

tomasi
A U T O



RAPPORTO DI

SOSTENIBILITÀ
2022

Sommario

Lettera agli stakeholder	5
1. Chi siamo	9
1.1 L'identità aziendale	9
1.2 La storia e i valori di Tomasi Auto.....	11
1.3 Il mercato, i processi e le relazioni di business.....	12
2. Il nostro secondo rapporto di sostenibilità	15
2.1 I criteri per la redazione del rapporto	15
2.2 Lo stakeholder engagement.....	16
2.3 L'analisi di materialità.....	18
3. Il ruolo centrale di una governance solida e innovativa	21
3.1. Creazione di valore aziendale	22
3.2. Innovazione digitale	24
3.2. Innovazione digitale	25
4. L'impegno per preservare il pianeta che ci ospita	27
4.1. Mobilità sostenibile.....	27
4.2. Salvaguardia dell'ambiente	28
5. L'attenzione alle persone	35
5.1 Benessere e crescita dei lavoratori	35
5.1.1 Salute e sicurezza	41
5.2 Relazione con le comunità locali	43
5.3 Soddisfazione del cliente.....	44
Disclosure on Management Approach	47
Appendice	60



Lettera agli *stakeholder*

2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile



Cari lettori,

Anche quest'anno mi rivolgo a Voi con profonda gratitudine per testimoniare la crescita di Tomasi Auto, una realtà imprenditoriale che va oltre il mero concetto di espansione economica, proiettandosi verso il futuro e l'innovazione.

In questo report di sostenibilità, desidero condividere con tutti gli stakeholder, diretti e indiretti, la nostra visione e missione, focalizzandoci sul tema cruciale della sostenibilità, intesa come connubio armonico tra ambiente, sociale ed economico.

Tomasi Auto è più di un'impresa, è un modello imprenditoriale radicato nei valori di una famiglia che da generazioni si impegna nella creazione di valore, non solo per sé stessa ma anche per la comunità circostante. Le persone e il loro benessere sono il fulcro dei nostri sforzi. Gli investimenti del 2022 si riflettono immediatamente sulla soddisfazione dei clienti, alimentando il loro rapporto con noi. Attraverso iniziative sociali, la piantumazione di alberi e la collaborazione con centri di formazione e Onlus, stiamo restituendo valore al territorio, estendendo il nostro impegno oltre i confini locali.

Oltre all'impegno per l'avvio di un impianto di ricondizionamento per veicoli usati all'avanguardia che rispetti i parametri dell'industria 4.0, abbiamo proseguito ad ampliare il nostro sostegno alle comunità locali e continuato a intraprendere collaborazioni significative i centri di formazione professionale, investendo nella crescita e nello sviluppo delle risorse umane.

In risposta alle sfide ambientali, stiamo riducendo il consumo idrico ed energetico per ogni veicolo venduto, con un particolare focus sulla promozione della mobilità elettrica. La stesura di un codice etico è in corso, formalizzando i nostri principi etico-sociali e delineando le responsabilità della nostra organizzazione. Contestualmente, stiamo potenziando la tracciabilità delle informazioni, rendendo i nostri processi aziendali ancora più trasparenti e condivisi.

L'impegno profondo di Tomasi Auto nei confronti della sostenibilità ambientale nel corso del 2022 si è manifestato in iniziative tangibili e significative. Un esempio di questo impegno è il progetto "Pianta un Albero", lanciato il 22 aprile 2022 in occasione della Giornata Mondiale della Terra. Per ogni autoveicolo venduto dalla nostra concessionaria, si pianta un albero, contribuendo in modo concreto alla lotta contro il cambiamento climatico.

Oltre a questo, stiamo valutando un'altra iniziativa ambientale chiamata "Adotta una Spiaggia" in collaborazione con l'associazione Marevivo. Questa iniziativa testimonierebbe il nostro impegno nella protezione del mare e

“

È di fondamentale importanza sottolineare quanto ci stia a cuore la tutela dell'ambiente. Intendiamo orientare il nostro futuro come azienda automobilistica verso una presenza più sostenibile, mirando a ridurre il nostro impatto ambientale

”

delle sue preziose risorse. Con questo progetto, ci vogliamo impegnare a finanziare la conservazione della biodiversità, la lotta contro l'inquinamento e la pesca illegale, contribuendo attivamente a preservare gli ecosistemi marini.

È di fondamentale importanza sottolineare quanto ci stia a cuore la tutela dell'ambiente. Intendiamo orientare il nostro futuro come azienda automobilistica verso una presenza più sostenibile, mirando a ridurre il nostro impatto ambientale. Questa visione riflette la nostra responsabilità etica nei confronti delle generazioni future e la nostra volontà di garantire loro un pianeta sano e sostenibile.

Voglio esprimere un sincero ringraziamento a tutte le persone che hanno lavorato con noi in un anno caratterizzato da grande dinamismo. La nostra crescita è il risultato della collaborazione e dell'impegno di ognuno di voi, e continueremo a crescere insieme.

Grazie per la vostra fiducia e supporto.

Cordiali saluti,

Franco Tomasi
AD Tomasi Auto





1.

Chi siamo

Da oltre vent'anni siamo punto di riferimento nella distribuzione indipendente e multimarca del settore automobilistico. L'ampia gamma di vetture nuove e usate e di servizi che mettiamo a disposizione dei clienti, unita all'alta professionalità dei collaboratori che operano con noi, rendono il nostro marchio sinonimo di affidabilità e di competitivo rapporto qualità-prezzo in tutta Italia.

1.1 L'identità aziendale

- 2-1 Dettagli organizzativi
 - 2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business
 - 2-9 Governance e composizione degli organi di governo
 - 2-10 Nomina e selezione degli organi di governo
 - 2-11 Presidente del più alto organo di governo
 - 2-12 Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti
 - 2-13 Delega di responsabilità per la gestione di impatti
 - 2-15 Conflitti d'interesse
 - 2-16 Comunicazione delle criticità
 - 2-17 Competenze del più alto organo di governo
 - 2-18 Valutazione delle performance del più alto organo di governo
 - 2-19 Norme riguardanti le remunerazioni
 - 2-20 Procedura di determinazione della retribuzione
 - 2-23 Impegno in termini di policy
 - 2-24 Attuazione degli impegni strategici
 - 2-28 Associazioni di appartenenza
-

Fino al 2022, la proprietà dell'azienda era divisa tra il Presidente Giancarlo Tomasi, detentore del 55% delle quote, e l'Amministratore Delegato Franco Tomasi, che possedeva il 45%. Successivamente, l'azienda è stata acquisita al 100% da FTH S.p.A., holding societaria a conduzione familiare che detiene anche il controllo totale della Società immobiliare Costruire S.r.l., responsabile della gestione di parte degli edifici in cui svolgiamo le nostre attività. Nel corso degli anni, l'azienda ha registrato una notevole crescita ed evoluzione, mantenendo al contempo una robusta struttura gestionale a conduzione familiare.

Un aspetto fondante che ci caratterizza da sempre è il legame con il territorio. Abbiamo la nostra sede storica, nonché sede legale e commerciale, in via Salvo D'Acquisto 2 a Guidizzolo e un'officina per l'assistenza post-vendita in via Leonardo Da Vinci 9. Siamo inoltre presenti a Verona con una sede commerciale e una seconda officina per l'assistenza post-vendita in via Forte Tomba 58/b.

Il nostro marchio registrato è Tomasi Auto Srl



sotto il quale operano quattro divisioni che si occupano di alcuni settori di business specifici:



Gestisce l'assistenza post vendita, le manutenzioni ordinarie e straordinarie dei veicoli



Offre soluzioni su misura per le flotte aziendali



Si occupa di mobilità elettrica con prodotti selezionati tra le più esclusive novità delle case automobilistiche, modelli di high-tech design ad alto tasso di innovazione



ROSSIMOTO

È un concessionario multimarca che vende motocicli Km 0, aziendali e usati garantiti, evoluzione di un brand iconico della città di Verona con oltre 40 anni di storia

Non partecipiamo attivamente o con ruoli significativi ad associazioni di settore o altre associazioni di categoria nazionali o internazionali.

La governance

L'indirizzo strategico aziendale è definito dal Consiglio di Amministrazione composto dal Presidente, che svolge una funzione chiave nella direzione e nel coordinamento dell'azienda, dall'Amministratore Delegato e dal Responsabile Commerciale Parisio Enrico. Questo team guida la nostra realtà combinando la passione a un approccio gestionale in continuo aggiornamento.

Il Consiglio di Amministrazione si riunisce periodicamente con le diverse funzioni interne per effettuare la rendicontazione dei risultati raggiunti e discutere delle strategie da perseguire, comprese quelle nell'ambito della sostenibilità.

L'Amministratore Delegato svolge un ruolo diretto nelle molteplici attività operative, cosa che gli consente di avere una comprensione chiara dei nostri impatti potenziali e di mantenere un costante aggiornamento del Consiglio di Amministrazione. Un ulteriore beneficio che deriva dal coinvolgimento nell'opera-

tività è la possibilità di assumere un ruolo attivo nella gestione dei reclami e di affrontare le problematiche che ne conseguono, nonostante l'assenza di procedure formali specifiche.

Al momento non abbiamo messo a punto processi definiti per garantire la prevenzione e la mitigazione dei conflitti d'interesse nel massimo organo di governo, né procedure di valutazione della performance di tale organo nel controllo dell'impatto gestionale.

Nel contesto dell'alta dirigenza, sono implementate politiche retributive che prevedono l'associazione di una componente variabile alla retribuzione fissa. Questa componente variabile è correlata al raggiungimento di obiettivi personali o organizzativi stabiliti all'inizio dell'anno. Tuttavia non sono ancora state definite delle procedure formali per determinare la retribuzioni.

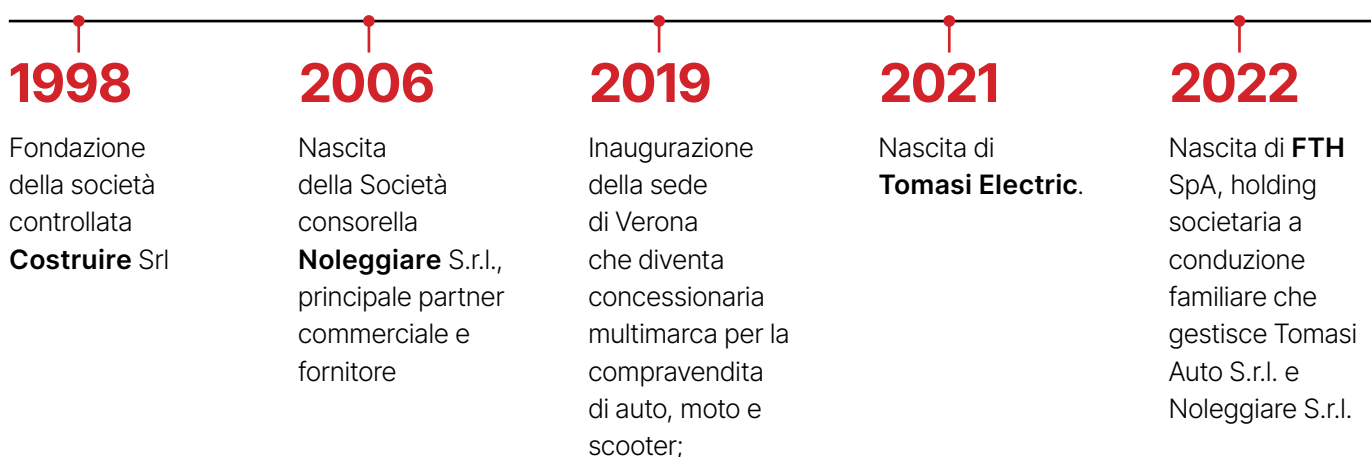
1.2 La storia e i valori di Tomasi Auto

102-1 Nome dell'organizzazione

102-13 Adesione ad associazioni

102-16 Valori, principi, standard e norme di comportamento

Tomasi Auto Srl nasce nel 1997 da un'idea di Giancarlo Tomasi e da allora la crescita della nostra realtà è stata costante, nonché scandita da alcune tappe fondamentali:



I valori che ci guidano non sono cambiati negli anni, primo fra tutti la trasparenza nei confronti dei clienti e degli stakeholder. Fondamentali sono anche i valori dell'indipendenza, capace di generare libertà presso i nostri clienti, della passione, dell'innovazione e dell'efficienza. Questo "bagaglio valoriale" fa parte della nostra realtà quotidiana.

1.3 Il mercato, i processi e le relazioni di business

2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business

9.000
auto vendute

32.000
interventi

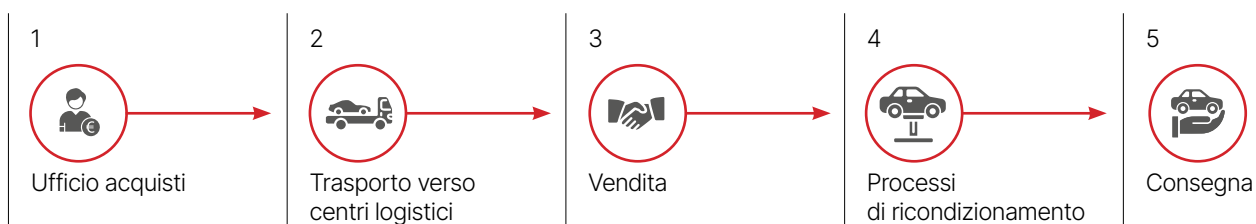
Il nostro è un autosalone multimarca, un tratto che ci consente di gestire in modo indipendente i brand e di modulare l'offerta in base alle tendenze del mercato e alle esigenze mutevoli dei clienti. Ci occupiamo sia di commercializzazioni di vetture destinate ad altri operatori del settore, fra cui piccole strutture di vendita, aziende pubbliche e private, sia di vendita diretta a privati.

