



RAPPORTO DI

SOSTENIBILITÀ

2023

Sommario



Lettera agli *stakeholder*

2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile

Cari lettori,

In conecabo. Hiliquo quamus vitiurio te volorum recae exped molende pa ipsunt.

Udam aligent pe veliquias remporem dem fugia consequere et ut porem lab intiis doluptate quae nonet, omnis dolorpost quodicit et veles alibus, sit ut premporate pliciendelic tempore, nectota sinim lacepuditio. Uga. Nequis suntemp orepro consed mo quiae volestiis di arum inverspelit faces eos doluptatum non corestissit resed et illacip idigendus namus pel et rem dollanis alis inctorero ommolendam ate iur, andandae voluptatur sequi doluptatem. Onsenem velendio tota soluptat.

Ped moluptae net, sus accaborrore sandebi tatenemolore dolore et fugia consent volut volore experi officil modis sitatis eat ea quae cus.

Uptae. Vitate nobitibus expe landit quia nihicti iuntum dolupta testion sequamus, consequam fugita susam nulpia diaepudi blacearit acestium quas quatincte ni dest lat perio in perumquis dignatur, niscient opta quia digenimi, quiatur?

Sum faciur? Nonestis eum fugitis prestru mquisqu aecum, sa perorer essequos id quati corest idel ipsa eosant.

Ab id quid evelique nonsequunt quod estem venis magni nonseni hicati dolorro beriatam as autem re, ellupis ipid quo occat as mo ium harum ilit dem faccupatam nos dolupti bustion sequam quamus eaque ilitam volorum repella boribus, ipsam, sus rere plati tectae quid quam venem. Rovid enduntium audiam enit, simusae magnam doluptatet rem faceperio ea aut officia qui aut enim re dipsanti conestium quamusc imodicit lam ducia doluptiasi volut pro explit eum simus, tem hariscilicet ut volores tiunder natquis aut as es qui volore consectur modi optatquiandi dis auda dest ut faceperum quibus aut dolese vid molupta tiscill uptatum, ipsant ullorem quia il idebition expliquia cusdaecabo. Et eum incte lanihil iquaest, sit et fuga. Ut quamente volupta sitio dolorum quis experrum et volorest molut et quibus eatu quis expedis tiorem quo beaquodiorio ommo et odi aperibus aut inimagnam initiate nonserum dolorero quis volorro magnimus esto mollis aspelias eum et essus etus, cus que pores dolore nus delitat ibustio sandae. Ita provide ndicimped esequia quis ad molut re sin consequ aepudae porerepernam aut idellant ab iusdant.

Idellum fugit deseque nesto exeribus eum faceperum et quis aut qui se con et et a vident hillabo. Litas autem. Et aspit faccus autatur?

Ne et as sin comnis dus, con rerum aut eos dolore doluptat od quas saeperia num que et quataie presciatur,



**To tem fugit volore
liquam, illores etur
sequias quae pores
rem nulpā nimolentīn
nonessi minihicid expe
voluptas coreprem ne
cupienim inti ullatiore
sapiet adiscita sit lab
iundeni enisquaeprat
hiciunt dit, sequis
magniet rest haribeat
laborer epere,
simolorent labo.**



optibus, omni cullatem quas maio. Et ea volupta tionsed eveliqua-
tis et et pos eius eaqui offictem comnis sintemp oratem veniate
lam illuptaestis dolupta temodit iusantur, con ra qui nobit hillup-
tibus a non eressitatio. Hilit et evellat emporio nsectat urestem
quodio. Itat.

Pudistint mi, velecep taecab il illitia velluptatiis id quaeratint fugita
pores eos ditati tecus.

Mus volese as aliquae etur aut mod quis magnat entur?

Sedipsae essin perionsed quodit mossita tectori tatissincte ma
simetur?

Unt ad moluptius, quam, vellandicae. Ad quunt dolor min con-
seque nonse eatur autatiunt prem non explaut ipsam fuga. Rum
volupturion eatus, invelit porehent andigenis sa pla volupta erferio
rernatem cus voluptatum eost, occae volo optur?

Icipsae non pa volent, as molore consequatem. Nequam vel et et
aut doluptatecto cum rent ut ma que et illecae ventiore nis am ra
dipsus et hillorempor rendit qui qui velis autasin velecat doloreh
enihil iumqui tore volento quide excere volendera volut invenimi,
sedion reriorest fugia ex eost as rehenes equiatur asperes rem
consed magnatur aut fugiti volum asimusda ne pro etusam ipicil

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
 - 2-16 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
 - 2-25 Processi per rimediare agli impatti negativi
 - 2-26 Meccanismi per richiedere consulenza e sollevare interesse
 - 2-28 Associazioni di appartenenza
-

Tomasi Auto è un importante concessionario automobilistico italiano, specializzato nella vendita di veicoli nuovi, usati e a km 0. Fondata nel 1997 su una solida realtà familiare, nel corso degli anni ha conosciuto un'espansione significativa.

Oggi, vantiamo oltre 200 dipendenti e una flotta di veicoli che comprende più di 50 marchi differenti. La nostra offerta spazia dalle city car ai SUV, dalle auto sportive a quelle familiari, soddisfacendo le esigenze di una clientela variegata.

Nel 2023, tutte le quote societarie di Tomasi Auto sono state acquisite da FTH S.p.A., una holding a conduzione familiare, di proprietà della famiglia. FTH S.p.A. detiene anche il controllo di Costruire S.r.l., la società immobiliare che gestisce parte degli edifici in cui Tomasi Auto svolge le sue attività.

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.



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



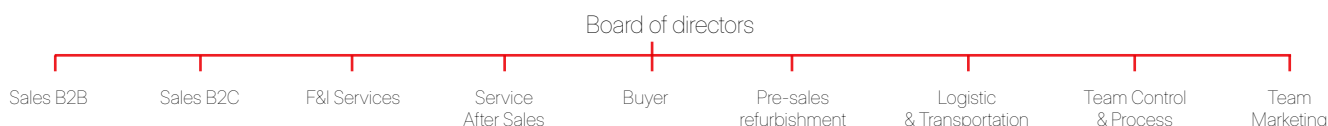
Offre soluzioni su misura per le flotte aziendali



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 (CdA), il quale è investito dei più ampi poteri di ordinaria e straordinaria amministrazione. Il CdA è composto dal Presidente Giancarlo Tomasi, che svolge una funzione chiave nella direzione e nel coordinamento delle attività operative aziendali, dai consiglieri delegati Franco Tomasi e Enrico Parisio, oltre al procuratore generale Francesco Mondini. Gli amministratori nominati restano in carica a tempo indeterminato, fino a quando non viene re-

vocato il loro mandato. Insieme 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 analizzare i risultati raggiunti e discutere delle strategie future, comprese quelle relative alla sostenibilità. In queste occasioni, può essere richiesto il supporto di *stakeholder* esterni, che assistono il board aziendale nella valutazione e nella programmazione degli obiettivi da perseguire.

Per assicurare le migliori prestazioni possibili nella gestione aziendale, monitoriamo costantemente le nostre performance economiche. Il team amministrativo esamina i flussi economico-finanziari elaborando una reportistica specifica che contribuisce alle valutazioni semestrale e alla consuntivazione annuale. In occasione del bilancio di fine anno questi strumenti sono funzionali all'analisi dell'operato dell'organo di governo. I consiglieri delegati partecipano attivamente alle varie attività operative, il che permette loro di avere una visione chiara degli impatti potenziali e di mantenere il Consiglio di Amministrazione costantemente informato. Quando emergono situazioni critiche, il CdA propone rapidamente soluzioni per mitigare gli eventuali effetti negativi degli impatti derivanti delle attività aziendali. Questo coinvolgimento diretto nell'operatività consente inoltre di gestire efficacemente i reclami e di affrontare le problematiche correlate.

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.

