

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

Anno 2023

p. 7
**Informazioni
Generali**

p. 54
**Informazioni
Ambientali**

p. 4
**Lettera agli
Stakeholder**

p. 70
**Informazioni
Sociali**

p. 120
**Informazioni
sulla Governance**

GUIDAREAVANTI

CONVENTION



“

**PLINIO VANINI****Presidente Autotorino SpA**

Autotorino cresce. E con essa cresce in noi la profonda convinzione che il successo aziendale debba andare di pari passo con il benessere delle persone e la salvaguardia del territorio. Crescere insieme significa interagire con le comunità locali, costruire rapporti di fiducia con i propri collaboratori, rispondere alle esigenze e alle aspettative dei clienti.

In contesti di mercato e di settore profondamente mutevoli, è di fondamentale importanza mantenere una visione chiara ed un approccio flessibile senza mai dimenticare i valori fondanti su cui abbiamo costruito il nostro percorso. È innegabile che molto sia cambiato nei decenni, ma in tutto questo tempo non abbiamo mai messo in discussione un aspetto fondamentale: le radici della nostra Azienda. Questa scelta racconta molto di chi siamo e di come interpretiamo la nostra missione: la Sostenibilità per noi nasce da un equilibrio tra le opportunità che un territorio ti offre e la responsabilità di preservarle e arricchirle per le generazioni future.

La Valtellina è la mia terra, la terra da cui provengono le famiglie dei miei genitori e dove sono nati e cresciuti i miei figli. È qui che con i miei primi e fondamentali collaboratori ho condiviso lo sviluppo dell'Autotorino che oggi conosciamo. Le sue montagne hanno rappresentato non un ostacolo, ma un incentivo a migliorarci e a guardar sempre oltre; ci hanno insegnato la tenacia, l'importanza dell'osservare e reagire ai segnali dell'ambiente circostante, al saper 'lavorare di squadra' per raggiungerne le vette più impervie.

Un approccio che non rimane isolato: ogni nostra filiale è per noi, allo stesso modo, un'azienda trainante, riferimento sì per la mobilità sul territorio ma anche catalizzatore di talenti. capace di creare nuove opportunità occupazionali. Non solo: promuovere iniziative per la valorizzazione dei nostri luoghi, condividere progetti di inclusività, stimolare l'economia locale rappresentano l'impegno di Autotorino verso uno sviluppo sostenibile. Una dimensione che, grazie al nuovo percorso iniziato con la redazione del nostro primo bilancio di sostenibilità, potremo rendere ancor più tangibile, oggettivo e soprattutto misurabile.

”

“

**MATTIA VANINI****Vice Presidente Autotorino SpA**

Il nostro DNA è fatto di valori autentici, di quei piccoli gesti quotidiani che, messi insieme, creano qualcosa di grande. Integrità, innovazione e responsabilità: sono questi i valori che ispirano il nostro agire quotidiano e che ci consentono di crescere e svilupparci come azienda.

Siamo partiti da una valle alpina, dove le montagne non sono solo un panorama ma un invito a sognare in grande. E così abbiamo fatto, espandendoci ben oltre i confini della nostra amata Valtellina. Oggi, con 2.298 collaboratori e 64 filiali in 5 regioni, siamo una comunità che condivide una visione comune: quella di un futuro sostenibile e di un impegno costante per il territorio e le persone che lo abitano.

La nostra missione è chiara: creare valore e costruire rapporti di fiducia. E lo facciamo ascoltando, migliorando e innovando ogni giorno, perché quando pensate alla mobilità, vogliamo che pensiate ad Autotorino. Il progetto DNA non è solo una fotografia del nostro passato, ma una bussola per il futuro, che ci guida verso un'azienda sempre più attrattiva, distintiva e riconoscibile. Clienti, dipendenti, fornitori fanno parte di questa grande famiglia. E insieme, continueremo a scrivere pagine importanti, guidati dai valori che sono il cuore pulsante di Autotorino.

In questo viaggio, il bilancio di sostenibilità non è solo un documento: è il racconto di una promessa mantenuta, la testimonianza del nostro impegno quotidiano verso pratiche aziendali che rispettano l'ambiente e valorizzano le persone. Per Autotorino, il bilancio di sostenibilità è una bussola che ci guida nelle scelte di ogni giorno, un impegno che rinnoviamo con voi e per voi. È la nostra dichiarazione d'intenti, la prova tangibile che possiamo crescere insieme, in armonia con il mondo che ci circonda.

”

“

**STEFANO MARTINALLI****Direttore Generale Autotorino SpA**

Il 2023 è stato un anno che ha visto tutto il Gruppo protagonista di un importante lavoro di dettaglio nella gestione della complessità e delle opportunità che hanno caratterizzato il mercato. I risultati ottenuti parlano chiaro: abbiamo superato le sfide in un contesto in continua evoluzione, grazie a una visione che pone al centro la qualità dei servizi offerti e l'ascolto attento delle esigenze dei nostri clienti.

Nel 2023 abbiamo registrato una crescita in valori assoluti pari al 30% sull'anno precedente. Tale crescita è mediamente superiore al trend di mercato italiano e ci dà prova che per continuare ad eccellere sia fondamentale concentrarsi sul contenimento dei costi, mantenendo costante il focus sugli investimenti strategici.

Lavoriamo ogni giorno per migliorare i nostri processi, per essere sempre più attrattivi e riconoscibili nel panorama automobilistico. L'azienda evolve attraverso il continuo investimento in capitale umano, processi e piattaforme. Non a caso abbiamo creato un Team cross-funzionale per supervisionare e sfruttare la transizione energetica in atto, tenendo aggiornate le nostre competenze e mantenendo la nostra organizzazione sempre all'avanguardia in uno scenario in rapida evoluzione. Crediamo fortemente in una strategia che vada oltre gli schemi sino ad oggi conosciuti. Oggi l'automobile non è solo un bene ma può essere inteso anche come servizio o, addirittura, può farsi promotore di innovazione. Per questo motivo, continuiamo ad indirizzare risorse ed energie in progetti che si affacciano sui grandi temi del nostro tempo, come lo sviluppo sostenibile e la mobilità.

La CSRD rappresenta un framework fondamentale su cui costruire una rendicontazione puntuale ed efficace dell'informativa sulla sostenibilità. Ma diventa al contempo un terreno di confronto interno per migliorare le performance e stimolare idee positive in ottica ESG. Per questo motivo, Autotorino ha deciso di redigere con largo anticipo agli obblighi normativi di pubblicazione, il suo primo Bilancio di Sostenibilità. Siamo convinti che esso rappresenti un punto di partenza essenziale per costruire fiducia e rafforzare una governance trasparente ed etica capace di attrarre opportunità di investimento responsabili.

”

1.0

ESRS 2

INFORMAZIONI GENERALI

- Criteri per la redazione
- Governance
- Strategia
- Gestione degli impatti, dei rischi e delle opportunità
- Metriche e obiettivi

CRITERI PER LA REDAZIONE

CRITERI GENERALI PER LA REDAZIONE DELLA DICHIARAZIONE SULLA SOSTENIBILITÀ

BP-1

Autotorino si approccia alla rendicontazione delle questioni di sostenibilità tramite questo primo bilancio di sostenibilità relativo all'anno 2023. La presente dichiarazione di sostenibilità è stata redatta su base individuale, coprendo il solo perimetro di Autotorino S.p.A. Non si prevede dunque per l'anno 2023 il consolidamento con le altre società del Gruppo, in linea con quanto definito per il bilancio finanziario. In quest'ultimo, infatti, la società Autotorino S.p.A. è esonerata dall'obbligo della redazione del bilancio consolidato in quanto controlla solo imprese che, individualmente o nel loro complesso, sono irrilevanti ai fini della rappresentazione veritiera e corretta della situazione patrimoniale, finanziaria ed economica del bilancio consolidato. In questo

primo anno di rendicontazione la Società si impegna ad eseguire una prima mappatura della propria catena del valore a monte e a valle, partendo da una prima valutazione degli impatti, rischi e opportunità relativi alla catena del valore a valle. Questa scelta si basa sulla natura aziendale e sul settore di appartenenza, in cui la gestione dei fornitori è strettamente influenzata dalle decisioni delle case automobilistiche, lasciando ai dealer un margine di scelta limitato. A valle invece esiste una forte relazione con il cliente finale. Per questo motivo si è deciso di analizzare in prima battuta le relazioni con il mercato di riferimento e la loro gestione interna, indicando azioni, obiettivi e metriche secondo le richieste dell'ESRS S4 "Consumatori e utilizzatori finali".

INFORMATIVA IN RELAZIONE A CIRCOSTANZE SPECIFICHE

BP-2

L'impresa non si discosta dagli orizzonti temporali a medio o lungo termine definiti dall'ESRS 1, sezione 6.4. Inoltre, per comunicare le informazioni relative alle proprie performances ambientali e di qualità, l'impresa si basa anche sulle norme internazionali ISO 14001 e ISO 9001, alla base dei propri sistemi di gestione ambientali e di qualità. L'impresa include in tale dichiarazione le informative a norma dell'ar-

ticolo 8 del regolamento (UE) 2020/852 del parlamento europeo e del Consiglio e dei regolamenti delegati della Commissione in una sezione identificabile (pag. 25).

GOVERNANCE

**RUOLO DEGLI ORGANI
DI AMMINISTRAZIONE,
DIREZIONE E CONTROLLO**

GOV-1

Il Consiglio di amministrazione è composto da otto membri, di cui sei uomini e due donne (figura 1). Per ciò che concerne la ripartizione per fascia d’età, si registrano 6 membri appartenenti alla fascia over 50 e 2 membri nella fascia 30-50 anni. Il controllo contabile viene eseguito dalla società di revisione incaricata mentre il collegio sindacale è composto da tre membri effettivi e da due supplenti. Ai sensi dell’art. 2497-bis, comma 5 del Codice civile si rende noto che la società appartiene al Gruppo Vanini ed è soggetta all’attività di direzione e coordinamento da parte della società Vanini Holding s.r.l.

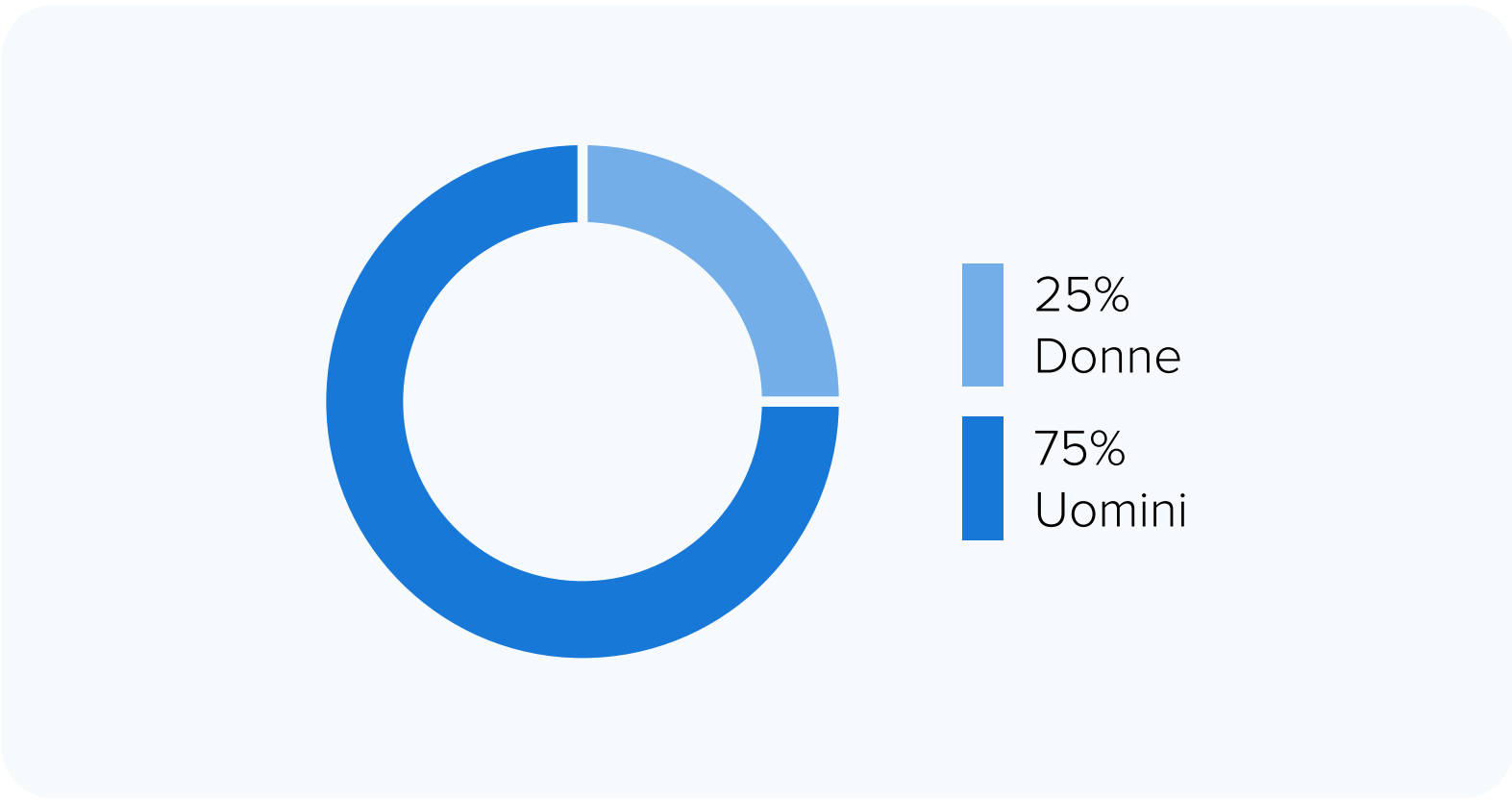
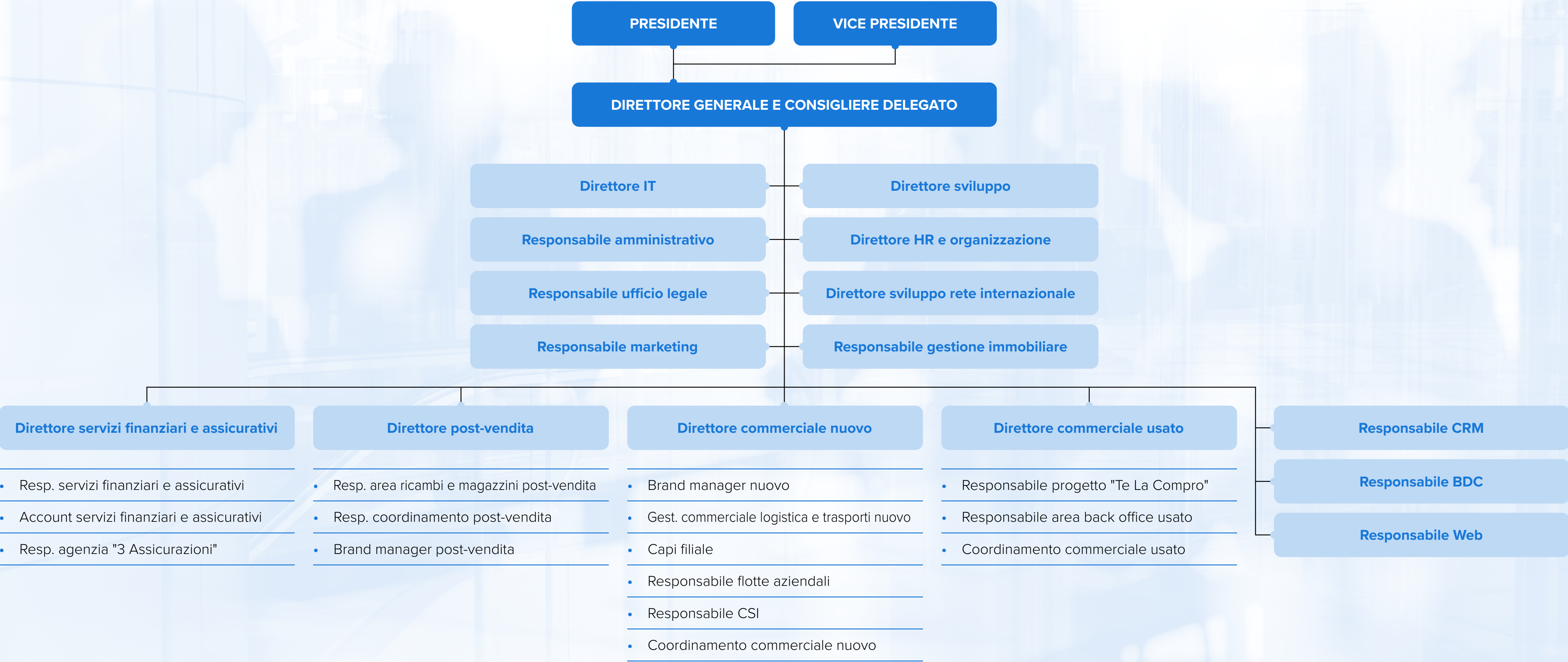


Figura 1 - Ripartizione CdA per genere al 2023





**RUOLO DEGLI ORGANI
DI AMMINISTRAZIONE,
DIREZIONE E CONTROLLO**

GOV-1

In tema di deleghe ESG assegnate ai consiglieri, solo il Consigliere Delegato, con competenze generali in merito all’organizzazione della sicurezza, è stato nominato datore di lavoro e in quanto tale possiede tutti i poteri di decisione, spesa, direzione e ogni altro potere necessario all’adempimento degli obblighi in questione, nonché il potere di nominare dirigenti ai sensi del D.Lgs 81/2008 delegando loro tutti i compiti e le funzioni delegabili. Il datore di lavoro e gli eventuali dirigenti hanno il compito di garantire nei luoghi di lavoro l’adempimento di tutti gli obblighi normativi vigenti, tra cui effettuare l’individuazione, l’analisi e la valutazione dei rischi, di predisporre il DVR per le sedi o unità di competenza, di nominare l’RSSP competente nonché adottare le misure per il controllo delle situazioni di rischio informando e formando i lavoratori di eventuali esposizioni a rischi e le disposizioni in materia di protezione da prendere.

Inoltre, il Consigliere Delegato ha anche il compito di prendere appropriati provvedimenti per evitare che le misure tecniche adottate possano causare rischi per la salute della popolazione o deteriorare l’ambiente esterno verificando periodicamente la perdurante assenza di rischio. Egli possiede, infatti, delega per l’ambiente, rappresentando adeguata autonomia decisionale, di spesa ed organizzativa per l’attuazione di tutte le misure ed attività necessarie a adempiere agli obblighi in materia ambientale, delle disposizioni in materia di ecologia e tutela dell’ambiente naturale (tutela dell’acqua e dell’aria dall’inquinamento, gestione dei rifiuti, prevenzione di situazioni di rischio e limitazione delle conseguenze per l’uomo e per l’ambiente). Il

Consigliere Delegato ha, inoltre, potere di nominare delegati operativi in materia di ecologia e ambiente. Tra i compiti del rappresentante per l’ambiente si ricorda la gestione delle attività di manutenzione ordinaria e straordinaria degli impianti e attrezzature al fine di ridurre al minimo ogni potenziale rischio ambientale e assicurare le tempestive verifiche del caso.

Infine, in termini di condotta d’impresa, il Vicepresidente del Consiglio di amministrazione e la Procuratrice sono rappresentanti della società in casi di controversie di lavoro sia davanti alle autorità giudiziarie sia in sede stragiudiziale sindacale. Ad oggi non esiste un comitato ESG né una funzione ESG formalizzata in organigramma ma l’azienda si impegnerà a valutarne la costituzione nei prossimi anni.

INFORMAZIONI FORNITE AGLI
ORGANI DI AMMINISTRAZIONE,
DIREZIONE E CONTROLLO
DELL'IMPRESA E QUESTIONI
DI SOSTENIBILITÀ DA QUESTI
AFFRONTATE

GOV-2

Autotorino nella gestione del proprio sistema aziendale della qualità, si sottopone annualmente al processo di Riesame della direzione. Durante il processo di riesame, che coinvolge la direzione aziendale, vengono analizzati i risultati raggiunti durante l’anno e di conseguenza aggiornati gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti per la gestione aziendale, comprese le questioni di sostenibilità. In sede di riesame vengono inoltre valutati i risultati e l’efficacia delle politiche, delle azioni, delle metriche e degli obiettivi adottati per affrontarli.

Nel 2023 i temi oggetto della riunione sono stati i seguenti:

- Analisi obiettivi-consuntivi anno 2023 per vendita e post-vendita del perimetro BMW e Mercedes
- Analisi e adeguatezza delle risorse - personale
- Stato della formazione aziendale
- Analisi e adeguatezza degli strumenti e delle attrezzature
- Prestazioni dei fornitori esterni
- Risultati audit interni
- Stato delle NC e reclami
- Analisi del CSI

- Obiettivo lead
- Considerazioni sul sistema gestione qualità, eventuali necessità di modifica, politica della qualità
- Considerazioni della direzione ed efficacia delle azioni intraprese per affrontare i rischi e le opportunità

Il riesame di direzione rappresenta per Autotorino l’occasione per fare il punto della situazione sullo stato di avanzamento dei progetti di tutte le filiali. Questa attività di confronto viene costruita giorno per giorno, mediante una serie di riunioni programmate tra la direzione, la forza vendita, gli accettatori, chi esegue il controllo di gestione per la verifica dell’avanzamento degli obiettivi di singola filiale. Di fatto questa attività è portata avanti, su vari livelli, settimanalmente e in modo capillare, con tutti i referenti delle filiali. Le opportunità di miglioramento sono in continua valutazione da parte della Direzione: allo studio sistemi sempre più sofisticati di monitoraggio e analisi dei dati, che servono a prendere decisioni ponderate. Si punta anche sulla formazione e sulla professionalità del personale, definendo programmi di formazione strutturati e specifici per funzione. Si cerca inoltre di sfruttare al massimo la potenzialità del database clienti e dei sistemi di Business Intelligence (data warehouse) e si persegue l’autonomia finanziaria di ciascuna filiale, sia nel comparto vendita che nel post-vendita.

INFORMAZIONI FORNITE AGLI
ORGANI DI AMMINISTRAZIONE,
DIREZIONE E CONTROLLO
DELL'IMPRESA E QUESTIONI
DI SOSTENIBILITÀ DA QUESTI
AFFRONTATE

GOV-2



Gli obiettivi della BI sono definiti per l’anno 2024 ma vengono rivisti ogni trimestre in relazione all’andamento di mercato, tenendo sempre in considerazione, dal punto di vista gestionale, il margine netto ante imposte di ciascuna filiale (sostenibilità del business). La direzione mantiene informati trimestralmente il CDA e i revisori contabili. L’O-dV viene aggiornato sull’andamento delle attività attraverso specifici flussi informativi, come definito nel Modello Organizzativo Aziendale.