Sebbene il nostro mercato di riferimento sia tradizionalmente la vendita di veicoli usati, trattiamo prodotti di ogni tipo: nuovi, a chilometro zero, semestrali.

Offriamo servizi di assistenza post-vendita di diversi marchi, in particolare siamo Service ufficiale per i marchi Fiat, Alfa Romeo, Lancia, Abarth e Fiat Professional; inoltre mettiamo a disposizione pacchetti di assistenza manutentiva e di garanzie estese per le auto che vendiamo.

Infine proponiamo ai nostri clienti soluzioni per il finanziamento al consumo offerte da alcune delle più affidabili società finanziarie quali Findomestic, Fidelity e Avvera.

Il nostro processo più rappresentativo comprende la gestione e la vendita dell'usato così come mostrato dallo schema seguente.



L'ufficio acquisti si occupa della compravendita del veicolo, poi trasportato verso il centro logistico di Guidizzolo. La vendita dell'auto precede il suo ricondizionamento che può avvenire nelle officine di Guidizzolo o di Verona.

Nel corso del 2022 abbiamo attivato una nuova struttura dedicata al ripristino delle vetture da vendere in cui l'intera procedura di ricondizionamento, sia per la parte di meccanica che per quella di carrozzeria, è programmata e gestita in modo centralizzato. Per ulteriori informazioni su questo centro rimandiamo al terzo capitolo del rapporto.

Il controllo della catena di fornitura è fondamentale per noi, specialmente nel mercato dell'usato. I canali da cui acquistiamo le vetture in base alle disponibilità, ai prezzi o alle richieste della nostra clientela sono diversi:

case costruttrici, importatori, ditte di noleggio e broker. Un'altra fonte di approvvigionamento che sta assumendo rilevanza è l'acquisto dai privati.

L'assistenza post-vendita ai clienti è un altro passaggio estremamente significativo, da sempre centrale nel nostro modello di business. Riteniamo indispensabile assistere direttamente la clientela, motivo per cui abbiamo spesso investito per potenziare la crescita e la formazione del personale e migliorare l'efficienza dei processi.

Siamo un punto di assistenza ufficiale FCA per i marchi Fiat, Alfa Romeo, Lancia, Abarth, Fiat Professional e facciamo parte del circuito delle officine Marelli CheckStar. Per tutte le vetture vendute siamo in grado di erogare direttamente i servizi di assistenza periodica, gli interventi di manutenzione meccanica e di eseguire gli interventi di cambio delle gomme e sostituzione dei cristalli; supportiamo il cliente in caso di sinistro curando in prima persona il rapporto con le compagnie assicurative per la perizia e la liquidazione.

Anche in questo caso la catena di fornitura è un aspetto cruciale: l'acquisto dei ricambi avviene attraverso la rete ufficiale FCA per quanto riguarda il materiale delle vetture dei marchi rappresentati; per gli altri marchi acquistiamo da ricambisti specializzati seguendo logiche di disponibilità degli articoli richiesti e di prezzo.

Il servizio di carrozzeria, presente sia nella fase di ricondizionamento del processo di vendita sia in quella di assistenza post-vendita, è esternalizzato a strutture che collaborano con noi da molti anni garantendo l'alta qualità di tutta l'operazione di ripristino.





2.

Il nostro secondo rapporto di sostenibilità

102-48 Revisione delle informazioni

102-49 Modifiche nella rendicontazione

Tra gli elementi che contraddistinguono il nostro modo di fare impresa c'è senza dubbio una relazione profonda con il territorio, unita alla ricerca costante di soluzioni innovative che per noi sono funzionali a un miglioramento continuo. In questo contesto si inserisce la scelta di investire tempo ed energie nella creazione del nostro primo rapporto di sostenibilità, che rappresenta per noi una duplice sfida:

1. integrare la gestione responsabile dei cosiddetti temi ESG, cioè quelli che hanno a che vedere con l'ambiente (*Environment*), il sociale (*Social*) e la *Governance*, nel *business* aziendale;
2. sviluppare un importante strumento di comunicazione e condivisione delle strategie e degli obiettivi nell'ambito della sostenibilità ambientale, sociale ed economica.

2.1 I criteri per la redazione del rapporto

2-2 Entità incluse nel perimetro di rendicontazione

2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e contatto di riferimento

2-5 Assurance esterna

I dati e le informazioni di carattere qualitativo e quantitativo riportati in questo rapporto fanno riferimento all'anno 2022 e riguardano le attività di ricondizionamento, vendita e assistenza post-vendita svolte dalla nostra Società.

Abbiamo elaborato il rapporto di sostenibilità in conformità della versione più aggiornata dei Sustainability Reporting Standards pubblicati dalla Global Reporting Initiative (GRI), principale riferimento internazionale per la rendicontazione della sostenibilità. Per il 2022 abbiamo scelto di redigere il rapporto con riferimento ai nuovi standard GRI.

I principi seguiti per garantire la qualità delle informazioni e la loro corretta presentazione sono:

- Accuratezza
- Equilibrio
- Chiarezza
- Comparabilità
- Completezza
- Contesto di sostenibilità
- Tempestività
- Verificabilità

La redazione del documento ha interessato molteplici funzioni aziendali che hanno contribuito alla raccolta dei dati necessari e alla loro corretta contestualizzazione.

Questo rapporto non è soggetto a verifica da parte di Società esterne.

Per richiedere qualsiasi informazione è possibile contattare Giovanni Agugiaro all'indirizzo e-mail giovanniagugiaro@tomasiauto.com.

2.2 Lo stakeholder engagement

2-29 Approccio allo stakeholder engagement

Lo stakeholder engagement ci permette di coinvolgere i nostri portatori d'interesse e di raccogliere punti di vista, istanze e aspettative. Come nel rapporto precedente, il processo si articola in due fasi:

- 1) Identificazione degli stakeholder rilevanti



Consideriamo rilevanti le categorie di stakeholder che possono influenzare direttamente o indirettamente le nostre attività e che, a loro volta, possono esserne condizionate. Per individuarle abbiamo adottato i principi riportati nello standard AA1000 Stakeholder Engagement: Responsabilità, Influenza, Vicinanza/Prossimità, Dipendenza, Rappresentatività. Così facendo abbiamo riconosciuto le tipologie dettagliate nella tabella seguente.

Categoria di stakeholder	Definizione
Lavoratori	Chi opera alle dipendenze o per conto di Tomasi Auto, inclusi i liberi professionisti
Fornitori per la vendita	Chi fornisce le automobili a Tomasi Auto, anche tramite intermediari (fornitori indiretti), e le piattaforme di vendita
Fornitori di credito al consumo	Gli istituti che garantiscono credito al consumo a Tomasi Auto
Clienti	Fruitori dei prodotti e dei servizi di Tomasi Auto
Società e comunità locali	Il contesto sociale dei territori in cui si trovano i siti di Tomasi Auto e capace di influenzare le attività aziendali
Istituzioni	Il complesso delle istituzioni che può avere un impatto diretto o indiretto sul lavoro di Tomasi Auto (es: Comune, istituti scolastici)
Istituti finanziari	Banche e istituti di credito che possono contribuire al finanziamento dell'operatività di Tomasi Auto
Associazioni e ONG	Associazioni e organizzazioni private senza scopo di lucro che possono agire negli ambiti che condizionano direttamente o indirettamente i processi aziendali di Tomasi Auto
Media e stampa	Mezzi di informazione internazionali, nazionali e locali che possono influenzare le attività di Tomasi Auto

2) Definizione delle modalità di coinvolgimento e realizzazione dell'ascolto

La seconda fase dello stakeholder engagement consiste nella definizione delle modalità di coinvolgimento delle categorie di portatori d'interesse identificate come rilevanti. In coerenza con il precedente rapporto abbiamo riproposto l'ascolto di tipo indiretto che consiste nella selezione e nell'analisi della documentazione relativa agli stakeholder funzionale a ricostruire opinioni e istanze sui nostri temi prioritari. Attraverso questa analisi abbiamo individuato i temi di maggiore interesse per gli stakeholder e definito la loro rilevanza.

2.3 L'analisi di materialità

2-4 Aggiornamento delle informazioni

2-14 Ruolo del più alto organo di governo nella rendicontazione della sostenibilità

3-1 Processo di determinazione dei temi materiali

3-2 Elenco dei temi materiali

L'analisi di materialità è il principale riferimento per la preparazione dei rapporti di sostenibilità secondo gli standard GRI. Questa analisi contribuisce a definire la soglia a partire da cui i temi diventano significativi e devono essere rendicontati poiché influenzano decisioni, azioni e performance dell'Azienda e dei suoi stakeholder.

Dal gennaio 2023 un aggiornamento degli standard GRI ha posto maggiormente l'accento sugli impatti che interessano l'ambiente, l'economia e la società.

La valutazione dei più importanti impatti attuali e potenziali della nostra realtà è stata il punto di partenza per rielaborare l'elenco dei temi del precedente rapporto e rivederne l'ordine d'importanza basandosi sull'analisi di quest'anno.

Il Consiglio di Amministrazione ha incaricato la dirigenza di valutare gli impatti ESG tramite un questionario che prevede l'assegnazione di punteggi sull'importanza e la probabilità di avvenimento a differenti impatti correlati allo svolgimento dell'attività aziendale. La rilevanza di ciascun impatto è stata determinata dal prodotto tra i punteggi di importanza e di probabilità. Abbiamo poi aggregato gli impatti per creare la lista dei temi materiali, che è stata classificata in base alla media dei punteggi di rilevanza degli impatti associati a ciascun tema. Nella fase di classificazione abbiamo tenuto in considerazione il punto di vista degli stakeholder emerso dal coinvolgimento indiretto. Tutti i temi identificati hanno superato la soglia di materialità stabilita, risultando quindi materiali.

Questa attività ha portato al riconoscimento dei seguenti temi materiali, riportati in ordine di priorità.



Impatto	Tema materiale	Definizione del tema
Selezione del personale senza pregiudizi culturali legati al genere o ad altri orientamenti personali		
Valorizzazione del lavoro dei collaboratori		
1. Accrescimento del senso di appartenenza aziendale nei dipendenti	Benessere dei collaboratori	La tutela e la promozione del benessere e della realizzazione dei collaboratori anche attraverso l'attenzione alla crescita professionale.
Promuovere condizioni di lavoro soddisfacenti		
Contributo allo sviluppo di una società più etica		
2. Aumento di competitività nel mercato per adeguata valutazione di rischi e opportunità	Creazione di valore aziendale	La solidità dell'Azienda e la sua capacità di creare valore e distribuirlo sia all'interno sia all'esterno dei confini aziendali.
Consolidamento della reputazione e del rapporto di fiducia verso l'Azienda		
3. Contributo al passaggio a un'economia a minor uso di risorse grazie allo sviluppo di servizi sostenibili e innovativi	Innovazione digitale	L'innovazione dei processi e lo sviluppo digitale come strumenti chiave per il miglioramento continuo e l'incremento della competitività.
Aumento della competitività dell'Azienda		
4. Aumento della soddisfazione del cliente anche per la qualità degli aspetti accessori/post-vendita	Soddisfazione del cliente	L'abilità di fornire un'esperienza d'acquisto e servizi di qualità con attenzione ai dettagli e alla sicurezza informativa.
Aumento della soddisfazione del cliente anche per gli aspetti di sicurezza informativa e di privacy		
5. Contributo allo sviluppo economico e sociale del territorio	Relazione con le comunità locali	La cura del rapporto con il territorio locale e la partecipazione al suo sviluppo.
Promuovere iniziative locali per sostenere il benessere della comunità		
6. Promozione di veicoli a basse emissioni per favorire una mobilità sostenibile	Mobilità sostenibile	Ridurre l'impatto ambientale del trasporto su strada promuovendo veicoli a basse emissioni ed estendendo la vita dei veicoli.
Estensione della vita dei veicoli		
7. Limitazione del contributo indiretto al cambiamento climatico per l'emissione di gas a effetto serra a monte e a valle del processo produttivo	Salvaguardia dell'ambiente	L'attenzione e l'impegno a una gestione sostenibile delle risorse materiali, energetiche, idriche e delle emissioni di gas serra legate all'uso dei veicoli.
Impatto ambientale determinato dallo smaltimento dei rifiuti giunti a fine vita		
Promozione di veicoli a basse emissioni		
Riduzione dei costi per acquisto di energia		
Diffondere la cultura della sostenibilità lungo la filiera		
8. Consolidamento della reputazione e del rapporto di fiducia verso l'Azienda	Etica e trasparenza	Il rispetto dei principi etici nello svolgimento di tutte le attività e in particolar modo la trasparenza come valore fondamentale delle relazioni di mercato.
Contributo allo sviluppo di una società più etica		
Rispetto della normativa socio-economica e ambientale applicabile		

Rispetto al rapporto precedente l'analisi di materialità ha identificato l'importanza aggiuntiva del tema della mobilità sostenibile, mentre la valutazione dei nostri impatti ha determinato un riposizionamento delle priorità dei temi materiali.