1.2 La storia e i valori di Tomasi Auto

La storia della nostra Società è 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

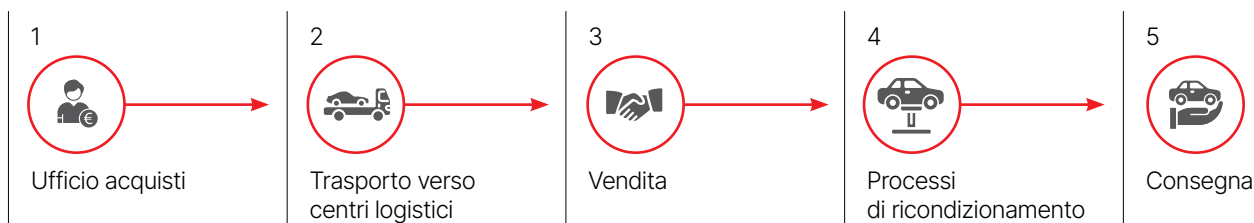
oltre **11.000**
auto vendute nel 2023

≈ **9.000**
riconvenzionate nel 2023

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.

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 riconvenimento che può avvenire nelle officine di Guidizzolo o di Verona.

Dal 2022 abbiamo inaugurato una nuova struttura dedicata al ripristino delle vetture da vendere in cui l'intera procedura di riconvenimento, 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'autofficina autorizzata Stellantis per i servizi di assistenza post-vendita sui veicoli dei marchi Fiat, Alfa, Lancia, Abarth e Fiat Professional, e siamo parte del circuito delle officine Marelli CheckStar. La nostra officina è in grado di assistere quasi 50 marchi automobilistici, fornendo direttamente servizi di manutenzione periodica, interventi meccanici, cambio gomme e sostituzione cristalli. Inoltre, supportiamo i clienti in caso di sinistro, gestendo personalmente il rapporto con le compagnie assicurative per perizie e liquidazioni.

Anche in questo caso la catena di fornitura è un aspetto cruciale: l'acquisto dei ricambi avviene attraverso la rete ufficiale delle case automobilistiche 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.

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





2.

L'approccio alla rendicontazione della sostenibilità

Anche quest'anno ci impegniamo a creare un impatto positivo nel territorio in cui operiamo. La nostra attività si caratterizza per la ricerca di soluzioni innovative e mirate al miglioramento continuo. In quest'ottica presentiamo il nuovo rapporto di sostenibilità, frutto di risorse, tempo ed energie investiti per affrontare le sfide attuali. L'obiettivo è duplice:

1. integrare nel business aziendale la gestione responsabile dei cosiddetti temi ESG, cioè quelli che hanno a che vedere con l'ambiente (Environment), il sociale (Social) e la governance;
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 2023 e riguardano le attività di ricondizionamento, vendita e assistenza post-vendita svolte nelle sedi di Verona e di Guidizzolo.

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 2023 abbiamo scelto di redigere il rapporto in 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 raccoglierne punti di vista, istanze e aspettative. Come nei rapporti precedenti, 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 <i>stakeholder</i>	Definizione
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 possono 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
Media e stampa	Mezzi di informazione internazionali, nazionali e locali che possono influenzare le attività di Tomasi Auto

Rispetto al rapporto precedente, la categoria dei lavoratori non è stata inclusa nell'analisi per lo *stakeholder* engagement.

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 i precedenti rapporti 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.

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.

Per arrivare all'identificazione dei temi materiali è indispensabile come prima cosa studiare la propria realtà, il contesto in cui si opera e la concorrenza con cui ci si confronta per identificare le tematiche potenzialmente **prioritarie**. Per adeguarsi all'aggiornamento degli standard di rendicontazione, nel Rapporto 2022 sono stati identificati e valutati gli impatti che l'organizzazione ha verso l'esterno, sulla base dei quali abbiamo identificato i nostri temi materiali per i tre ambiti della sostenibilità: economico, sociale e ambientale (ESG). Il processo è stato rivalutato e confermato dal CdA per la predisposizione del presente rapporto.

Di seguito è possibile vedere l'elenco dei temi materiali divisi per ambito ESG e la descrizione di ciascun tema.



Impatto	Tema materiale	Definizione del tema	Valutazione degli stakeholder
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 Promuovere condizioni di lavoro soddisfacenti Contributo allo sviluppo di una società più etica	Benessere dei collaboratori	La tutela e la promozione del benessere e della realizzazione dei collaboratori anche attraverso l'attenzione alla crescita professionale.	**
2. Aumento di competitività nel mercato per adeguata valutazione di rischi e opportunità Aumento della solidità aziendale tramite un' oculata gestione dei rischi e opportunità ESG	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.	***
3. Contributo al passaggio a un'economia a minor uso di risorse grazie allo sviluppo di servizi sostenibili e innovativi Aumento della competitività dell'Azienda tramite l'innovazione digitale	Innovazione digitale	L'innovazione dei processi e lo sviluppo digitale come strumenti chiave per il miglioramento continuo e l'incremento della competitività.	*
4. Aumento della soddisfazione del cliente anche per la qualità degli aspetti accessori/post-vendita Aumentare la fidelizzazione tramite la trasparenza delle informazioni Aumento della soddisfazione del cliente anche per gli aspetti di sicurezza informativa e di <i>privacy</i>	Soddisfazione del cliente	L'abilità di fornire un'esperienza d'acquisto e servizi di qualità con attenzione ai dettagli e alla sicurezza informativa.	***
5. Contributo allo sviluppo economico e sociale del territorio Promuovere iniziative locali per sostenere il benessere della comunità	Relazione con le comunità locali	La cura del rapporto con il territorio locale e la partecipazione al suo sviluppo.	**
6. Promozione di modelli di mobilità differenti da quelli tradizionali Estensione della vita dei veicoli	Mobilità sostenibile	Ridurre l'impatto ambientale del trasporto su strada promuovendo veicoli a basse emissioni ed estendendo la 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 Riduzione dell'impatto ambientale determinato dallo smaltimento dei rifiuti Promozione di veicoli a basse emissioni Riduzione dei costi per acquisto di energia Diffondere la cultura della sostenibilità lungo la filiera	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.	**
8. Consolidamento della reputazione e del rapporto di fiducia verso l'Azienda Promozione di una cultura aziendale orientata alla legalità Rispetto della normativa socio-economica e ambientale applicabile	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.	*

Essendo stata riconfermata l'analisi da parte del *management*, 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 *Soddisfazione 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*.

Gli *stakeholder* confermano l'importanza di saper Creare valore aziendale. Inoltre, attribuiscono grande rilevanza al tema della *Soddisfazione dei clienti*, consapevoli che la competitività futura aziendale dipende dalla capacità di saper soddisfare le esigenze dei clienti.

C'è una concordanza anche nell'attribuire una rilevanza media ai temi della *Mobilità sostenibile*, della *Salvaguardia ambientale* e delle *Relazioni con le comunità* e nell'attribuire una minor rilevanza al tema dell'*Etica e trasparenza*.



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

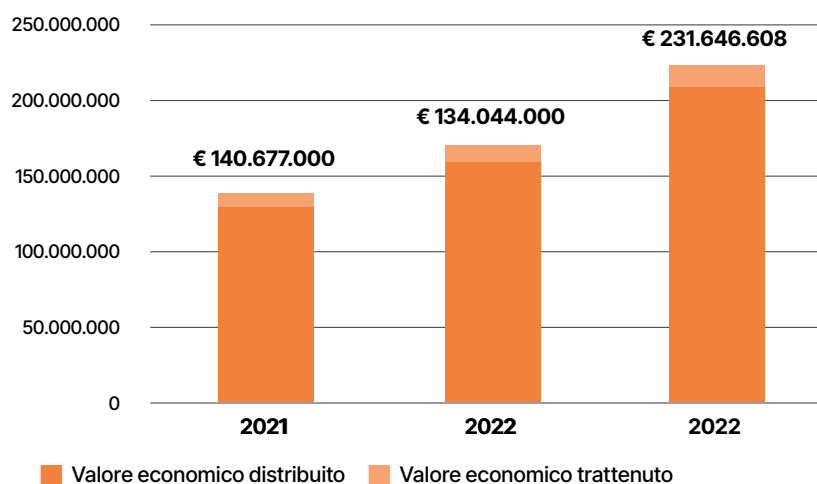
201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito
 202-2 Proporzione di senior manager assunti dalla comunità locale
 204-1 Proporzione di spesa verso fornitori locali
 201-4 Assistenza finanziaria ricevuta da governo

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.