Gli organi di amministrazione, direzione e controllo considerano gli impatti, i rischi e le opportunità durante la definizione della strategia e la pianificazione aziendale. In particolare, nel 2023 il CDA ha affrontato i seguenti rischi e opportunità ritenuti rilevanti:

- rischi ambientali
- gestione della filiera di fornitura
- rischi relativi al personale
- rischi connessi alla corruzione e alla compliance normativa
- rischi sociali

**INTEGRAZIONE DELLE
PRESTAZIONI DI SOSTENIBILITÀ
NEI SISTEMI DI INCENTIVAZIONE**

GOV-3

Per il 2023 non sono stati previsti sistemi di incentivazione connessi a questioni di sostenibilità. Obiettivo per gli anni a venire sarà quello di definire un sistema premiante che prenda in considerazione anche i temi ESG legati all’impresa, con particolare focus rispetto ai temi materiali identificati, in quanto di maggior rilevanza e priorità per l’azienda.

**DICHIARAZIONE SUL
DOVERE DI DILIGENZA**

GOV-4

Autotorino, applicando le procedure di valutazione del rischio previste dal Modello Organizzativo e dal sistema di gestione aziendale, individua, previene e mitiga i principali rischi di commissione di reato e i principali impatti negativi, effettivi e potenziali, sull’ambiente e sulle persone connessi alle proprie attività. Gli impatti valutati ad oggi dall’impresa si limitano a quelli negativi connessi alle proprie operazioni, includendo i prodotti, i servizi e i rapporti commerciali.



GESTIONE DEL RISCHIO
E CONTROLLI INTERNI
SULLA RENDICONTAZIONE
DI SOSTENIBILITÀ

GOV-5

Autotorino, valuta e gestisce i rischi aziendali secondo quanto previsto nel sistema di gestione. Ogni Manager o Responsabile di Processo è incaricato di identificare, valutare e gestire tutti i rischi pertinenti alla propria area di competenza. In base al risk assessment eseguito, il Manager identifica insieme ai capi filiale i rischi più significativi e, eventualmente, valuta il rischio associato e il suo impatto sul business dell’azienda in termini di gravità e probabilità di accadimento. È stata effettuata l’analisi dei rischi interni ed esterni dei processi produttivi, delle apparecchiature e delle infrastrutture per mantenere l’output produttivo e garantire il rispetto dei requisiti dei clienti automotive. Il rischio viene valutato tenendo in considerazione i seguenti criteri:

- impatto sul cliente (I)
- probabilità di accadimento (P)

L’insieme dei possibili valori del livello di rischio è rappresentato nella seguente matrice. All’interno della matrice bisogna considerare che:

- **Basso** → Effetto reversibile in un breve periodo di tempo
 - **Medio** → Effetto reversibile in un periodo di tempo medio/lungo
 - **Alto** → Effetto non reversibile
-
- Rischio = Probabilità x Danno
 - Opportunità = Probabilità x Possibilità

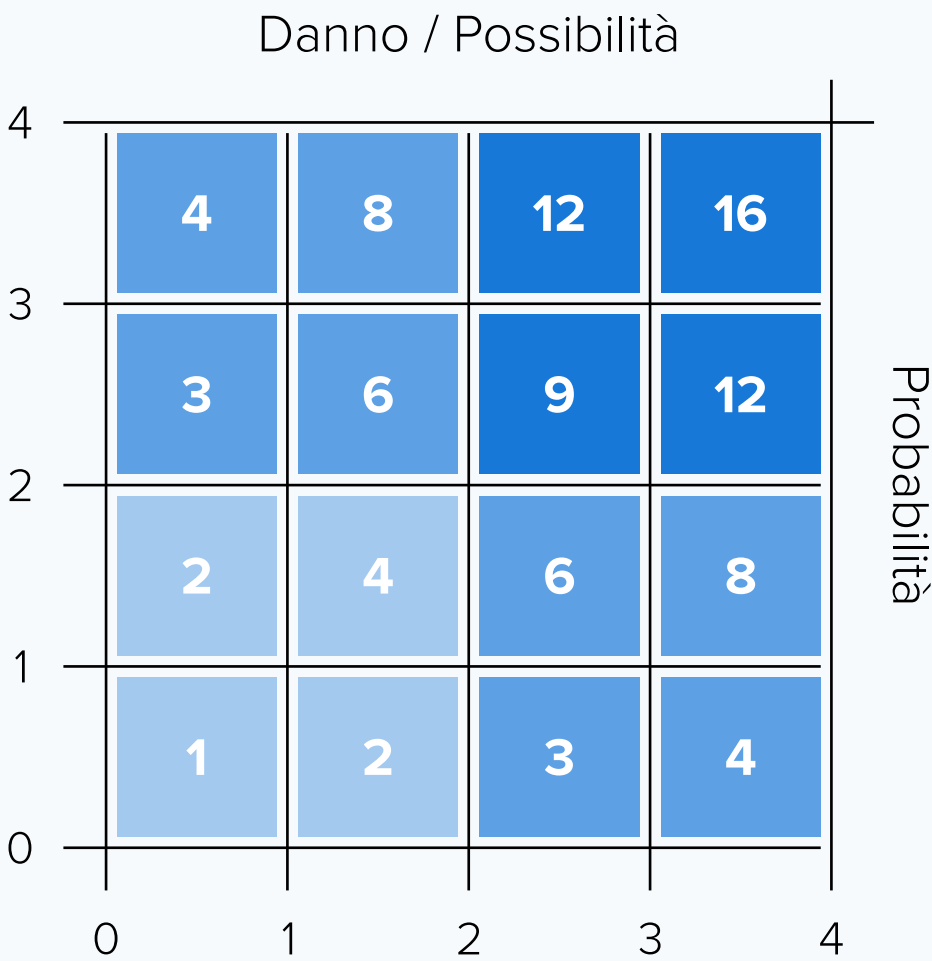


Figura 2 - Matrice di rischio

**GESTIONE DEL RISCHIO
E CONTROLLI INTERNI
SULLA RENDICONTAZIONE
DI SOSTENIBILITÀ**

GOV-5

Il rischio netto è ricalcolato sulla base delle misure di contenimento e delle procedure operative mitiganti attuate dall'azienda. I fattori di contenimento sono l'insieme dei fattori interni e/o esogeni che possono contribuire a mitigare o annullare il rischio descritto, mentre le procedure operative mitiganti sono l'insieme dei processi organizzativi di cui Autotorino si è dotata al fine di mitigare, monitorare e valutare, in via continuativa, il singolo rischio. La valutazione del rischio netto è ottenuta attraverso le medesime modalità adottate per il calcolo del rischio lordo. Si considerano anche i rischi per i quali non esistono misure di mitigazione. In questo caso il rischio residuo coincide con il rischio lordo. I rischi lordi classificati di livello "alto" e "medio" vengono inseriti dal direttore generale nella matrice dei rischi aziendali.

Il management team, in base al livello di rischio residuo, definisce la strategia di risk management da attuare. In particolare, tale strategia può prevedere di:



EVITARE IL RISCHIO

[Ad esempio: disfarsi dell'unità operativa, di una linea di produzione, di un segmento di mercato, decidere di non intraprendere una nuova iniziativa che potrebbe dare luogo a rischi importanti].



RIDURRE IL RISCHIO A LIVELLO ACCETTABILE

[Ad esempio: diversificare l'offerta di un prodotto, porre limiti operativi, accrescere il livello di coinvolgimento del management, aumentare il livello di controllo].



MONITORARE IL RISCHIO

[Ad esempio: costante monitoraggio da parte dell'azienda].



ACCETTARE IL RISCHIO

[Ad esempio: auto-assicurarsi contro perdite].

La mappatura di tutti i rischi avviene attraverso il coordinamento del Direttore Generale ed il gruppo di direzione. Il Direttore Generale aggiorna, almeno una volta all'anno, la matrice dei rischi al fine di definire la strategia di risk management da attuare. Tale aggiornamento viene eseguito preferibilmente in sede di riesame della direzione. Il Direttore Generale è inoltre responsabile di portare a conoscenza della matrice dei rischi i Dirigenti e i Responsabili di Processo. Il monitoraggio dei rischi viene svolto dal management team, in collaborazione con i responsabili dei sistemi di gestione, che organizzano le attività di monitoraggio e di auditing interno necessarie.

STRATEGIA

STRATEGIA, MODELLO AZIENDALE E CATENA DEL VALORE

SBM-1

Fondata da Arrigo Vanini, padre dell'attuale presidente Plinio Vanini, Autotorino nasce nel 1965 come salone con officina a Morbegno, in Valtellina. Ed è proprio con Arrigo che l'attività inizia a muovere i primi passi: è lui che si reca a Torino per acquistare vetture usate dal personale FIAT. Da qui nasce il nome "Autotorino". Nel 1985, l'azienda passa nelle mani del figlio Plinio e inizia ad affermarsi sul mercato con un modello d'offerta estremamente personalizzato e con una progressiva estensione sul territorio. A partire dagli anni Novanta, si inaugurano la nuova sede multi-brand di Cosio Valtellino e le successive aperture a Lecco (1999), a Como (2002), a Bergamo (2007), in Emilia e a Cremona (2011-14). Dal 2007 si amplia anche l'offerta di marchi: il mondo dell'offroad, del 4WD (e anche del motorsport rally) e dei marchi "generalisti" orientali incontra l'inserimento di brand premium, assecondando le preferenze di un nuovo pubblico esigente.

Il modello di offerta sviluppato nel tempo, estremamente personalizzato e basato sulla definizione di molteplici servizi per la mobilità, si rivela immediatamente in sintonia anche con i nuovi clienti. Da questa esperienza si traggono preziosi elementi per dare un ulteriore impulso all'evoluzione dei processi e dei servizi proposti.



STRATEGIA, MODELLO
AZIENDALE E CATENA
DEL VALORE

SBM-1

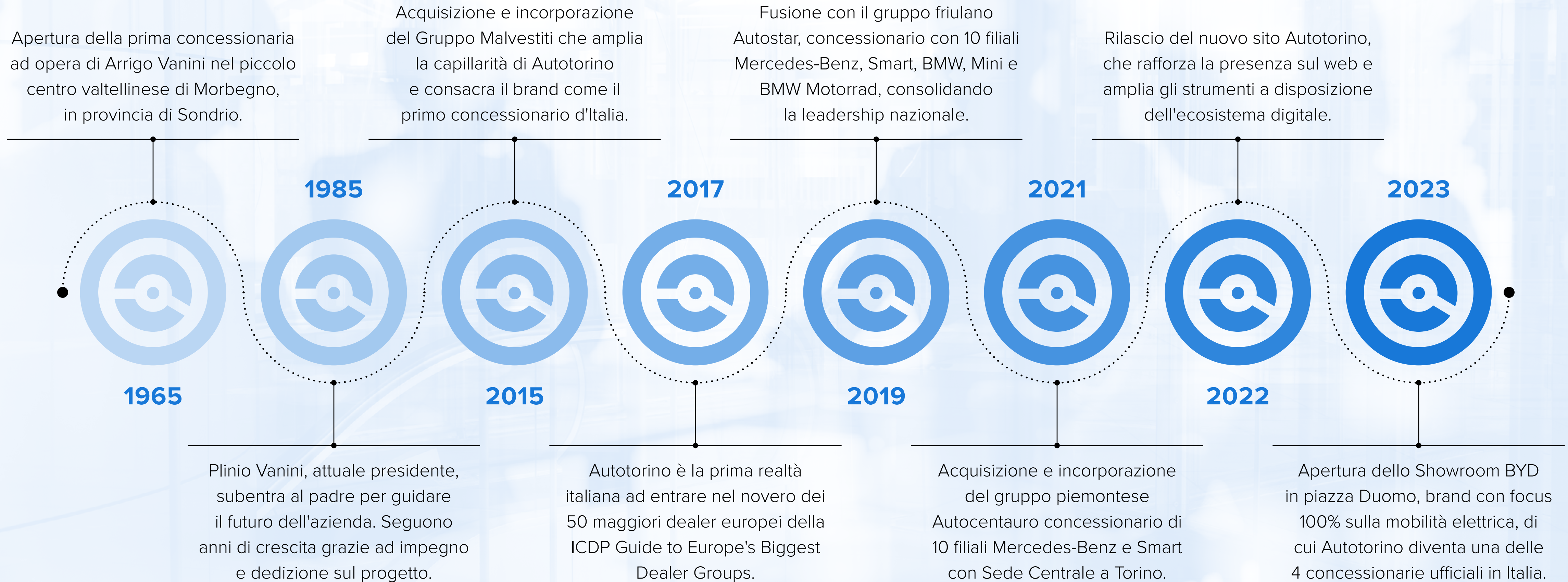
La crescita e il consolidamento della struttura di governance e di business intelligence, unite alla partnership con le Case rappresentate, hanno permesso, nel 2015, l’acquisizione di 25 filiali del Gruppo TT Holding, distribuite tra Lombardia e Piemonte. Autotorino diventa così leader italiano del settore per dimensioni e fatturato, ruolo poi consolidato nel 2019 in occasione della fusione con il Gruppo friulano Autostar.

Nel 2021 segue l’acquisizione delle 8 filiali della storica concessionaria Autocentauro, approdando in questo modo anche nella città di Torino, dove tutto ebbe inizio. In questo percorso rimane centrale la visione che concretizza la missione nell’impegno per il territorio e per le persone delle comunità in cui opera. Infatti, se da un lato Autotorino ha mantenuto il centro direzionale in Valtellina, oggi conta circa 2.300 collaboratori in oltre 64 sedi in 5 regioni, aziende trainanti anche in termini occupazionali nei rispettivi contesti locali.

La società ha saputo unire esperienze e potenziale di aziende e persone per meglio concentrarsi su quanto di più importante c’è nella propria missione: prestare attenzione alle esigenze di ciascun cliente al quale of-

frire risposte su misura, sempre più evolute e flessibili.





“

In molti vendono auto, noi preferiamo dare forma e libertà ai desideri dei nostri clienti, accompagnando verso la giusta scelta le loro emozioni

”

In questa frase del Presidente Plinio Vanini è riassunta la filosofia del Gruppo, la cui storia è iniziata nel 1965 a Morbegno da una singola concessionaria auto. Nel 2015 Autotorino diventa il primo Concessionario in Italia e, nel 2017, prima realtà italiana ad entrare nel novero dei 50 maggiori Dealer europei della icdp Guide to Europe's Biggest Dealer Groups. Nel corso degli anni si trasforma da una piccola famiglia a una grande comunità, composta da persone che condividono una visione comune, capendo che con l'impegno, l'ascolto e il gioco di squadra anche le più ardue sfide e gli orizzonti più lontani rappresentano semplicemente delle grandi opportunità.



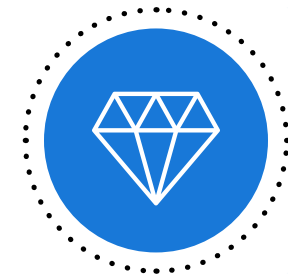
STRATEGIA, MODELLO
AZIENDALE E CATENA
DEL VALORE

SBM-1

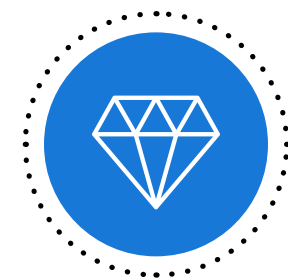
Da anni Autotorino è riconosciuta come una certezza nella vendita di automobili e moto in tutta Italia, trattando sia veicoli nuovi che usati e fornendo una vasta gamma di servizi di consulenza ed assistenza a tutti i propri clienti. Rappresentando i marchi di nove Gruppi Automobilistici di primissimo piano, Autotorino opera in numerose province

nelle regioni di Lombardia, Piemonte, Emilia-Romagna, Veneto, Friuli-Venezia Giulia, offrendo una rete di vendita ed assistenza ufficiale e specializzata. Come concessionaria e partner ufficiale di oltre 15 grandi marchi del settore della motorizzazione, Autotorino mira all'eccellenza in tutte le attività che offre al cliente.

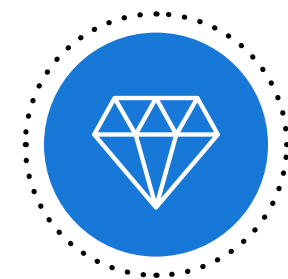


**STRATEGIA, MODELLO
AZIENDALE E CATENA
DEL VALORE****SBM-1****AUTOTORINO MOBILITY**

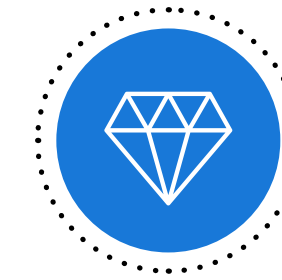
È il servizio che Autotorino ha pensato per i clienti e che mette al centro dell'attenzione la sicurezza dell'utente e quella della vettura, fornendo una protezione completa senza preoccupazioni. Ogni servizio è stato ideato per rendere unica l'esperienza con Autotorino.

**AUTOTORINO PIÙ**

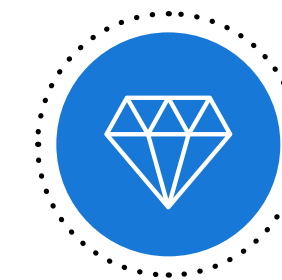
Servizi pensati per garantire ai Clienti un'esperienza di qualità, l'utente può concentrarsi sull'aspetto più importante: fare la scelta migliore, come desidera.

**PUNTO DI RIFERIMENTO**

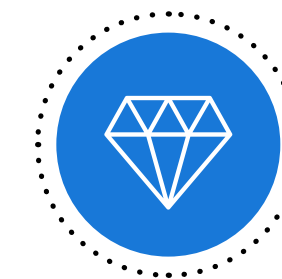
Autotorino sarà il tuo unico interlocutore, qualsiasi sia la tua esigenza o il tuo bisogno di supporto alla mobilità. Dall'acquisto dell'auto fino all'assistenza post-vendita.

**ZERO PENSIERI**

Con la soluzione Mobility All-inclusive Autotorino acquisti oggi e non ci pensi più. La soluzione comprende tutte le esigenze legate alla mobilità. Compresa le coperture assicurative e gli interventi di manutenzione ordinaria.

**ALLA PORTATA DI TUTTI**

Scegli i servizi Autotorino da attivare, la loro durata e trova la rata più comoda per la tua mobilità quotidiana. Acquistare l'auto dei tuoi sogni non è mai stato così facile.

**RATA UNICA**

Le soluzioni Autotorino pensate per la tua mobilità ti permettono di unire in un'unica rata comoda tutti i servizi di mobilità dei quali hai bisogno e che deciderai di attivare.

**STRATEGIA, MODELLO
AZIENDALE E CATENA
DEL VALORE**

SBM-1



GIOCA D'ANTICIPO

L'acquisto di un veicolo comporta sempre delle spese fisse, per esempio la manutenzione ordinaria per tenerlo sempre in ordine. Con Autotorino puoi giocare d'anticipo acquistando subito i servizi necessari nei prossimi anni



ZERO IMPREVISTI

Con la formula Mobility All-inclusive Autotorino gli imprevisti non sono più un problema. In questo servizio hai tutte le coperture utili per azzerare i rischi, salvaguardando così il tuo investimento.





STRATEGIA, MODELLO
AZIENDALE E CATENA
DEL VALORE

SBM-1

L'usato BeBeep Autotorino è garantito e certificato: ogni auto viene accuratamente controllata per assicurare il massimo della qualità su ogni singolo modello e tramite la garanzia Soddisfatto o Rimborsato. Come riportato nella relazione sulla gestione dell'anno 2023, le auto nuove vendute da Autotorino sono pari a 31.428 pezzi, in linea con l'anno precedente e superiore all'obiettivo fissato a inizio anno (pari a 102%). Le immatricolazioni di auto nuove hanno raggiunto i 34.905 pezzi (+21,2% rispetto all'anno precedente). Mentre le vendite delle vetture usate hanno superato il target fissato raggiungendo n. 28.611 unità (+26% rispetto all'anno precedente).

DISTRIBUZIONE FATTURATO	2022	2023
Ricavi vetture nuove	62,1 %	61,7 %
Ricavi vetture usate	21,3 %	22,3 %
Ricavi officina	9,9 %	8,6 %
Ricavi provvigioni finanziarie	6,2 %	6,8 %
Altri ricavi	0,6 %	0,6 %

Tabella 1 - Distribuzione del fatturato

Delle autovetture nuove vendute, ben il 40% ha alimentazione ibrida o plug-in, seguite da un 28% di benzina e un 25% di diesel. Le auto elettriche sono pari al 6% del venduto totale, mentre il GPL corrisponde solo all'1%.

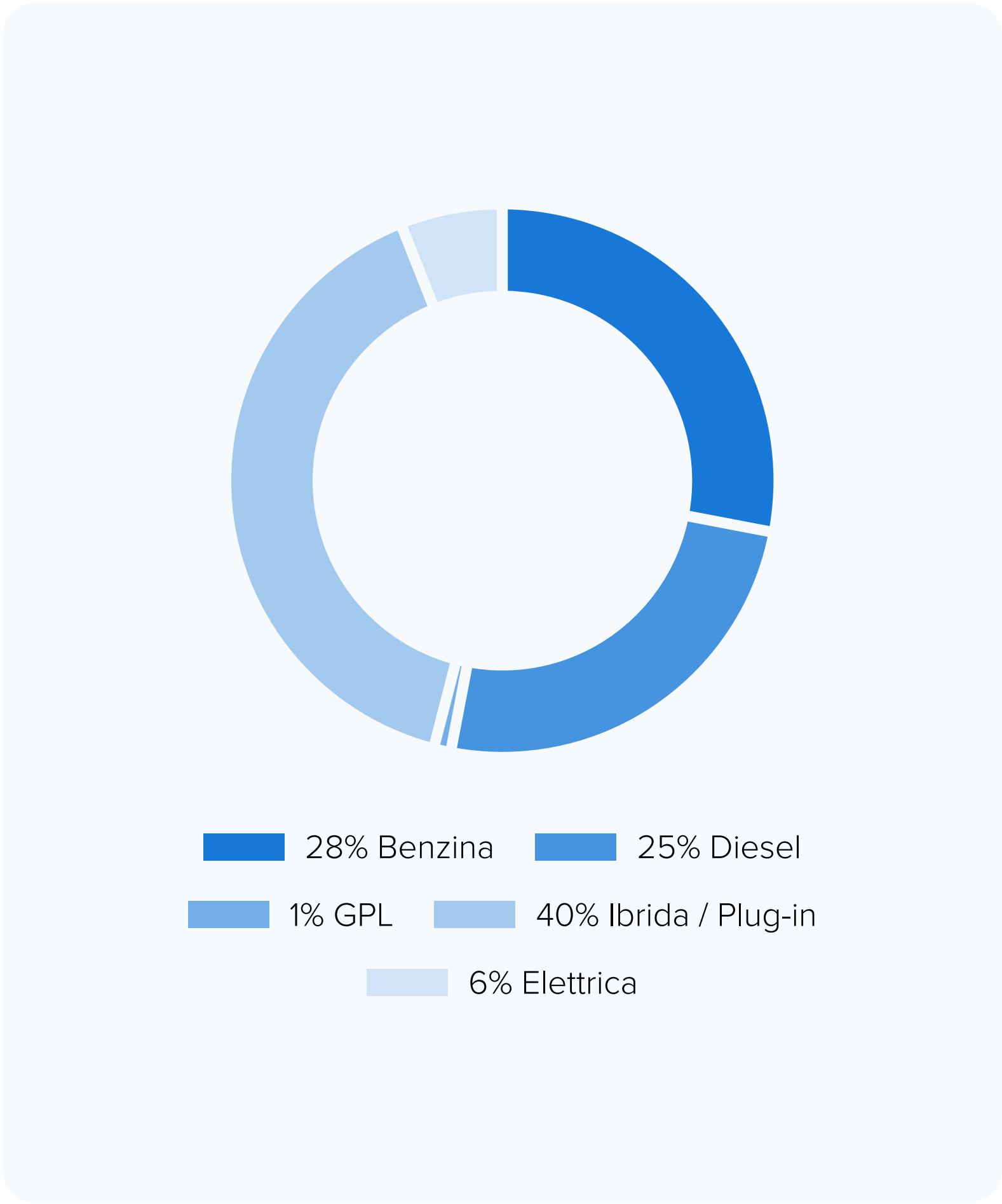


Figura 3 – Percentuale automobili vendute per tipo di alimentazione

STRATEGIA, MODELLO
AZIENDALE E CATENA
DEL VALORE

SBM-1

Autotorino è una realtà che opera da più di 50 anni nel settore automobilistico, diventando il concessionario ufficiale per la vendita e l’assistenza per 23 marchi automobilistici internazionali. Specializzata nella vendita di auto e moto, nuove ed usate, nel finanziamento, nell’assistenza e nella riparazione di automezzi nel settore privato, Autotorino è una realtà in costante espansione che copre l’intero settore della mobilità italiano.