Tutti i temi proposti sono risultati materiali, avendo ricevuto una valutazione superiore alla soglia di materialità fissata a 2.

Grazie a questo lavoro abbiamo potuto formalizzare le seguenti considerazioni. Abbiamo assegnato i punteggi più alti ai temi Benessere dei collaboratori, Creazione di valore aziendale e Sod-

disfazione del cliente. Riteniamo che la creazione di un ambiente di lavoro positivo e stimolante sia un elemento fondamentale per il successo della nostra Azienda in quanto favorisce la motivazione e la produttività dei collaboratori, permettendo loro di offrire prodotti e servizi di alta qualità in grado di soddisfare le esigenze dei clienti.

Un altro tema a cui abbiamo assegnato il punteggio massimo è l'Innovazione digitale. Infatti, ci impegniamo costantemente per offrire soluzioni all'avanguardia in linea con le esigenze di mercato, contribuendo così allo sviluppo tecnologico del settore automotive.

Inoltre crediamo nell'importanza di costruire rapporti solidi e significativi supportando progetti sociali e contribuendo al benessere delle aree in cui siamo attivi; per questo diamo molta importanza anche al tema Relazioni con le comunità locali.

I temi della Mobilità sostenibile e della Salvaguardia dell'ambiente rimangono prioritari poiché manteniamo l'obiettivo di promuovere opzioni di trasporto sostenibili per ridurre l'impatto sul pianeta che ci ospita. Inoltre ci impegniamo a operare con Etica e trasparenza, costruendo relazioni di fiducia con i nostri stakeholder.



3.

Il ruolo centrale di una *governance* solida e innovativa

Valore e innovazione sono due elementi fondamentali che guidano le nostre attività.

Consapevoli che una realtà solida e in crescita ha un impatto positivo sulla società, dedichiamo molte energie alla creazione e alla distribuzione di valore. Crediamo che l'innovazione sia la chiave del successo: lavoriamo all'integrazione progressiva di tecnologie all'avanguardia in tutti i processi che gestiamo, investendo allo stesso tempo sui giovani, la nostra risorsa più preziosa.



3.1. Creazione di valore aziendale

2-26 Meccanismi per richiedere consulenza e sollevare interesse
201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito
202-2 Proporzione di senior manager assunti dalla comunità locale
204-1 Proporzione di spesa verso fornitori locali
201-4 Assistenza finanziaria ricevuta da governo

La sostenibilità di lungo termine del nostro business dipende necessariamente dalla capacità di creare valore economico: questo ci permette di valutare l'impatto delle nostre attività sull'economia e favorire il benessere di tutti gli stakeholder. Riportiamo i dettagli del valore economico generato e distribuito nella tabella sottostante.

Valore economico direttamente generato e distribuito	2021	2022
Valore economico generato	€ 140.677.000	€ 164.044.000
Valore economico distribuito	€ 134.079.000	€ 158.809.000
Costi operativi	€ 129.168.000	€ 149.625.200
Salari e benefit dei dipendenti	€ 4.240.000	€ 6.170.000
Pagamenti a fornitori di capitale	€ 248.000	€ 180.800
Pagamenti alla Pubblica Amministrazione	€ 0	€ 2.397.000
Investimenti nella comunità	€ 423.000	€ 436.000
Altro	€ 0	€ 0
Valore economico trattenuto	€ 6.598.000	€ 5.235.000

Tabella 1. Valore economico generato, distribuito e trattenuto nel biennio 2021-2022.

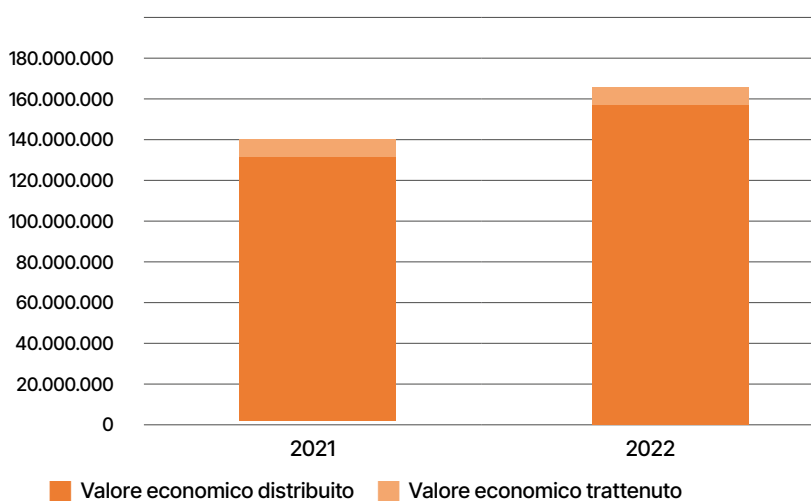


Grafico 1. I risultati economici del biennio 2021-2022

Nel 2022 abbiamo generato un valore economico pari a poco più di 164 milioni di euro con una crescita del 16,6% rispetto al 2021 e distribuito valore per un ammontare di quasi 159 milioni di euro corrispondente a un incremento del 18,4%. L'aumento della distribuzione di ricchezza e investimenti ai nostri stakeholder ha determinato una riduzione del 20,7% del valore economico trattenuto tra il 2020 e il 2021.

Puntiamo sull'instaurazione di un dialogo costruttivo con i clienti come mezzo per generare valore economico. Consideriamo attentamente le recensioni che i nostri clienti condividono su diverse piattaforme e utilizziamo queste informazioni per individuare punti di forza e aree di miglioramento. In questo modo ottimizziamo il servizio, creando relazioni di fiducia con quanti si rivolgono a noi.

Siamo consapevoli che il valore di una Società non si limita agli utili, ma comprende anche la creazione e distribuzione di ricchezza materiale e immateriale agli stakeholder. Diamo riscontro dell'importanza di questo aspetto nell'alto valore economico distribuito che ci contraddistingue e che in larga parte include l'acquisto di vetture da privati e non, oltre a contributi rilevanti quali stipendi e benefit dei collaboratori e voci legate alla fornitura di capitale. A tal proposito nel 2022 abbiamo destinato 436.000 euro alla sponsorizzazione di associazioni locali, confermando l'interesse nei confronti del territorio in cui operiamo. Inoltre, abbiamo sottoscritto una polizza collettiva dedicata agli infortuni che va a beneficio di tutti i dipendenti ed è attivabile per incidenti sia nell'ambito lavorativo che extralavorativo.

Attribuiamo importanza al territorio anche nella scelta dei fornitori. Nel 2022 abbiamo destinato il 20% del budget di approvvigionamento a fornitori locali¹, riconoscendone la capacità di apportare qualità e valore alle nostre attività. Ribadiamo questa connessione con la composizione del nostro senior management², formato interamente da esponenti delle comunità circostanti.

Nel quadro dei nostri flussi finanziari riteniamo importante il dato sugli sgravi fiscali a cui abbiamo avuto accesso nel 2022. Il totale ammonta a 706.000 euro, riferibile integralmente al credito d'imposta denominato Industria 4.0.

¹ Con comunità locale ci riferiamo all'insieme di chi ha un domicilio entro il raggio di 50 km dalla nostra sede operativa.

² Quadri con età superiore a 45 anni, di cui uno della provincia di Mantova e due a meno di 50 km dalla sede di Guidizzolo.

3.2. Innovazione digitale

N° risorse/ore/investimenti impiegati in attività di Ricerca & Sviluppo
Progetti innovativi attivati nel corso dell'anno

Nel 2022 abbiamo attivato uno degli investimenti più significativi della nostra storia, un progetto in cui crediamo molto per la sua capacità di portarci avanti in termini di innovazione dei processi e qualità del servizio: un nuovo centro di ricondizionamento di vetture usate, con cui abbiamo rinnovato oltre 5.500 veicoli nell'anno di riferimento.

In qualità di rivenditori di usato dalla lunga tradizione sappiamo che la fase del ricondizionamento è fondamentale per individuare e correggere eventuali danni sia a livello meccanico che a livello estetico e di carrozzeria. Fino al 2021 abbiamo gestito queste operazioni con due officine presenti a Guidizzolo e a Verona che, per esigenze di tempo e mercato, seguivano la vendita del veicolo influenzandone inevitabilmente i tempi di consegna.

Operativo dal 2022, il nuovo centro raccoglie tutte le attività legate al ricondizionamento in un unico luogo sfruttando le innumerevoli possibilità offerte dalla tecnologia. La cosiddetta industria 4.0 è la vera protagonista di questo polo, caratterizzato dall'automatizzazione di molte fasi tra cui parte della programmazione delle lavorazioni e dell'avanzamento delle commesse, ma anche della raccolta e della consuntivazione dei tempi e di altri dati di utilizzo dei diversi macchinari. Tuttavia, non rinunciamo al contributo umano: figure professionali specializzate si occupano di passaggi specifici come la verniciatura e la valutazione dell'esito del processo.

Con il nuovo centro eseguiamo le procedure in modo più preciso e affidabile, snellendo i tempi di consegna e curando ulteriormente la soddisfazione dei clienti. Le nostre officine incaricate di assistenza post-vendita non gestiscono più diagnosi e ricondizionamento delle vetture, cosa che ci aiuta a organizzare in autonomia operazioni che in passato appaltavamo a ditte esterne. Questo metodo, che fa precedere il ricondizionamento alla vendita, è vantaggioso nei processi commerciali tradizionali e diventa una reale esigenza nei mercati che stiamo approcciando di recente come quelli della vendita online e della rivendita in seguito ad acquisto da privato.

Nel 2022 abbiamo investito 125.000 euro in sei progetti, impiegando un totale di 3.360 ore di lavoro.

Il nuovo centro di ricondizionamento è il nostro progetto di innovazione più ambizioso, ma non l'unico. Da anni ideiamo e realizziamo sistemi applicativi proprietari che offrono un controllo dei processi di vendita sempre più immediato e flessibile agli attori coinvolti: clienti, operatori del settore e collaboratori.

I principali applicativi che abbiamo sviluppato sono:

Tomasi Hub

Tomasi Hub è una piattaforma che centralizza le informazioni dei veicoli a partire dai dati di vari applicativi e database aziendali. La sua funzione più rilevante consiste nella gestione del flusso inbound dei veicoli, nella pianificazione delle bisarche in arrivo e nella conservazione di uno storico dettagliato. Inoltre, Tomasi Hub automatizza l'invio di dati a un software esterno chiamato MES per ottimizzare la pianificazione delle perizie delle vetture in arrivo.

Motus

Motus è una piattaforma dedicata al controllo della movimentazione dei veicoli tra le sedi di Guidizzolo. Questa piattaforma è utile in diversi casi: dalla richiesta dei mezzi quando non sono presenti nel piazzale al coordinamento del lavaggio post-ripristino e dei movimenti verso le sedi espositive. Gli operatori visualizzano le richieste di movimento sulla piattaforma e procedono allo spostamento dei veicoli, garantendo il corretto funzionamento di tutte le sedi.

App Perizie

App Perizie è un applicativo altamente tecnico creato con l'ausilio del profondo know-how della nostra realtà: la sua area di impiego è il ripristino dei mezzi e la sua qualità principale il continuo aggiornamento per stare al passo con l'evoluzione del mercato. La piattaforma fornisce una guida dettagliata per la verifica dei componenti e delle funzionalità ai periti. Sulla base delle segnalazioni dell'esperto App Perizie stima preventivi sia in termini di ore lavorative per l'organizzazione della produzione sia in termini economici per la valutazione della convenienza del ripristino.

3.2. Innovazione digitale

205-1 Operazioni valutate per i rischi legati alla corruzione

206-1 Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche

Facciamo della trasparenza verso gli stakeholder, clienti e collaboratori in primis, un valore fondamentale.

Crediamo fermamente che un comportamento etico sia cruciale per la fiducia che ci unisce ai portatori d'interesse, motivo per cui curiamo ogni relazione con la massima trasparenza. Oltre a esprimerlo nelle attività quotidiane e nelle buone pratiche che ci contraddistinguono, stiamo valutando di formalizzare un codice etico.

L'elaborazione del rapporto di sostenibilità e l'impegno protratto a comunicare azioni e prestazioni nell'ambito della sostenibilità ai nostri stakeholder non solo dimostrano l'importanza che attribuiamo al dialogo e alla comunicazione, ma sono anche uno stimolo al miglioramento costante.

Con la valutazione dei rischi aziendali non abbiamo identificato rischi rilevanti legati alla corruzione nel 2022. Allo stesso modo non abbiamo registrato azioni legali negli ambiti del comportamento anticoncorrenziale, delle leggi antitrust e delle pratiche di monopolio.



4.

L'impegno per preservare il pianeta che ci ospita

La salvaguardia dell'ambiente naturale è una delle maggiori sfide globali dell'attualità a cui non intendiamo sottrarci, consapevoli degli sforzi corali necessari al raggiungimento di un obiettivo così significativo. Con questo spirito presentiamo il nostro rapporto di sostenibilità per il secondo anno consecutivo.