Tabella 1. Valore economico generato, distribuito e trattenuto - dati 2021-2023.

Valore economico direttamente generato e distribuito	2021	2022	2023
Valore economico generato	€ 140.677.000	€ 164.044.000	€ 231.646.608
Valore economico distribuito	€ 134.079.000	€ 158.809.000	€ 221.075.107
Costi operativi	€ 129.168.000	€ 149.625.200	€ 209.492.58
Salari e benefit dei dipendenti	€ 4.240.000	€ 6.170.000	€ 7.108.203
Pagamenti a fornitori di capitale	€ 248.000	€ 180.800	€ 1.146.488
Pagamenti alla Pubblica Amministrazione	€ 0	€ 2.397.000	€ 2.850.830
Investimenti nella comunità	€ 423.000	€ 436.000	€ 477.000
Altro	€ 0	€ 0	0 €
Valore economico trattenuto	€ 6.598.000	€ 5.235.000	€ 10.571.501

Grafico 1. Valore economico generato, distribuito e trattenuto – dati 2021 - 2023.





Nel 2023, abbiamo generato un valore economico superiore a 231 milioni di euro, registrando una crescita del 64,7% rispetto al 2021. Abbiamo distribuito quasi 221 milioni di euro tra i nostri stakeholder, con un incremento del 64,8% rispetto al 2021, e trattenuto oltre 10 milioni di euro, in aumento del 60,2% rispetto al 2021.

Siamo convinti che il valore aziendale si rifletta non solo nei profitti generati, ma anche nella capacità di creare e distribuire ricchezza materiale e immateriale agli stakeholder. Questo si rispecchia nell'elevato valore economico che distribuiamo, comprendente diversi contributi significativi quali l'acquisto di veicoli da privati e aziende, gli stipendi e i benefit dei nostri collaboratori, e altri costi legati alla fornitura di capitale. Nel 2023 abbiamo destinato 477.000 euro alla sponsorizzazione di associazioni sportive e culturali locali, sottolineando l'importanza che attribuiamo al 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 2023 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.

Relativamente all'assistenza finanziaria ricevuta dal governo nel 2023, abbiamo ricevuto sovvenzioni per investimenti legati a progetti di ricerca e sviluppo per oltre 25.000 €. Inoltre abbiamo usufruito della quota di un terzo del credito di imposta prevista per il 2023 riconducibile ai crediti ricevuti nel 2022.

Tabella 2. Assistenza finanziaria ricevuta dal governo - dati 2021-2023.

Assistenza finanziaria ricevuta dal governo	2021	2022	2023
Sgravi fiscali e le detrazioni di imposta	€ 0,00	€ 706.000,00	€ 0,00
Sovvenzioni agli investimenti, alla ricerca e sviluppo e altre forme rilevanti di contributi	€ 0,00	€ 0,00	€ 25.069,30

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

Il nostro innovativo centro di ricondizionamento di vetture usate si è confermato come un centro all'avanguardia per il rinnovamento dei mezzi usati, ottimizzato secondo i più innovativi standard dell'industria 4.0. Grazie alla capacità produttiva del nostro centro, che può rinnovare 250 auto alla settimana, nel 2023 siamo riusciti a rinnovare circa 9.000 veicoli. Dalla meccanica alla carrozzeria, ogni auto viene sottoposta a minuziose lavorazioni per garantire la massima qualità e sicurezza del veicolo che andiamo successivamente a commercializzare.

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 2023 abbiamo investito oltre 250.000 euro in cinque progetti, impiegando un totale di 7.490 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 nel 2023 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 MES esterno per ottimizzare la pianificazione delle perizie delle vetture in arrivo.

Appneumatici

Appneumatici è un'applicazione progettata per gli operatori di magazzino di Tomasi Auto, finalizzata a gestire lo stoccaggio e la movimentazione degli pneumatici in modo più efficiente e organizzato. L'applicazione consente di ridurre i tempi di ricerca per localizzare un set di pneumatici, diminuire gli errori nella gestione degli pneumatici e ottimizzare lo spazio di stoccaggio.

Web Machine

Il progetto Web Machine si basa su una soluzione software integrata con il sistema CRM, dedicata alla gestione efficiente delle vendite di servizi collegati all'acquisto di un veicolo. Questa innovazione supera le limitazioni delle integrazioni esistenti con le società finanziarie tradizionali, consentendo alla forza vendita di generare preventivi dettagliati e precisi per finanziamenti, estensioni di garanzia e assicurazioni.

Applicativo mailMiner

L'applicativo mailMiner è stato progettato per analizzare automaticamente le **mail** in arrivo. Tramite algoritmi avanzati, l'applicazione identifica le comunicazioni rilevanti, estrae le informazioni più importanti e genera automaticamente nuovi lead nel CRM aziendale.

Altri progetti di ricerca e digitalizzazione

Oltre allo sviluppo di applicativi, abbiamo investito le nostre risorse anche nella ricerca, attraverso il progetto "UX Research". Questo progetto è stato avviato per trasformare radicalmente la nostra proposizione commerciale. L'obiettivo è convertire il nostro sito web da una piattaforma di lead generation a un e-commerce dedicato alla vendita di auto usate. Questo progetto non mira solo a migliorare il sito web, ma anche a favorire il passaggio da un modello tradizionale di vendita in concessionaria a un'esperienza di acquisto completamente digitale.

I nostri sforzi si sono concentrati anche sulla digitalizzazione dei processi, con l'obiettivo di migliorare l'efficienza operativa, l'esperienza del cliente e promuovere l'implementazione di tecnologie innovative. Abbiamo puntato a migliorare l'interazione con i clienti attraverso una migliore interfaccia utente del sito e una gestione più efficiente delle operazioni. Grazie all'architettura integrata, siamo riusciti a ridurre i tempi di elaborazione delle transazioni e ad aumentare la precisione nelle interazioni con i clienti, migliorando così l'efficienza operativa complessiva.

Abbiamo inoltre implementato un sistema automatizzato per la piantumazione degli alberi, mediante l'integrazione di API avanzate, che permette di rispondere automaticamente alla chiusura di ogni contratto con la piantumazione di un albero. Inoltre, abbiamo potenziato il nostro totem interattivo con l'intelligenza artificiale. In questo modo, il totem analizza in tempo reale le interazioni dei clienti, comprende le loro esigenze e suggerisce prodotti o servizi pertinenti.

