienda per l'anno 2024.

ENERGIA ED EMISSIONI

LA CREAZIONE DI VALORE: LE AZIONI INTRAPRESE RISULTATI MIX ENERGETICO IN OUTPUT

EMISSIONI SCOPE 1



SCOPE 1	2024
48. a) Emissioni lorde di GES di ambito 1 in tCO ₂ eq	51,35
48. b) Percentuale di emissioni di GES di ambito 1 coperta da sistemi regolamentati di scambio di quote di emissioni	0%

Nel corso del periodo rendicontato, Paradigma Italia ha generato **51,35 tonnellate di CO₂e** da combustione di combustibili fossili per usi diretti (emissioni Scope 1).

Tali emissioni derivano quasi esclusivamente dall'utilizzo di gasolio, responsabile di **48,91 tCO₂e**, corrispondenti a circa il **95% delle emissioni** dirette registrate.

Un quantitativo residuale (1,89tCO₂e) proviene dall'utilizzo di gas naturale utilizzato per il riscaldamento delle sedi.

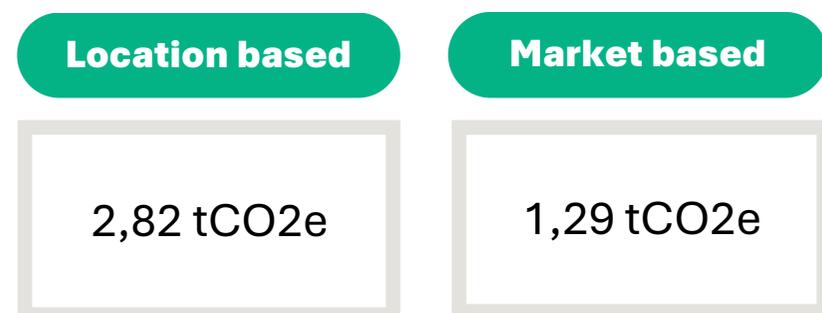
Questo dato conferma che l'impatto diretto è fortemente concentrato sul settore dei trasporti, ad oggi indispensabile per fornire al cliente un servizio efficiente e tempestivo .

ENERGIA ED EMISSIONI

LA CREAZIONE DI VALORE: LE AZIONI INTRAPRESE RISULTATI MIX ENERGETICO IN OUTPUT

EMISSIONI SCOPE 2

Emissioni totali generate dall'acquisto di energia elettrica



Paradigma riporta nel proprio **mix energetico** il valore medio dei mix dei contratti di fornitura delle sue varie sedi. Nel periodo da gennaio a ottobre 2024, una delle sue sedi utilizzava un fornitore ancora a maggioranza di fonti non rinnovabili; a partire da novembre 2024 anche questa sede è passata ad un contratto al **100% di fonti rinnovabili** garantito.

Il valore più basso risultante dal calcolo "**Market based**" è dovuto proprio al mix energetico con una percentuale maggiore di fonti rinnovabili rispetto al mix nazionale di produzione ed è un indicatore dell'impegno preso da Paradigma nel diminuire il suo impatto ambientale

FONTI DI ENERGIA ELETTRICA	MIX ITALIA	MIX AZIENDA
Fonti rinnovabili	46,3%	77%
Fonti non rinnovabili	53,7%	22%
Nucleare	0%	1%