Presente con 65 sedi dislocate in tutto il Nord e Centro Italia, di cui undici di proprietà, Autotorino si attesta come una realtà fortemente radicata nel territorio. Inoltre, i clienti Autotorino possono essere suddivisi tra business e privati. Nel caso della vendita di auto nuove, essi sono rispettivamente il 34% e il 66%, mentre nel caso delle vendite di auto usate essi rappresentano rispettivamente il 45% e il 55%¹ (figura 4 e figura 5).

1) Nel conteggio delle auto vendute usate si considera sia l’usato classico che il remarketing.

Fatturato Autotorino nel 2023

2.137.973.192 €

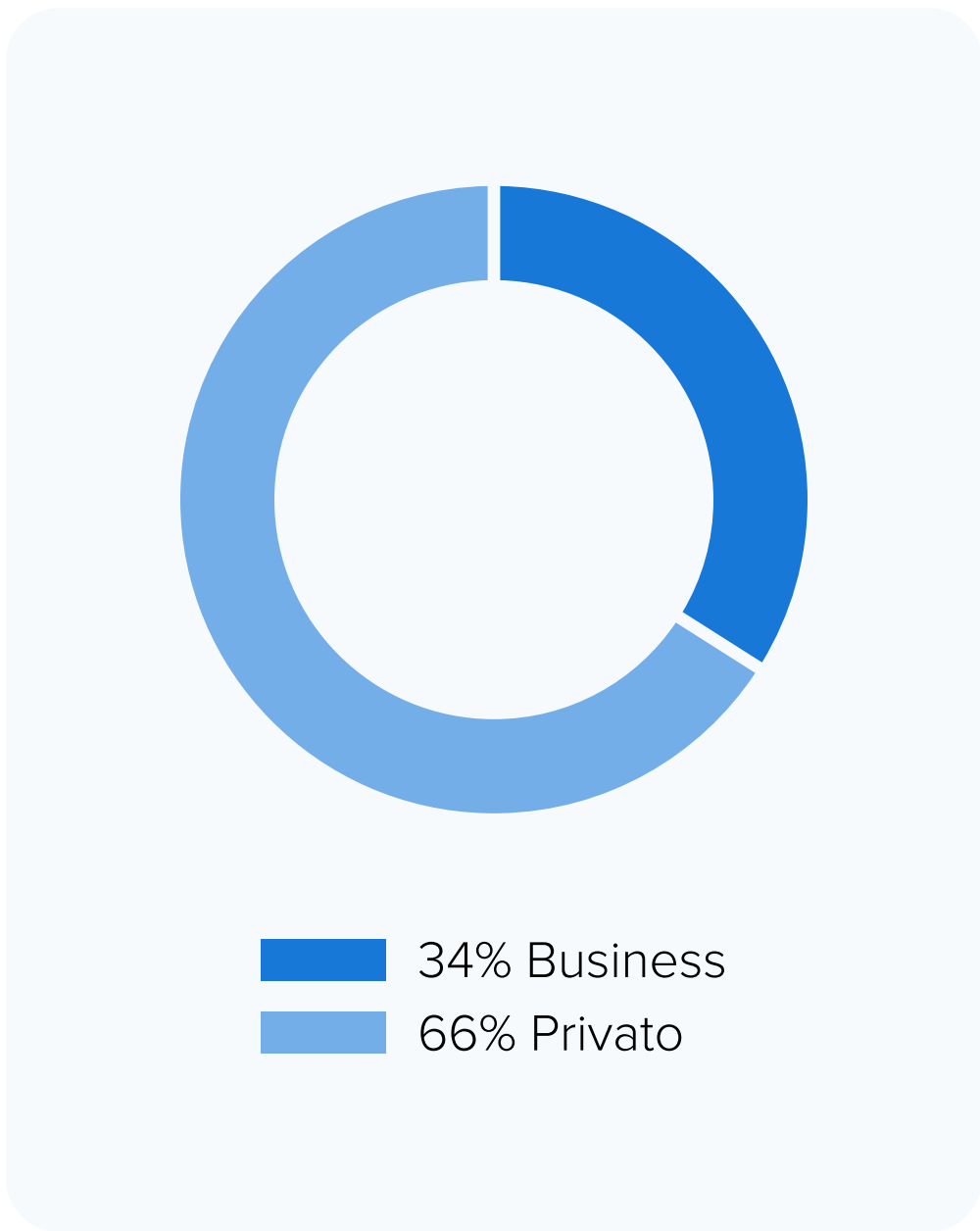


Figura 4 - Suddivisione clienti tra business e privati per vendita auto nuove

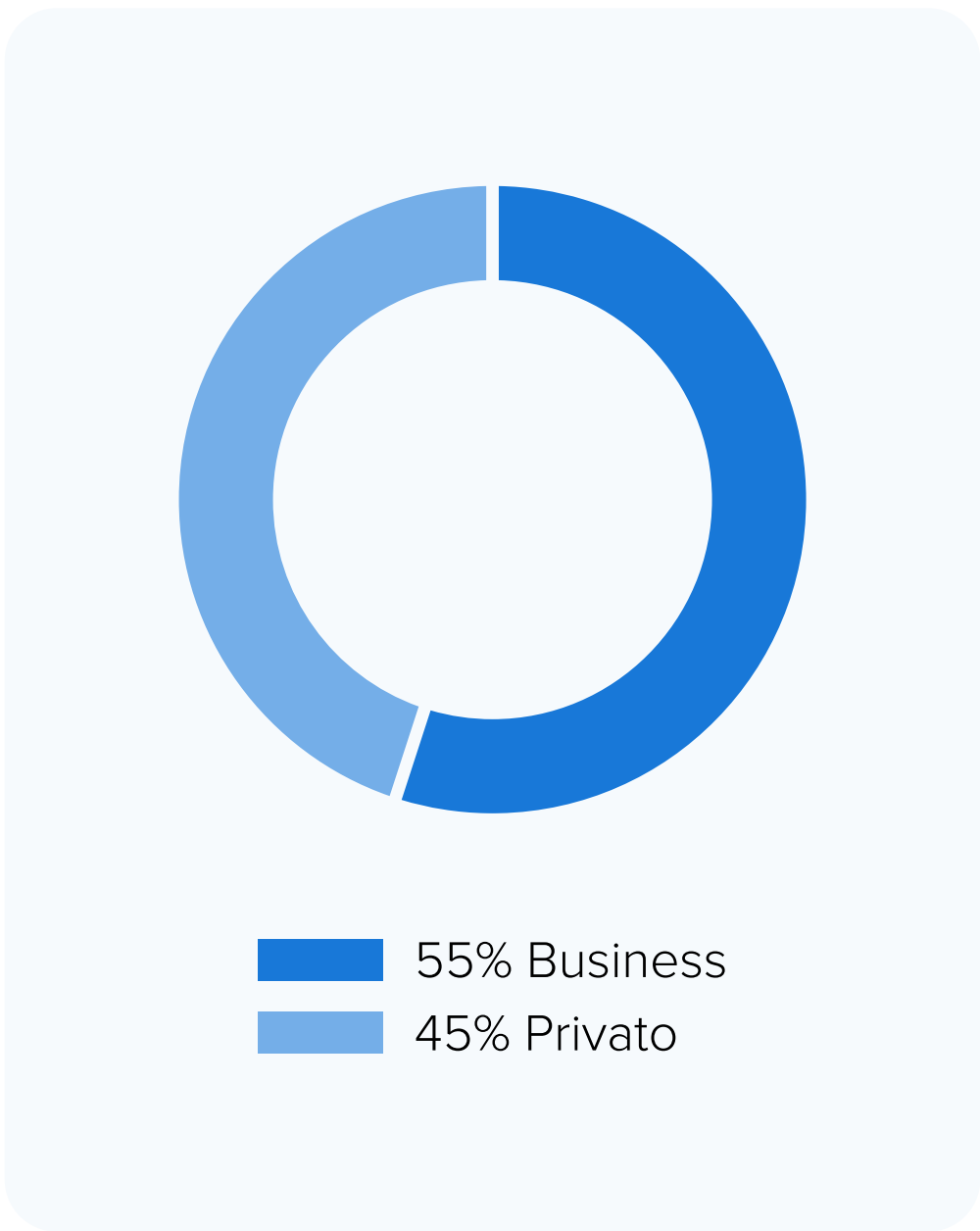


Figura 5 - Suddivisione clienti tra business e privati per vendita auto usate

STRATEGIA, MODELLO
AZIENDALE E CATENA
DEL VALORE

SBM-1

Di seguito sono classificate le categorie di fornitori che si interfacciano con Autotorino, indicando per ognuna di esse il numero di fornitori che ne fanno parte.

TIPOLOGIE FORNITORE	TOTALE
• Acquisto beni strumentali / Lavorazioni edili / Manutenzioni	242
• Agente	7
• Agenzie pratiche auto	83
• Carburante	16
• Carrozziere - officine - lavaggi esterni	888
• Concessionario	69
• Consorzio ricambi	8
• Consulenze professionisti	69
• Finanziaria / Assicurazioni / Leasing	9
• Locazioni immobili	38
• Materiale consumo	203
• Procacciatori	53
• Pubblicità	41
• Ricambi	402

TIPOLOGIE FORNITORE	TOTALE
• Ricerca selezione personale	6
• Ristoranti / Alberghi	356
• Servizi call center	4
• Servizi depositi / Trasporti	38
• Servizi IT / Sviluppo 87	87
• Servizi pulizie	16
• Servizi smaltimento rifiuti / Demolizioni	12
• Servizi vari	20
• Servizi vigilanza	15
• Società di noleggio	9
• Somm. lavoro interinale	2
• Spedizionieri	2
• Utenze 41	41
• Welfare	4

STRATEGIA, MODELLO
AZIENDALE E CATENA
DEL VALORE

SBM-1

Come obiettivo per il 2024, Autotorino intende qualificare i propri fornitori attraverso un censimento e implementare un portale dedicato per la gestione degli acquisti e della propria catena di approvvigionamento. Questa iniziativa rappresenta il primo passo verso il miglioramento dell’efficienza gestionale, un tema rilevante emerso dalla matrice di materialità aziendale. Ciò permetterà di ottenere molteplici vantaggi, in particolare:

- Avere un database comune dei fornitori, disponibile per tutte le sedi
- Uniformare i criteri di selezione, qualifica e le clausole contrattuali
- Definire anche i requisiti minimi ESG e i criteri premianti in base al possesso di ulteriori certificazioni ambientali, sociali e di governance e/o certificazioni di prodotto
- Evadere il servizio / bene in maniera organizzata e sicura
- Gestire in maniera completa tutto il processo di workflow approvativo



**INTERESSI E OPINIONI
DEI PORTATORI DI INTERESSI**

SBM-2

Nel corso degli anni, Autotorino ha instaurato un dialogo attivo e costante con i propri stakeholder interni ed esterni basato sui valori di trasparenza, fiducia e collaborazione nella pianificazione delle azioni di miglioramento. Attraverso questo processo di ascolto e confronto, Autotorino è in grado di valutare in che misura stia comprendendo e soddisfacendo le aspettative e gli interessi dei propri stakeholder, individuando le aree in cui rafforzare l’impegno e quelle in cui confermare l’approccio adottato.

L’elenco dei portatori d’interesse e dei fruitori del presente bilancio è stato arricchito alla luce dei possibili impatti dei temi ESG. I principali strumenti utilizzati per condurre l’analisi sono stati:



Analisi di benchmark dei temi ESG pubblicati dalle aziende peers, competitors e clienti



Analisi dei rischi ESG di settore eseguite da riconosciute agenzie di rating ESG

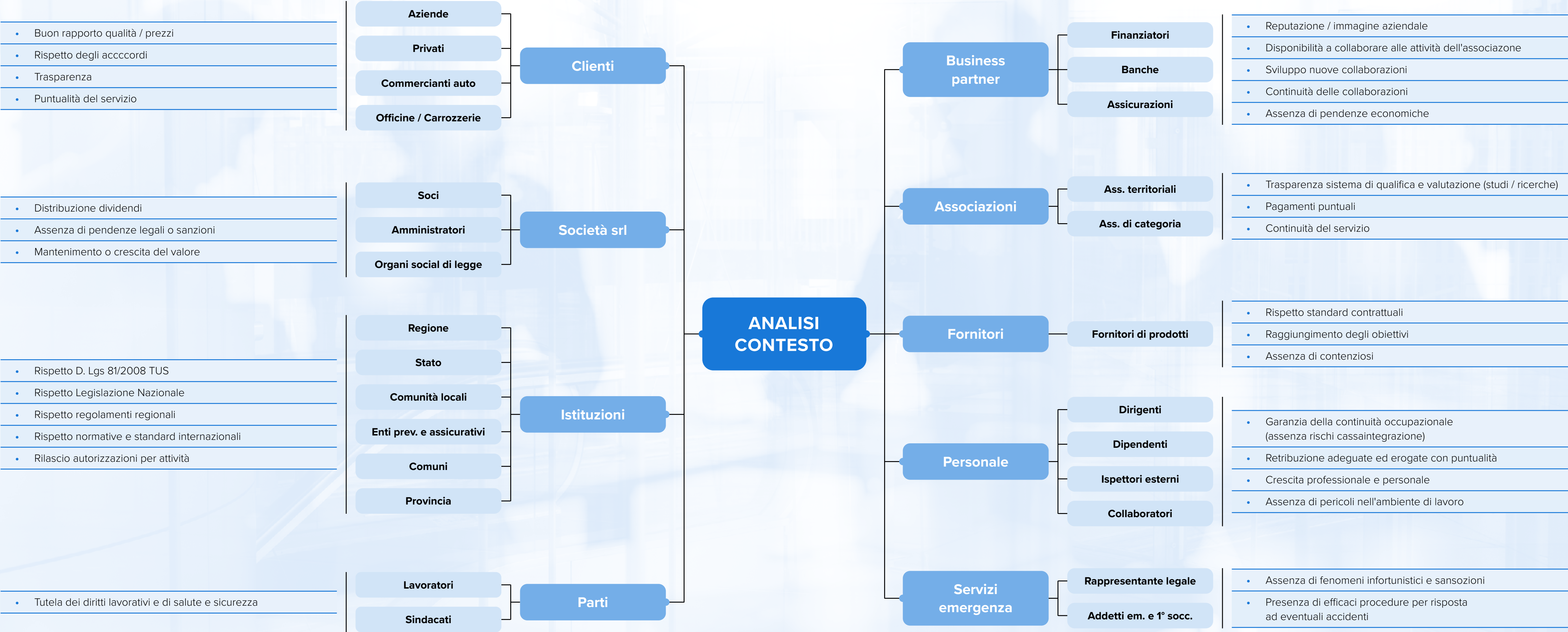


Consultazione dei documenti di settore e linee guida di orientamento



Analisi del panorama normativo e regolatorio Nazionale, UE ed extra-UE

L’identificazione degli impatti generati o subiti dagli stakeholder è stata eseguita attraverso scambi attivi come riunioni di confronto e passivi come l’invio di un apposito questionario per la condivisione dei rischi e delle opportunità rilevanti.



INTERESSI E OPINIONI
DEI PORTATORI DI INTERESSI

SBM-2

Si riporta di seguito l’elenco completo degli stakeholder prioritari, unitamente alle modalità di coinvolgimento degli stessi e come sono state rilevate le rispettive aspettative ed esigenze, utili per identificarne gli impatti:

AREA	GRUPPO STAKEHOLDER	MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO	ASPETTATIVE ED ESIGENZE
Società	- Soci - Amministratori - Organi sociali	Assemblee	- Distribuzione dividendi - Assenza di pendenze legali o sanzioni - Mantenimento o crescita del valore
Parti interne	- Lavoratori / Lavoratrici - Sindacati	- Survey su tematiche specifiche - Tavoli di confronto sindacali - Attività di comunicazione interna - Momenti di formazione	- Tutela dei dritti dei lavoratori - Tutela degli aspetti di salute e sicurezza - Garanzia della continuità occupazionale (assenza rischi di cassaintegrazione) - Retribuzione adeguate ed erogate con puntualità - Crescita professionale e personale - Assenza di pericoli nell’ambiente di lavoro
Clienti	- Aziende - Privati - Commercianti auto - Officine e carrozzerie	- Relazioni quotidiane con team commerciale e team tecnici - Questionario di soddisfazione - Recensioni si sito web - Interviste mirate a rilevare le necessità ed il grado di soddisfazione della relazione	- Buon rapporto qualità / prezzo - Rispetto degli accordi - Trasparenza - Puntualità del servizio
	Fornitori	- Relazioni quotidiane con team acquisti - Processo di qualifica e valutazione fornitori	- Rispetto Standard contrattuali - Raggiungimento degli obiettivi - Assenza di contenziosi - Trasparenza sistema di qualifica e valutazione - Pagamenti Puntuali - Continuità del servizio
	Comunità locali	- Relazione con la proprietà - Collaborazione con le scuole del territorio - Accordi per accoglienza studenti in alternanza	- Continuità nella collaborazione - Sviluppo di nuovi progetti di valore condiviso

INTERESSI E OPINIONI
DEI PORTATORI DI INTERESSI

SBM-2

AREA	GRUPPO STAKEHOLDER	MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO	ASPETTATIVE ED ESIGENZE
Istituzioni	- Enti locali - Autorità regolatorie	- Richiesta e rilascio di autorizzazioni - Ispezioni - Consultazioni	- Rispetto D.lgs. 81/2008 TUS - Rispetto Legislazione Nazionale - Rispetto regolamenti regionali - Rispetto normative e standard Internazionali - Rilascio autorizzazioni per attività
Associazioni	- Associazioni territoriali - Associazioni di categoria	- Monitoraggio canali di aggiornamento - Contatto diretto per scambi di informazioni su trend ed esigenze dell'aziende di settore	- Reputazione/immagine aziendale - Disponibilità a collaborare alle attività dell'associazione (studi, ricerche)
Business partner	- Banche - Finanziatori - Assicurazioni	Contatto diretto con uffici amministrativi	- Sviluppo nuove collaborazioni - Continuità delle collaborazioni - Assenza di pendenze legali o sanzioni - Previsione e gestione dei rischi

In particolare, nel 2023 Autotorino ha coinvolto parte dei lavoratori, dei clienti e fornitori, nonché alcuni rappresentanti della comunità locale nella definizione dei rischi e delle opportunità rilevanti per l'azienda, oggetto della rendicontazione di sostenibilità.

**IMPATTI, RISCHI E
OPPORTUNITÀ RILEVANTI
E LORO INTERAZIONE
CON LA STRATEGIA
E IL MODELLO AZIENDALE**

SBM-3

Autotorino ha individuato i principali rischi in ambito Sostenibilità, utilizzando i criteri di valutazione allineati alla metodologia della gestione dei rischi aziendale definita nell’ambito del Sistema di Gestione per la Qualità aziendale, dei rischi sulla salute e sicurezza e del Modello 231. Di seguito sono riportati i principali rischi identificati nel Si-

stema di Gestione per la Qualità, nonché le azioni di mitigazione a oggi poste in atto e gli obiettivi futuri per la loro gestione. L’attività di identificazione dei rischi in ambito sostenibilità è stata avviata durante il 2023 e verrà completamente integrata all’interno del processo di analisi rischi e definizione della strategia aziendale durante il 2024.

RISCHI AMBIENTALI
Autotorino, aderisce ad associazioni di categoria e si avvale di consulenze specifiche, al fine di mantenere la propria compliance relativa alla normativa ambientale. L’azienda ha implementato una metodologia di analisi dei rischi ambientali, per le filiali che sono conformi al Sistema di Gestione Ambientale certificato secondo lo standard ISO 14001:2015. Sono costantemente in corso attività per permettere la riduzione dei consumi idrici, vengono monitorati periodicamente i miglioramenti e l’efficacia delle misure messe in atto. Infine, l’azienda ha attivato coperture assicurative per “rischi catastrofici” e implementato un piano per garantire la Business Continuity nel caso di eventi straordinari connessi al cambiamento climatico.
GESTIONE DELLA FILIERA DELLA FORNITURA
Tali rischi riguardano l’eventuale mancato rispetto, da parte dei fornitori, dei requisiti cogenti che hanno ricadute anche in ambito sostenibilità, tra cui il rispetto dei diritti umani, la tutela ambientale, la salvaguardia della salute e sicurezza sul luogo di lavoro e la lotta alla corruzione. Autotorino seleziona e monitora le prestazioni dei propri fornitori secondo le procedure definite dal proprio sistema per la qualità.
RISCHI SOCIALI
Uno dei rischi ricadenti sul gruppo maggiormente attinenti alla sfera sociale riguarda la qualità e la sicurezza dei prodotti. Per questo Autotorino si è dotata negli anni di un robusto sistema di gestione per la qualità, certificato secondo la norma UNI EN ISO 9001.

IMPATTI, RISCHI E
OPPORTUNITÀ RILEVANTI
E LORO INTERAZIONE
CON LA STRATEGIA
E IL MODELLO AZIENDALE

SBM-3

RISCHI RELATIVI AL PERSONALE

Identifica e gestisce sia i rischi legati alla salute e sicurezza sia quelli legati alla gestione del personale. L’impegno per la tutela e la promozione della salute e sicurezza sui luoghi di lavoro si traduce in un’attenta gestione dei rischi, come descritto nell’apposita sezione, attraverso un’analisi continua delle criticità e l’adozione di un approccio preventivo. Autotorino crede che le proprie persone rappresentino la chiave del successo aziendale poiché forniscono il vero vantaggio competitivo all’organizzazione. Per questo l’azienda ha sviluppato una strategia che mira a privilegiare il potenziale di crescita di ciascuno. Vengono offerte opportunità di crescita professionale in un ambiente eticamente corretto e senza discriminazioni.