3.3. Etica e trasparenza

2-15 Conflitti d'interesse

2-27 Conformità alle leggi e regolamenti

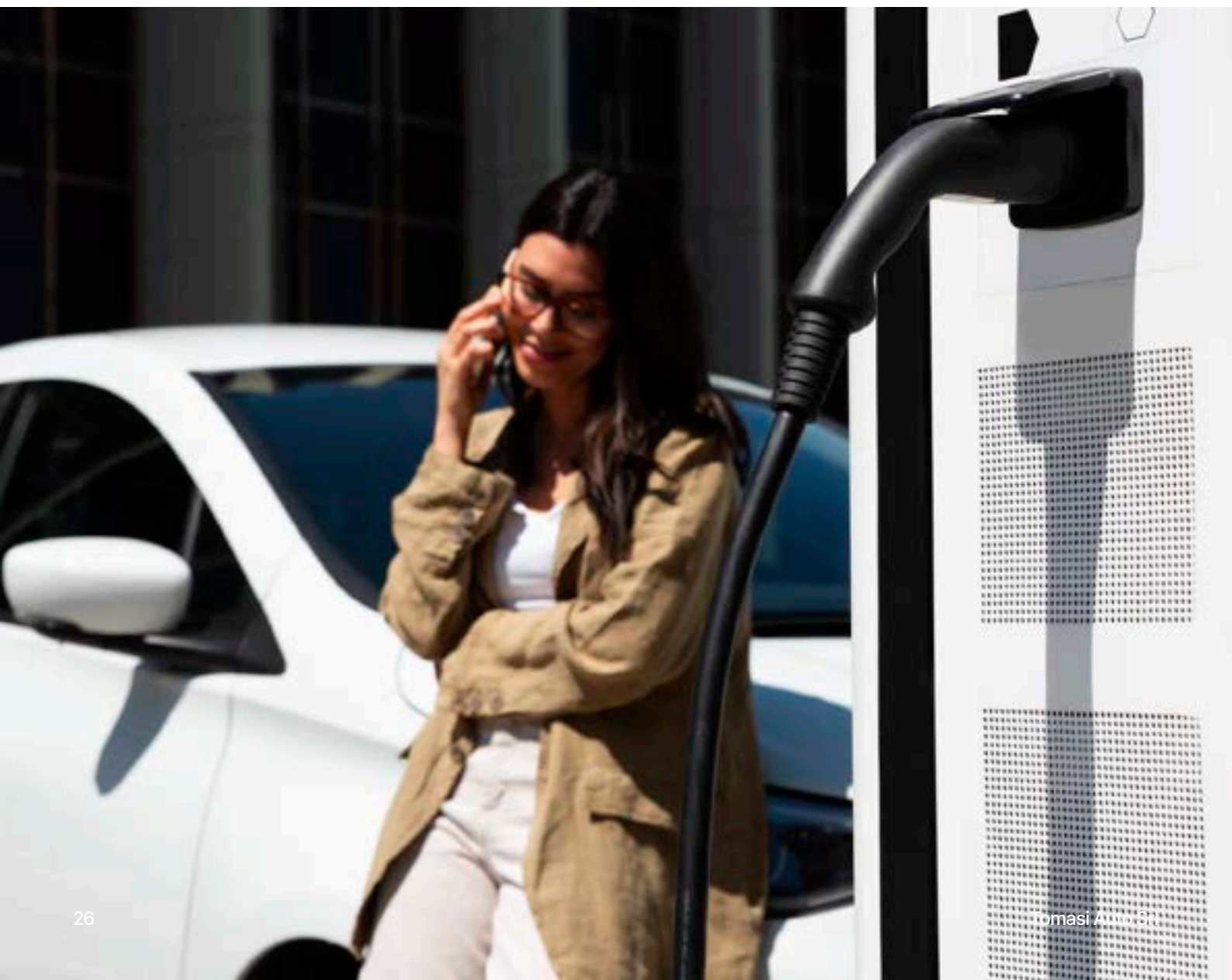
206-1 Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche

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.

L'elaborazione del rapporto di sostenibilità e l'impegno protrato 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 2023. 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 terzo 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.

Tabella 1. Numero di auto vendute per tipo di alimentazione – dati 2023.

Tipo di alimentazione	Totale
Ibrida	2.332
Diesel	4.573
Benzina	3.866
Metano - Benzina	107
GPL - Benzina	411
Elettrica	151
Totale	11.440

Nel 2023 abbiamo venduto un totale di 11.440 veicoli, di cui oltre 9.000 sono stati rigenerati tramite il nostro centro di ricondizionamento. Tra i veicoli venduti, circa il 20% sono ibridi, mentre poco più dell'1% elettrici.

Analizzando il contesto nazionale, la situazione non è molto diversa. In Italia, solo il 4,2% delle auto immatricolate nel 2023 sono completamente elettriche, secondo i dati di Motus-E³. Questo dato evidenzia come

³ <https://www.motus-e.org/analisi-di-mercato/dicembre-2023/>

le auto elettriche fatichino ancora a conquistare la fiducia degli automobilisti italiani, in gran parte a causa di barriere come il prezzo elevato rispetto alle alternative tradizionali, le preoccupazioni legate all'autonomia delle batterie e la scarsa diffusione delle infrastrutture di ricarica, specialmente nelle aree meno urbanizzate.

Per supportare la transizione verso una mobilità più sostenibile, abbiamo intrapreso azioni concrete nella nostra concessionaria di Guidizzolo, installando una stazione di ricarica rapida aperta al pubblico. Nel 2024, lo stesso servizio sarà disponibile anche nella sede di Verona.

Inoltre, stiamo collaborando con associazioni locali e nazionali per promuovere l'adozione di veicoli elettrici attraverso campagne di sensibilizzazione e di sponsorizzazione. In tal senso nel 2023 abbiamo fornito un veicolo elettrico a una società calcistica locale.

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)
305-2 Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)
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)

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

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

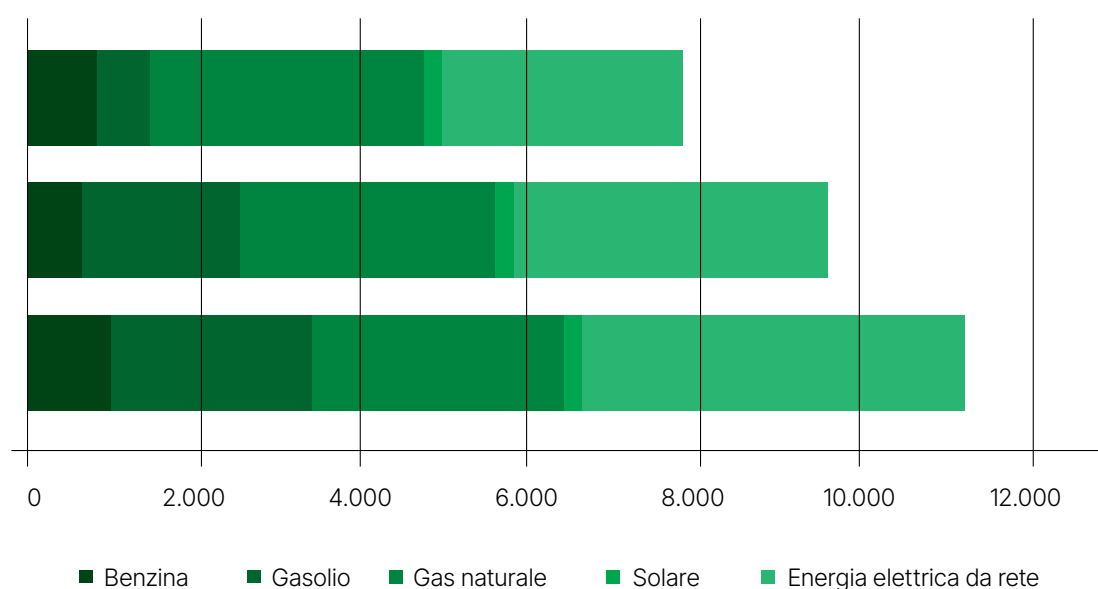
- L'officina meccanica di via Leonardo Da Vinci 9;
- La sede legale e commerciale di via Salvo d'Acquisto 2;
- La sede degli uffici commerciali e amministrativi di via G. Galilei 22;
- Il piazzale logistico di via H. Dunant.

Nel 2023 le voci più rilevanti dei consumi energetici riguardano l'energia elettrica e il gas naturale funzionale al riscaldamento dei locali. 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.

Tabella 2. Consumo di energia in GJ per fonte energetica – dati 2021-2023.

Consumo⁴ di energia per fonte energetica - GJ		2021	2022	2023
	Benzina ⁵	877,02	700,50	1.006,22
	Gasolio ^{2????}	575,22	1.831,86	2.398,45
	Gas naturale	3.299,49	3.030,37	2.975,06
	Energia elettrica da rete	2.820,85	3.681,22	4.490,78
Prodotta da impianto fotovoltaico a Guidizzolo	Energia elettrica autoprodotta e consumata	207,41	250,88	234,50
	Energia elettrica autoprodotta e venduta	39,75	47,52	39,82
Consumo netto di energia (totale energia consumata - energia venduta)		7.780	9.495	11.105

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



Tra il 2021 e il 2023 il consumo aziendale di energia è cresciuto del 42,7%, coerentemente con la crescita aziendale e dei ricavi.