INTENSITÀ EMISSIVA

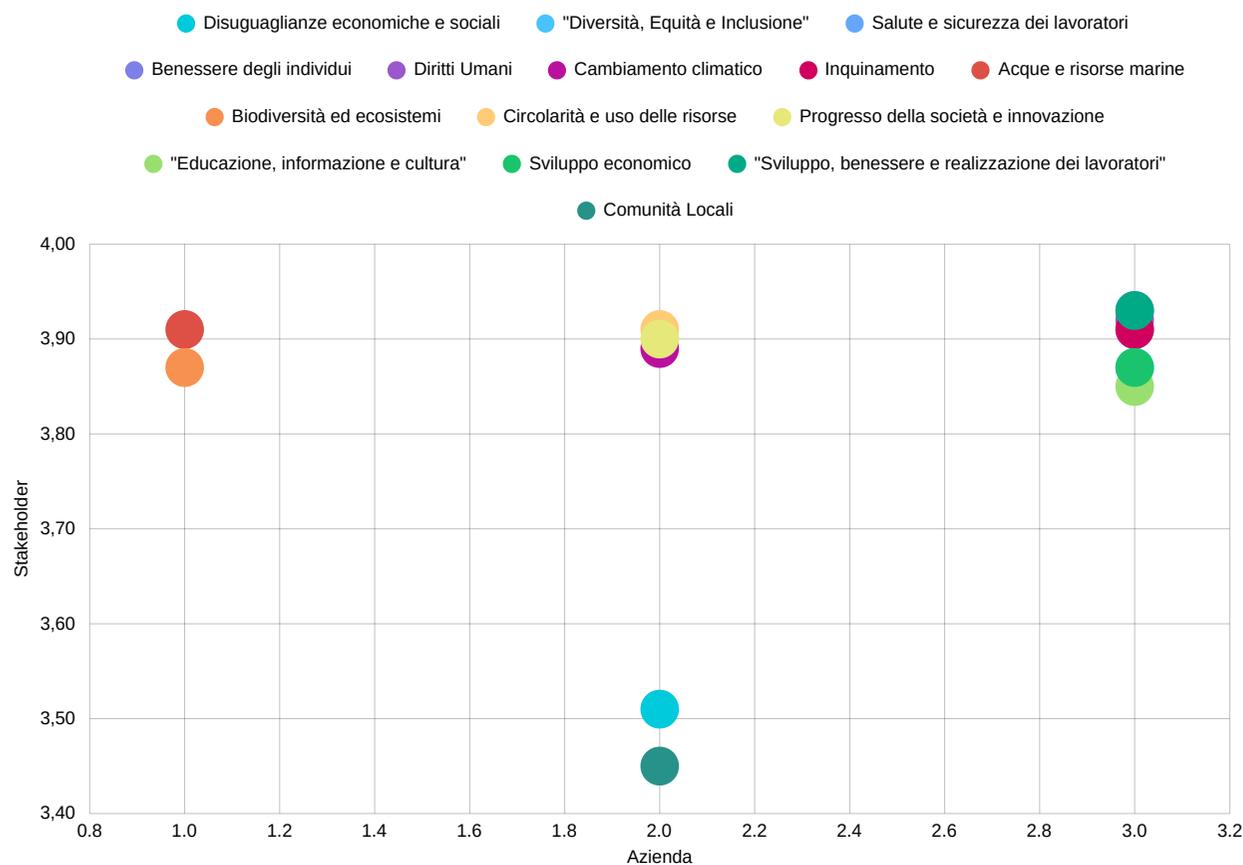
Il totale emesso da Paradigma (Scope 1+Scope 2) per l'anno 2024 è pari a **52,63 tCO₂e**.

A fronte di ricavi netti pari a 17,2 Mln€, l'intensità emissiva risulta pari a **3,05 tCO₂e** per milione di euro di ricavi netti.

SOSTENIBILITÀ

LA CREAZIONE DI VALORE: La Matrice di materialità

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.



Parametri di riferimento

0 - non applicabile, 1 - non rilevante/trascurabile, 2 - poco rilevante, 3 - abbastanza rilevante, 4 - molto rilevante/core business

Elemento	Azienda	Stakeholder
Disuguaglianze economiche e sociali	2	3,51
Diversità, Equità e Inclusione	3	3,87
Salute e sicurezza dei lavoratori	3	3,91
Benessere degli individui	3	3,93
Diritti Umani	3	3,92
Cambiamento climatico	2	3,89
Inquinamento	3	3,91
Acque e risorse marine	1	3,91
Biodiversità ed ecosistemi	1	3,87
Circolarità e uso delle risorse	2	3,91
Progresso della società e innovazione	2	3,90
Educazione, informazione e cultura	3	3,85
Sviluppo economico	3	3,87
Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori	3	3,93
Comunità Locali	2	3,45