RISCHI RELATIVI ALLA CORRUZIONE E ALLA COMPLIANCE NORMATIVI

Al fine di mitigare tale rischio, Autotorino si è dotata di un Codice Etico aziendale, che garantisce comportamenti trasparenti ed etici da parte dei dipendenti e promuove una politica preventiva da parte dell’azienda. Il Regolamento segnalazioni e tutela del segnalante (whistleblowing), approvato nel 2023 garantisce a tutti gli stakeholders la possibilità di segnalare tutte le condotte che implicano violazioni, presunte o accertate del Codice Etico, a cui si aggiungono gli illeciti di matrice e di rilevanza dell’Unione Europea e che quindi ledano interessi finanziari della stessa.

IMPATTI, RISCHI E
OPPORTUNITÀ RILEVANTI
E LORO INTERAZIONE
CON LA STRATEGIA
E IL MODELLO AZIENDALE

SBM-3

Di seguito le polizze assicurative sottoscritte da Autotorino per gestire alcuni dei rischi aziendali identificati.

TIPOLOGIE POLIZZA	DECORRENZA	SCADENZA	DESCRIZIONE
Tutela legale	01/02/2023	01/02/2024	Impresa e professioni
Libro matricola	01/11/2022	01/11/2023	Flotta light
Firma elettronica	17/11/2023	17/11/2024	RCT Professional servizi vari
RC Inquinamento / Ambientale	09/02/2023	09/02/2024	Rischi diversi
Polizza merci trasportate	31/12/2022	31/12/2023	Merci sulle 5 bisarche
Polizza RCT / RCO	31/12/2022	31/12/2023	Rischi diversi
Polizza All Risk	31/12/2022	31/12/2023	Furto e incendio

Per il 2024 l’impresa valuta l’aggiornamento delle polizze assicurative che hanno scadenza lungo la fine del 2023.

GESTIONE DEGLI IMPATTI, DEI RISCHI E DELLE OPPORTUNITÀ

**DESCRIZIONE DEI PROCESSI
PER INDIVIDUARE E VALUTARE
GLI IMPATTI, I RISCHI E LE
OPPORTUNITÀ RILEVANTI**

IRO-1

La materialità rappresenta il processo di identificazione e definizione dei temi di sostenibilità, considerati rilevanti per l’impresa e per comunicare in modo strutturato e strategico l’impegno verso la sostenibilità agli stakeholder. Essa si basa su due valori fondamentali: pertinenza

e significatività. Le fasi di processo che sono state seguite da Autotorino per la propria analisi di materialità possono essere riassunte come segue:

1	Identificazione degli stakeholder strategici
2	Identificazione strutturata dei temi di interesse sia per l’azienda, che per i suoi stakeholder strategici
3	Stakeholder Engagement tramite interviste ed erogazione di questionari
4	Analisi dei risultati ottenuti per la definizione dell’Impact materiality
5	Definizione della financial materiality: nel 2023 è stata eseguita un’analisi preliminare, tramite la quale ad ogni tema è stato associato un peso da 1 a 3 in base ad un primo rischio finanziario individuato. Sarà cura di Autotorino di effettuare una financial materiality strutturata a partire dal 2024
6	Costruzione della matrice di materialità

DESCRIZIONE DEI PROCESSI
PER INDIVIDUARE E VALUTARE
GLI IMPATTI, I RISCHI E LE
OPPORTUNITÀ RILEVANTI

IRO-1

Di seguito sono indicati gli stakeholder coinvolti per l’analisi di materialità relativa all’anno 2023:

TIPOLOGIE SKATEHOLDER	SOGGETTI COINVOLTI	MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO
Interni	• Organi sociali	Questionario online: per ogni pillar (E, S, G) è stato richiesto di disporre i temi individuati in ordine di priorità
Esterni	• Collaboratori rispondenti	
	• Fornitori di prodotto • Fornitori di servizi (banche, società finanziarie, consulenti esterni, etc)	
	• Case madri	
	• Enti locali • Associazioni	

Autotorino si pone l’obiettivo per il prossimo anno di includere all’interno dell’attività di stakeholder engagement anche i clienti, partendo dal coinvolgimento di un gruppo pilota, su un numero ristretto di filiali con caratteristiche differenti e in area geografiche diverse.

DESCRIZIONE DEI PROCESSI
PER INDIVIDUARE E VALUTARE
GLI IMPATTI, I RISCHI E LE
OPPORTUNITÀ RILEVANTI

IRO-1

Di seguito si presenta la matrice di materialità costruita per Autotorino:

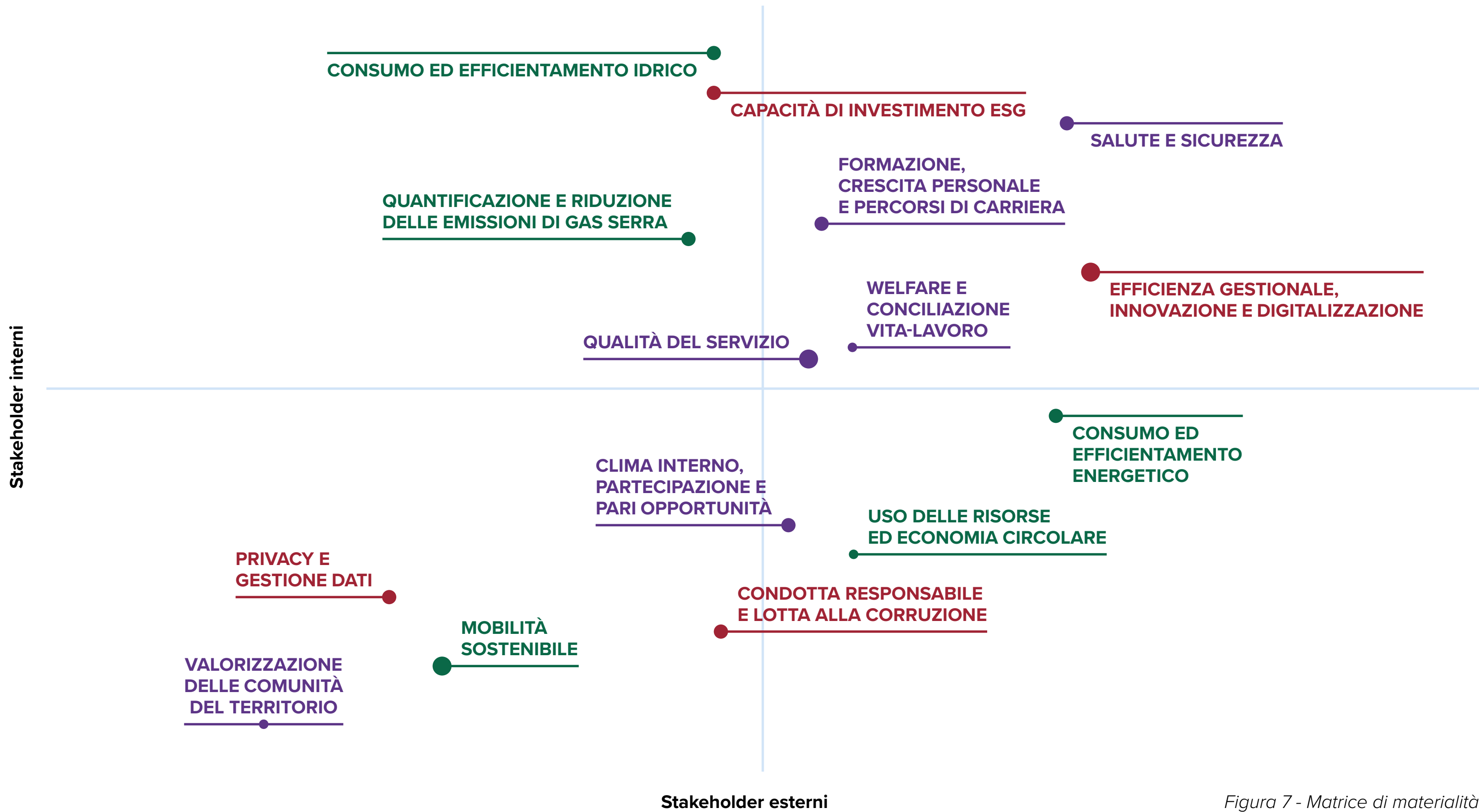


Figura 7 - Matrice di materialità

DESCRIZIONE DEI PROCESSI
PER INDIVIDUARE E VALUTARE
GLI IMPATTI, I RISCHI E LE
OPPORTUNITÀ RILEVANTI

IRO-1

A seguito della definizione della matrice di materialità sono stati riscontrati i seguenti temi come rilevanti:



PUNTO DI VISTA AMBIENTALE

Consumo ed efficientamento idrico
Consumo ed efficientamento energetico
Quantificazione e riduzione delle emissioni dei gas serra



PUNTO DI VISTA SOCIALE

Salute e sicurezza
Formazione, crescita personale e percorsi di carriera
Welfare e conciliazione vita - lavoro
Qualità del servizio



PUNTO DI VISTA GOVERNANCE

Capcità di investimento ESG
Efficienza gestionale, innovazione e digitalizzazione

**OBBLIGHI DI INFORMATIVA
DEGLI ESRS OGGETTO DELLA
DICHIARAZIONE SULLA
SOSTENIBILITÀ DELL'IMPRESA**

IRO-2

**POLITICHE ADOTTATE
PER GESTIRE QUESTIONI
DI SOSTENIBILITÀ RILEVANTI**

MDR-P

Autotorino integra la sostenibilità nella strategia e nella gestione del proprio business, collaborando con le diverse direzioni aziendali per definire obiettivi prioritari all'interno di un piano di sostenibilità allineato alle strategie generali dell'azienda. Inoltre, si impegna a gestire il dialogo con tutti i principali stakeholder attraverso modalità di engagement corrette, trasparenti e differenziate. L'Azienda riconosce che stabilire e mantenere un rapporto costante e continuativo con gli stessi sia non solo un interesse strategico, ma anche un dovere nei confronti del mercato e della comunità in cui opera.

Autotorino possiede un Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ai sensi del D.Lgs 231/2001 ed un Codice di Condotta ed Etica Professionale, la cui applicazione viene monitorata da un Organismo di Vigilanza. Inoltre, attraverso il sistema disciplinare e la procedura di "Whistleblowing", la quale permette di segnalare in forma anonima qualsiasi anomalia rispetto ai codici di comportamento aziendale, Autotorino assicura che tali valori vengano rispettati da tutti i collaboratori interni ed esterni all'organizzazione. Di seguito si riportano le policy aziendali relative ai temi di sostenibilità:



**CODICE DI CONDOTTA
ED ETICA PROFESSIONALE**

Il documento prescrive il rispetto delle leggi vigenti nonché l'obbligo per ogni dipendente di tutelare il valore dell'azienda, i suoi beni, la sua immagine, la corretta modalità di esecuzione dell'attività lavorativa. Il lavoro delle persone in Autotorino deve essere svolto nel rispetto dei seguenti principi cardine: 1) rispetto delle leggi vigenti; 2) trasparenza e correttezza nel rapporto con il cliente, i colleghi, le autorità; 3) dignità, salute, sicurezza e pari opportunità sul lavoro; 4) tutela dell'ambiente; 5) tutela degli asset aziendali 6) fedeltà all'azienda.



**CODICE COMPORTAMENTALE
ANTICORRUZIONE**

Il codice definisce una posizione di assoluta intransigenza nei confronti di qualsiasi forma di abuso d'ufficio e corruzione, anche nei confronti di personale di imprese private. Tutto il Personale è tenuto, nello svolgimento delle attività di lavoro, ad assumere una posizione di ferma opposizione rispetto ad ogni forma di abuso d'ufficio e corruzione. La Società e i Destinatari si impegnano al fine di assicurare che tutte le leggi e i regolamenti che mirano a contrastare l'abuso d'ufficio e la corruzione, in ogni giurisdizione in cui si opera, siano rispettati

**OBBLIGHI DI INFORMATIVA
DEGLI ESRS OGGETTO DELLA
DICHIARAZIONE SULLA
SOSTENIBILITÀ DELL'IMPRESA**

IRO-2

**POLITICHE ADOTTATE
PER GESTIRE QUESTIONI
DI SOSTENIBILITÀ RILEVANTI**

MDR-P

nella loro totalità. La politica “anticorruzione” della Società, declinata nel Codice Comportamentale, è espressione operativa e pratica dei valori e dei principi già formalizzati nel Codice di Condotta ed Etica Professionale, cui la Società si ispira e ai quali è volontariamente vincolata.



**CODICE COMPORTAMENTALE
NEI CONFRONTI DELLA P.A.**

Obiettivo del documento è la definizione di regole di condotta che indichino i comportamenti che i Destinatari devono tenere nei confronti di Pubblici Ufficiali, affinché siano prevenuti comportamenti idonei a realizzare Reati di cui al D. Lgs. 231/2001.



**POLITICA UNIFICATA
PER LA QUALITÀ**

Il documento definisce i seguenti principi guida: 1) la soddisfazione del Cliente è il fine ultimo di tutte le nostre attività; 2) commercializziamo automobili, motociclette, Van, ricambi, prodotti finanziari, svolgiamo il servizio assistenza secondo i più alti standard etici; 3) osserviamo tutti gli obblighi di natura ambientale e ci caratterizza una profonda coscienza ecologica e relativi alla salute e sicurezza del posto di la-

voro includendo anche gli spazi della filiale dove c'è il passaggio della clientela; 4) la ricerca continua del miglioramento della qualità, attraverso il miglioramento continuo dei processi realizzati, nonché la soddisfazione di tutti i collaboratori fanno parte del nostro impegno quotidiano.



SISTEMI DI GESTIONE

Autotorino ha ottenuto l'attestato in merito all'applicazione del Sistema di Gestione Ambientale di Toyota Motor Italia S.p.A. conformemente alla ISO 14001:2015 per il campo di applicazione “esposizione, vendita ed assistenza post-vendita di autoveicoli” di marca Toyota e Lexus con ultima emissione nel 2023. Tale certificazione è stata ottenuta per le seguenti sedi: Busto Arsizio - C.so Sempione / Cava Manara - Via F. Turati / Corsico - V.le Italia / Gattico - SS 142 Borgomanero / Milano - Via L. Di Breme / Milano - V.le Ortles 56 / Milano - V.le Ortles 58 / Novara - C.so Vercelli / Saronno - Viale Lombarda ANG Via Grieg / Trezzano sul Naviglio - Via. F. Gioia / Verona - Va Col. Galliano / Verona - Via Messedaglia / Vigevano - C.so G. Di Vittorio / Voghera - Via Piacenza.

OBBLIGHI DI INFORMATIVA
DEGLI ESRS OGGETTO DELLA
DICHIARAZIONE SULLA
SOSTENIBILITÀ DELL'IMPRESA

IRO-2

POLITICHE ADOTTATE
PER GESTIRE QUESTIONI
DI SOSTENIBILITÀ RILEVANTI

MDR-P

Le suddette filiali Autotorino vengono revisionate tramite audit periodici nei quali vengono richieste le suddette macro-informazioni:

1	Licenze e autorizzazioni
2	Gestione rifiuti: deposito temporaneo dei rifiuti, registri di carico/scarico e mud, trasporto rifiuti speciali, deposito rifiuti liquidi, rottamazione veicoli, adesione a consorzi obbligatori, di filiera e tariffa rifiuti
3	Emissioni in atmosfera: autorizzazioni e comunicazioni con focus sulle attività di carrozzeria, impianti di climatizzazione invernale ed estiva e loro manutenzione, sostanze lesive dello strato di ozono e gas serra (controllo delle perdite di fgas dei climatizzatori e degli autoveicoli mantenuti, comunicazione al pubblico sui consumi di carburante e sulle emissioni di CO2 per i veicoli nuovi)
4	Approvvigionamenti e scarichi idrici: scarichi civili e autolavaggi, gestione acque bianche e pozzi
5	Suolo e sottosuolo: gestione serbatoi interrati
6	Impatto acustico: zonizzazione acustica
7	Gestione delle emergenze: prevenzione incendi e controlli periodici dei dispositivi di prevenzione e lotta antincendio, formazione emergenza, incendio e sui veicoli elettrificati, formazione emergenze ambientali
8	Prodotti e sostanze pericolose: possesso delle schede tecniche dei prodotti pericolosi, valutazione amianto, trasporto merci pericolose su strada
9	Prescrizioni ambientali Toyota Motor Italia: nomina Responsabile Ambientale con formazione TMI, monitoraggio dei consumi energetici, dei rifiuti e dei veicoli fuori uso, attuazione degli obiettivi ambientali del Challenge 2050 e completamento della survey Green Retail Program, corretta gestione dei servizi in outsourcing

AZIONI E RISORSE
IMPLEMENTATE PER
GESTIRE LE QUESTIONI DI
SOSTENIBILITÀ RILEVANTI

MDR-A

Autotorino ha elaborato un primo Piano strategico ESG partendo da un’analisi dei rischi legati ai temi di sostenibilità e i risultati della matrice di materialità. Il Piano funge anche da strumento per condividere con gli stakeholder il percorso attraverso cui Autotorino contribuirà al raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) dell’Agenda 2030 delle Nazioni Unite e ai Principi del Global Compact.

Questa prima versione del piano verrà monitorata e aggiornata annualmente al fine di rendicontarne i progressi. Inoltre, i target e i KPI specifici sono stati definiti e concordati in collaborazione con i manager di ciascuna area. Di seguito un riassunto del piano strategico ESG di Autotorino in linea con le indicazioni degli ESRS:

TEMI TRASVERSALI				
TEMA	SOTTOTEMA	SDGS	OBIETTIVO: 2024	OBIETTIVO: MEDIO-LUNGO TERMINE (2025 →)
ERS - GOV-3	Sistema di incentivazione		—	Definizione di MBO legati al raggiungimento di obiettivi ESG
ESRS - SBM-1	Stratega ESG		Monitoraggio e aggiornamento della strategia ESG	—
ESRS - SBM-3	Impatti, rischi, opport. e interazione con la strategia aziendale		Integrazione del processo di analisi rischi / opportunità in materia di sostenibilità all'interno della strategia aziendale.	—

AZIONI E RISORSE
IMPLEMENTATE PER
GESTIRE LE QUESTIONI DI
SOSTENIBILITÀ RILEVANTI

MDR-A

TEMI AMBIENTALI				
TEMA	SOTTOTEMA	SDGS	OBIETTIVO: 2024	OBIETTIVO: MEDIO-LUNGO TERMINE (2025 →)
ESRS - E1	Mitigazione dei cambiamenti climatici		Aggiornamento dello studio della Carbon Footprint d'Organizzazione (Scope 1 e Scope 2)	Piano mi mitigazione dei cambiamenti climatici / Estensione dello studio della Carbon Footprint d'Organizzazione anche allo Scope 3
	Adattamento ai cambiamenti climatici		Approfondimento della valutazione rischi / opportunità legati ai cambiamenti climatici e prima implementazione di soluzioni specifiche per ciascuna filiale	Implementazione di soluzioni specifiche per gestire i rischi dovuti ai cambiamenti climatici per ciascuna filiale
	Gestione energetica	—	Monitoraggio energetico tramite piattaforma di gestione dei consumi energetici	Investimento in soluzioni di efficientamento energetico, con particolare attenzione alla nuova costruzione a Cosio
ESRS - E3	Gestione idrica	 	—	Monitoraggio dei consumi idrici tramite aggiornamento della piattaforma di gestione dei consumi
ESRS - E5	Economia circolare		Monitoraggio della gestione rifiuti	Valutazione di miglioramenti in ottica di riutilizzo, recupero e riciclo

AZIONI E RISORSE
IMPLEMENTATE PER
GESTIRE LE QUESTIONI DI
SOSTENIBILITÀ RILEVANTI

MDR-A

TEMI SOCIALI				
TEMA	SOTTOTEMA	SDGS	OBIETTIVO: 2024	OBIETTIVO: MEDIO-LUNGO TERMINE (2025 →)
ESRS - S1	Clima lavorativo		Analisi del tasso di turnover	Definizioni politiche formalizzate sul personale
	Equilibrio vita privata - vita professionale		Aggiornamento e ampliamento del sistema di welfare	Definizione di profili base con mansionario
	Diversità ed inclusione	 	Implementazione del Sistema di Gestione della Parità di genere secondo UNI PdR 125	—
ESRS - S1	Formazione e sviluppo delle competenze	 	Sensibilizzazione dei dipendenti sulle tematiche ambientali	Mappatura ore di formazione complessivamente erogate
	Salute e sicurezza		Valutazione di un percorso verso l'eventuale implementazione di un Sistema di Gestione sulla Sicurezza	Estensione dell'Autotorino Academy ad altri ruoli e pianificazione corsi di aggiornamento.
				—

AZIONI E RISORSE
IMPLEMENTATE PER
GESTIRE LE QUESTIONI DI
SOSTENIBILITÀ RILEVANTI

MDR-A

TEMA	SOTTOTEMA	SDGS	OBIETTIVO: 2024	OBIETTIVO: MEDIO-LUNGO TERMINE (2025 →)
ESRS - S2	Lavoratori nella catena del valore	3 SALUTE E BENESSERE 17 PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI	—	Implementazione di criteri di selezione e valutazione dei fornitori anche secondo il trattamento da loro offerto ai propri lavoratori
ESRS - S3	Tutela dei diritti delle comunità	17 PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI	Mappatura eventi organizzati con ricaduta sulla comunità e delle partnership in materia EDG	—
ESRS - S4	Tutela dei consumatori	12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI	Sistema di Gestione della qualità: aggiornamento della matrice rischi/opportunità a livello di gruppo e del perimetro delle certificazioni a seguito delle nuove filiali da acquisire	—

AZIONI E RISORSE
IMPLEMENTATE PER
GESTIRE LE QUESTIONI DI
SOSTENIBILITÀ RILEVANTI

MDR-A

TEMI GOVERNANCE				
TEMA	SOTTOTEMA	SDGS	OBIETTIVO: 2024	OBIETTIVO: MEDIO-LUNGO TERMINE (2025 →)
ESRS - G1	Gestione dei rapporti con i fornitori	8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA 13 LOTTA CONTRO IL CAMBIAMENTO CLIMATICO 17 PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI	Acquisizione di un applicativo che consenta la gestione dei contratti verso i fornitori e la definizione di un rating di valutazione annuale	Definizione di criteri di selezione e valutazione dei fornitori anche in ambito ESG
EFFICIENZA GEST, INNOVAZIONE E DIGITALIZZAZIONE	Sistemi di gestione	8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA 9 IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE	Sistema di Gestione della Qualità: valutazione dell'eventuale implementazione di un gestionale per migliorare l'organizzazione delle attrezzature e strumenti d'officina in ottica di maggiore semplificazione e automatizzazione delle attività	—
CAPACITÀ INVESTIMENTO ESG	Investimenti ecosostenibili	9 IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE 13 LOTTA CONTRO IL CAMBIAMENTO CLIMATICO 15 VITA SULLA TERRA	—	Censimento CapEx e OpEx e turnover relativi alle attività ecosostenibili secondo la tassonomia (2025)

**EFFICIENZA GESTIONALE,
INNOVAZIONE E
DIGITALIZZAZIONE**

MDR-A

Da sempre Autotorino crede nel valore dell’innovazione e nella ricerca dei più alti standard tecnologici di settore. Importanti budget vengono destinati in ricerca e sviluppo con l’obiettivo di massimizzare le performance e l’efficienza di ogni singolo processo aziendale. Autotorino è stata tra le prime in Italia nel settore automotive ad abbracciare il digitale. Autotorino aderisce a Confindustria, la quale si pone l’obiettivo di favorire l’affermazione dell’impresa quale motore della crescita economica, sociale e civile del Paese. Limitatamente ad alcune sedi, la Società aderisce a Confcommercio. Nel corso dell’esercizio sono state effettuate attività di ricerca per lo sviluppo delle seguenti piattaforme:



Customer Relationship Management

Rilascio di nuove evolutive orientate ad una maggiore profilazione del cliente e a strumenti di interazione.