Una mappatura delle tematiche cosiddette *Environmental, Social and Governance (ESG)*, che Quintegia⁶ 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.

⁴ 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.

⁵ 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.

⁶ <https://www.quintegia.it/quintegia-presenta-il-primi-studio-sui-criteri-esg-in-concessionaria/>

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

Partendo dai dati di consumo dei combustibili abbiamo calcolato le nostre emissioni nell'atmosfera. Nel 2023 abbiamo rilasciato gas a effetto serra per totale di circa 437 tonnellate di CO₂eq per lo Scope 1, legate principalmente alla combustione di gas naturale, benzina e gasolio, ma anche ad altre attività come l'installazione di un impianto di condizionamento.

Tabella 3. Emissioni dirette di gas a effetto serra (GHG) in tCO₂eq per fonte – dati 2021-2023.

Emissioni dirette di GHG (Scope 1) - tCO₂eq	2021	2022	2023
Gas naturale ⁷	185,75	170,02	167,49
Benzina ⁸	61,98	45,47	71,12
Gasolio ⁹	42,83	137,89	178,57
R32 HFC 32 ¹⁰	0,68	0,00	19,50
Produzione totale di GHG¹²	291,24	356,49	436,67

Per quanto riguarda lo Scope 2, ovvero le emissioni indirette di gas serra derivanti dall'energia elettrica acquistata, nel 2023 abbiamo generato 343,84 tCO₂e, calcolate secondo il metodo location based. Utilizzando il metodo market based e basandoci sul mix residuo italiano, le emissioni risultano pari a 624,43 tCO₂e. L'impiego dell'impianto fotovoltaico per coprire parte del nostro fabbisogno energetico interno ha consentito un risparmio di quasi 18 tCO₂e sul totale delle emissioni indirette.

Tabella 4. Emissioni indirette (location e market based) di gas a effetto serra in tCO₂eq – dati 2021-2023.

Emissioni indirette di GHG (Scope 2) - tCO₂eq	2021	2022	2023
NO _x	215,98	281,86	343,84
SO ₂	392,23	511,86	624,43

⁷ Fattore di emissione: 0,056 tCO₂e/GJ. Fonte: UK Government Conversion Factors for greenhouse gas (GHG) reporting, 2023.

⁸ Fattore di emissione: 0,071 tCO₂e/GJ. Fonte: UK Government Conversion Factors for greenhouse gas (GHG) reporting, 2023.

⁹ Fattore di emissione: 0,075 tCO₂e/GJ. Fonte: UK Government Conversion Factors for greenhouse gas (GHG) reporting, 2023.

¹⁰ Fattore di emissione: 0,677 kgCO₂e/kg. Fonte: UK Government Conversion Factors for greenhouse gas (GHG) reporting, 2023.

¹¹ Fattore di emissione: 0,077 t CO₂e/GJ. Fonte: Ecoinvent 3.9.1.

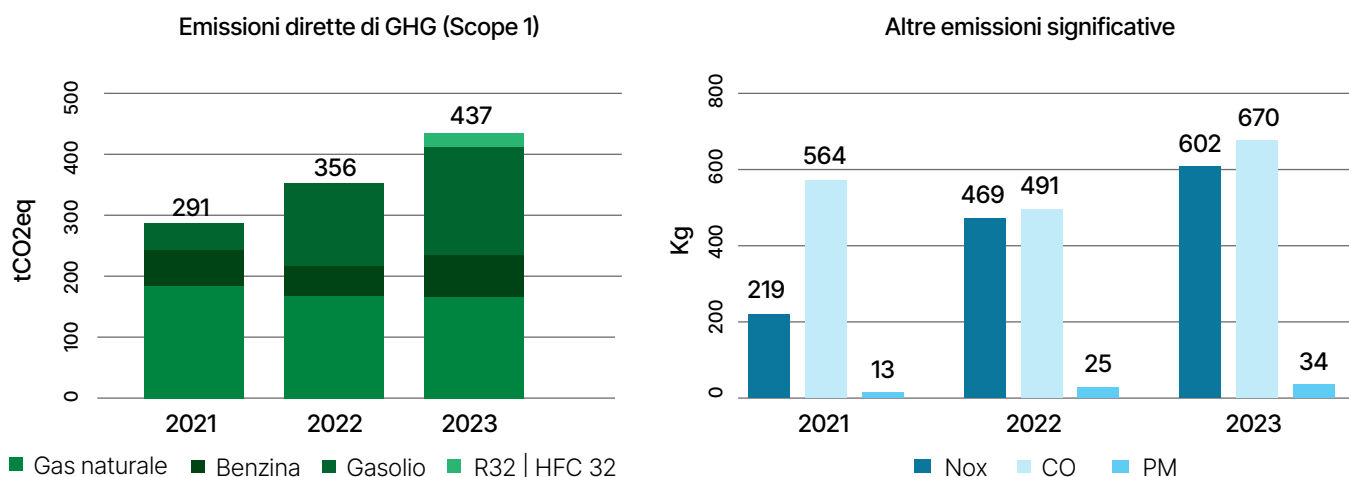
¹² Fattore di emissione: 0,139 t CO₂e/GJ. Fonte: AIB European Residual Mixes 2023

Tabella 5. Altre emissioni significative nell'atmosfera in kg – dati 2021-2023.

Altre emissioni significative nell'atmosfera - kg	2021	2022	2023
NOx	218,61	469,41	602,36
SO ₂	2,40	2,60	2,82
CO	564,45	491,18	669,60
PM < 2,5	12,62	25,50	33,86
Totale	798,08	988,69	1.308,64

Con l'aumento delle attività aziendali, si osserva un proporzionale incremento delle emissioni di vari inquinanti.

Figura 2. Emissioni nell'atmosfera nel trend 2021-2023.



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. 51).

Dall'aprile 2022, abbiamo aderito al programma di Tree-Nation¹³, piantando un albero per ogni auto venduta. Vediamo questa iniziativa come un modo tangibile per compensare le nostre emissioni. Nel 2023, grazie a questo impegno, abbiamo contribuito a piantare 3.055 alberi, potendo così compensare più di 170 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.

¹³ <https://tree-nation.com/it/profilo/impatto/tomasi-auto>



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.

Tabella 6. Quantità di rifiuti prodotti in tonnellate per tipologia e per sede – dati 2021-2023.

Primo livello CER		Rifiuti prodotti tonnellate				
		Descrizione rifiuti	Sede	2021	2022	2023
			Totale	55,3 ¹⁰	54,14	38,62
07	Rifiuti dei processi chimici organici	Fanghi derivanti dall'attività di autolavaggio	Guidizzolo	55,3	42,36	28,32
			Verona	-	11,78	10,30
08	Rifiuti della produzione, formulazione, fornitura e uso di rivestimenti (pitture, vernici e smalti vetrati), adesivi, sigillanti e inchiostri per stampa	Toner esausti	Totale	0,24	0,05	0,00
			Guidizzolo	0,2	0,02	0,00
			Verona	0,04	0,03	0,00
12	Rifiuti prodotti dalla lavorazione e dal trattamento fisico e meccanico superficiale di metalli e plastica	Acque derivanti dallo scarico dell'impianto di autolavaggio	Totale	23,364	17,70	12,50
			Guidizzolo	23,36	10,66	7,10
			Verona	-	7,04	5,40
13	Oli esauriti e residui di combustibili liquidi (tranne oli commestibili, 05 e 12)	Olio minerale per motori	Totale	29,94	36,22	47,23
			Guidizzolo	22,76	25,87	38,78
			Verona	7,18	10,35	8,45
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	Totale	43,45	37,22	55,47
			Guidizzolo	27,66	24,99	38,46
			Verona	15,79	12,23	17,01
16	Rifiuti non specificati altrimenti nell'elenco	Pneumatici, veicoli fuori uso, filtri, pastiglie dei freni, metalli non ferrosi, plastica, vetro, rottame, batterie al piombo	Totale	837,76	663,57	603,12
			Guidizzolo	624,80	485,63	425,28
			Verona	212,96	177,94	177,84
17	Rifiuti delle operazioni di costruzione e demolizione (compreso il terreno proveniente da siti contaminati)	Alluminio, ferro	Totale	24,07	2,66	20,96
			Guidizzolo	5,20	-	20,96
			Verona	18,87	2,66	0,00
			Totale	1.014,12	811,57	777,90

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'73% del totale, in costante diminuzione rispetto al 2021.