NOTE METODOLOGICHE

La presente Relazione d’Impatto, riferita al periodo 2024, è stata redatta con il supporto di un consulente esterno secondo i principali standard internazionali di rendicontazione della sostenibilità, in particolare i GRI Standards (Global Reporting Initiative), e gli standard europei ESRS (European Sustainability Reporting Standards), inclusi ESRS E1 (Ambiente), ESRS S1 (Lavoro e Diritti Umani) e ESRS G1 (Governance). Questi framework sono stati scelti per garantire un’accurata e completa comunicazione delle performance ambientali, sociali e di governance (ESG), rispondendo così alle esigenze di trasparenza e responsabilità verso gli stakeholder.

Il documento è stato approvato dalla figura nominata dall’azienda come Responsabile della Sostenibilità e dagli organi di controllo, con una valutazione specifica sulla completezza e coerenza dei temi materiali individuati attraverso il processo di analisi di materialità, che ha coinvolto stakeholder interni ed esterni.

Il perimetro di rendicontazione si riferisce esclusivamente alla singola entità giuridica dell’azienda (o, se applicabile, a un gruppo di società come specificato nel documento) e copre tutte le attività, le sedi operative e gli impatti diretti connessi alla gestione dell’organizzazione nel periodo considerato.

La redazione della Relazione d’Impatto è avvenuta su base volontaria, come strumento di responsabilità e trasparenza verso gli stakeholder, e non costituisce una Dichiarazione Non Finanziaria ai sensi del D. Lgs. n. 254/2016 o altra normativa equivalente.

Il presente documento, salvo diversa dichiarazione, non è stato oggetto di verifica, revisione o certificazione da parte di enti terzi indipendenti.

TABELLE DI RICONCILIAZIONE

ENVIRONMENTAL

 Tabella di riconciliazione GRI - SABI			Strumento di Autovalutazione della Buona Impresa 		
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	Ècosistema 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	Ècosistema 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	Ècosistema 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

SOCIAL



Tabella di riconciliazione GRI - SABI



GRI Standards			Strumento di Autovalutazione della Buona Impresa		
			SEZIONE	DIMENSIONE	ELEMENTO
401-1	ESRS S1	S1-6: 50 (c)	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	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
			Valore Economico	Condivisione del valore economico	Condivisione con i lavoratori
401-3	ESRS S1	S1-15: 93	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Welfare aziendale e benefit
402-1	Minimum Disclosure requirements	S1: Politiche, azioni, obiettivi	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Prospettive e tutela dei lavoratori
403-1	ESRS S1	S1-1: 23	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Sicurezza sul posto di lavoro
			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Salute e Sicurezza sul lavoro
403-2	ESRS S1	S1-3: 32 (b) and 33	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Sicurezza sul posto di lavoro
			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Salute e Sicurezza sul lavoro
403-3			Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Sicurezza sul posto di lavoro
			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Salute e Sicurezza sul 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
			Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Chiarezza organizzativa
404-3	ESRS S1	S1-13: 83 (a) and 84	Lavoro	Sviluppo e partecipazione	Formazione e sviluppo professionale
			Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Creazione e remunerazione del lavoro
405-1	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