Business Intelligence

Rilascio di nuovi e più sofisticati moduli per il controllo e l’orientamento commerciale dell’attività.



Gamification

Lancio della piattaforma di ingaggio e supporto della forza vendita.



Sipad.Power

Costruzione del nuovo DMS aziendale per la parte commerciale.



Te La Compro

Rilascio della nuova piattaforma per l’acquisto di auto usate dai clienti privati (no trade in).

**EFFICIENZA GESTIONALE,
INNOVAZIONE E
DIGITALIZZAZIONE****MDR-A****MOBILITÀ ELETTRICA: EVOLUTION AUTOTORINO E TOOL EV**

Autotorino Evolution è il progetto di mobilità sostenibile creato da Autotorino stessa. Tutti i consulenti delle concessionarie vengono inseriti in percorsi di formazione mirati, certificati dalla Autotorino Academy, dalle Case Costruttrici e da riconosciuti partner tecnici quali Quattroruote Professional. Scopo del programma è far conoscere e sperimentare al cliente le caratteristiche salienti della guida, i vantaggi della gestione delle vetture elettrificate, le possibili configurazioni declinate sulle abitudini di viaggio degli utenti.

Inoltre, le formule proposte da Autotorino per la e-mobility sono semplici, accessibili, su misura e in continua evoluzione. Grazie alla partnership con A2A, gli showroom diventano anche A2A Point permettendo di completare la scelta della vettura elettrica con una soluzione di ricarica completa, domestica e in mobilità, di semplice gestione. Infine, grazie alla collaborazione con e-gap, Autotorino amplia l'offerta di e-mobility tramite un servizio di ricarica mobile on demand veloce, attivo entro il perimetro urbano di Torino, Milano, Brescia, Bologna e Roma. Il van elettrico di e-gap raggiunge il cliente che necessita di rifornimento in maniera rapida e con energia green.

Inoltre, il progetto di sviluppo del Tool EV prevede la realizzazione di una piattaforma firmata Autotorino, dedicata interamente alla mobilità elettrica con lo scopo di sviluppare: 1) una componente consulenziale e divulgativa dei temi legati alla mobilità elettrica; 2) un simulatore,

tramite quiz, in grado di misurare l'impatto sul singolo cliente nel momento del passaggio a un veicolo elettrico.

Le due motivazioni principali che hanno portato alla decisione di implementare tale strumento sono state: la volontà di creare un unico canale, in grado di raccogliere tutto quello che è importante conoscere relativamente alla mobilità elettrica, così da ridurre il più possibile l'alone di ambiguità non solo tecnica ma anche informativa che da tempo è associata a questo tema; accompagnare il cliente in tutto il percorso legato alla transizione all'elettrico. Ciò significa che Autotorino non è interessata meramente alla vendita di un veicolo, ma a tutto quello che riguarda la mobilità sostenibile, tra cui l'adattabilità alle esigenze del cliente, il risparmio di carburante e la conoscenza dell'infrastruttura tecnologica.

Obiettivo ultimo legato allo sviluppo della piattaforma è dunque quello di consentire ad Autotorino di qualificarsi come consulente per la mobilità elettrica a 360 gradi.

Infine, per rimanere al passo con i tempi e con l'evoluzione della tecnologia, Autotorino ha fatto una scelta strategica concentrandosi sulla vendita del marchio BYD, specializzato nella produzione di auto esclusivamente elettriche con un fatturato di 2.049.815,00 € nel 2023.

EFFICIENZA GESTIONALE,
INNOVAZIONE E
DIGITALIZZAZIONE

MDR-A

L'azienda ha rinnovato anche per l'anno 2023 il Progetto NO PAPER, volto a ridurre ulteriormente l'utilizzo di carta, in particolare durante il processo di sottoscrizione dei documenti da parte ai clienti. Nel 2024, oltre a questo progetto, verranno implementati i progetti collaterali ad esso, quali la Stampa Unione 2.0, i sottoprocessi 2.0 e l'Agenzia Digitale 2.0. Di seguito i dati del progetto NO PAPER dalla sua nascita ad oggi:

COMMERCIALE	
2016 - 2023	SAVING
133.000 documenti firmati FEA di cui 31.200 con OTP remota	- Fogli A4: 800.000 circa - Giorni uomo: circa 90 (calcolando un risparmio minimo di 10 s per documento gestito) - Energia: non quantificabile - Toner: non quantificabile
SERVICE E MAGAZZINO	
2020 - 2023	SAVING
258.000 documenti firmati FEA di cui 1.300 con OTP remota	- Fogli A4: 1.000.000 circa - Giorni uomo: circa 46 (calcolando un risparmio minimo di 10 s per documento gestito) - Energia: non quantificabile - Toner: non quantificabile
DOCUMENTI ARCHIVIATI DIGITALMENTE	
2016 - 2023	VELOCITÀ DI RICERCA
15.000.000 circa	100.000 documenti in 60 s

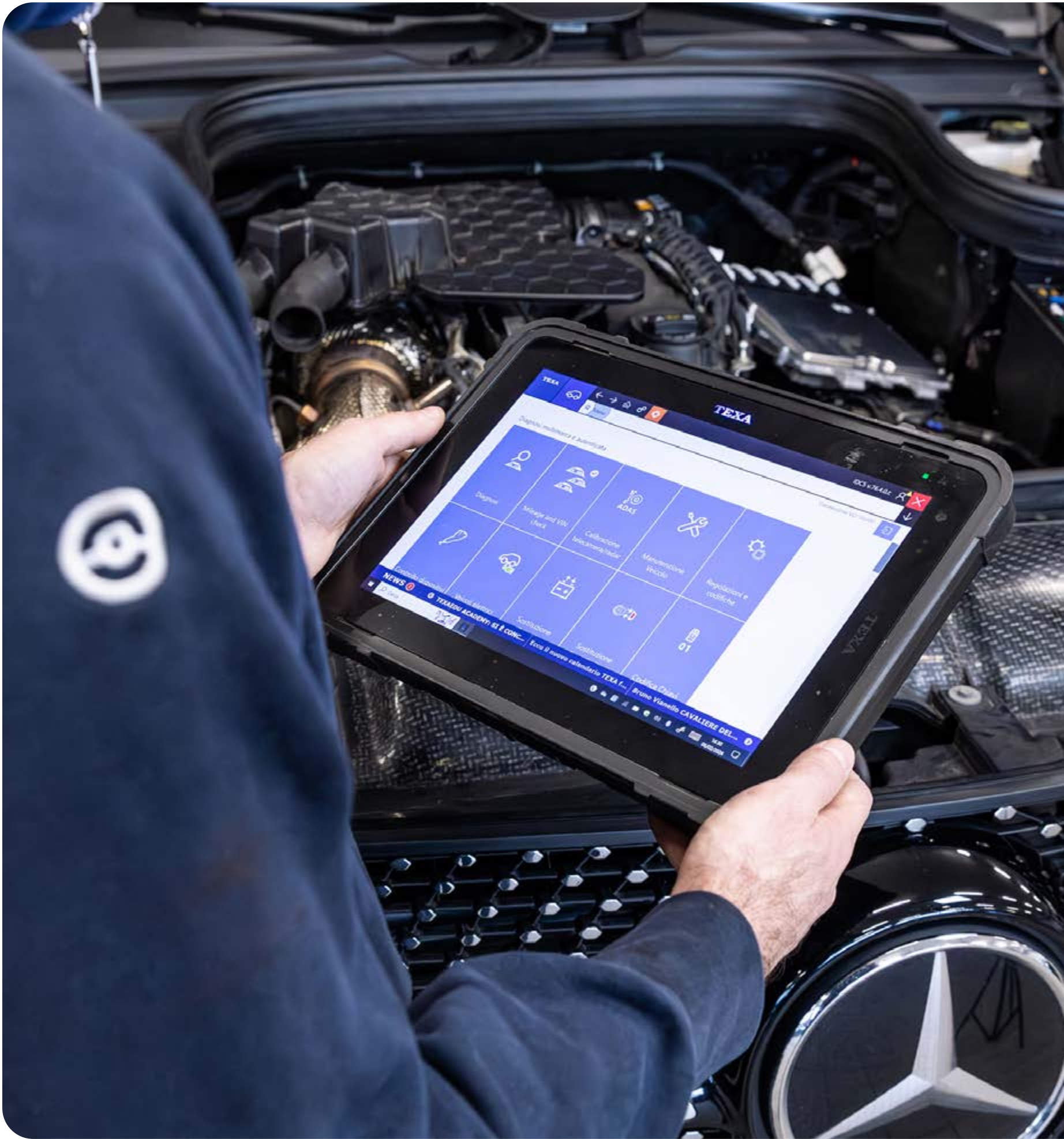
EFFICIENZA GESTIONALE,
INNOVAZIONE E
DIGITALIZZAZIONE

MDR-A

A partire dall’anno 2023, l’obiettivo aziendale sarà quello di mappare le attività di investimento effettuate in materia ESG, in linea con i temi rilevanti individuati dall’analisi di materialità. Nel 2023 l’azienda ha concentrato le sue attività di sviluppo su diverse aree strategiche, in particolare: sullo sviluppo delle piattaforme digitali per migliorare le relazioni con i clienti, sul potenziamento degli strumenti di vendita dei prodotti di mobilità che offrissero soluzioni più complete rispetto alla pura transazione commerciale dell’auto, e quindi sull’ampliamento e sulla crescita dei servizi ancillari all’auto.

In tema di innovazione, nel 2023 sono stati eseguiti investimenti 4.0 pari a 217.000 €, beneficiando di crediti di imposta pari a 43.000 € corrispondenti al 20% degli investimenti totali.

Per quanto riguarda, invece, l’analisi delle attività tassonomiche, l’azienda si impegnerà a mappare le operazioni che possono essere considerate eco-sostenibili ai sensi del Reg. 2020/852 relativo alla tassonomia europea e calcolarne di conseguenza i KPI correlati (CapEx, OpEx, turnover).



METRICHE ED OBIETTIVI

**METRICHE E MONITORAGGIO
DELLE POLITICHE E DELLE
AZIONI PREFISSATE**

MDR-M

MDR-T

Non si sono verificati casi di non conformità con leggi e normative in materia sociale ed economica nel periodo di rendicontazione. Di seguito vengono riportati i principali obiettivi gestionali raggiunti per ogni area di attività nel 2023.

DESCRIZIONE ATTIVITÀ	SERVICE E MAGAZZINO
Vendita e post-vendita / Grazie ai sistemi di B.I. implementati è possibile monitorare i livelli di vendita delle filiali, anche in dettaglio per ciascun venditore, studiando il gap tra i dati a consuntivo e gli obiettivi definiti dal gruppo e valutando i rischi e le opportunità correlati.	• 11.184 reclami gestiti • 54% dei reclami chiusi in meno di 5 giorni
Risore umane / Sono stati realizzati impostanti investimenti in strumenti informatici per il monitoraggio delle qualifiche del personale e per efficientare la distribuzione delle diverse mansioni. Si rimanda alle registrazioni degli audit interni per i corsi pianificati ed effettuati nel 2023 oltre alle attività gestite dalla Academy interna.	• 28% donne occupate • 89% tempi indeterminati • Redatta mappa di copertura delle competenze 53% personale valutato
Formazione / I referenti della formazione hanno specifici compiti e si occupano di perseguire le attività di formazione Autotorino. È stato assegnato un target ad ogni area di business, e sono stati definiti gli obiettivi minimi di formazione.	• 17 ore di formazione pro-capite medie
Monitoraggio / Per il Sistema di Gestione della Qualità, nel corso del 2023 sono stati eseguiti tre cicli di audit completi, sono state segnalati diversi rilievi che vengono visti di volta in volta con i responsabili di filiale. Tutte le attività che sono emerse a seguito dell’audit interno sono state condivise con Responsabili e personale operativo.	• 3 cicli di audit realizzati

METRICHE E MONITORAGGIO
DELLE POLITICHE E DELLE
AZIONI PREFISSATE

MDR-M

MDR-T

DESCRIZIONE ATTIVITÀ	SERVICE E MAGAZZINO
Soddisfazione del cliente / La soddisfazione del cliente viene rilevata attraverso: portale casa madre, sito internet Autotorino, recall interno, legale, filiale e sede centrale. Grazie ad un sistema di BI, sono disponibili in formato aggregato le principali statistiche che vengono presentate mensilmente alla Direzione e gestite settimanalmente con la collaborazione dei Responsabili di filiale.	697 customer journey attivati
Sistema gestione aziendale / Nel 2023 Le procedure organizzative e gestionali sono state estese a tutte le filiali del Gruppo Autotorino. È stata avviata inoltre una approfondita valutazione del rischio climatico per ogni singola filiale.	- Estensione del sistema a tutte le filiali - Informatizzazione dei processi



2.0

INFORMAZIONI AMBIENTALI

- Informativa a norma dell'art. 8 regolamento 2020/852
- Cambiamenti climatici ed energia
- Metriche ed obiettivi
- Acqua e risorse marine

INFORMATIVA A NORMA DELL'ART. 8 REGOLAMENTO 2020/852

Attualmente, non sono reperibili informazioni dettagliate sugli investimenti ambientali effettuati in linea con i requisiti della tassonomia europea. Pertanto, l'obiettivo per il 2025 sarà quello di analizzare le attività economiche effettuate dall'azienda per comprendere quali di esse possano essere incluse tra le attività ammissibili o allineate alla tassonomia stessa secondo i sei obiettivi ambientali definiti a livello europeo.

Ciò verrà corredato da costruzione e analisi di 3 KPI specifici in relazione ad ognuna delle attività prese in considerazione:

- CapEx
- OpEx
- Turnover



CAMBIAMENTI CLIMATICI & ENERGIA

ESRS E1

GOVERNANCE E STRATEGIA

GOV-3

E1-1

SBM-3

Non sono stati implementati sistemi di incentivazione nella valutazione delle performance di sostenibilità attese dai responsabili. A livello corporate, sono state calcolate le emissioni di ghg associate alle operazioni aziendali, relative agli scope 1 (emissioni dirette) e scope 2 (emissioni indirette da consumo energetico), che costituiranno la base line con cui confrontare le prestazioni negli anni e definire target di riduzione attesi nel Piano di transizione per la mitigazione dei cambiamenti climatici. Inoltre, a partire dal 2024, verrà avviata un'at-

tività di valutazione dei rischi climatici, integrata all'interno della valutazione rischi/opportunità complessiva dell'azienda e più strutturata.

GESTIONE DEGLI IMPATTI, DEI RISCHI E DELLE OPPORTUNITÀ

IRO-1

In conformità al D.Lgs. 102/2014, l'azienda è tenuta a redigere una diagnosi energetica in quanto classificata come grande impresa, sebbene non rientri nella categoria delle aziende energivore. La diagnosi è stata aggiornata nel 2022 e verrà revisionata nel 2024, per garantire il rispetto degli standard più recenti. In conformità all'All.2 del suddetto decreto, le imprese multi-sito devono effettuare la diagnosi su un numero proporzionato e rappresentativo di siti, al fine di ottenere un quadro fedele delle prestazioni energetiche complessive dell'a-

zienda e così identificare le opportunità di miglioramento più significative. La diagnosi datata 2022, dunque indicava un miglioramento delle prestazioni energetiche per quanto riguarda l'energia elettrica e il gasolio, mentre risultavano stabili i parametri sui consumi di gas. L'analisi nel 2024 permetterà di ritardare l'analisi su un campione più ampio di filiali, a seguito delle acquisizioni effettuate negli ultimi due anni di attività.

POLITICHE RELATIVE
ALLA MITIGAZIONE DEI
CAMBIAMENTI CLIMATICI
E ALL'ADATTAMENTO
AGLI STESSI

EI-2

Autotorino si impegna a prevenire le emergenze nel campo ambientale e, qualora si verificassero, adottare tutte le misure atte a ridurre incidenti e a perseguire il miglioramento continuo teso all’efficientamento ed alla riduzione dell’impatto ambientale generato dalle attività

aziendali. Per l’anno 2023 è stata avviata una prima valutazione delle emissioni di CO2 eq, I risultati dell’analisi sono oggetto di analisi per identificare le azioni necessarie da implementare per la mitigazione dei cambiamenti climatici.

AZIONI E RISORSE RELATIVE
ALLE POLITICHE IN MATERIA
DI CAMBIAMENTI CLIMATICI

EI-3

Di seguito vengono elencate le principali azioni di efficientamento effettuate ad oggi dall’azienda: 1) sottoscrizione di un contratto di fornitura di energia elettrica 100% green nelle filiali bmw; 2) installazione di 6 impianti fotovoltaici; 3) installazione di portoni sezionali e a chiusura

veloce nelle officine per ridurre la dispersione di calore; 4) progressiva sostituzione e integrazione della flotta aziendale con automobili elettriche e/o ibride; 5) installazione di colonnine di ricarica elettrica Edison secondo gli standard Toyota e Mercedes.

AZ. DI ADATTAMENTO AI CAMBIAMENTI CLIMATICI	INTRAPRESE NELL'ANNO DI RIFERIMENTO	CAPEX
Soluzioni basate sulla tecnologia	Colonnine di ricarica: N° 3 fast-charge da 75 kW (Castione Andevenno, Curno, Tavernerio) / N° 3 colonnine ast-charge da 50 kW (Corsico, Busto Arsizio e Verona) / Nr° 3 colonnine ast-charge da 60 kW (Belluno, Trieste e Villorba)	240.852,00 €

METRICHE ED OBIETTIVI

**OBIETTIVI RELATIVI
ALLA MITIGAZIONE DEI
CAMBIAMENTI CLIMATICI
E ALL'ADATTAMENTO
DEGLI STESSI**

EI-4

Obiettivo per il 2024: implementazione di una piattaforma di gestione dei consumi energetici in grado di leggere in OCR i dati di consumo e di costo da bolletta . La piattaforma sarà inoltre in grado di monitorare puntualmente i consumi di energia, gas e in futuro anche idrici per implementare un sistema di controllo in grado di prevenire disfunzioni o sprechi.

Per gli anni a venire l’azienda si pone anche l’obiettivo di migliorare il sistema di raccolta dati dei consumi di carburante, uniformandoli e rendendoli più fruibili anche in funzione del calcolo delle emissioni dirette di GHG. Sulla nuova filiale di Cosio sono previste ulteriori attività di efficientamento, quali:

- Installazione di un nuovo impianto fotovoltaico in grado di coprire circa il 95% del fabbisogno energetico
- Progressiva sostituzione dei corpi illuminanti con luci a luci LED



CONSUMO DI ENERGIA
E MIX ENERGETICO

EI-5

2) Il calcolo del mix energetico è stato eseguito sulla base delle indicazioni dichiarate dai fornitori per il 2022 (ad eccezione di SEM che al momento dispone solo dei dati riferiti al 2021). Il calcolo dei consumi da fotovoltaico riguarda le sole sedi di Pordenone e Legnano.

In tabella 2 si riportano i consumi energetici di Autotorino relativi all’anno 2023, suddivisi per fonte fossile, nucleare e rinnovabile².

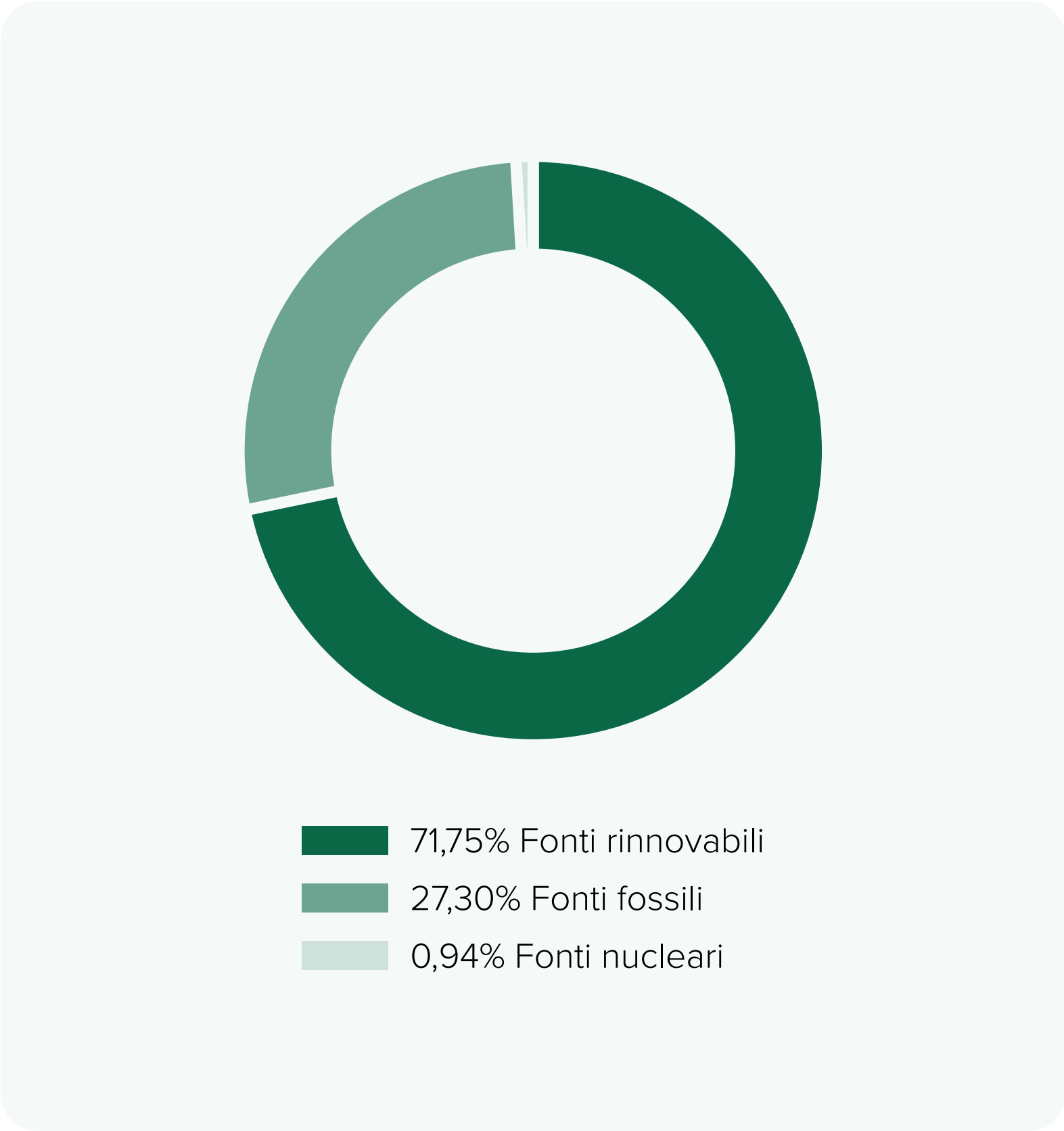


Figura 6 – Consumo di energia per fonte energetica

CONSUMO DI ENERGIA PER FONTE ENERGETICA	ANNO 2023 (MWh)
Consumo di combustibile da carbone e prodotti del carbone	731,99
Consumo di combustibile da petrolio grezzo e prodotti petroliferi	101,38
Consumo di combustibile da gas naturale	2.630,00
Consumo di combustibile da altre fonti non rinnovabili	268,22
Consumo di energia elettrica, calore, vapore e raffrescamento da fonti fossili, acquistati o acquisiti	0,00
Consumo totale di energia da fonti fossili	3.740,59
Quota di fonti fossili sul consumo totale di energia	27,30%
Consumo da fonti nucleari	129,46
Quota di fonti nucleari sul consumo totale di energia	0,94%
Consumo di combustibili per le fonti rinnovabili, compresa la biomassa (include anche i rifiuti industriali e urbani di origine biologica, il biogas, l'idrogeno rinnovabile, etc)	0,00
Consumo di energia elettrica, calore, vapore e raffrescamento da fonti rinnovabili, acquistati o acquisiti	9.686,10
Consumo di energia rinnovabile autoprodotta senza ricorrere a combustibili	143,88
Consumo totale di energia da fonti rinnovabili	9.829,97
Quota di fonti rinnovabili sul consumo totale di energia	71,75%
Consumo totale di energia	13.700,00

Tabella 2 – Consumi energetici per fonte energetica al 2023

CONSUMO DI ENERGIA
E MIX ENERGETICO

EI-5

Considerando il consumo totale di energia relativo all’anno 2023, è stato possibile calcolare l'intensità energetica rispetto ai ricavi netti, che si attesta ad un valore pari a 6,41 per l’anno in questione. Autoto-

rino si impegna a monitorare annualmente l’indicatore per analizzarne l’andamento e valutare eventuali azioni di miglioramento per gli anni futuri (tabella 5).