4.1. Mobilità sostenibile

N. di veicoli elettrici

N. di veicoli ibridi

Quota di veicoli elettrici

Quota di veicoli ibridi

Generalmente il mercato dell'automobile è associato alle emissioni di gas a effetto serra nell'atmosfera. Per approntare il nostro business a una maggiore sostenibilità ambientale, dal 2021 abbiamo dato vita alla linea Tomasi Electric.

Tomasi Electric è il nostro marchio specializzato nell'offerta di auto elettriche e di pacchetti di servizi specifici. La sede fisica si trova a Verona ed è il primo salone italiano multimarca di vetture elettriche.

Nel 2022 abbiamo introdotto un totale di 2.119 veicoli ibridi nel mercato portando la quota delle vendite di questo tipo di automobili al 22,4% del totale. D'altra parte, le vendite di veicoli completamente elettrici sono ancora in una fase embrionale con 110 unità, pari all'1,2% del totale.

Abbiamo preso parte anche a iniziative di sensibilizzazione dei cittadini sulla mobilità elettrica e lo sviluppo sostenibile del territorio: una di queste è Agenda Sostenibilità, progetto promosso dal Gruppo editoriale Athesis.

4.2. Salvaguardia dell'ambiente

302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione
 303-3 Prelievo idrico
 305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1)
 305-7 Ossidi di azoto (NOx), Ossidi di Zolfo (SOx) e altre emissioni significative
 306-1 Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti (2020)
 306-2 Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti (2020)
 306-3 Rifiuti prodotti (2020)
 2-27 Conformità alle leggi e regolamentazioni

Sebbene il tema della tutela dell'ambiente abbia portata mondiale, siamo convinti che il cambiamento richieda una presa di coscienza individuale. Per questo motivo e per sviluppare politiche e azioni utili a ridurre gli impatti ambientali derivanti dalle nostre attività, abbiamo deciso di intraprendere un percorso di consapevolezza e monitoraggio di consumi ed emissioni.

In questo capitolo riportiamo i dati relativi alla sede di via Forte Tomba 58 a Verona e a quella di Guidizzolo che comprende:

- L'officina meccanica di via Leonardo Da Vinci 9;
- La sede legale e commerciale di via Salvo d'Acquisto 2;
- La sede degli uffici commerciali e amministrativi di via G. Galilei 22;
- Il piazzale logistico di via H. Dunant.

Le voci più rilevanti dei consumi energetici riguardano il gas naturale funzionale al riscaldamento dei locali e l'energia elettrica. È significativo anche l'uso di benzina e gasolio per il rifornimento dei mezzi di movimentazione, quali carri attrezzi e bisarche, e delle automobili riservate alle prove su strada e agli spostamenti dei dipendenti.

Consumo di energia per fonte energetica - GJ³		2021	2022
	Benzina ⁴	893,10	643,70
	Gasolio ²	538,28	1.842,76
	Gas naturale (<i>Riscaldamento sede di Trento</i>)	3.238,35	3.020,11
	Energia elettrica da rete	2.653,20	3.681,22
Prodotta da impianto fotovoltaico a Guidizzolo	Energia elettrica autoprodotta e consumata	208,80	250,88
	Energia elettrica autoprodotta e venduta	39,60	47,52
Consumo netto di energia (totale energia consumata - energia venduta)		7.492,13	9.438,67

Tabella 2. Consumo di energia in GJ per fonte energetica nel 2021 e 2022.

³ Calcoliamo i consumi a partire dalle quantità di combustibile fatturato dal gestore esterno (per gas naturale, benzina, gasolio ed energia elettrica da rete) e dalla lettura dei contatori degli impianti fotovoltaici.

⁴ Forniamo le quantità di benzina e gasolio come dato aggregato. Il dettaglio dei due combustibili è disponibile solo per uno stabilimento di Guidizzolo: abbiamo ottenuto il dato in tabella applicando la stessa proporzione al dato totale.

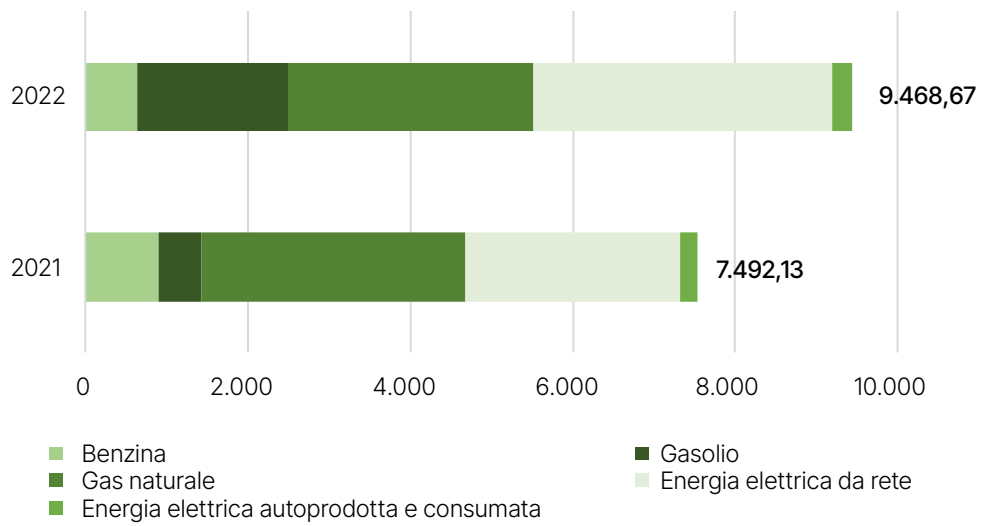


Figura 1. Consumo di energia in GJ per fonte energetica nel trend 2021-2022.



Una mappatura delle tematiche cosiddette Environmental, Social, Governance (ESG), che Quintegia ha condotto su un campione composto da quasi il 15% delle concessionarie italiane, evidenzia che il 66% delle realtà impiega energia sostenibile e/o autoprodotta dalle fonti rinnovabili. Interpretiamo questo dato come uno dei segnali della crescente propensione del settore in cui operiamo a ridurre l'impatto sull'ambiente, tendenza che ci impegniamo a promuovere con la gestione sostenibile delle nostre risorse energetiche.

Per limitare il ricorso a fonti non rinnovabili nelle sedi di Guidizzolo abbiamo installato due impianti fotovoltaici di cui uno da 60 kW nel 2007 e l'altro da 30 kW nel 2020: in questo modo riusciamo a produrre parte dell'energia elettrica di cui necessitiamo. Non potendo contare su un sistema di accumulo, vendiamo quanto non utilizziamo nell'immediato.

Abbiamo provveduto poi a convertire l'illuminazione di quasi tutte le nostre sedi alla modalità LED per contenere l'impiego di energia elettrica.

Partendo dai dati di consumo dei combustibili abbiamo calcolato le nostre emissioni nell'atmosfera. Nel 2022 abbiamo rilasciato gas a effetto serra per una quota pari a circa 353,39 tonnellate di CO₂eq dovuta essenzialmente alla combustione di gas naturale, benzina e gasolio, ma anche ad altre attività come l'installazione di un impianto di condizionamento.

Emissioni dirette di GHG (Scope 1) - tCO₂eq	2021	2022
Gas naturale ⁶	202,03	170,02
Benzina ⁷	65,65	45,47
Gasolio ⁸	42,38	137,89
Produzione totale di GHG	310,74	353,39

Tabella 3. Emissioni dirette di gas a effetto serra (GHG) in tCO₂eq per fonte nel 2021 e nel 2022.

Nella tabella seguente elenchiamo le altre emissioni significative che abbiamo deciso di monitorare nel tempo.

Altre emissioni significative nell'atmosfera - kg⁹	2021	2022
NO _x	120,00	143,31
SO ₂	29,03	87,41
CO	299,89	255,82
PM < 2,5	4,81	4,57
Produzione totale di GHG	453,73	491,10

Tabella 4. Altre emissioni significative nell'atmosfera in kg nel 2021 e 2022.

⁵ <https://www.quintegia.it/quintegia-presenta-il-primo-studio-sui-criteri-esg-in-concessionaria/>

⁶ Fattori di emissione: 0,056 tCO₂e/GJ. Fonte: UK Government Conversion Factors for greenhouse gas (GHG) reporting, 2023.

⁷ Fattori di emissione: 0,071 tCO₂e/GJ. Fonte: UK Government Conversion Factors for greenhouse gas (GHG) reporting, 2023.

⁸ Fattori di emissione: 0,075 tCO₂e/GJ. Fonte: UK Government Conversion Factors for greenhouse gas (GHG) reporting, 2023.

⁹ <https://tree-nation.com/it/profilo/impatto/tomasi-auto>

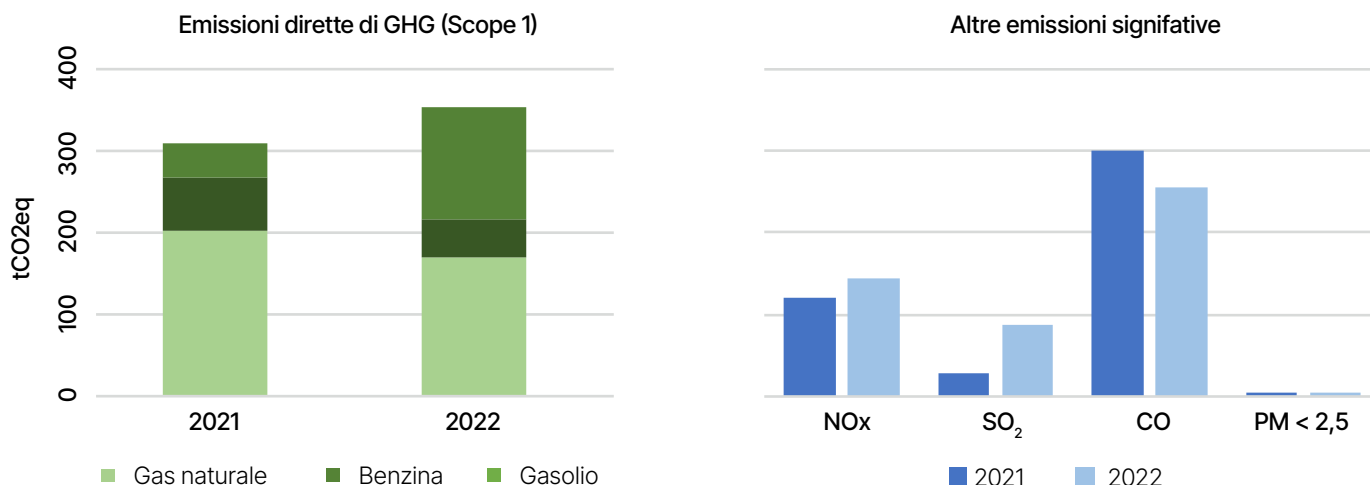


Figura 2. Emissioni nell'atmosfera nel trend 2021-2022.

Abbiamo ottenuto i consumi energetici e i rilasci nell'atmosfera con l'applicazione dei fattori di conversione e di emissione citati nell'Appendice (cfr. p. 48).

Dal aprile 2022, abbiamo aderito al programma di Tree-Nation¹⁰, piantando un albero per ogni auto venduta. Vediamo questa iniziativa come un modo tangibile per compensare le nostre emissioni. Nel 2022, grazie a questo impegno, abbiamo contribuito a piantare 3.566 alberi, compensando così 514,72 tonnellate di CO₂.

In aggiunta, tra gli impatti ambientali monitorati segnaliamo quelli connessi alla produzione di rifiuti, la maggior parte di cui deriva dalle attività di manutenzione come lo smontaggio e lo smaltimento degli pneumatici esauriti in dotazione alle vetture, il ritiro dell'olio presente nei circuiti e la sostituzione delle batterie non più funzionanti. Gli imballi necessari al trasporto dei pezzi di ricambio per il ricondizionamento dell'usato determinano un'ulteriore quota di rifiuti.

Abbiamo adottato la classificazione che fa riferimento al primo livello del Catalogo Europeo dei Rifiuti (CER), accompagnata da brevi descrizioni delle diverse tipologie, per illustrare le quantità di rifiuti prodotte.

¹⁰ La sede di Verona non ha effettuato smaltimenti legati all'attività di autolavaggio poiché tale attività ha volumi molto inferiori rispetto a Guidizzolo. Inoltre, l'impianto di Verona è più recente e ricorre a un trattamento delle acque più efficiente.