SOCIAL

	ESRS S1	S1-16: 97 and 98	Lavoro	Realizzazione professionale	Valorizzazione delle differenze e inclusione
405-2			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Diversità e Non discriminazione
			Lavoro	Realizzazione professionale	Valorizzazione delle differenze e inclusione
406-1	ESRS S1	S1-17: 97, 103 (a), AR 103	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Diversità e Non discriminazione
407-1	Minimum Disclosure requirements	S1&S2: Politiche, azioni, obiettivi	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Qualità dei rapporti con i fornitori
			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 ESRS S2	14 (f); S1-1: 22 11 (b); S2-1: 18	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Qualità dei rapporti con i fornitori
			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Diritti Umani e del lavoro
			Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Prospettive e tutela dei lavoratori
410-1	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
			Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Welfare aziendale e benefit
412-1			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Diritti Umani e del lavoro
			Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Prospettive e tutela dei lavoratori
412-2			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 ESRS S3	SBM-3 48 (c); 9 (a) i and (b)	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Comunità Locali
			Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Qualità dei rapporti con i fornitori
414-1	ESRS G1	G1-2: 15 (b)	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Supply Chain - valutazione sociale
414-2	ESRS 2	SBM-3: 48 (c) i and iv	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Supply Chain - valutazione sociale
			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
			Prodotto	Qualità dell'offerta	Sicurezza e tutela del cliente
416-2	ESRS S4	S4-4: 35	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Salute e Sicurezza dei clienti
			Prodotto	Qualità dell'offerta	Sicurezza e tutela del cliente
417-1			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Salute e Sicurezza dei clienti
			Prodotto	Qualità dell'offerta	Sicurezza e tutela del cliente
417-2			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Salute e Sicurezza dei clienti
			Prodotto	Qualità dell'offerta	Sicurezza e tutela del cliente
417-3			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

GOVERNANCE

GRI		Tabella di riconciliazione GRI - SABI			Strumento di Autovalutazione della Buona Impresa		
GRI Standards	ESRS	ESRS DATA POINT	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		

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	not covered		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			Valore Economico	Condivisione del valore economico	Remunerazione dei servizi pubblici

DESCRIZIONE ELEMENTI BUONA IMPRESA

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

ELEMENTI BUONA IMPRESA LAVORO

Parametro	Elemento	Descrizione
IMPEGNO CONTRATTUALE E WELFARE	CREAZIONE E REMUNERAZIONE DEL LAVORO	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).
	QUALITÀ DEI RAPPORTI CON I FORNITORI	garantire ai fornitori condizioni contrattuali soddisfacenti, ricercando equità e correttezza lungo la filiera.
	SICUREZZA SUL POSTO DI LAVORO	Offrire un ambiente di lavoro sicuro, accogliente, pulito e curato. Garantire i massimi livelli di sicurezza possibili, adeguandosi alle normative esistenti.
	WELFARE AZIENDALE E BENEFIT	Prevedere misure volte a migliorare la vita privata e lavorativa dei collaboratori, e la conciliazione tra le due.
	PROSPETTIVE E TUTELA DEI LAVORATORI	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.
SOSTENIBILITÀ DEL MODELLO ORGANIZZATIVO	COESIONE CON I LAVORATORI	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

SVILUPPO E PARTECIPAZIONE	CHIAREZZA ORGANIZZATIVA	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.
	VALORIZZAZIONE DELLE DIFFERENZE E INCLUSIONE	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.
	SOSTEGNO ALL'INDOTTO	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.
	COERENZA RUOLO-PERSONA	Curare la coerenza tra il ruolo e le competenze, attitudini e aspirazioni delle persone, in modo da favorire la loro realizzazione professionale.
	FORMAZIONE E SVILUPPO PROFESSIONALE	Fornire alle persone occasioni di sviluppo, pianificando e condividendo percorsi volti a sviluppare competenze e capacità, attraverso la formazione e l'esperienza qualificata.
	RELAZIONI E COLLABORAZIONE	Stimolare tra le persone collaborazione, solidarietà, spirito di squadra, valorizzando complementarità, confronto e dialogo sia tra pari che tra capo e collaboratori.
	VALORIZZAZIONE DELLE DIFFERENZE E INCLUSIONE	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..)
	RICONOSCIMENTO	Riconoscere il contributo del lavoro dei singoli, valorizzando impegno e risultati ottenuti, in modo da favorire soddisfazione, motivazione e partecipazione al progetto.

ELEMENTI BUONA IMPRESA GOVERNANCE

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?

ELEMENTI BUONA IMPRESA VALORE ECONOMICO

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.
SOSTENIBILITA' 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 paziente.
	INVESTIMENTI	Elaborare strategie di investimento adeguate a sostenere lo sviluppo futuro del business (es. Ricerca e sviluppo, macchinari e impianti, tecnologie, etc.).

IL RESPONSABILE D'IMPATTO