INTENSITÀ ENERGETICA RISPETTO AI RICAVI NETTI	N
Consumo totale di energia delle attività in settori ad alto impatto climatico (MWh)	13.700
Ricavi netti delle attività in settori ad alto impatto climatico (M€)	2137,97
Intensità energetica rispetto ai ricavi netti (Mwh / M€)	6,41

Tabella 3 – Intensità energetica rispetto ai ricavi netti al 2023

Per analizzare il trend dei consumi energetici negli anni precedenti, di seguito viene presentato il riassunto dell’Indice di Prestazione Energetica suddiviso per energia elettrica, gas naturale e gasolio, calco-

lato nella diagnosi energetica aggiornata nel 2022 e relativa a due sedi Autotorino. L’andamento dal 2019 al 2022 degli indicatori per sorgente energetica è riportato in tabella (tabella 4).

INDICATORE IPS	2019	2020	2021	2022
Energia elettrica (kWh)	10.251.470	11.990.902	12.017.357	13.537.507
Gas naturale (Sm³)	738.815	880.674	1.307.396	1.465.901
Gasolio (lt)	133.931	422.955	579.705	542.092

Tabella 4 – Evoluzione dell'Indice prestazionale di dimensione dal 2019 al 2022 per sorgente energetica

CONSUMO DI ENERGIA
E MIX ENERGETICO

EI-5

Di seguito viene invece riportato l’Indice IPS³ di prestazione di dimensione per sorgente energetica e per reparto (figura 7, figura 8, figura 9) nello stesso intervallo di tempo:

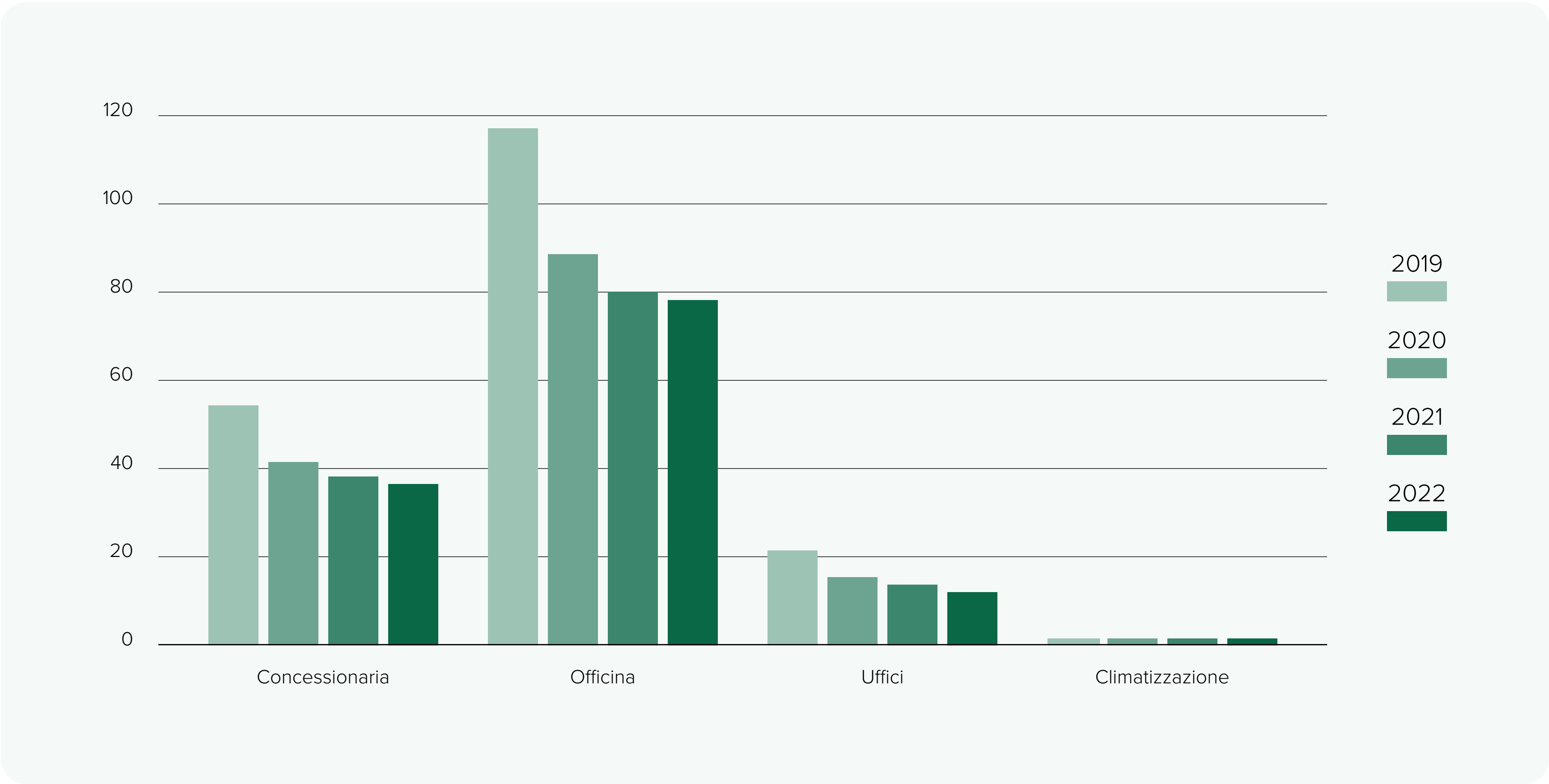


Figura 7 – IPS energia elettrica per reparto

3) Indicatore dato dal rapporto tra i consumi di area e la specifica destinazione d’uso.

CONSUMO DI ENERGIA
E MIX ENERGETICO

EI-5

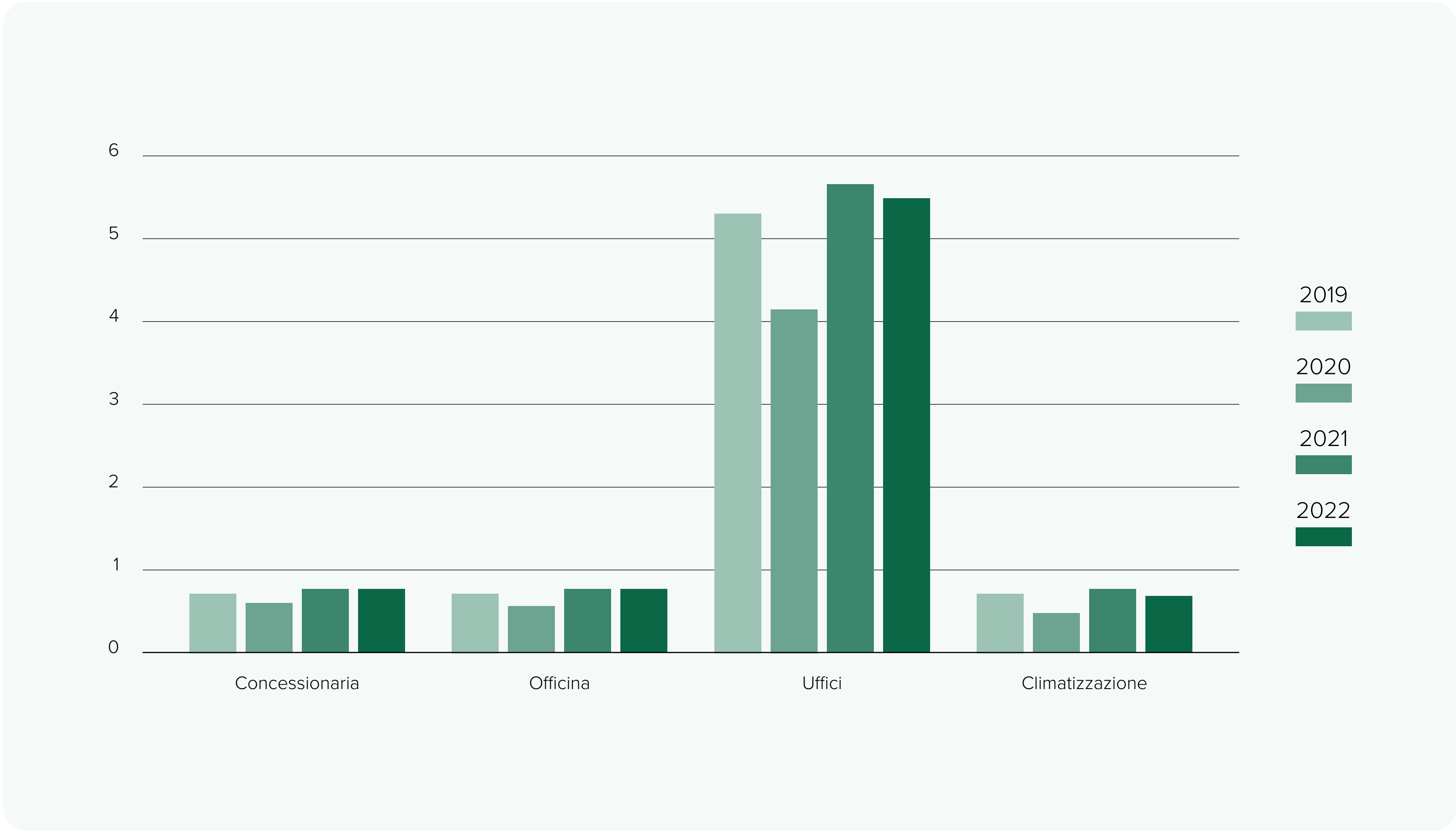


Figura 8 – IPS gas metano per reparto

CONSUMO DI ENERGIA
E MIX ENERGETICO

EI-5

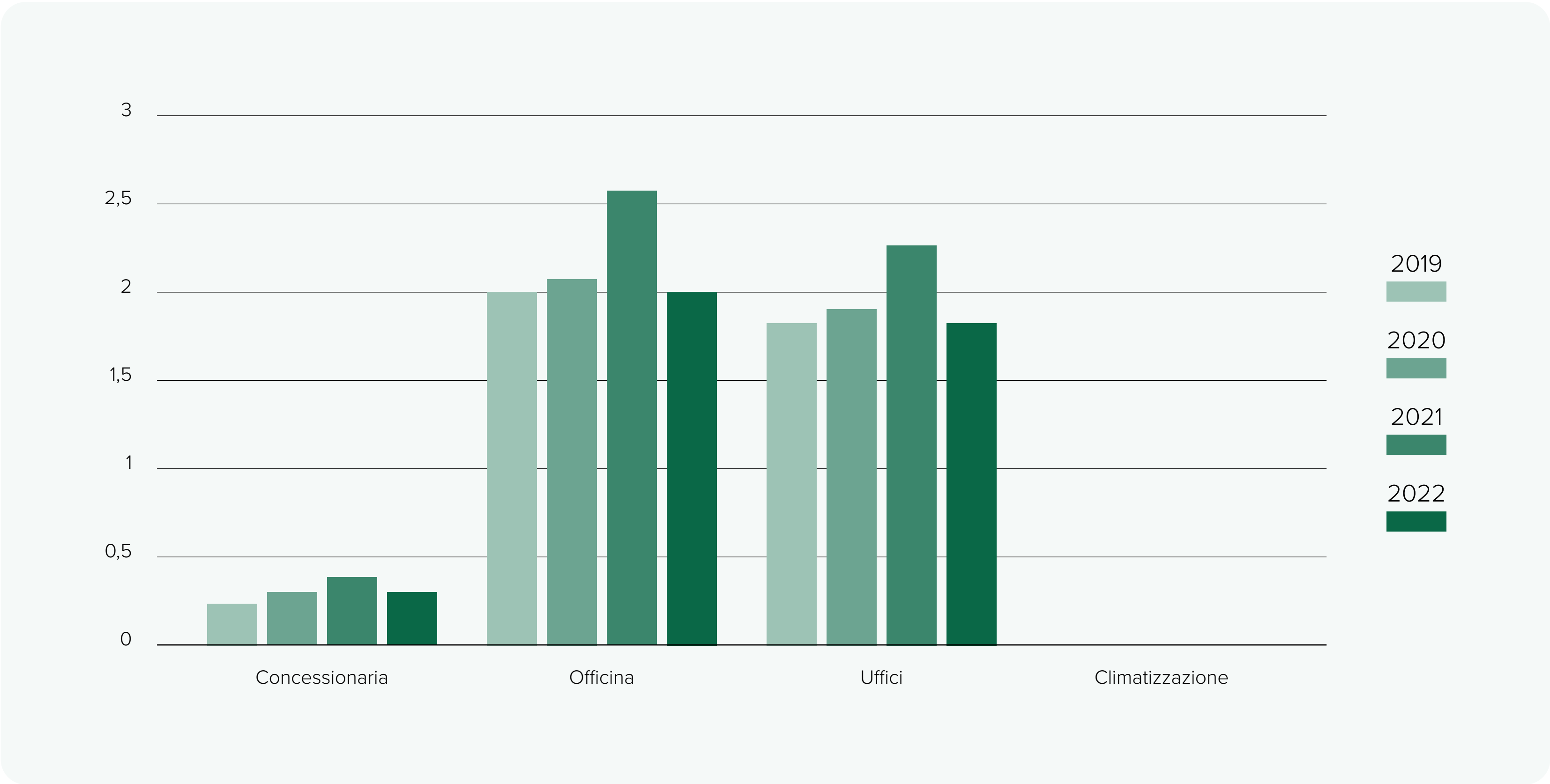


Figura 9 – IPS gasolio per reparto

4) *Indicatore dato dal rapporto tra i consumi di area e la specifica destinazione d'uso.*

Dagli indicatori IPS⁴ dell'azienda risulta che, nonostante siano aumentati in valore assoluto i consumi di energia elettrica e di gas naturale

(tabella 4), gli stessi se rapportati ai mq di superficie migliorano, mentre sono stabili quelli relativi ai consumi di gas.

CONSUMO DI ENERGIA
E MIX ENERGETICO

EI-5

Autotorino dispone di un’ampia flotta aziendale, composta da 1561 veicoli, utilizzati con quattro differenti finalità: 1) aziendale; 2) demo; 3) km 0; 4) auto sostitutiva. Di seguito vengono illustrati i differenti tipi

di alimentazione delle auto aziendali. Dal grafico si può notare come la maggior parte delle vetture sia diesel oppure ibrida benzina (non plug-in).

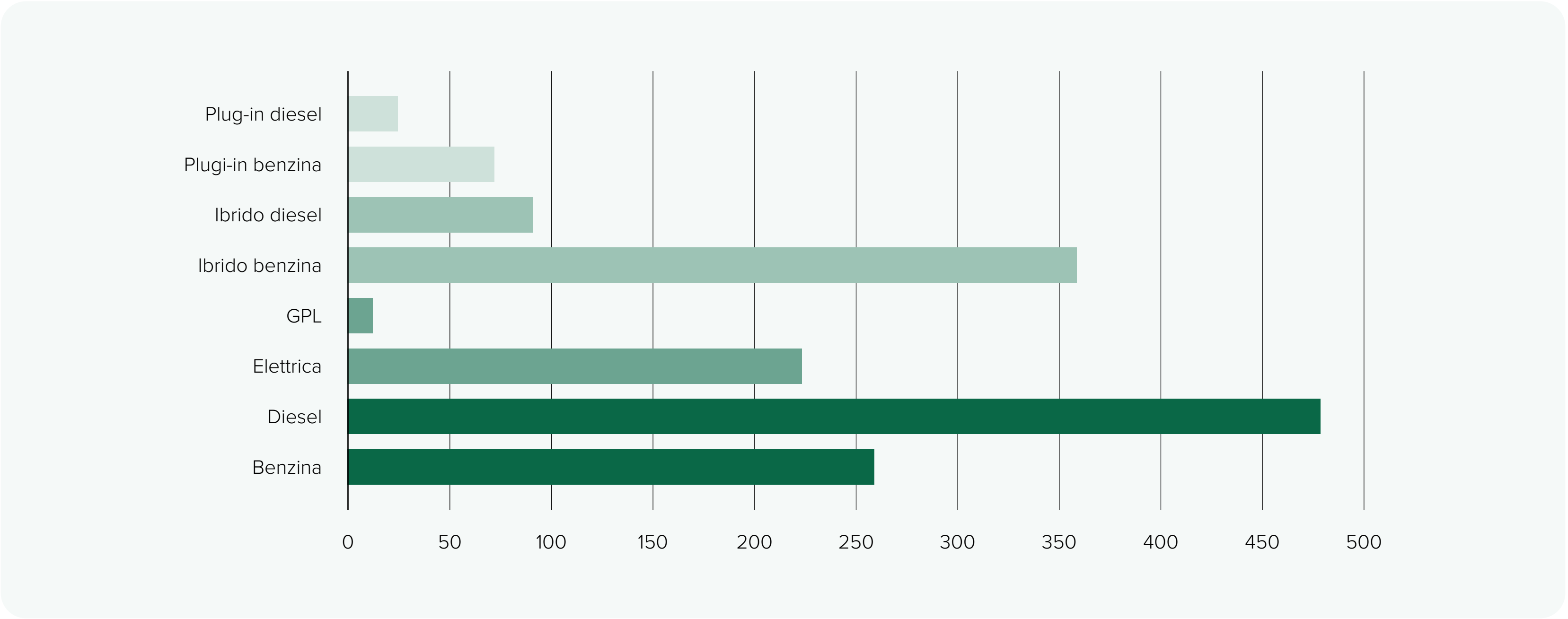


Figura 10 – Flotta aziendale per alimentazione.

L’azienda offre, inoltre, corsi e spunti in tema di ottimizzazione di guida sviluppati sia per i clienti sia per i dipendenti. Un esempio è rappresentato dalle esperienze di test drive di veicoli elettrici e l’eroga-

zione di formazione interna durante gli Evolution days in partnership con Quattroruote all'autodromo di Pavia.

**EMISSIONI LORDE DI GES
DI AMBITO 1, 2, 3 ED EMISSIONI
TOTALI DI GES**

EI-6

Autotorino ha eseguito il suo primo studio di carbon footprint relativo alle emissioni di GHG legate alle attività svolte nell’anno 2023. In particolare, per questo primo anno l’attività si è concentrata sugli impatti relativi a Scope 1 e Scope 2.

Lo Scope 1 rappresenta le emissioni dirette di GHG provenienti dalle installazioni presenti all’interno dei confini dell’organizzazione, come ad esempio, le emissioni derivanti dalla combustione diretta di combustibili fossili o dal consumo di carburanti utilizzati per il rifornimento dei veicoli di trasporto di proprietà dell’organizzazione. Sono comprese anche le perdite di gas fluorurati ad effetto serra dagli impianti di refrigerazione e condizionamento installati presso le sedi aziendali.

Lo Scope 2, invece, considera le emissioni indirette di GHG derivanti dalla generazione di elettricità, calore e vapore importati e consumati dall’organizzazione, in quanto l’importatore è indirettamente responsabile delle emissioni generate dal fornitore per la produzione dell’energia richiesta.

L’approccio scelto per la quantificazione delle emissioni di ghg è quello del controllo, per cui sono state contabilizzate tutte le emissioni di ghg derivanti dalle installazioni su cui l’organizzazione ha il controllo operativo. I confini organizzativi considerati per la conduzione dell’analisi sono stati definiti in modo da includere nella contabilizzazione le emissioni di ghg associate a tutti i processi riguardanti le attività svolte da Autotorino nelle 72 filiali.

Le emissioni totali di ghg per il 2023, dunque, si attestano ad un valore pari a 8.948,61 tCO2eq, di cui 4.914,80 tCO2eq dovute a emissioni dirette (Scope 1) rappresentanti il 54,92% delle emissioni totali e 4.033,81 tCO2eq dovute a emissioni indirette da consumo energetico (Scope 2), corrispondenti al 45,08% del totale. In tabella 5 viene indicato il dettaglio del calcolo effettuato, suddiviso per fonte di emissione, mentre in figura 11 si rappresenta la distribuzione percentuale dello Scope 1 e Scope 2.

Per l’analisi completa dello studio GHG si rimanda al Report GHG effettuato per l’anno 2023.