Rifiuti prodotti tonnellate					
Primo livello CER	Descrizione rifiuti	Sede	2021	2022	
		Totale	55,3 ¹⁰	54,14	
07	Rifiuti dei processi chimici organici	Fanghi derivanti dall'attività di autolavaggio	Guidizzolo Verona	55,3 -	42,36 11,78
		Totale	0,24	0,05	
08	Rifiuti della produzione, formulazione, fornitura e uso di rivestimenti (pitture, vernici e smalti vetrati), adesivi, sigillanti e inchiostri per stampa	Toner esausti	Guidizzolo Verona	0,2 0,04	0,02 0,03
		Totale	23,364	17,70	
12	Rifiuti prodotti dalla lavorazione e dal trattamento fisico e meccanico superficiale di metalli e plastica	Acque derivanti dallo scarico dell'impianto di autolavaggio	Guidizzolo Verona	23,36 -	10,66 7,04
		Totale	29,94	36,22	
13	Oli esauriti e residui di combustibili liquidi (tranne oli commestibili, 05 e 12)	Olio minerale per motori	Guidizzolo Verona	22,76 7,18	25,87 10,35
		Totale	43,45	37,22	
15	Rifiuti di imballaggio, assorbenti, stracci, materiali filtranti e indumenti protettivi (non specificati altrimenti)	Imballaggi in carta, plastica, legno, contaminati, metallici, assorbenti contaminati e altri assorbenti	Guidizzolo Verona	27,66 15,79	24,99 12,23
		Totale	837,76	663,57	
16	Rifiuti non specificati altrimenti nell'elenco	Pneumatici, veicoli fuori uso, filtri, pastiglie dei freni, metalli non ferrosi, plastica, vetro, rottame, batterie al piombo	Guidizzolo Verona	624,80 212,96	485,63 177,94
		Totale	24,07	2,66	
17	Rifiuti delle operazioni di costruzione e demolizione (compreso il terreno proveniente da siti contaminati)	Alluminio, ferro	Guidizzolo Verona	5,20 18,87	- 2,66
		Totale	1.014,12	811,57	

Tabella 5. Quantità di rifiuti prodotti in tonnellate per tipologia e per sede nel 2021 e nel 2022.

I dati sui rifiuti provengono principalmente dai registri delle officine di Guidizzolo e Verona. Le informazioni sulla quantità di rifiuti urbani imputabile agli uffici e comprendente carta, plastica e rifiuti indifferenziati non sono disponibili. Secondo la nostra analisi i rifiuti identificati come pericolosi dalla classificazione CER sono circa l'82% del totale, un punto percentuale in meno rispetto al 2021.

Pericolosità dei rifiuti prodotti - kg		
	2021	2022
<i>Totale rifiuti pericolosi</i>	844.846	662.688
Guidizzolo	637.751	483.816
Verona	207.095	178.872
<i>Totale rifiuti non pericolosi</i>	169.272	148.880
Guidizzolo	121.521	105.719
Verona	47.751	43.161
Totale	1.014.118	811.568

Tabella 6. Quantità di rifiuti prodotti in tonnellate, divisi in pericolosi e non, per sede nel 2021 e nel 2022.

Applichiamo la raccolta differenziata a tutti i rifiuti: quelli urbani sono smaltiti dal servizio pubblico, mentre quelli speciali come i toner esausti sono affidati a soggetti terzi in base alle tipologie specifiche. Per ognuna di queste realtà verifichiamo il rispetto dei requisiti previsti dalla legge e le relative autorizzazioni al trattamento del rifiuto.

Nel 2022 le nostre sedi hanno destinato complessivamente 3.097 m³ di acqua proveniente dall'acquedotto all'uso potabile. Siamo consapevoli dell'importanza di questa risorsa e intendiamo contenere il ricorso che ne facciamo.

Nel stesso anno abbiamo rilevato un superamento dei valori limite di emissione stabiliti dalla normativa vigente in seguito a un'ispezione dell'Autorità dell'Ambito Territoriale Ottimale di Mantova (AATO). I risultati delle analisi dei reflui prelevati durante i sopralluoghi hanno delineato superamenti dei parametri riferiti al fosforo e ai tensioattivi. Questa rappresenta l'unica non conformità alle leggi nel corso del 2022, comportando l'applicazione di una sanzione di 5.000 euro.

Per fronteggiare questa problematica, abbiamo apportato modifiche al sistema di depurazione delle acque di lavaggio e avviato azioni tese a regolare la diluizione dei prodotti utilizzati. In un'ottica di miglioramento continuo abbiamo pianificato controlli semestrali con campionamenti ed esami dettagliati per assicurare un monitoraggio permanente delle condizioni idriche.

Come parte integrante delle iniziative per ridurre l'impatto ambientale, abbiamo programmato l'introduzione di una vasca di accumulo nell'impianto di depurazione. Tale implementazione ci consentirà di riciclare una quota delle acque di lavaggio, contribuendo alla limitazione complessiva dei consumi idrici.

5.

L'attenzione alle persone

5.1 Benessere e crescita dei lavoratori

2-7 Dipendenti

2-8 Lavoratori che non sono dipendenti

I collaboratori sono la risorsa più preziosa per le attività che svolgiamo: la loro professionalità e la loro passione sono il vero carburante della nostra realtà. Ci impegniamo a preservare un ambiente di lavoro equo e stimolante anche per accrescere la loro soddisfazione e assisterli nell'incarico di prestare un servizio efficiente e di qualità ai clienti.

Per questo garantiamo concretamente occupazioni stabili e durature ai nostri dipendenti, proponendo forme contrattuali solide. Oltre il 97% dei contratti stipulati è a tempo pieno e più del 90% è a tempo indeterminato.

Nel 2022 abbiamo offerto contratti di tirocinio a quattro giovani per aiutarli a costruire il loro futuro professionale. Se noi abbiamo beneficiato delle idee e dell'entusiasmo che caratterizzano i lavoratori di questa fascia d'età, i tirocinanti hanno acquisito competenze e conoscenze utili ad avviare la propria carriera.

Dipendenti per tipologia di contratto e genere	2021	2022
Dipendenti a tempo indeterminato	116	136
Uomini	71	95
Donne	45	41
Dipendenti a tempo determinato	7	10
Uomini	7	10
Donne	0	0
Collaboratori a partita IVA	48	
Uomini	43	
Donne	5	

Tabella 7. Numero di collaboratori per tipologia di contratto e per genere– dati 2021-2022.

Dipendenti per orario di lavoro e genere	2021	2022
Numero dipendenti a tempo pieno	121	142
Uomini	78	103
Donne	43	39
Numero dipendenti a tempo parziale	2	4
Uomini	0	2
Donne	2	2

Tabella 8. Numero di dipendenti per orario di lavoro e per genere– dati 2021-2022.

Mettiamo il benessere dei collaboratori al centro della nostra strategia aziendale. Facciamo il possibile per assicurare un ambiente attento alle condizioni fisiche e mentali di tutti i lavoratori e siamo sempre pronti a dare supporto nei momenti di criticità o incertezza. Un esempio è il bonus di 600 euro netti che abbiamo donato nella forma di buoni spesa e buoni carburante a oltre 200 risorse come risposta alle difficoltà economiche causate dall'inflazione e dalla crisi energetica del 2022.

Ci avvaliamo di un team internazionale composto da collaboratori provenienti da tutto il mondo. Attualmente circa il 6% dei membri del nostro organico è originario di Stati europei diversi dall'Italia, mentre oltre il 14% proviene da altre nazioni del mondo.

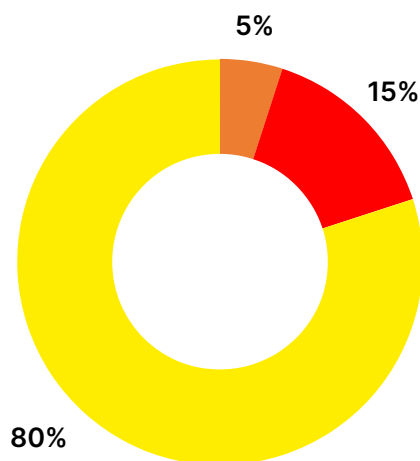


Figura 1. Percentuali dei dipendenti per nazionalità nel 2022.

Storicamente osserviamo tassi di turnover sostenuti come esito dell'elevato numero di persone che impieghiamo. Nonostante tendiamo a proporre l'assunzione come forma contrattuale prevalente, non sempre i collaboratori, soprattutto quelli anagraficamente più giovani, optano per la prosecuzione del rapporto di lavoro. Nel 2022 abbiamo contribuito ad assumere 99 risorse di cui 78 uomini e 21 donne, provenienti da Italia, Perù, Nigeria, Marocco, Kosovo, Albania, Pakistan, Bangladesh, Romania, Moldavia e Macedonia. Contestualmente abbiamo registrato 37 cessazioni che hanno interessato 15 uomini e 2 donne. Anche in questo caso si tratta di personale di origini diverse: Italia, Romania, Marocco, Kosovo, Bangladesh e Albania.

Turnover in entrata per genere e fascia d'età	2021	2022	Turnover in uscita per genere e fascia d'età e nazionalità	2021	2022
Numero di assunzioni nell'anno	54	99	Numero di cessazioni** nell'anno	41	54
<i>Uomini</i>	39	78	<i>Uomini</i>	31	41
<i>Donne</i>	15	21	<i>Donne</i>	10	13
<i>Sotto i 30 anni</i>	46	62	<i>Sotto i 30 anni</i>	30	37
<i>Tra 30 e 50 anni</i>	5	33	<i>Tra 30 e 50 anni</i>	8	15
<i>Sopra i 50 anni</i>	3	4	<i>Sopra i 50 anni</i>	3	2
Tasso di assunzione*	44%	66%	Tasso di turnover negativo*	33%	36%

Tabella 9. Numero di assunzioni e cessazioni e relativi tassi di turnover per genere e fascia d'età – dati 2021-2022.

* I tassi di assunzione e di turnover negativo vengono calcolati dividendo rispettivamente il numero di assunzioni e cessazioni registrate nel corso del 2021 per il numero di dipendenti

** Le cessazioni riguardano i dipendenti che lasciano l'organizzazione volontariamente o a seguito di licenziamento, pensionamento o decesso durante il servizio



Riconosciamo valore alle persone anche con la formazione aziendale: l'investimento nello sviluppo di competenze e conoscenze è uno strumento imprescindibile per la crescita professionale e personale di ogni lavoratore e il mantenimento della nostra competitività.

Nel 2022 abbiamo affiancato un'offerta formativa articolata in tematiche specifiche ai corsi previsti dalla legge nell'ambito della salute e della sicurezza. Spesso abbiamo erogato la formazione in modalità training on the job, nella quale le capacità professionali si sviluppano direttamente sul campo.

Abbiamo incrementato il numero di ore di formazione rispetto al 2021, distribuendole tra i seguenti corsi:

- Salute e sicurezza;
- Contabilità e bilancio;
- Informatica;
- Marketing;
- Formazione tecnica e legata all'officina;
- Formazione commerciale.

Ore medie di formazione annua per genere e categoria d'impiego	2021	2022
<i>Uomini</i>	145	190
<i>Donne</i>	66	78
<i>Quadri</i>	75	80
<i>Impiegati</i>	56	68
<i>Operai</i>	80	120

Tabella 10. Numero di ore medie di formazione erogate per genere e categoria d'impiego – dati 2021-2022.

Abbiamo investito risorse ed energie anche nella formazione e nell'aggiornamento dei quadri. In questo caso le tematiche hanno riguardato la transizione all'elettrico e la normativa fiscale e amministrativa sul credito d'imposta per l'industria 4.0 e l'informatizzazione.

Facciamo della diversità una ricchezza, impegnandoci a creare un ambiente di lavoro inclusivo e rispettoso delle caratteristiche personali di ognuno.

Siamo convinti che il nostro non sia un cosiddetto lavoro da maschi: oltre il 28% dell'organico è composto da donne, percentuale superiore alla media dell'ambito in cui operiamo, stimata al 25% dall'indagine DealerSTAT 2021 di Reset. Con questo dato concorriamo alla cultura della diversità che favorisce l'evoluzione dell'intero settore di riferimento.

Diversità nell'organo di governo e tra i dipendenti					
		2021		2022	
CDA		n°	%	n°	%
	Uomini	2	100%	2	100%
	Donne	-	-	-	-
	Sotto i 30 anni	-	-	-	-
	Tra i 30 e i 50 anni	1	50%	1	50%
	Sopra i 50 anni	1	50%	1	50%
<i>Categorie protette</i>		-	-	-	-
Quadri		n°	%	n°	%
	Uomini	3	100%	1	100%
	Donne	-	-	-	-
	Sotto i 30 anni	-	-	-	-
	Tra i 30 e i 50 anni	1	33%	-	-
	Sopra i 50 anni	2	67%	1	100%
<i>Categorie protette</i>		-	-	-	-
Impiegati		n°	%	n°	%
	Uomini	38	46%	51	56%
	Donne	44	54%	40	44%
	Sotto i 30 anni	61	74%	64	70%
	Tra i 30 e i 50 anni	20	25%	25	28%
	Sopra i 50 anni	1	1%	2	2%
<i>Categorie protette</i>		2	2%	3	3%
Operai		n°	%	n°	%
	Uomini	38	100%	53	98%
	Donne	-	-	1	2%
	Sotto i 30 anni	27	71%	34	63%
	Tra i 30 e i 50 anni	6	16%	13	24%
	Sopra i 50 anni	5	13%	7	13%
<i>Categorie protette</i>		-	-	1	2%

Tabella 11. Numero e percentuale di dipendenti per categoria d'impiego, genere e fascia d'età – dati 2021-2022.

La scommessa a cui teniamo maggiormente sono i giovani: circa il 70% del nostro personale ha meno di 30 anni, fascia d'età capace di apportare al lavoro passione ed entusiasmo insieme a uno sguardo inedito sul futuro.