Tabella 7. Quantità di rifiuti prodotti in tonnellate, divisi in pericolosi e non, per sede – dati 2021-2023.

Pericolosità dei rifiuti prodotti - kg				
		2021	2022	2023
<i>Totale rifiuti pericolosi</i>		844.846	662.688	569.789
	Guidizzolo	637.751	483.816	392.100
	Verona	207.095	178.872	177.689
<i>Totale rifiuti non pericolosi</i>		169.272	148.880	208.115
	Guidizzolo	121.521	105.719	166.800
	Verona	47.751	43.161	41.904
Totale		1.014.118	811.568	777.904

Applichiamo la raccolta differenziata su tutti i rifiuti: quelli urbani sono smaltiti dal servizio pubblico, mentre quelli speciali 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.

Consapevoli degli impatti che i rifiuti possono avere sull'inquinamento del territorio, il 20 maggio 2023, in occasione della Giornata del Verde, abbiamo partecipato a una raccolta straordinaria di rifiuti abbandonati ai lati della nuova tangenziale di Guidizzolo. Questa iniziativa, che ha visto la collaborazione di numerosi volontari e associazioni locali, ha permesso di rimuovere una significativa quantità di rifiuti, contribuendo così a rendere l'ambiente più pulito e sicuro.

Nel 2023 le nostre sedi hanno consumato complessivamente 2.006 m3 di acqua potabile proveniente dall'acquedotto. Siamo consapevoli dell'importanza di questa risorsa e intendiamo contenere il ricorso che ne facciamo, oltre che a preservarne la qualità. Dal 2022, per migliorare le nostre acque di scarico, abbiamo apportato modifiche al sistema di depurazione delle acque di lavaggio e avviato azioni tese a regolare la diluizione dei prodotti utilizzati nei nostri processi aziendali. In un'ottica di miglioramento continuo abbiamo pianificato controlli semestrali con campionamenti ed esami dettagliati per assicurare un monitoraggio permanente delle condizioni idriche.

Nell'ambito delle iniziative per ridurre l'impatto sulla risorsa idrica, è stata introdotta una vasca di accumulo nell'impianto di depurazione. Questa implementazione permette di riciclare una parte delle acque di lavaggio, contribuendo a una riduzione complessiva dei consumi idrici. Inoltre, è stato definito un sistema di monitoraggio trimestrale per verificare la qualità delle acque degli impianti e degli scarichi.

5.

L'attenzione alle persone

5.1 Benessere e crescita dei lavoratori

2-7 Dipendenti

2-8 Lavoratori che non sono dipendenti

401-1: Nuove assunzioni e turnover

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 98% dei contratti stipulati è a tempo pieno e più del 92% è a tempo indeterminato. Nel 2023 abbiamo offerto contratti di tirocinio a due giovani per supportarli nella costruzione del loro futuro professionale. Questo ci ha permesso di beneficiare delle idee e dell'entusiasmo che caratterizzano i lavoratori di questa fascia d'età, al contempo permettendo ai tirocinanti di acquisire competenze e conoscenze utili all'avvio della propria carriera.

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

Dipendenti per tipologia di contratto e genere	2021	2022	2023
Dipendenti a tempo indeterminato	116	136	196
Uomini	71	95	143
Donne	45	41	53
Dipendenti a tempo determinato	7	10	17
Uomini	7	10	15
Donne	0	0	1

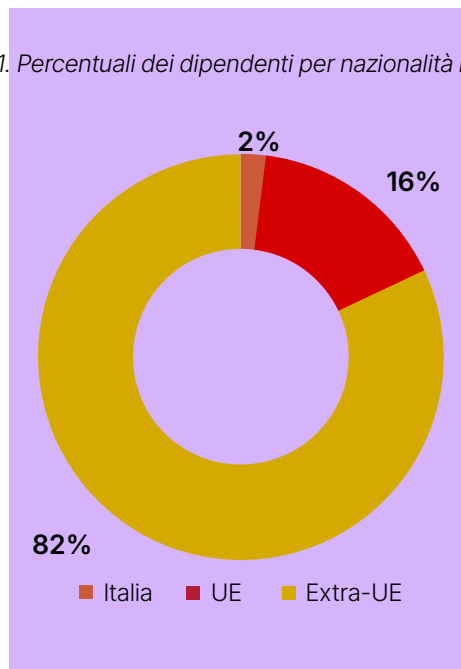
Tabella 8. Numero di dipendenti per orario di lavoro e per genere– dati 2021-2022.

Dipendenti per orario di lavoro e genere		2021	2022	2023
Numero dipendenti a tempo pieno		121	142	208
	Uomini	78	103	156
	Donne	43	39	52
Numero dipendenti a tempo parziale		2	4	4
	Uomini	0	2	2
	Donne	2	2	2

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.

Ci avvaliamo di un team internazionale composto da collaboratori provenienti da tutto il mondo. Attualmente circa il 2% dei membri del nostro organico è originario di Stati europei diversi dall'Italia, mentre oltre il 16% proviene da altre nazioni del mondo.

Figura 1. Percentuali dei dipendenti per nazionalità nel 2023.



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 2023 abbiamo contribuito ad assumere 118 risorse di cui 98 uomini e 20 donne, provenienti da Albania, Bangladesh, Congo, Gambia, Italia, Libano, Marocco, Moldavia, Pakistan, Romania, Senegal, Sudan, Ucraina e Vietnam. Contestualmente abbiamo registrato 50 cessazioni che hanno interessato 46 uomini e 4 donne, provenienti da Albania, Congo, Italia, Libano, Macedonia, Marocco, Pakistan e Romania.

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

Turnover in entrata per genere e fascia d'età	2021	2022	2023	Turnover in uscita per genere e fascia d'età e nazionalità	2021	2022	2023
Numero di assunzioni nell'anno	54	99	118	Numero di cessazioni** nell'anno	41	54	50
<i>Uomini</i>	39	78	98	<i>Uomini</i>	31	41	46
<i>Donne</i>	15	21	20	<i>Donne</i>	10	13	4
<i>Sotto i 30 anni</i>	46	62	93	<i>Sotto i 30 anni</i>	30	37	39
<i>Tra 30 e 50 anni</i>	5	33	19	<i>Tra 30 e 50 anni</i>	8	15	6
<i>Sopra i 50 anni</i>	3	4	6	<i>Sopra i 50 anni</i>	3	2	5
Tasso di assunzione*	44%	66%	56%	Tasso di turnover negativo*	33%	36%	24%

* Calcoliamo i tassi di assunzione e di turnover negativo dividendo rispettivamente il numero di assunzioni e di cessazioni registrate nel corso di ciascun anno 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.

* Calcoliamo i tassi di assunzione e di turnover negativo dividendo rispettivamente il numero di assunzioni e di cessazioni registrate nel corso di ciascun anno 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 attraverso 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 per il mantenimento della nostra competitività.

Nel 2023 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, passando da 1,7 ore medie di formazione del 2021 a 30,5 nel 2023, distribuendole tra i seguenti corsi:

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

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

Ore medie di formazione annua per genere e categoria d'impiego	2021	2022	2023
<i>Uomini</i>	66	78	2.668
<i>Donne</i>	145	190	3.849
<i>Quadri</i>	75	80	0
<i>Impiegati</i>	56	68	6.518
<i>Operai</i>	80	120	0

Investiamo molte risorse nella formazione dei nostri venditori, perché crediamo che il successo derivi dalla costante crescita e dall'aggiornamento delle competenze. I nostri venditori partecipano regolarmente a programmi di formazione mirati per rimanere aggiornati sulle ultime tendenze dell'industria automobilistica, sulle caratteristiche dei nuovi modelli e sulle tecniche di vendita più efficaci.