EMISSIONI LORDE DI GES
DI AMBITO 1, 2, 3 ED EMISSIONI
TOTALI DI GES

EI-6

CONSUMO DI ENERGIA PER FONTE ENERGETICA	TCO2EQ	%
Emissioni dirette (Scope 1)	4.914,80	54,92%
Combustione gas naturale	2.898,02	32,39%
Utilizzo di gas tecnici (F-gas)	441,92	4,94%
Auto a benzina	104,09	1,16%
Auto ibride a benzina	133,45	1,49%
Auto a benzina plug-in	97,79	1,09%
Auto a diesel	775,19	8,66%
Auto ibride a diesel	213,67	2,39%
Auto diesel plug-in	2,66	0,03%
Auto a GPL	37,27	0,42%
GPL riscaldamento	117,92	1,32%
Emissioni dirette AdBlue	3,65	0,04%
Consumo gasolio riscaldamento	89,18	1,00%
Emissioni indirette consumo energetico (Scope 2)	4.033,81	45,08%
Consumo di energia elettrica	4.033,81	45,08%
Emissioni totali di GHG	8.948,61	100,00%

Tabella 5 – Emissioni di GHG (Scope 1 e 2) per l'anno 2023

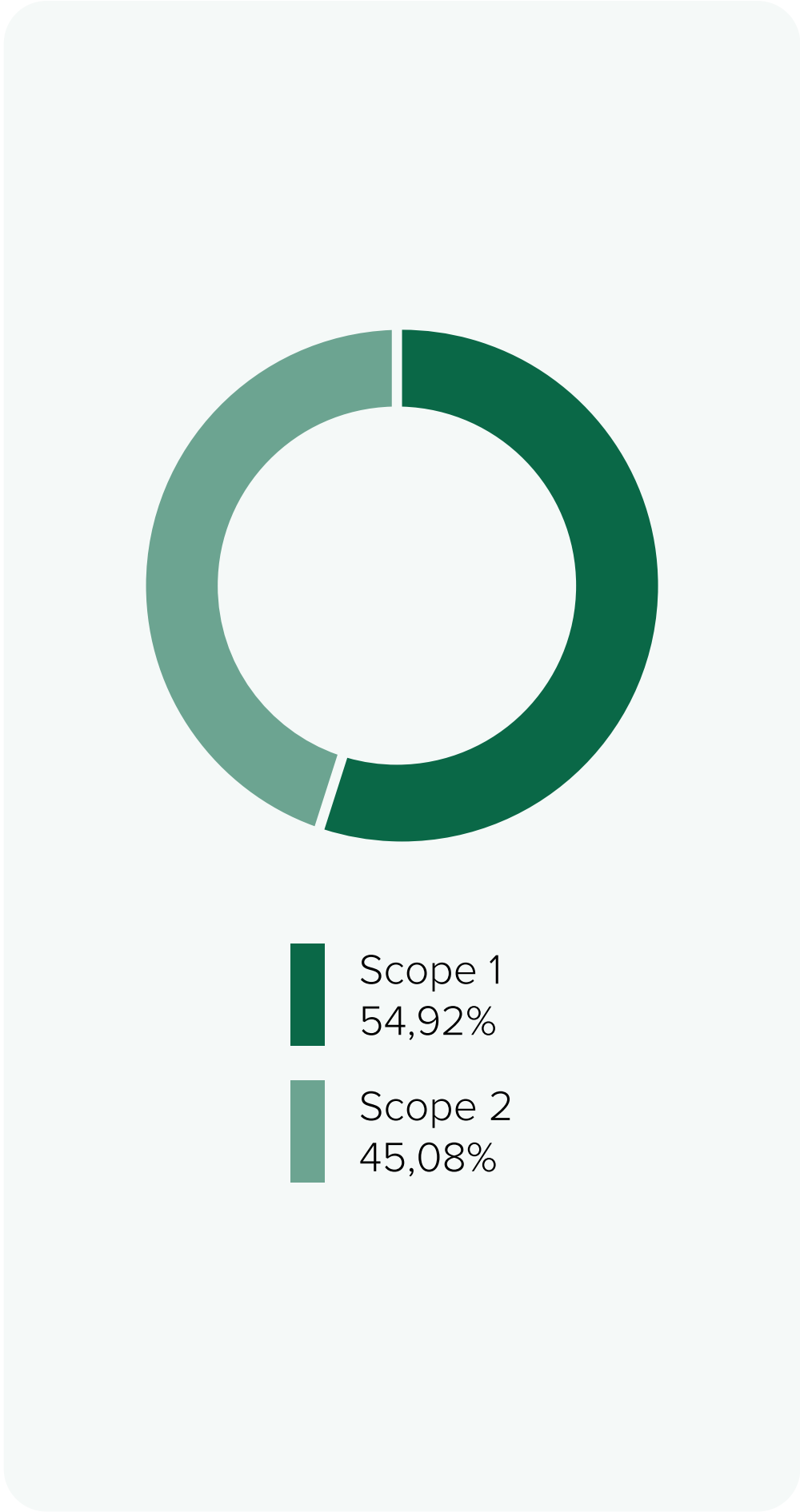


Figura 11 – Distribuzione Scope 1 / Scope 2 nel 2023

**ASSORBIMENTI DI GES
E PROGETTI DI MITIGAZIONE
DELLE EMISSIONI DI GES
FINANZIATI CON CREDITI
DI CARBONIO**

EI-7

Presso la sede analizzata non sono presenti assorbitori di GHG. A seguito del calcolo delle emissioni di ghg per l'anno 2023 verranno prese in considerazione per gli anni a venire eventuali attività di assorbimento di GHG tramite la valutazione di progetti di mitigazione finanziati con credito di carbonio.

**EFFETTI FINANZIARI ATTESI
DI RISCHI FISICI E DI
TRANSIZIONE RILEVANTI
E POTENZIALI OPPORTUNITÀ
LEGATE AL CLIMA**

EI-7

A seguito della valutazione dei rischi fisici climatici ci si attendono effetti finanziari che potrebbero incidere negativamente sull'andamento aziendale. Per questo motivo, sono state stipulate polizze assicurative contro danni da cambiamenti climatici, con particolare riferimento al rischio grandine.



ACQUA E RISORSE MARINE

ESRS E3

GESTIONE DEGLI IMPATTI, DEI RISCHI E DELLE OPPORTUNITÀ, METRICHE ED OBIETTIVI

E3-1

E3-2

E3-3

Politiche, obiettivi e azioni connesse alla gestione della risorsa idrica. Ad oggi non è stata formalizzata una politica sul tema della tutela della risorsa idrica, ma questo sarà un obiettivo su cui l’azienda si impegnerà nel corso del 2024, definendo obiettivi e target specifici. Obiettivo per il 2024 sarà quello di monitorare i consumi idrici effettivi in maniera puntuale e dettagliata, così da identificare eventuali scostamenti anomali nei consumi e prevenire perdite.



CONSUMO IDRICO

E3-4

Di seguito il consumo idrico totale stimato⁵ in base ai costi sostenuti nell’anno per tutto il perimetro di Autotorino, pari a circa 114.691 m³ di acqua per l’anno 2023, e l’intensità idrica pari a 53,64.

CONSUMO IDRICO	VOLUME IN M ³
Consumo idrico totale:	114.691,18
di cui in zone a rischio idrico, comprese quelle a elevato stress idrico	N.A.
volume totale di acqua riciclata e riutilizzata	N.A.
volume totale di acqua immagazzinata	N.A.
di cui relative variazioni	N.A.

Tabella 6 – Consumo idrico stimato per il 2023

CONSUMO IDRICO	VOLUME
Consumo idrico totale (m ³):	114.691,18
Ricavi netti da operazioni proprie (M€)	2.137,97 €
Intensità idrica (m ³ /M€)	53,64

Tabella 7 – Intensità idrica stimata per l'anno 2023

5) I calcolo del consumo idrico totale è stato effettuato dividendo il consumo a consuntivo del 2023 per il costo medio unitario stimato a m³ pari a € 1,70.

3.0

INFORMAZIONI SOCIALI

- Forza lavoro propria
- Comunità interessate
- Consumatori e utilizzatori finali

FORZA LAVORO PROPRIA

ESRS S1

IMPATTI, RISCHI E
OPPORTUNITÀ RILEVANTI
E LORO INTERAZIONE
CON LA STRATEGIA E
IL MODELLO AZIENDALE

SBM-3



IMPATTI

Considerata la diffusione geografica delle filiali di Autotorino e la numerosità dei dipendenti, si ritiene che l'azienda concorra all'incremento dell'indotto locale offrendo posti di lavoro e contribuendo allo sviluppo economico dei territori in cui insiste. La strategia di espansione territoriale e il modello aziendale adottato influenzano quindi positivamente l'aumento dell'occupazione e il benessere delle aree coperte.



RISCHI

Autotorino ha condotto una valutazione dei rischi legati al tema della salute e sicurezza sul lavoro. Questo tema è strettamente connesso alla strategia esg che l'azienda ha iniziato ad implementare formalmente nel 2023.



OPPORTUNITÀ

L'azienda è consapevole che investire nella crescita delle competenze interne le permetterà di affrontare al meglio le sfide del mercato e di offrire un servizio affidabile e di elevata qualità, fidelizzando i propri clienti nel tempo. L'Academy Autotorino rappresenta inoltre un mezzo efficace per consolidare il know how interno e migliorare il senso di appartenenza, contribuendo così a creare un ambiente di lavoro positivo.

**INTERESSI E OPINIONI
DEI PORTATORI D'INTERESSI**

SBM-2

Nella definizione della propria strategia, l'Azienda tiene conto degli interessi della propria forza lavoro e delle indicazioni fornite dai rappresentanti dei lavoratori.

**POLITICHE RELATIVE ALLA
FORZA LAVORO PROPRIA**

S1-1

Autotorino si impegna ad adottare una policy per le risorse umane e a definire delle procedure per la loro gestione, con l'obiettivo di formalizzare gli aspetti principali del ciclo di vita della persona in azienda:

- ricerca e selezione del personale
- formalizzazione del rapporto di lavoro e dei ruoli assegnati
- tutela dei diritti umani
- libertà di associazione
- equa retribuzione
- formazione e crescita personale
- diversità e inclusione
- welfare e conciliazione vita-lavoro



POLITICHE RELATIVE ALLA
FORZA LAVORO PROPRIA

S1-1

CODICE ETICO

I rapporti di lavoro sono formalizzati con regolare contratto, rifiutando qualunque forma di lavoro irregolare, anche in riferimento alla permanenza sul territorio dello Stato di cittadini stranieri. Tutti i soggetti favoriscono la massima collaborazione e trasparenza nei confronti del neoassunto, affinché quest’ultimo abbia chiara consapevolezza dell’incarico attribuitogli.

I destinatari del Codice Etico promuovono il rispetto dei principi di eguaglianza e di pari opportunità nelle attività di selezione e reclutamento del personale, rifiutando qualunque forma di favoritismo. Autotorino dà valore all’energia, all’entusiasmo e alla determinazione delle persone, in quanto chiave per ottenere il successo. Ogni anno il Gruppo si impegna a ricercare e selezionare i migliori talenti per rinforzare il proprio organico per raggiungere insieme gli obiettivi stabiliti. La Società promuove la crescita professionale dei collaboratori mediante opportuni strumenti e piani formativi. Inoltre, Autotorino si impegna attivamente a favorire condizioni di lavoro che favoriscano e tutelino l’integrità psico-fisica delle persone, mettendo a disposizione dei propri dipendenti e collaboratori luoghi di lavoro che siano conformi alle vigenti normative in materia di salute e sicurezza.

Ogni scelta intrapresa dal Gruppo viene intrapresa tenendo in considerazione principi e criteri rivolti a: evitare i rischi; valutare i rischi che non possono essere evitati; combattere i rischi alla fonte; adeguare

il lavoro all’uomo, in particolare per quanto concerne la concezione dei posti di lavoro e la scelta delle attrezzature di lavoro e dei metodi di lavoro e di produzione, in particolare per attenuare il lavoro monotono e il lavoro ripetitivo e per ridurre gli effetti di questi lavori sulla salute; tener conto del grado di evoluzione della tecnica; sostituire ciò che è pericoloso con ciò che non è pericoloso o che è meno pericoloso; programmare la prevenzione, mirando ad un complesso coerente che integri nella medesima la tecnica, l’organizzazione del lavoro, le condizioni di lavoro, le relazioni sociali e l’influenza dei fattori dell’ambiente di lavoro; dare la priorità alle misure di protezione collettiva rispetto alle misure di protezione individuale; impartire adeguate istruzioni ai lavoratori.

Tali principi sono utilizzati dalla Società per prendere le misure necessarie per la protezione della sicurezza e salute dei lavoratori, comprese le attività di prevenzione dei rischi professionali, d’informazione e formazione, nonché l’approntamento di un’organizzazione e dei mezzi necessari. Tutti i Destinatari devono attenersi a questi principi, in particolare quando devono essere prese delle decisioni o fatte delle scelte e, in seguito, quando le stesse devono essere attuate.

Autotorino non possiede alcun Sistema di Gestione sulla Salute e Sicurezza. L’impresa possiede un RSPP esterno e ha redatto un DVR che ha permesso di analizzare i rischi legati alla salute e sicurezza in azienda. Tra questi è stato valutato anche il rischio da stress lavoro correlato.

POLITICHE RELATIVE ALLA
FORZA LAVORO PROPRIA

S1-1



Autotorino crede nella diversità e si prefigge l’obiettivo del raggiungimento della parità di genere all’interno di tutte le sedi del Gruppo. Per poter raggiungere gli obiettivi prestabiliti il Gruppo avvierà il processo di certificazione secondo la prassi di riferimento UNI/PdR125:2022 pianificato per il 2024.

SMART WORKING

Dal 2023 la società ha siglato un accordo individuale di smart working con durata fino al 29 febbraio 2024, variabile in base all’area aziendale, tramite il quale mette a disposizione dei propri dipendenti di backoffice un PC portatile e delle cuffie in modo da delocalizzare almeno in parte le attività a loro assegnate, senza che ci sia la necessità di una presenza fisica costante nella sede di lavoro.

**PROCESSI DI COINVOLGIMENTO
DEI LAVORATORI PROPRI
E DEI RAPPRESENTANTI
DEI LAVORATORI IN MERITO
AGLI IMPATTI**

S1-2

Autotorino ha nelle proprie persone la risorsa più importante e la chiave del proprio successo. Il coinvolgimento dei lavoratori nella definizione delle strategie aziendali e nella comunicazione dei risultati raggiunti è una prassi che negli ultimi anni è diventata sempre più strutturata, ci sono difatti diverse occasioni nel corso dell’anno in cui i collaboratori delle filiali e degli uffici possono vedersi e confrontarsi. In due filiali dell’azienda sono stati eletti i Rappresentanti sindacali dei lavoratori.

CONVETION ANNUALE

Un importante incontro annuale per il sentirsi “comunità”: una giornata all’insegna della condivisione dei risultati dell’anno in corso, delle sfide per l’anno successivo ma anche di tante sorprese e ospiti d’eccellenza. Organizzata a partire dagli anni Novanta, da sempre rappresenta l’appuntamento con cui la Squadra celebra i traguardi e i successi di tutti i collaboratori.

INCONTRI DNA AUTOTORINO

Nel 2023 Autotorino ha organizzato una serie di incontri nell’ambito del progetto “DNA Autotorino”. Nella prima parte dell’anno è stato somministrato a tutta la popolazione aziendale un sondaggio che ha indagato lo stato di salute dei Valori di Autotorino tra i collaboratori delle singole Filiali e nei singoli Uffici. I risultati di questo sondaggio sono stati uno degli argomenti principali degli incontri serali organiz-



PROCESSI DI COINVOLGIMENTO
DEI LAVORATORI PROPRI
E DEI RAPPRESENTANTI
DEI LAVORATORI IN MERITO
AGLI IMPATTI

S1-2



zati da settembre 2023 per ogni Filiale e Ufficio. L’obiettivo degli appuntamenti è stato quello di raccogliere feedback e opinioni dai collaboratori e coinvolgerli in modo più diretto nel processo decisionale, favorendo la condivisione di nuove idee e soluzioni. Con l’occasione sono stati attivati dei gruppi di lavoro che garantiranno la prosecuzione del progetto anche nel 2024. Con l’implementazione di questi nuovi processi di coinvolgimento, Autotorino mira a favorire una cultura di partecipazione e ascolto attivo, promuovendo un ambiente di lavoro più inclusivo e collaborativo.

AUTOTORINO CAMP

Due giorni in alpeggio, nei luoghi di origine del Gruppo, fatti di vita essenziale a contatto con antiche tradizioni alpine e prendendosi cura dell’ambiente del pascolo. Piccoli gesti che diventano grandi momenti da conservare e da condividere, momenti durante i quali ritrovare la semplicità e la determinazione che guidano l’azienda.

PROCESSI PER PORRE RIMEDIO
AGLI IMPATTI NEGATIVI E
CANALI CHE CONSENTONO
AI LAVORATORI PROPRI DI
SOLLEVARE PREOCCUPAZIONI

S1-3

Il canale di segnalazione legato al sistema di whistleblowing è aperto a tutti gli stakeholder e dunque anche ai lavoratori sia dipendenti che non dipendenti, i quali possono comunicare eventuali preoccupazioni o segnalare attività sospette accadute all’interno dell’azienda.

INTERVENTI SU IMPATTI
RILEVANTI PER LA FORZA
LAVORO PROPRIA E APPROCCI
PER LA MITIGAZIONE DEI RISCHI
RILEVANTI E IL PERSEGUIMENTO
DI OPPORTUNITÀ RILEVANTI
IN RELAZIONE ALLA FORZA
LAVORO PROPRIA, NONCHÉ
EFFICACIA DI TALI AZIONI

S1-4

Autotorino ha integrato nel corso degli anni diverse politiche a sostegno del bilanciamento tra vita lavorativa e personale. Ha inoltre implementato un sistema di welfare-benefit in collaborazione con Intesa San Paolo a copertura di tutti i propri dipendenti, che all’interno del portale possono scegliere tra prodotti, servizi e offerte presenti: buoni spesa e carburante, attività sportive, viaggi e rimborsi vari. In particolare a fine anno, viene erogata una cifra fissa a tutti i dipendenti, dimezzata in caso dei nuovi entranti.

Inoltre, sono state implementate le seguenti misure di sostegno:

	Bonus bebè: Autotorino offre un contributo economico ai collaboratori e alle collaboratrici che abbiano avuto un bebè nel corso del 2023 o del 2024. L'importo del contributo è di € 3.000,00 e viene erogato al collaboratore previa presentazione della dichiarazione di nascita del bambino.
	Sostegno al lutto: lo spirito di vicinanza e solidarietà è alla base di questa misura di sostegno che Autotorino desidera offrire alle famiglie dei colleghi scomparsi che lasciano figli piccoli. Con questo “Sostegno al lutto” la famiglia beneficerà di un contributo di € 15.000 per ciascun figlio minorenni.

INTERVENTI SU IMPATTI
RILEVANTI PER LA FORZA
LAVORO PROPRIA E APPROCCI
PER LA MITIGAZIONE DEI RISCHI
RILEVANTI E IL PERSEGUIMENTO
DI OPPORTUNITÀ RILEVANTI
IN RELAZIONE ALLA FORZA
LAVORO PROPRIA, NONCHÉ
EFFICACIA DI TALI AZIONI

S1-4

RECRUITING

Considerate le grandi dimensioni e la continua espansione dell’azienda, Autotorino si è dotata di un team di lavoro specifico e strutturato che potesse organizzare al meglio le attività di ricerca e selezione delle necessarie figure da inserire nell’organico. Il team di recruiting opera distinguendo il processo di selezione e inserimento delle figure retail rispetto alle figure corporate. La nascita del bisogno di nuove risorse può essere sia bottom up (richiesta da parte del direttore showroom) che Top Down (condivisa dal direttore).

Nel corso del 2023 è stata attuata una grande campagna di recruitment che ha permesso di inserire in azienda ben 508 persone (di cui 147 tra il personale commerciale, 71 tra il personale corporate di staff e 290 figure dedicate al post-vendita).

Nel caso delle posizioni retail viene seguito il seguente iter:

1	Apertura dell’eventuale posizione interna e successivamente della posizione esterna
2	Screening delle prime candidature rispetto alle competenze attese (ad oggi si calcola una percentuale di conversione di circa il 20%)

3	Prima intervista telefonica dei candidati da parte del recruiter
4	Intervista via call o in presenza per i profili più idonei
5	Intervista tecnica con il coinvolgimento del responsabile showroom o dell’area manager
6	Contatto con il candidato prescelto ed esecuzione della proposta di lavoro
7	Inserimento in azienda con tutoraggio o formazione con Academy

Già in fase di recruitment vengono delineati i possibili percorsi di carriera per i futuri neoassunti, in particolare per ciò che concerne le figure sales, pianificando step by step i futuri traguardi. Partendo da profilo Junior, dopo un primo anno i neoassunti diventeranno sales specialist e infine sales executive. In Autotorino i lavoratori più meritevoli potranno aspirare a diventare responsabili di filiale anche a 24 anni, con l’opportunità di iniziare un percorso da vicedirettore di filiale.

INTERVENTI SU IMPATTI
RILEVANTI PER LA FORZA
LAVORO PROPRIA E APPROCCI
PER LA MITIGAZIONE DEI RISCHI
RILEVANTI E IL PERSEGUIMENTO
DI OPPORTUNITÀ RILEVANTI
IN RELAZIONE ALLA FORZA
LAVORO PROPRIA, NONCHÉ
EFFICACIA DI TALI AZIONI

S1-4

ACADEMY AUTOTORINO

L'offerta di corsi di formazione da parte dell'Academy è fondamentale per garantire la qualità del servizio offerto ai clienti. Grazie a questi corsi, i giovani inseriti in azienda possono migliorare le proprie competenze e conoscenze specifiche. La nostra Academy è dedicata alla formazione sia dei dipendenti del reparto commerciale che del reparto reception e consegne. La presenza di un Academy interna permette all'azienda di essere più attrattiva nei confronti dei giovani che si interfacciano sul mercato del lavoro. Il tasso di attrattività viene monitorato tramite un indicatore specifico che si basa sia sui tassi di conversione delle candidature sia sui tempi di recruitment.

ON BOARDING

Per quanto riguarda i venditori, viene erogata una specifica formazione e garantito un affiancamento con tutoraggio per i primi sei mesi. Per i venditori senior che mettono a disposizione la propria esperienza come tutor viene riconosciuto un premio. Nel caso di figure receptionist e consegnatori, viene l'on-boarding e il tutoraggio hanno una durata di una settimana.



INTERVENTI SU IMPATTI
RILEVANTI PER LA FORZA
LAVORO PROPRIA E APPROCCI
PER LA MITIGAZIONE DEI RISCHI
RILEVANTI E IL PERSEGUIMENTO
DI OPPORTUNITÀ RILEVANTI
IN RELAZIONE ALLA FORZA
LAVORO PROPRIA, NONCHÉ
EFFICACIA DI TALI AZIONI

S1-4

Esempio di formazione per ruoli commerciali:



Descrizione dell'azienda
e delle attività seguite

1° GIORNO
Verifica dell'apprendimento, descrizione dei margini e delle procedure di marketing, utilizzo pratico dei gestionali, valutazione della permuta.
2° GIORNO
Spiegazione delle modalità di guadagno dell'azienda, dei gestionali e di come valutare i veicoli nuovi e usati.
3° GIORNO
Spiegazione del piano provvigioni.



Formazione presso
una filiale Autotorino

4° GIORNO
Verifica dell'apprendimento, descrizione dei margini e delle procedure di marketing, utilizzo pratico dei gestionali, valutazione della permuta.
5° GIORNO
Visione della intranet, analisi permuta e IVA, simulazioni, spiegazione dei piani finanziari/assicurativi e valutazione delle provvigioni, role-play sul tema delle trattative.



Valutazione delle
filiali concorrenti

6° GIORNO
Analisi e valutazione tramite mystery telefonica-lead-fisica verso altre filiali non Autotorino per comprendere le procedure delle altre aziende. Durante i corsi iniziali, vengono illustrati il software di crm utilizzato per gestire le attività di follow-up e l'organizzazione degli appuntamenti. Infine, viene effettuata mensilmente una verifica dell'efficacia della formazione da parte dei formatori itineranti che si recano in tutte le filiali assegnate. Il percorso per consulenti commerciali non vede distinzione per area geografica.