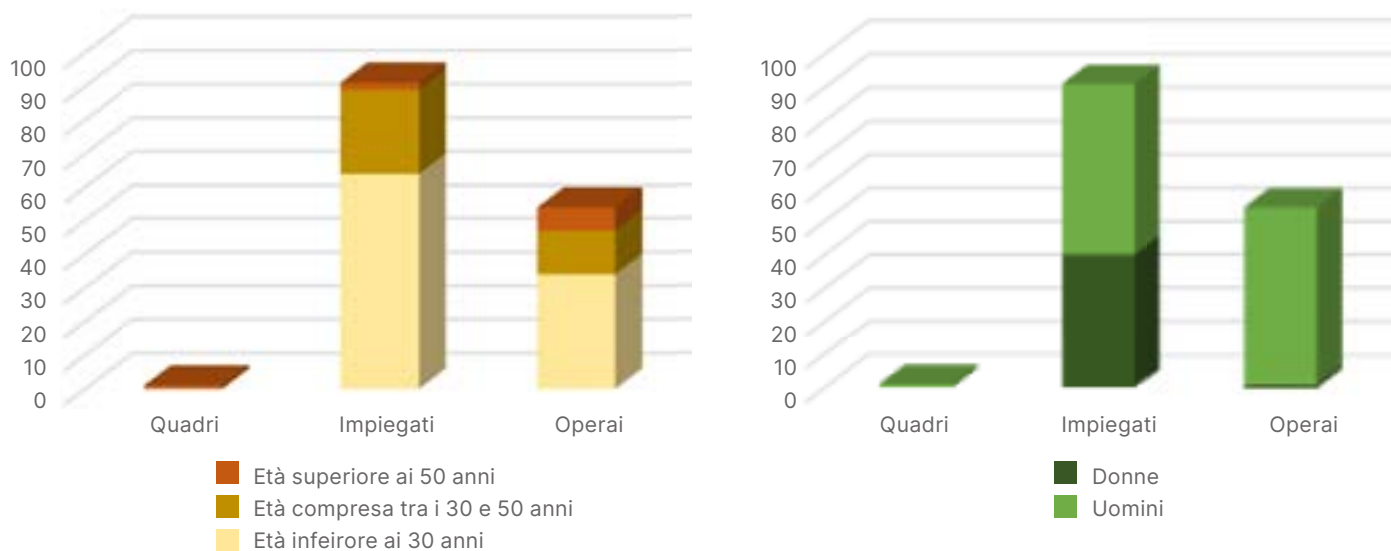


Figure 2 e 3. Distribuzione percentuale per fasce di età e per genere tra le diverse categorie di impiego nel 2022.

Siamo estremamente determinati nella promozione dell'uguaglianza: crediamo in una valutazione e in una retribuzione dei lavoratori che siano allineati al merito e indipendenti dal genere. Come esempio concreto ed evidente di questo impegno citiamo la ridotta disparità retributiva tra i nostri collaboratori, in particolare nella categoria degli operai. In questo caso il rapporto tra stipendi base delle donne e degli uomini è del 101%: ne consegue che le lavoratrici percepiscono in media uno stipendio di circa l'1% superiore a quello dei lavoratori.

Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini		2022
Categoria di impiego	Tipo di rapporto	%
Impiegati	Stipendio base* donne/uomini	96%
	Retribuzione** donne/uomini	69%
Operai	Stipendio base donne/uomini	101%
	Retribuzione donne/uomini	65%

Tabella 12. Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini nel 2022.

* Stipendio base: importo fisso minimo corrisposto a un dipendente per l'esecuzione delle mansioni assegnate escludendo qualsiasi remunerazione aggiuntiva come, ad esempio, il pagamento di straordinari o bonus.

** Retribuzione: stipendio base più importi aggiuntivi corrisposti a un lavoratore.

5.1.1 Salute e sicurezza

2-30 Accordi di contrattazione collettiva

401-2 Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno, ma non per i dipendenti part-time o con contratto a tempo determinato

403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro

403-2 Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti

403-3 Servizi di medicina del lavoro

403-4 Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro

403-5 Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro

403-6 Promozione della salute dei lavoratori

La tutela della salute e della sicurezza dei nostri collaboratori è un altro aspetto a cui dedichiamo energie e investimenti considerevoli.

Tutti i nostri dipendenti godono delle garanzie previste dai Contratti Collettivi Nazionali del Lavoro (CCNL) Metalmeccanico, Artigiani e Commercio, alle quali si aggiungono una polizza assicurativa per infortuni professionali ed extra professionali e una per malattie gravi.

Come previsto dalla normativa vigente, abbiamo redatto un Documento di Valutazione dei Rischi (DVR) che interessa tutti i lavoratori delle sedi di Guidizzolo e Verona; al suo interno sono dettagliate le nostre modalità di gestione della salute e della sicurezza sul lavoro. La metodologia seguita nell'analisi dei rischi tiene presente del contenuto specifico del decreto legislativo 81/08.

L'articolazione della nostra valutazione del rischio è basata sulle fasi seguenti:

1. Identificazione dei luoghi di lavoro
2. Identificazione dei pericoli presenti nei luoghi di lavoro
3. Individuazione dei soggetti esposti
4. Stima del rischio effettivamente presente
5. Definizione delle possibilità di eliminazione o riduzione del rischio
6. Programma di intervento per l'attuazione delle misure individuate (priorità)

In particolare, il punto 5 descrive come eliminare o ridurre i rischi individuati e comprende le misure che fanno diminuire la probabilità che si verifichi un determinato danno e/o quegli interventi in grado di mitigarne le eventuali conseguenze. Per questo il DVR include un programma di interventi da mettere in atto con le relative tempistiche e responsabilità.

In coerenza con quanto prescritto dal decreto legislativo 81/08, il sistema di gestione dei rischi lavoro correlati è responsabilità del nostro datore di lavoro, che per la sua attuazione nomina un Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione (RSPP). L'RSPP è affiancato dai preposti che si occupano di vigilare sull'attività dei lavoratori per garantire il rispetto delle misure stabilite.

La partecipazione dei collaboratori su tutto ciò che riguarda la loro salute e sicurezza è assicurata dalla presenza di un Rappresentante dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS), al quale ognuno può riportare eventuali situazioni di rischio.

Grazie a specifici corsi con cadenza annuale i nostri dipendenti ricevono un'adeguata formazione sui rischi legati alla loro attività lavorativa. Ogni lavoratore è poi sottoposto a visite mediche prima dell'assunzione e successivamente vengono programmate visite periodiche, la cui frequenza varia in funzione della categoria di rischio della mansione specifica. Le visite mediche avvengono sul luogo di lavoro con l'ausilio di una struttura mobile organizzata.

Anche le figure previste dal DVR ricevono un'adeguata formazione, definita dall'RSPP, in materia di salute e sicurezza sul lavoro, come previsto dal decreto legislativo 81/08.

Nel 2022 si sono verificati 5 infortuni, non gravi, riconducibili a lesioni lievi, tra cui schiacciamenti, e ferite. Il tasso di infortuni registrato è stato pari a 18 eventi ogni milione di ore lavorate.

Infortuni sul lavoro	2021	2022
Ore uomo lavorate (dipendenti)	216.480	272.133
Infortuni registrabili	1	5
Infortuni gravi	0	0
(con prognosi >40 gg)	0	0
Incidenti mortali	0	0
Tasso di infortuni registrabili*	5	18
Tasso di infortuni gravi*	0	0
Tasso di decessi*	0	0

Tabella 13. Numero e tasso di infortuni presso i collaboratori – dati 2021-2022

Per eliminare i pericoli e ridurre al minimo i rischi in termini di salute e sicurezza, un primo livello d'intervento è la sorveglianza diretta da parte dei preposti a cui si affiancano valutazioni specifiche delle situazioni rischiose e misure di prevenzione, come ad esempio il ricorso alla turnazione per scongiurare le criticità legate alla ripetitività di alcune mansioni.

* $(n^{\circ} \text{ infortuni nell'anno} / \text{ore lavorate nell'anno}) \times 1.000.000$.

5.2 Relazione con le comunità locali

413-1 Attività che prevedono il coinvolgimento delle comunità locali, valutazioni d'impatto e programmi di sviluppo

Nella nostra sede storica di Guidizzolo negli anni abbiamo profuso molte energie per costruire un rapporto solido con la comunità locale. Supportiamo sia in termini economici sia con specifiche forniture l'organizzazione di attività ricreative e culturali della Pro Loco. Nel 2022, nello specifico, abbiamo fornito materiale utile alla strutturazione degli eventi locali.

Anche la nostra attenzione per le iniziative sportive del territorio è consistente: da anni sponsorizziamo le società di tamburello della zona: *A.S.D.T. Virtus Guidizzolo*, *Associazione Sportiva Dilettantistica Tamburello CERETA*, *A.S.D. Tamburello Ceresara* e *U.S. Cavriane Tamburello*.

Collaboriamo inoltre con la società sportiva dilettantistica *P.M. Sport* per la promozione del ciclismo e da anni siamo sponsor di gare automobilistiche ed eventi in pista. Sosteniamo infine diverse associazioni sportive dilettantistiche del settore motociclistico (*Team Rosso e Nero*) e automobilistico (*T.B. Team*). Il sostegno alle eccellenze sportive del territorio di Guidizzolo si è tradotto anche nel 2022 in una collaborazione con Matteo Cressoni, pilota Ferrari che gareggia a livello nazionale e internazionale.

Nonostante la "giovane età" della nostra sede veronese, dal 2021 siamo *Hellas Verona Premium Partner*, supportando così una delle realtà calcistiche più importanti sul territorio.

Il nostro legame con le comunità locali prende forma anche nel settore educativo. Nel 2022 abbiamo confermato il nostro sostegno all'istituto professionale For. Ma. di Mantova per la formazione di profili professionali del settore automobilistico, fra cui carrozzieri, meccanici ed elettrauto. Il percorso, istituito nel 2021, prevede per le classi prime, seconde terze e quarte una formazione in aula di tre mesi, seguita da una fase di affiancamento in azienda. Lavorando a stretto contatto con tecnici e meccanici specializzati gli studenti imparano le tecniche di manutenzione dei veicoli, svolgendo interventi di riparazione e approfondendo di volta in volta il settore più in linea con i loro interessi. Le modalità di insegnamento portate avanti dalla nostra concessionaria di Guidizzolo hanno colpito positivamente i ragazzi, alcuni dei quali, ultimato il corso di studi, hanno scelto di iniziare un percorso lavorativo con noi mentre altri hanno rinnovato il tirocinio anche per il successivo anno scolastico.

Nel 2022 inoltre abbiamo avviato una nuova partnership con l'ASD Footgolf Club Mantova, la prima società sportiva di Footgolf in provincia di Mantova, sponsorizzando per il torneo "Le Vigne Footgolf Cup".



5.3 Soddisfazione del cliente

416-1 Valutazione degli impatti sulla salute e sulla sicurezza per categorie di prodotto e servizi

417-1 Requisiti in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi

418-1 Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti

Secondo noi un cliente è soddisfatto nel momento in cui riceve informazioni trasparenti e acquista un prodotto sicuro e affidabile. Un obiettivo non semplice da raggiungere ma che rappresenta una delle chiavi per il successo di un'attività commerciale. Consapevoli di questo aspetto, abbiamo istituito una specifica area aziendale, il customer care, gestito dal responsabile marketing.

Ma non finisce qui: ogni giorno ci impegniamo nel fornire elementi utili all'acquisto e alla corretta gestione delle vetture, dalle informazioni pratiche sul passaggio di proprietà e sulla gestione del bollo alle norme burocratiche, passando per l'equipaggiamento in dotazione e le opzioni disponibili. Nel caso della stipula di un'assicurazione, anche questa è trattata con la massima professionalità e trasparenza. Per offrire ai nostri clienti il più alto livello di tutela possibile dedichiamo particolare attenzione all'informazione sulle garanzie sui nostri prodotti e servizi, e ai criteri per usufruirne.

Lavoriamo con serietà e professionalità anche sul fronte della sicurezza e dell'affidabilità delle vetture che gestiamo. Per quanto riguarda il mercato del nuovo i controlli sono effettuati dalla casa madre; per il ricondizionamento dell'usato, gestito attualmente dalle officine, includiamo un'attività di verifica e conformità alla circolazione del prodotto, mentre come service effettuiamo tagliandi periodici e manutenzione ordinaria e straordinaria.

Verifichiamo la soddisfazione dei nostri clienti alla consegna delle vetture chiedendo loro di esprimere recensioni su Google e Autoscout24. In caso di riscontri negativi abbiamo strutturato un flusso che interessa varie aree aziendali e che ha l'obiettivo di approfondire la segnalazione del cliente, trovando una soluzione immediata. La recensione viene analizzata prima dal personale del marketing e del customer care; poi, a seconda dell'area aziendale interessata dal riscontro, viene coinvolto il responsabile per un approfondimento interno; infine contattiamo il cliente e vengono prese le misure adatte alla risoluzione del problema. Il tempo di risposta per un primo contatto con l'acquirente è sempre inferiore alle 12 ore.

Nel corso del 2022, così come negli anni precedenti, non abbiamo ricevuto denunce riguardanti la violazione della privacy dei clienti o la perdita dei loro dati.