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 26% dell'organico è composto da donne. Con questo dato concorriamo alla cultura della diversità che favorisce l'evoluzione dell'intero settore di riferimento.

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

Diversità nell'organo di governo e tra i dipendenti							
		2021		2022		2023	
		n°	%	n°	%	n°	%
CDA	Uomini	2	100%	2	100%	2	100%
	Donne	-	-	-	-	-	-
	Sotto i 30 anni	-	-	-	-	-	-
	Tra i 30 e i 50 anni	1	50%	1	50%	1	50%
	Sopra i 50 anni	1	50%	1	50%	1	50%
	Categorie protette	-	-	-	-	-	-
Quadri	Uomini	3	100%	1	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%	1	100%
	Categorie protette	-	-	-	-	-	-
Impiegati	Uomini	38	46%	51	56%	68	56%
	Donne	44	54%	40	44%	53	44%
	Sotto i 30 anni	61	74%	64	70%	77	64%
	Tra i 30 e i 50 anni	20	25%	25	28%	40	33%
	Sopra i 50 anni	1	1%	2	2%	4	3%
	Categorie protette	2	2%	3	3%	5	4%
Operai	Uomini	38	100%	53	98%	88	99%
	Donne	-	-	1	2%	1	1%
	Sotto i 30 anni	27	71%	34	63%	62	70%
	Tra i 30 e i 50 anni	6	16%	13	24%	20	22%
	Sopra i 50 anni	5	13%	7	13%	7	8%
	Categorie protette	-	-	1	2%	1	1%

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.

Figura 2. Distribuzione di genere tra dipendenti per categoria di impiego – dati 2021-2023.

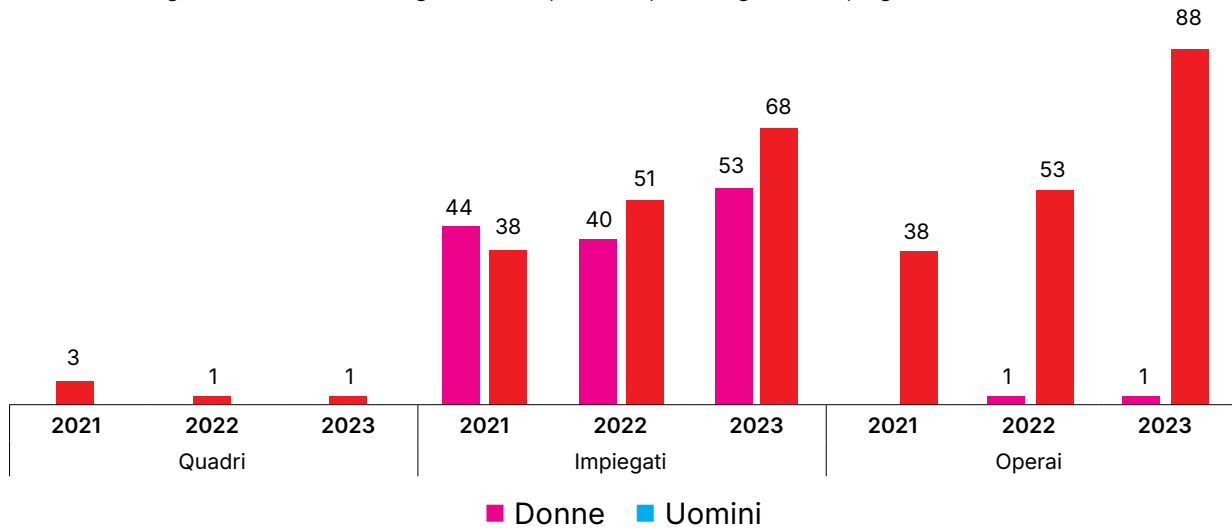
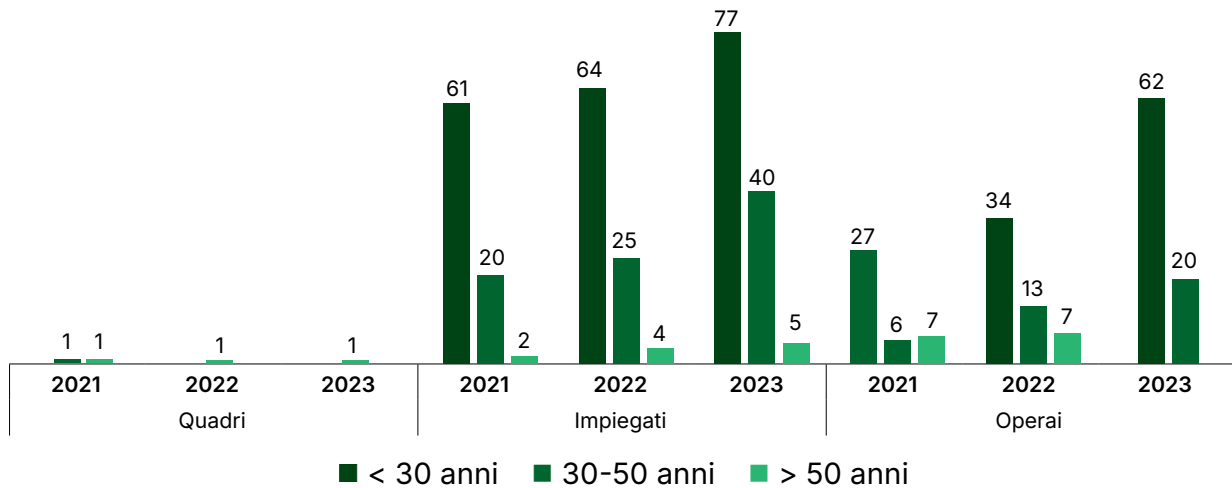


Figura 3. Distribuzione di età tra dipendenti per categoria di impiego – dati 2021-2023.



Offriamo a tutte le risorse la possibilità di usufruire del congedo parentale a prescindere dal genere sessuale. Nella tabella di seguito riportiamo i dati relativi alla fruizione di questo diritto alla fine del 2023.

Tabella 12. Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini – dati 2022-2023.

Fruizione del congedo parentale	n. %
Dipendenti che hanno avuto diritto al congedo parentale	10
<i>Donne</i>	4
<i>Uomini</i>	1
Dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale	10
<i>Donne</i>	4
<i>Uomini</i>	1
Dipendenti rientrati al lavoro nel 2023 dopo aver usufruito del congedo parentale	8
<i>Donne</i>	4
<i>Uomini</i>	1
Dipendenti rientrati al lavoro dopo aver usufruito del congedo parentale e ancora dipendenti nei 12 mesi successivi al rientro	4
<i>Donne</i>	4
<i>Uomini</i>	1
Tasso rientro in azienda dei dipendenti che hanno usufruito del congedo	100%
<i>Donne</i>	100%
<i>Uomini</i>	100%
Tasso di permanenza in azienda dei dipendenti che hanno usufruito del congedo	100%
<i>Donne</i>	100%
<i>Uomini</i>	100%

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.

Tabella 12. Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini – dati 2022-2023.

Categoria di impiego	Tipo di rapporto	2022	2023
Impiegati	Stipendio base* donne/uomini	96%	91%
	Retribuzione** donne/uomini	69%	74%
Operai	Stipendio base donne/uomini	101%	97%
	Retribuzione donne/uomini	65%	61%

* 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.

5.2 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

403-9 Infortuni sul lavoro

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 seguenti fasi:

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 2023 si sono verificati 4 infortuni, non gravi, riconducibili a traumi e lesioni lievi. Il tasso di infortuni registrato è stato pari a 12 eventi ogni milione di ore lavorate.