La nostra attenzione alle esigenze del cliente, unita alla spinta verso l'innovazione e alla digitalizzazione dei processi e dei servizi, ha fatto sì che al recente *Automotive Dealer Day*, l'evento europeo di riferimento per gli operatori del settore, siamo stati votati come *Best Digital Dealer 2022* vincendo l'"*Internet Sales Award*", premio indetto da *Autoscout24* che individua le realtà che gestiscono in modo più efficace la propria presenza e le attività di vendita sui canali digitali.

INTERNET SALES AWARD

BEST DIGITAL DEALER 2022





Disclosure on Management Approach

3-3 Gestione dei temi materiali

Il Management Approach descrive le modalità di gestione che applichiamo ai nostri temi materiali.

Per semplificare lo sviluppo e la lettura di questa sezione i temi prioritari sono stati aggregati in quattro macrotemi che condividono l'approccio gestionale.

La correlazione tra i temi materiali e le informative GRI è riportata nel GRI Content Index.

Macrotema	Temi prioritari per Tomasi Auto
1. GOVERNANCE	Creazione di valore aziendale
	Innovazione digitale
	Etica e trasparenza
2. AMBIENTE	Salvaguardia dell'ambiente
3. COLLABORATORI	Benessere e crescita dei lavoratori
4. RELAZIONI ESTERNE	Relazione con le comunità locali
	Soddisfazione del cliente

PROCESSI COMUNI A TUTTI I MACROTEMI

MOTIVAZIONI E CONFINI

I temi materiali sono stati identificati applicando i principi per la definizione dei contenuti del rapporto e attraverso i processi di *stakeholder engagement* e di analisi di materialità descritti nel dettaglio nel capitolo 2.

Per ogni tema materiale è stato individuato il perimetro in cui può ricadere l'impatto potenziale:

- All'interno dei confini aziendali: in questo caso l'impatto influenza prioritariamente gli *stakeholder* interni
- All'esterno dei confini aziendali: sono principalmente gli *stakeholder* esterni a essere interessati dall'impatto
- All'interno e all'esterno dei confini aziendali: l'impatto riguarda tutti gli *stakeholder*.

Nella gestione dei temi materiali consideriamo sia l'eventuale impatto che l'azienda può causare direttamente sia quello che indirettamente può derivare dal suo operato.

STRUMENTI PER LA GESTIONE

POLITICHE E IMPEGNI

Oltre alla redazione di un piano industriale triennale che raccoglie i nostri impegni aziendali, con la pubblicazione di questo rapporto intendiamo dimostrare la nostra volontà e l'impegno nell'intraprendere un percorso verso la sostenibilità nelle sue tre declinazioni: economica, sociale e ambientale.

L'impegno sui temi ESG sarà presto concretizzato anche grazie all'adesione ad associazioni e network specifici.

OBIETTIVI E TRAGUARDI

Gli obiettivi e i traguardi che ci poniamo nel nostro percorso verso una maggiore sostenibilità si ritrovano in questo rapporto alla sezione Obiettivi: non solo hanno carattere migliorativo rispetto alla normativa nazionale, ma saranno anche monitorati annualmente.

RISORSE

La responsabilità di dislocare risorse umane e finanziarie è in capo alla direzione.

MECCANISMI DI RECLAMO

Nei punti vendita i clienti sono invitati a lasciare recensioni online sulla propria esperienza. Con la pubblicazione di questo rapporto gli *stakeholder* potranno inoltrare richieste e reclami al contact point indicato. È infine in fase di attivazione una politica strutturata di gestione dei reclami.

AZIONI SPECIFICHE

Questo rapporto è conforme al principale standard di riferimento internazionale per la rendicontazione della sostenibilità, gli standard GRI. Nelle sezioni successive sono dettagliate le azioni specifiche che mettiamo in atto nell'ambito della gestione degli aspetti prioritari di sostenibilità.

VALUTAZIONE SULLA GESTIONE

Per monitorare l'effettiva adeguatezza della gestione dei temi materiali saranno utilizzate le informative degli standard GRI rendicontate nel presente rapporto e nei successivi. Sarà inoltre valutato lo stato di avanzamento degli obiettivi, con approfondimenti legati a eventuali ritardi nel loro raggiungimento.

Ulteriori possibili strutturazioni della gestione dei processi sono in fase di valutazione.

RESPONSABILITÀ

L'impegno nell'adozione di un approccio sempre più sostenibile caratterizza la direzione, che si assume anche la responsabilità dello sviluppo di strategie, dell'implementazione delle politiche, della realizzazione degli impegni e del raggiungimento degli obiettivi.

GOVERNANCE

MOTIVAZIONI E CONFINI

Tema materiale	Motivazioni e confini
Creazione di valore aziendale	La solidità dell'azienda e la capacità di creare valore e distribuirlo sia all'interno sia all'esterno dei suoi confini. Gli eventuali impatti correlati potrebbero avere effetto sia all'interno sia all'esterno dei confini aziendali.
Innovazione digitale	L'innovazione dei processi e lo sviluppo digitale come strumenti chiave per il miglioramento continuo e per l'incremento di competitività. Gli eventuali impatti correlati potrebbero avere effetto sia all'interno sia all'esterno dei confini aziendali.
Etica e trasparenza	Il rispetto dei principi etici nello svolgimento di tutte le attività e in particolar modo la trasparenza come valore fondamentale delle relazioni di mercato. Gli eventuali impatti correlati potrebbero avere effetto prevalentemente all'esterno dei confini aziendali.

STRUMENTI PER LA GESTIONE

POLITICHE E IMPEGNI

La motivazione principale di ogni attività economica è la creazione di valore, un obiettivo legato all'esigenza di crescita e di sviluppo dell'impresa che riflette gli effetti delle strategie aziendali. Questo obiettivo prioritario è l'elemento determinante per la sopravvivenza dell'impresa; da esso e dalla sua lettura accanto a principi di etica e trasparenza discendono anche le politiche e gli impegni a favore dei principali *stakeholder*, nonché quelle di promozione del territorio. Per noi la creazione di valore è strettamente legata all'innovazione digitale e la sua redistribuzione sul territorio è un aspetto identitario.

Ci impegniamo a rispettare scrupolosamente tutte le norme e le leggi applicabili negli ambiti della qualità, della sicurezza e dell'ambiente e del comportamento anti-monopolistico e anti-trust tendendo al miglioramento continuo per implementare l'affidabilità che i nostri *stakeholder* ci riconoscono.

Stiamo valutando la possibilità di sviluppare un codice etico aziendale.



OBIETTIVI E TRAGUARDI

Gli obiettivi e i traguardi assunti per i temi materiali di questo macrotema sono sviluppati seguendo quanto descritto nella sezione Processi comuni a tutti i macrotemi.

RISORSE

Il personale e le risorse finanziarie per la gestione di questo macrotema sono individuati dalla direzione.

MECCANISMI DI RECLAMO

I meccanismi con i quali è possibile avanzare eventuali reclami relativi a questo macrotema sono sviluppati seguendo quanto descritto nella sezione Processi comuni a tutti i macrotemi.

AZIONI SPECIFICHE

La direzione periodicamente effettua valutazioni sui conti economici, sull'andamento aziendale e sui rischi e le opportunità correlate alla generazione del valore e alla sua redistribuzione. In particolare, l'andamento commerciale è valutato mensilmente, mentre quello economico trimestralmente.

Abbiamo effettuato le valutazioni preliminari per l'innovazione del processo di ricondizionamento, che si concretizzeranno nel 2022 con l'attivazione del nuovo centro di Guidizzolo.

VALUTAZIONE SULLA GESTIONE

I meccanismi di valutazione sulla gestione dei temi materiali riconducibili al macrotema *Governance* sono sviluppati seguendo quanto descritto nella sezione Processi comuni a tutti i macrotemi.

RESPONSABILITÀ

Le responsabilità per la gestione dei temi materiali riferiti al macrotema *Governance* sono assegnate seguendo quanto descritto nella sezione Processi comuni a tutti i macrotemi.

AMBIENTE

MOTIVAZIONI E CONFINI

Tema materiale	Motivazioni e confini
Salvaguardia dell'ambiente	L'attenzione e l'impegno a una gestione sostenibile delle risorse materiali, energetiche, idriche e delle emissioni di gas serra legate all'uso dei veicoli. Gli eventuali impatti correlati potrebbero avere effetto prevalentemente all'esterno dei confini aziendali.

MOBILITÀ SOSTENIBILE

Ridurre l'impatto ambientale del trasporto su strada promuovendo veicoli a basse emissioni ed estendendo la vita dei veicoli.

Gli eventuali impatti correlati potrebbero avere effetto sia all'interno sia all'esterno dei confini aziendali.

STRUMENTI PER LA GESTIONE

POLITICHE E IMPEGNI

Applichiamo rigorosamente le politiche di gestione dei rifiuti obbligatorie per legge.

Tra i nostri obiettivi c'è l'aumento delle partnership con le case produttrici di veicoli elettrici. Inoltre, è in fase di attivazione un'iniziativa che prevede la piantumazione di un albero per ogni automobile venduta (Per ogni auto, piantiamo un albero).

OBIETTIVI E TRAGUARDI

Gli obiettivi e i traguardi assunti per i temi materiali di questo macrotema sono sviluppati seguendo quanto descritto nella sezione Processi comuni a tutti i macrotemi.

RISORSE

Il personale e le risorse economiche per la gestione dei temi sono assegnati dalla direzione.

MECCANISMI DI RECLAMO

I meccanismi con i quali è possibile avanzare eventuali reclami relativi a questo macrotema sono sviluppati seguendo quanto descritto nella sezione Processi comuni a tutti i macrotemi.

AZIONI SPECIFICHE

Tra le azioni specifiche per la salvaguardia dell'ambiente che promuoviamo ci sono l'installazione di pannelli fotovoltaici su due delle sedi di Guidizzolo, la dislocazione di dispenser di acqua e la distribuzione di borracce per ridurre il consumo di bottigliette di plastica da parte dei collaboratori, l'invito a ridurre l'utilizzo di carta negli uffici e, ove questo non sia possibile, la promozione di carta riciclata così come la fornitura di bicchieri e palettine di carta presso le macchinette del caffè per ridurre il ricorso alla plastica.

VALUTAZIONE SULLA GESTIONE

I meccanismi di valutazione sulla gestione dei temi materiali riconducibili al macrotema Ambiente sono sviluppati seguendo quanto descritto nella sezione Processi comuni a tutti i macrotemi.

RESPONSABILITÀ

Le responsabilità per la gestione dei temi materiali riferiti al macrotema Ambiente sono assegnate seguendo quanto descritto nella sezione Processi comuni a tutti i macrotemi.



COLLABORATORI

MOTIVAZIONI E CONFINI

Tema materiale	Motivazioni e confini
Benessere e crescita dei lavoratori	Benessere e crescita dei lavoratori La tutela e la promozione del benessere e della realizzazione dei collaboratori anche attraverso l'attenzione alla crescita professionale. Gli eventuali impatti correlati potrebbero avere effetto prevalentemente all'interno dei confini aziendali.

STRUMENTI PER LA GESTIONE

POLITICHE E IMPEGNI

Rinnoviamo annualmente tutte le polizze assicurative offerte, aggiuntive rispetto a quelle obbligatorie di legge.

Una nostra caratteristica distintiva in questo ambito è la tendenza a stabilizzare i contratti di apprendistato trasformandoli nei casi meritevoli in tempo indeterminato.

Per aumentare il benessere dei collaboratori stiamo lavorando alla creazione di un piano di welfare che include la creazione di una mensa e di una palestra aziendali e l'aumento delle ore dedicate alla formazione; a tal proposito sarà sviluppato un piano condiviso e strutturato in grado di incrementare ulteriormente la professionalità delle nostre risorse.

Per le nuove risorse abbiamo anche introdotto un sistema di remunerazione variabile basato sul raggiungimento di obiettivi personali/aziendali

OBIETTIVI E TRAGUARDI

Gli obiettivi e i traguardi assunti per i temi materiali di questo macrotema sono sviluppati seguendo quanto descritto nella sezione "Processi comuni a tutti i macrotemi.

RISORSE

La responsabilità di assegnare risorse umane e finanziarie è della direzione.

MECCANISMI DI RECLAMO

I meccanismi con i quali è possibile avanzare eventuali reclami relativi a questo macrotema sono sviluppati seguendo quanto descritto nella sezione Processi comuni a tutti i macrotemi.

AZIONI SPECIFICHE

Consideriamo i collaboratori la nostra più grande ricchezza e per questo investiamo nel loro sviluppo e nella loro professionalità.

Tutto quanto prescritto nel decreto-legge 81/08 è rispettato attentamente e sono sviluppate iniziative di welfare per aumentare il benessere e la soddisfazione dei collaboratori.

A tutti i collaboratori viene erogata la formazione necessaria allo svolgimento dell'attività professionale e sono garantiti gli opportuni aggiornamenti.

Per la gestione di aspetti specifici si fa riferimento a documenti operativi (es. On boarding kit per i nuovi assunti a cura delle Risorse Umane). Inoltre, i principali processi interni (ad esempio la gestione di reception e centralino) sono formalizzati per iscritto e vengono periodicamente aggiornati.