Tabella 13. Numero e tasso di infortuni presso i collaboratori – dati 2021-2023

Infortuni sul lavoro	2021	2022	2023
Ore uomo lavorate (dipendenti)	216.480	272.133	336.461
Infortuni registrabili	1	5	4
Infortuni gravi (con prognosi >40 gg)	0	0	0
Incidenti mortali	0	0	0
Tasso di infortuni registrabili*	5	18	12
Tasso di infortuni gravi*	0	0	0
Tasso di decessi*	0	0	0

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° infortuni nell'anno/ore lavorate nell'anno)x1.000.000.

5.3 Relazione con le comunità locali

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

Nella nostra storica sede di Guidizzolo, negli anni, abbiamo investito molte energie per costruire un rapporto solido con la comunità locale. Supportiamo sia economicamente sia con forniture specifiche l'organizzazione di attività ricreative e culturali della Pro Loco. Abbiamo anche preso parte alla Fiera delle Grazie a Curtatone, contribuendo al sostegno dello storico evento culturale locale, dove abbiamo collaborato per promuovere l'arte e la tradizione.

Inoltre, il nostro impegno si estende al settore sportivo: 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. Cavianese Tamburello. Collaboriamo anche con la società sportiva dilettantistica P.M. Sport per la promozione del ciclismo e abbiamo partecipato come partner alla Colnago Cycling Festival.





Sosteniamo diverse associazioni sportive dilettantistiche nei settori motociclistico (**Team Rosso e Nero**) e automobilistico (T.B. Team). Il nostro supporto alle eccellenze sportive del territorio mantovano si è concretizzato nel 2023 in una collaborazione con Matteo Cressoni, pilota Ferrari che gareggia a livello nazionale e internazionale. Abbiamo avuto l'onore di essere il main sponsor del Rally Due Valli, un evento storico di rally nel territorio veronese, grazie al quale abbiamo avvicinato più di 100 ragazze e ragazzi con disabilità al mondo delle auto da competizione, offrendo loro un'esperienza terapeutica e benefica unica.



Nonostante la giovane età della nostra sede veronese, siamo orgogliosi di essere **Hellas Verona Premium Partner**, supportando così una delle realtà calcistiche più importanti del territorio. Sempre in ambito calcistico, nel 2023 abbiamo consegnato alla Società ASD Villafranca Veronese Calcio un pulmino full electric per accompagnare gli atleti agli allenamenti.



Il nostro legame con le comunità locali si manifesta anche nel settore educativo. Nel 2023 abbiamo confermato il nostro sostegno all'istituto professionale **For.Ma.** di Mantova, dedicando 120 ore alla formazione di profili professionali nel settore automobilistico, tra cui carrozzieri, meccanici ed elettrauto. Questo 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 apprendono 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 l'anno scolastico successivo.

5.4 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.

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.

Grazie al nostro *customer care*, abbiamo instaurato un eccellente rapporto con la clientela, caratterizzato da fiducia e soddisfazione reciproca. La nostra dedizione nel fornire risposte rapide e soluzioni efficaci a ogni esigenza ha consolidato questo rapporto nel tempo. Questo aspetto è comprovato da una survey condotta su un campione di 1100 clienti, a cui abbiamo chiesto di valutare complessivamente l'esperienza di acquisto presso i nostri concessionari. Abbiamo confrontato i nostri risultati con quelli di un'indagine di settore, effettuata da Confcommercio e Federauto¹⁴ su un campione di 200 acquirenti per valutare il livello di soddisfazione dei consumatori presso le concessionarie italiane. I risultati che emergono sono positivi: infatti, a fronte del 42,7% di clienti ritenuti molto soddisfatti dai servizi di customer service delle concessionarie italiane, il 48,2% dei nostri clienti si è dichiarato molto soddisfatto. La percentuale di clienti che si dichiara soddisfatta presso i nostri concessionari è pari al 36,4%, inferiore rispetto al 44,3% dichiarato nello studio; tuttavia la quota dei nostri clienti che si dichiara insoddisfatta, pari al 12,8%, è inferiore rispetto quanto riscontrato nello studio (13,3%).

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 im-

¹⁴ <https://www.federauto.eu/wp-content/uploads/2022/07/Questionario-Integrale-Federauto.pdf>.

mediata. 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 2023, così come negli anni precedenti, non abbiamo ricevuto segnalazioni riguardanti la violazione della privacy dei clienti o la perdita dei loro dati.



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
	Creazione di valore aziendale
1. GOVERNANCE	Innovazione digitale
	Etica e trasparenza
2. AMBIENTE	Salvaguardia dell'ambiente
3. COLLABORATORI	Benessere e crescita dei lavoratori
	Relazione con le comunità locali
4. RELAZIONI ESTERNE	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.

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 è concretizzato 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, abbiamo rinnovato l'iniziativa per la piantumazione di un albero per ogni automobile venduta (Per ogni auto, piantiamo un albero) e avviato un progetto per preservare gli ecosistemi marini (Adotta una Spiaggia).

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	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 una mensa e di una palestra aziendali e all'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 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 ven-

gono 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

Obiettivo raggiunto e riproposto:

nel 2022 le ore di formazione medie per dipendente sono aumentate del 5,8%

Aumentare del 5% le ore di formazione medie per dipendente

Obiettivo raggiunto e aggiornato*:

dal 2022 i contratti delle nuove risorse prevedono una parte di retribuzione variabile basata su obiettivi aziendali.

**Obiettivo precedente: avviare lo sviluppo di un sistema di premi e incentivi basato sul raggiungimento di obiettivi*

Potenziare il sistema di premi e incentivi basato sul raggiungimento di obiettivi

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.

**Obiettivo precedente: incrementare le iniziative di welfare aziendale*

Mantenere le iniziative di welfare aziendale.

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.

**Obiettivo precedente: azzerare il tasso di infortuni*

Mettere in atto misure per ridurre il rischio di infortuni

Obiettivo raggiunto e riproposto:

tramite il progetto For.Ma abbiamo incrementato le relazioni con il mondo della formazione da cui abbiamo assunto una risorsa.

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

Obiettivo raggiunto e riproposto:

nel 2022 è stata avviata la partnership con l'ASD Footgolf di Mantova, per il torneo Le Vigne Footgolf Cup

Sviluppare almeno una nuova partnership con una realtà associativa del territorio

Obiettivo modificato*:

le difficoltà strutturali nel trovare risorse specializzate sul territorio hanno reso necessario modificare l'obiettivo.

**Obiettivo precedente: assumere il 60% del personale proveniente dal territorio*

Avviare partnership con almeno **una officina** locale

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.

**Obiettivo precedente: avviare lo sviluppo di un questionario di soddisfazione da somministrare a tutti i clienti*

Avviare lo sviluppo di un questionario di soddisfazione da somministrare a tutti i clienti

Appendice

Fattori di conversione e di emissione utilizzati per il calcolo

Potere calorifico inferiore

Combustibile	Fonte dati
Gas naturale	Ecoinvent 3.9.1 (Heat, central or small-scale, natural gas {Europe without Switzerland}) heat production, natural gas, at boiler fan burner low-NOx non-modulating <100kW Cut-off, U)
Benzina	PCI: ISPRA coefficienti standard nazionali 2023 Fattori di emissione: Banca dati dei fattori di emissione medi del trasporto stradale in Italia: fetransp.isprambiente.it (dati aggiornati al 2021)
Gasolio	PCI: ISPRA coefficienti standard nazionali 2023 Densità: Banca dati dei fattori di emissione medi del trasporto stradale in Italia: fetransp.isprambiente.it (dati aggiornati al 2021)t
Dichiarazione d'uso	Tomasi Auto ha rendicontato le informazioni citate in questo indice dei contenuti GRI per il periodo 01/01/2023 - 31/12/2023 usando i GRI Standard secondo l'opzione "with reference to"
GRI 1 utilizzato	GRI 1 - Principi Fondamentali - versione 2021
GRI Sector Standard	Non applicabile

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	0,35	MJ/m ³	-	-	16,7	0,61	22,2	0,11	62,3
l	0,32	MJ/l	0,74	kg/l	48,7	0,22	545	23	73,44
l	0,36	MJ/l	0,835	kg/l	210	0,33	23	11,2	78,7



tomasini
A U T O