VALUTAZIONE SULLA GESTIONE

I meccanismi di valutazione sulla gestione dei temi materiali riconducibili al macrotema sono sviluppati seguendo quanto descritto nella sezione *Processi comuni a tutti i macrotemi*.

RESPONSABILITÀ

Le responsabilità per la gestione dei temi relativi all'area sono assegnate seguendo quanto descritto nella sezione *Processi comuni a tutti i macrotemi*.

RELAZIONI ESTERNE

MOTIVAZIONI E CONFINI

Tema materiale	Motivazioni e confini
Relazione con le comunità locali	La cura del rapporto con il territorio locale e la partecipazione al suo sviluppo. Gli eventuali impatti correlati potrebbero avere effetto prevalentemente all'esterno dei confini aziendali
Soddisfazione del cliente	L'attenzione al cliente, alla sua sicurezza e alla sua soddisfazione attraverso prodotti e servizi di qualità e trasparenti. Gli eventuali impatti correlati potrebbero avere effetto prevalentemente all'esterno dei confini aziendali

STRUMENTI PER LA GESTIONE

POLITICHE E IMPEGNI

Da sempre dedichiamo parte delle nostre risorse alle sponsorizzazioni di realtà locali e all'organizzazione di eventi sul territorio, al fine di incrementare il nostro impatto positivo sulla comunità, allocando annualmente una parte del budget sulle attività di sponsorizzazione del territorio.

La soddisfazione del cliente è un aspetto importante per noi e per questo ci impegniamo a rispondere prontamente a ogni reclamo; stiamo inoltre mettendo a punto una formalizzazione dei processi di reclamo.

OBIETTIVI E TRAGUARDI

Gli obiettivi e i traguardi assunti per i temi materiali di questo macrotema sono sviluppati seguendo quanto descritto nella sezione Processi comuni a tutti i macrotemi.

RISORSE

La responsabilità di assegnare risorse umane e finanziarie è della direzione.

MECCANISMI DI RECLAMO

I meccanismi con i quali è possibile avanzare eventuali reclami relativi a questo macrotema sono sviluppati seguendo quanto descritto nella sezione Processi comuni a tutti i macrotemi.

AZIONI SPECIFICHE

Siamo orgogliosi dello stretto legame con il nostro territorio, che si concretizza in una lunga serie di collaborazioni con enti e associazioni locali. Tra queste, quelle di più lunga data riguardano la sede di Guidizzolo e interessano la Pro Loco, alcune società sportive di tamburello, ciclismo, motociclismo e automobilismo, nonché l'istituto professionale For.Ma., con il quale sono stati sviluppati percorsi condivisi. A Verona, inoltre, siamo Premium Partner della società calcistica Hellas Verona.

Sempre in relazione alle comunità locali, collaboriamo all'organizzazione di diversi eventi sul territorio, soprattutto gare automobilistiche ed eventi in pista.

Rispetto alle azioni a favore della soddisfazione dei clienti, analizziamo regolarmente le recensioni fornite su tutti i canali e i portali e gestiamo quelle negative entro 24 ore dalla loro pubblicazione. Inoltre, i principali processi interni anche in relazione ai clienti (ad esempio il customer care) sono formalizzati per iscritto e vengono periodicamente aggiornati.

VALUTAZIONE SULLA GESTIONE

I meccanismi di valutazione sulla gestione dei temi materiali riconducibili al macrotema sono sviluppati seguendo quanto descritto nella sezione Processi comuni a tutti i macrotemi.

RESPONSABILITÀ

Le responsabilità per la gestione dei temi relativi all'area sono assegnate seguendo quanto descritto nella sezione Processi comuni a tutti i macrotemi.

Gli obiettivi e gli impegni dell'azienda

Tema materiale	Obiettivo
Creazione di valore aziendale	Contribuire alla generazione di valore da distribuire all'interno e all'esterno dell'azienda
Innovazione digitale	Perseguire il miglioramento continuo dei propri prodotti e servizi attraverso la digitalizzazione delle attività e l'implementazione di progetti di ricerca e sviluppo
Etica e trasparenza	Garantire un comportamento etico e trasparenza in tutte le fasi delle attività commerciali
Salvaguardia dell'ambiente	Ridurre i consumi idrici
	Ridurre la produzione dei rifiuti
	Ridurre gli impatti legati alle emissioni in aria
	Ridurre gli impatti legati al consumo di energia

Avanzamento al 2022**Target al 2023****In linea rispetto all'obiettivo:**

nel 2022, il fatturato è cresciuto del 16%, nonostante la contrazione del mercato automobilistico legata agli effetti del Covid-19.

Aumentare di oltre il 40% il fatturato

In linea rispetto all'obiettivo:

nel 2022, il valore economico distribuito è aumentato del 18%, ma l'incremento è stato più contenuto delle previsioni a causa degli impatti della pandemia.

Aumentare di oltre il 40% il valore distribuito

In linea rispetto all'obiettivo:

nel 2022 sono stati condotti studi di fattibilità per la digitalizzazione dei processi. Contestualmente è avvenuta l'assunzione di una risorsa esperta in marketing automation ed è stato contrattualizzato il software di marketing automation.

Introdurre la digitalizzazione in almeno un processo chiave

Obiettivo raggiunto e riproposto:

con l'avvio del centro di ricondizionamento delle auto usate è stato introdotto un nuovo processo aziendale.

Sviluppare nuovi processi aziendali

In linea rispetto all'obiettivo:

per il centro di ricondizionamento auto sono stati avviati studi di fattibilità per la digitalizzazione di processo.

Realizzare almeno due progetti di ricerca e sviluppo di nuovi processi

In ritardo rispetto all'obiettivo previsto:

a seguito di nuove priorità aziendali non è stato ancora avviato il processo per la definizione del codice etico aziendale.

Avviare lo sviluppo di un codice etico aziendale

In ritardo rispetto all'obiettivo previsto:

a seguito di nuove priorità aziendali non è stato ancora avviato il processo per aumentare la tracciabilità delle informazioni.

Aumentare la tracciabilità e la condivisione delle informazioni nei processi aziendali

In ritardo rispetto all'obiettivo previsto.

gli adempimenti burocratici, più complessi del previsto, hanno comportato ritardi nella realizzazione della struttura di monitoraggio.

Strutturare il monitoraggio dei consumi idrici

In ritardo rispetto all'obiettivo previsto:

come conseguenza di ciò che riguarda l'obiettivo precedente anche l'implementazione di misure volte ad aumentare l'efficienza è in fase di stallo.

Aumentare l'efficienza nell'uso della risorsa idrica nelle operazioni di lavaggio

Obiettivo modificato*:

la natura delle nostre attività rende difficile ridurre globalmente i rifiuti generati. Concentrando gli sforzi sulla riduzione dei rifiuti cartacei e plastici prodotti vogliamo cercare di ridurre gli impatti senza compromettere l'operatività dell'azienda.

Ridurre la quota di rifiuti smaltiti in discarica

**Obiettivo precedente: ridurre la quota di rifiuti smaltiti in discarica*

Obiettivo modificato*:

come conseguenza di ciò che riguarda l'obiettivo precedente è stato deciso di strutturare un sistema di monitoraggio specifico per i rifiuti cartacei e plastici.

Strutturare il monitoraggio dei rifiuti urbani prodotti

**Obiettivo precedente: strutturare il monitoraggio dei rifiuti urbani prodotti*

Obiettivo raggiunto e aggiornato*:

nel 2022 abbiamo venduto un totale di 110 unità elettriche, aumentando la quota di mercato dedicata alle auto elettriche

Aumentare la quota di mercato dedicata alle auto a basse emissioni

**Obiettivo precedente: aumentare la quota di mercato dedicata alle auto elettriche*

In ritardo rispetto all'obiettivo previsto:

rispetto al 2021 il consumo energetico rapportato all'organico è aumentato del 6,1%

Ridurre il consumo totale di energia in rapporto all'organico del 5%

Benessere e crescita
dei lavoratori

Promuovere la soddisfazione e la crescita umana e professionale dei collaboratori

Relazione con le
comunità locali

Incentivare la formazione dei giovani e lo sviluppo di nuovi talenti

Sostenere le iniziative culturali e benefiche del territorio

Contribuire positivamente al tasso di occupazione della comunità locale

Soddisfazione del cliente

Rispondere e adattarsi ai bisogni e alle esigenze del cliente per perseguirne la soddisfazione

<p>Obiettivo raggiunto e riproposto: nel 2022 le ore di formazione medie per dipendente sono aumentate del 5,8%</p>	<p>Aumentare del 5% le ore di formazione medie per dipendente</p>
<p>Obiettivo raggiunto e aggiornato*: dal 2022 i contratti delle nuove risorse prevedono una parte di retribuzione variabile basata su obiettivi aziendali.</p> <p><i>*Obiettivo precedente: avviare lo sviluppo di un sistema di premi e incentivi basato sul raggiungimento di obiettivi</i></p>	<p>Potenziare il sistema di premi e incentivi basato sul raggiungimento di obiettivi</p>
<p>Obiettivo raggiunto e aggiornato*: al 2022 sono stati erogati per ogni dipendente seicento euro netti, quantificabili tra buoni d'acquisto spendibili al supermercato o ai distributori di carburante.</p> <p><i>*Obiettivo precedente: incrementare le iniziative di welfare aziendale</i></p>	<p>Mantenere le iniziative di welfare aziendale.</p>
<p>Obiettivo modificato*: azzerare il tasso di infortuni è certamente un obiettivo a cui tendiamo, tuttavia per adottare un approccio più pratico e focalizzato sulla prevenzione abbiamo deciso di modificare l'obiettivo con lo scopo di avviare e monitorare misure puntuali per ridurre il rischio di infortuni.</p> <p><i>*Obiettivo precedente: azzerare il tasso di infortuni</i></p>	<p>Mettere in atto misure per ridurre il rischio di infortuni</p>
<p>Obiettivo raggiunto e riproposto: tramite il progetto For.Ma abbiamo incrementato le relazioni con il mondo della formazione da cui abbiamo assunto una risorsa.</p>	<p>Incrementare le relazioni con il mondo della formazione scolastica superiore e universitaria mediante l'aumento dei tirocini, percorsi di alternanza scuola lavoro e borse di studio</p>
<p>Obiettivo raggiunto e riproposto: nel 2022 è stata avviata la partnership con l'ASD Footgolf di Mantova, per il torneo Le Vigne Footgolf Cup</p>	<p>Sviluppare almeno una nuova partnership con una realtà associativa del territorio</p>
<p>Obiettivo modificato*: le difficoltà strutturali nel trovare risorse specializzate sul territorio hanno reso necessario modificare l'obiettivo.</p> <p><i>*Obiettivo precedente: assumere il 60% del personale proveniente dal territorio</i></p>	<p>Avviare partnership con almeno una officina locale</p>
<p>Obiettivo raggiunto e aggiornato*: oltre allo sviluppo dei questionari sono state previste in aggiunta delle chiamate di customer care per valutare l'esperienza d'acquisto del cliente.</p> <p><i>*Obiettivo precedente: avviare lo sviluppo di un questionario di soddisfazione da somministrare a tutti i clienti</i></p>	<p>Avviare lo sviluppo di un questionario di soddisfazione da somministrare a tutti i clienti</p>

Appendice

Fattori di conversione e di emissione utilizzati per il calcolo

Potere calorifico inferiore

Combustibile

Fonte dati

Gas naturale

Fattori di emissione e LHV (PCI):

Ecoinvent 3.8 "Heat, district or industrial, natural gas {Europe without Switzerland} | heat production, natural gas, at industrial furnace low-NOx >100kW | Alloc Rec, U"

Densità:

GESTIS Substance Database Information system on hazardous substances of the German Social Accident Insurance (IFA, www.dguv.de)

Benzina

LHV (PCI):

ENEA (<https://www.enea.it/it/seguici/le-parole-dellenergia/glossario/parole/potere-calorifico-visitato29/04/22>)

Densità:

ENEA, Rapporto sugli usi energetici in ENEA Anno 2019

Fattori di emissione:

Banca dati dei fattori di emissione medi del trasporto stradale in Italia: fetransp.isprambiente.it (dati aggiornati al 2019). Modello: automobili private alimentate a benzina Euro 4 di segmento medio

Gasolio

Fattori di emissione e LHV (PCI):

Ecoinvent 3.8 "Heat, central or small-scale, other than natural gas {Europe without Switzerland} | heat production, light fuel oil, at boiler 100kW, non-modulating | Alloc Rec, U"

Densità:

GESTIS Substance Database Information system on hazardous substances of the German Social Accident Insurance (IFA, www.dguv.de)

dei consumi e delle emissioni e indicazione delle loro fonti

					Fattori di emissione				
UM	LHV		Densità		NOx [g/GJ]	SOx [g/GJ]	CO [g/GJ]	PM < 2,5 [g/GJ]	CO2 [kg/GJ]
m ³	34,8	MJ/m ³	0,75	kg/m ³	25,6	0,61	15,56	0,11	62,3
l	32,5	MJ/l	0,74	kg/l	23,79	0,26	274,22	4,66	73,44
l	33,5	MJ/l	0,835	kg/l	29,2	49,8	7,98	0,53	78,7



tomasini
A U T O