**OBIETTIVI LEGATI ALLA
GESTIONE DEGLI IMPATTI
NEGATIVI RILEVANTI, AL
POTENZIAMENTO DEGLI
IMPATTI POSITIVI E ALLA
GESTIONE DEI RISCHI
E DELLE OPPORTUNITÀ
RILEVANTI**

S1-5

• **Obiettivi pianificati per il 2024:**

1) Implementazione e certificazione di un Sistema di Gestione per la Parità di Genere al 2024; 2) Adozione di un pacchetto di convenzioni ad estensione del sistema di welfare; 3) Mantenimento del Benefit Bebé per il 2024; 4) Analisi del tasso di turnover.

• **Obiettivi a medio-lungo termine:**

1) Definire dei profili base con schede mansioni per semplificare le attività di recruiting a valle dell'implementazione del Sistema di Gestione per la Parità di Genere; 2) Definizione di una politica sul personale formalizzata; 3) Mappatura completa delle ore di formazione erogata per tutte le tipologie di corsi (definizione di un registro formazione che non tenga traccia solo delle ore di Academy o della formazione da casa madre ma anche di tutti gli altri corsi di aggiornamento organizzati da Autotorino); 4) Rafforzamento della formazione erogata tramite ampliamento dei soggetti a cui destinare i corsi di Autotorino Academy e l'aumento di ore di aggiornamento a chi è già inserito in azienda; 5) Implementazione di un Sistema di Gestione della Sicurezza sul Lavoro.



CARATTERISTICHE DEI
DIPENDENTI DELL'IMPRESA

S1-6

La forza lavoro propria di Autotorino conta 1819 dipendenti, di cui il 72% è rappresentato da uomini e il 28% da donne (tabella 8 e figura 12). Questa differenza numerica di genere è dovuta principalmente al settore di appartenenza dell’azienda, da sempre caratterizzato da alte percentuali di lavoratori di genere maschile, in particolare nei ruoli commerciali e, in particolare, nell'officina.

GENERE	N°
Uomini	1318
Donne	501
Altro	0
Non comunicato	0
Totale dipendenti	1819

Tabella 8 - Dipendenti per genere al 2023



Figura 12 - Suddivisione dipendenti per genere al 2023

CARATTERISTICHE DEI
DIPENDENTI DELL'IMPRESA

S1-6

Nel 2023, l'89% dei dipendenti Autotorino aveva un contratto a tempo indeterminato, mentre il restante 11% un tempo determinato (figura 13).

DONNE	UOMINI	ALTRO	N.C.	TOTALE
Numero di dipendenti (in numero di persone / ETP)				
501	1318	0	0	1819
Numero di dipendenti a tempo indeterminato (in numero di persone / ETP)				
422	1190	0	0	1612
Numero di dipendenti a tempo determinato (in numero di persone / ETP)				
79	128	0	0	207
Numero di dipendenti a orario variabile (in numero di persone / ETP)				
0	0	0	0	0
Numero di dipendenti a tempo pieno (in numero di persone / ETP)				
471	1298	0	0	1769
Numero di dipendenti a tempo parziale (in numero di persone / ETP)				
30	20	0	0	50

Tabella 9 – Numero di dipendenti per tipologia di contratto e per genere al 2023⁶

6) L'indicazione relativa al numero di dipendenti suddiviso per tipologia di contratto è calcolata in numero di persone, inoltre i dati utilizzati riguardano la fine del periodo di riferimento.

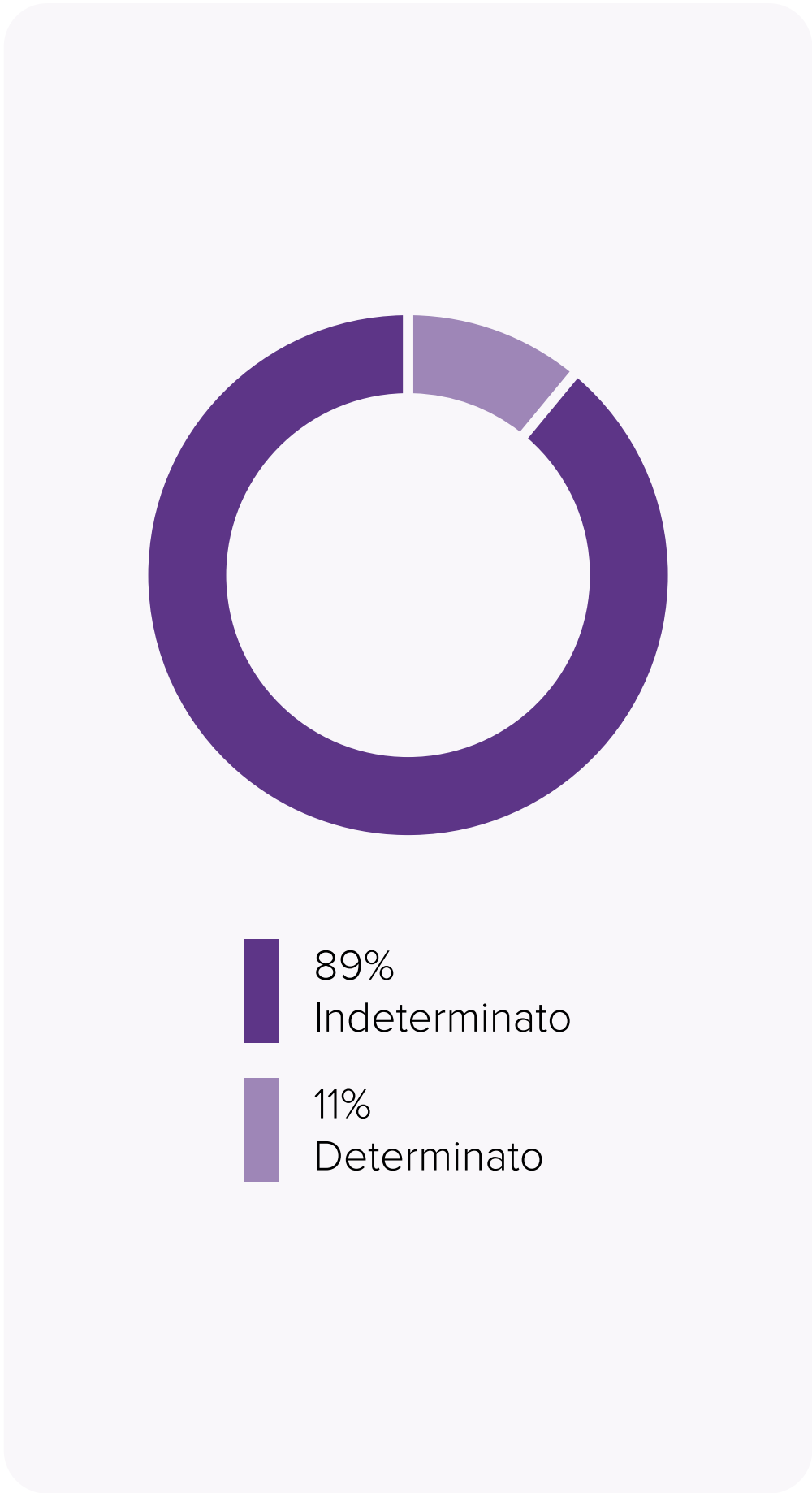


Figura 13 – Suddivisione dipendenti tra tempo indeterminato e determinato al 2023

CARATTERISTICHE DEI
DIPENDENTI DELL'IMPRESA

S1-6

Quasi la totalità dei dipendenti lavora a tempo pieno, mentre i lavoratori a tempo parziale rappresentano solo il 3% dell'organico complessivo. La possibilità di usufruire del part-time è stata utilizzata sia da donne che da uomini, con una maggioranza di donne pari al 60% del totale (tabella 10). Non si registrano lavoratori dipendenti a orario variabile (tabella 11).

T. PARZIALE	N°	%
Dipendenti in tempo parziale	50	3%
di cui donne	30	60%
di cui uomini	20	40%

Tabella 10 – Dipendenti a tempo parziale al 2023

7) L'indicazione relativa al numero di dipendenti suddiviso per tipologia di contratto è calcolata in numero di persone, inoltre i dati utilizzati riguardano la fine del periodo di riferimento.

Nella tabella 11, invece, viene indicata la suddivisione della forza lavoro propria per tipologia di contratto e per regioni italiane nelle quali opera Autotorino: Emilia-Romagna, Lombardia, Piemonte e Veneto/Friuli-Venezia Giulia.

EMILIA-ROMAGNA	LOMBARDIA	PIEMONTE	VENETO-FRIULI
Numero di dipendenti (in numero di persone / ETP)			
184	1054	254	327
Numero di dipendenti a tempo indeterminato (in numero di persone / ETP)			
168	920	239	285
Numero di dipendenti a tempo determinato (in numero di persone / ETP)			
16	134	15	42
Numero di dipendenti a orario variabile (in numero di persone / ETP)			
0	0	0	0
Numero di dipendenti a tempo pieno (in numero di persone / ETP)			
181	1021	245	322
Numero di dipendenti a tempo parziale (in numero di persone / ETP)			
3	33	9	5

Tabella 11 – Ripartizione dipendenti per tipologia di contratto e regione d'Italia al 2023⁷

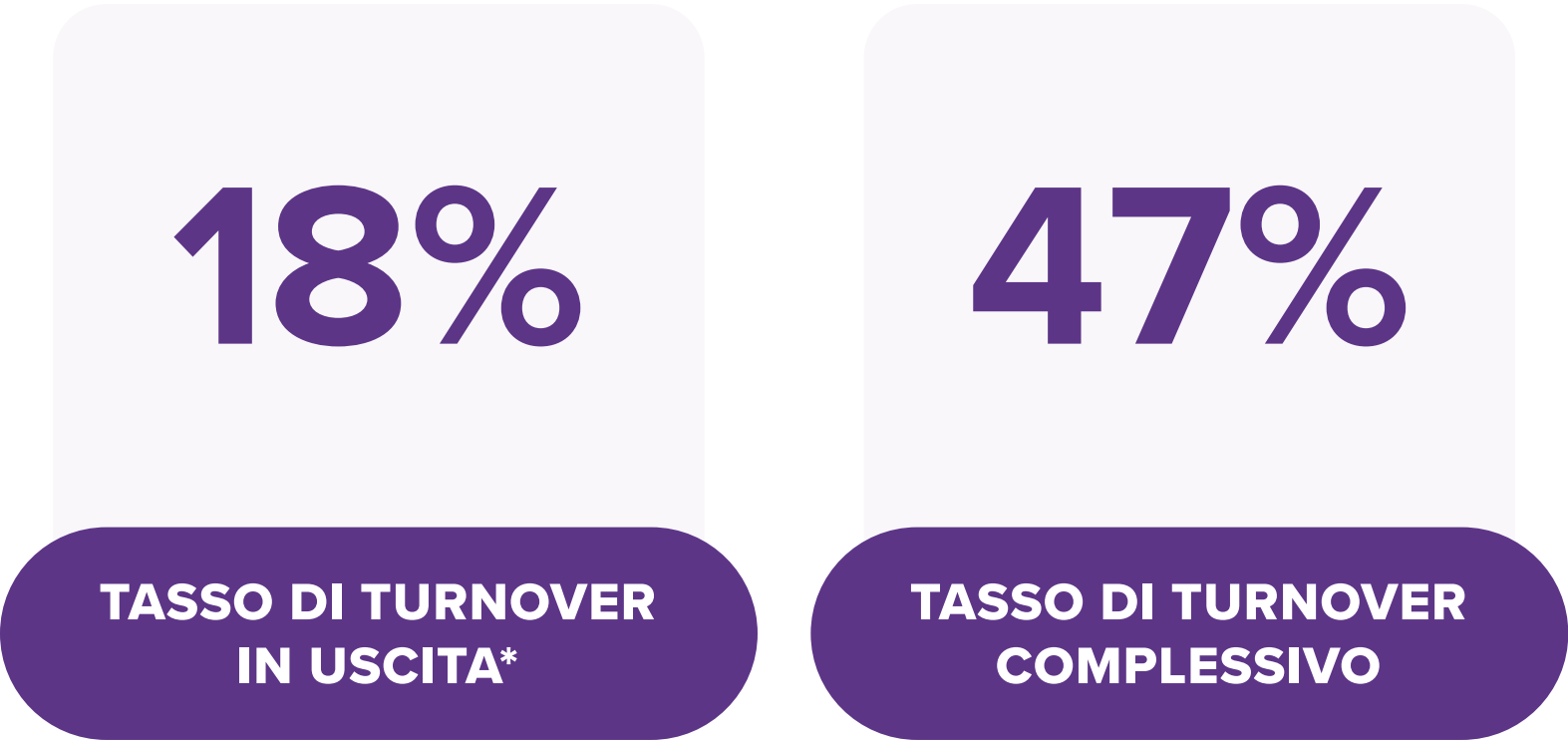
CARATTERISTICHE DEI
DIPENDENTI DELL'IMPRESA

S1-6

8) Il denominatore utilizzato per il calcolo del tasso di turnover in uscita corrisponde al numero di dipendenti totali al 31/12/2022, mentre quello utilizzato per il tasso di turnover complessivo corrisponde alla media dell'organico al 12/2022 e al 12/2023.

Infine, è stato calcolato sia il tasso di turnover in uscita sia quello complessivo relativo al 2023. Il primo considera tutti i dipendenti usciti durante l'anno per motivi di pensionamento, licenziamento o su base volontaria ed è pari al 18%. Questo valore, elevato per natura del settore di appartenenza, scaturisce in particolar modo dalle fluttuazioni nel reparto commerciale e post-vendita, mentre è influenzato in minor parte dai movimenti nel back-office. Il tasso di turnover complessivo si attesta, invece, al 47%⁸.

**Considerando gli usciti su base volontaria o per licenziamento, pensionamento o decesso in servizio*



CARATTERISTICHE DEI
LAVORATORI NON DIPENDENTI
NELLA FORZA LAVORO
PROPRIA DELL'IMPRESA

S1-7

9) L'indicazione relativa al numero di dipendenti suddiviso per tipologia di contratto è calcolata in numero di persone, inoltre i dati utilizzati riguardano la fine del periodo di riferimento.

L'apporto dei lavoratori non dipendenti è di fondamentale importanza all'interno di Autotorino. Se si considera, infatti, l'apporto complessivo dato dalla forza lavoro propria dell'impresa, composto sia da lavoratori dipendenti sia non dipendenti, questi ultimi rappresentano il 20,8% del totale.

In particolare, si registrano 479 lavoratori non dipendenti, di cui 453 agenti di commercio e 26 consulenti⁹. Per ciò che concerne il loro rapporto con l'impresa, i primi sono addetti alla vendita con mandato di agenzia a tempo indeterminato, mentre i secondi sono esperti di prodotto con contratto di consulenza a tempo determinato.



COPERTURA DELLA
CONTRATTAZIONE
COLLETTIVA E DIALOGO
SOCIALE

S1-8

Per quanto riguarda la copertura della contrattazione collettiva sulla forza lavoro propria Autotorino, si segnala che il 100% dei dipendenti è coperto da contratti collettivi¹⁰. Per favorire il dialogo sociale, inoltre, negli stabilimenti di Torino e Reggio Emilia sono presenti rappresentanti dei lavoratori, i quali coprono circa il 7% dei lavoratori dipendenti complessivi (89 dipendenti a Torino e 47 a Reggio Emilia).

Inoltre, le condizioni di lavoro e di occupazione dei non dipendenti sono influenzate dai contratti collettivi con un tasso di copertura stimato intorno al 95%¹¹. I mandati degli agenti di commercio sono redatti in base a quanto previsto dagli AEC del Commercio attualmente in vigore, inoltre il rapporto di agenzia è disciplinato dagli art. 1742 e segg. del Codice civile. Non ci sono invece riferimenti a contratti collettivi nel caso dei contratti stipulati con i consulenti.

Di seguito si indica la fascia in cui si colloca il tasso di copertura della contrattazione collettiva e del dialogo sociale per Autotorino.

	COPERTURA DELLA CONTRATTAZIONE COLLETTIVA	DIALOGO SOCIALE
Tasso di copertura	Lavoratori dipendenti - SEE (per i paesi con > 50 imp. che rappresentano > 10% degli impiegati totali)	Rappresentanza sul luogo di lavoro (soltanto SEE) (per i paesi con > 50 imp. che rappresentano > 10% degli impiegati totali)
0-19%	—	Italia
20-39%	—	—
40-59%	—	—
60-79%	—	—
80-100%	Italia	—

10) Dati relativi ai dipendenti in forza al 31/12/2023.

11) Per la stima del tasso di copertura per lavoratori non dipendenti, è stato rapportato il numero degli agenti di commercio al numero totale di collaboratori non dipendenti, coperti da AEC (453/479).

Tabella 12 – Copertura della contrattazione collettiva e dialogo sociale al 2023

METRICHE DELLA DIVERSITÀ

S1-9

Nel seguente paragrafo viene comunicata la distribuzione di genere tra i membri dell’alta dirigenza e la distribuzione per età dei dipendenti Autotorino. Per ciò che concerne il primo punto, l’alta dirigenza, corrispondente al primo livello sotto il CdA coperta in questo caso da CCNL Terziario Dirigenti, è composta totalmente da uomini.

Invece, per quanto riguarda la distribuzione dei dipendenti per fascia d’età, la metà di essi appartiene alla fascia 30-50 anni mentre la restante metà è suddivisa quasi equamente tra gli under 30 e gli over 50 (figura 14). L’alta dirigenza è invece suddivisa tra un 45% in fascia 30-50 anni ed un 55% in fascia over 50 (tabella 13 e Figura 15).



	DIPENDENTI		ALTA DIRIGENZA	
Fascia d'età	N°	%	N°	%
> 30 anni	470	26%	0	0%
30-50 anni	911	50%	5	45%
< 50 anni	438	24%	6	55%
Totale dipendenti	1819	100%	11	100%

Tabella 13 – Distribuzione per fascia d’età di dipendenti e alta dirigenza al 2023

SALARI ADEGUATI

S1-10

Dal confronto tra salario minimo previsto dalle tabelle contrattuali aggiornate al 31/12/2023 e il salario più basso in azienda per ogni CCNL e per livello di inquadramento, si riscontra tra i due un gap positivo o in certi casi pari a zero, dimostrano come i dipendenti Autotorino per-

cepiscano un salario adeguato alle loro posizioni contrattuali. L'analisi ha preso in considerazione tutti i collaboratori dipendenti in forza al 31/12/2023, esclusi i dirigenti e gli apprendisti.

CCNL	LIVELLO	CONFRONTO TRA SALARIO ADEGUATO (DEFINITO DALLA DIRETTIVA (UE) ^{2022/2041}) E SALARIO PIÙ BASSO IN AZIENDA - PER PAESI SEE
Metelmeccanica Industria	Livello C1	25,00 €
	Livello C2	161,00 €
	Livello C3	505,00 €
	Livello D1	0,00 €
	Livello D2	0,00 €
Metalmecchanica PMI	1° Livello	94,00 €
	2° Livello	0,00 €
	3° Livello	0,00 €
	4° Livello	49,00 €
	5° Livello	4,00 €
	6° Livello	166,00 €

SALARI ADEGUATI

S1-10

CCNL	LIVELLO	CONFRONTO TRA SALARIO ADEGUATO (DEFINITO DALLA DIRETTIVA (UE) ^{2022/2041}) E SALARIO PIÙ BASSO IN AZIENDA - PER PAESI SEE
Terziario Confcommercio	1° Livello	55,00 €
	1° Cat. Viaggiatore / Piazzista	668,00 €
	2° Livello	5,00 €
	2° Cat. Viaggiatore / Piazzista	315,00 €
	3° Livello	0,00 €
	4° Livello	0,00 €
	5° Livello	0,00 €
	6° Livello	0,00 €
	7° Livello	5,00 €
	Quadro	362,00 €

PROTEZIONE SOCIALE

S1-11

Non sono stati implementati specifici sistemi di protezione sociale aggiuntivi rispetto a quelli previsti per legge. Tuttavia, il nostro impegno per il prossimo anno sarà quello di sviluppare ulteriori programmi di

assistenza sociale, mirati a sostenere il benessere dei cittadini in situazioni di vulnerabilità, con particolare attenzione a chi è maggiormente esposto a rischi come disoccupazione, malattia, disabilità e povertà.

PERSONE CON DISABILITÀ

S1-12

Tra la forza lavoro propria di Autotorino si contano 64 dipendenti con disabilità, di cui 47 uomini e 17 donne (pari rispettivamente al 73% e al 27% del totale dei lavoratori con disabilità), i quali rappresentano il 4% della forza lavoro totale (tabella 14).

	UOMINI	DONNE	TOTALE
Dipendenti propri con disabilità	47	17	64
Dipendenti totali	1318	501	1819
% dipendenti con disabilità	4%	3%	4%

Tabella 14 - Dipendenti a tempo parziale al 2023

Tra essi vengono inclusi anche quattro collaboratori (tre uomini e una donna) non dipendenti ma provenienti da cooperativa che espleta il servizio di pulizie all'interno di alcune sedi Autotorino. Per questi ultimi, è stato stipulato un accordo secondo l'art. 14 della Legge Biagi. Inoltre, nel calcolo sono stati considerati anche tre collaboratori dipendenti (due uomini e una donna) la cui invalidità è stata riconosciuta in costanza di rapporto nel 2024.



METRICHE DI FORMAZIONE
E SVILUPPO DELLE
COMPETENZE

S1-13

Oltre alla formazione obbligatoria, Autotorino eroga corsi di formazione volontaria legata principalmente a due fronti: Autotorino Academy e fomrazione da casa madre. I suddetti corsi vengono erogati fuori dal luogo di lavoro e le ore vengono registrate tramite calcolo delle

assenze giustificate per formazione. Nel 2023, il 56% dei dipendenti ha ricevuto formazione, con una media di 17 ore per dipendente, sia per gli uomini che per le donne (tabella 15).

FORMAZIONE	DIPENDENTI CHE HANNO PARTECIPATO A REVISIONI PERIODICHE DELLE PRESTAZIONI		ORE DI FORMAZIONE		TOT. DIPENDENTI
	N°	%	Totale	Media x dipendente	
Per genere					
Uomini	687	52%	21.851	17	1.318
Donne	335	67%	8.449	15	501
Per categoria					
Backoffice	120	33%	2.656	7	362
Commerciale	436	77%	12.500	22	565
Post-Vendita	466	52%	15.194	17	892
Totale	1.022	56%	30.350	17	1.819

Tabella 15 – Dipendenti formati ed ore di formazione erogate¹²

12) Non sono comprese le ore di formazione svolte durante le ore di lavoro (corsi di sicurezza, apprendistato, etc), non si rendicontano le ore di presenza/assenza dei collaboratori autonomi.

METRICHE DI FORMAZIONE
E SVILUPPO DELLE
COMPETENZE

S1-13

Come si nota dalla figura 16 e figura 17, la categoria che riceve maggior formazione è rappresentata dal reparto commerciale, sia in termini di numero di lavoratori formati (pari al 77% del totale) sia in termini di ore medie erogate (22 ore medie). A seguire, Autotorino investe nella formazione del reparto post-vendita (copertura pari al 52% dei dipendenti totali con 17 ore medie per dipendente) e infine del backoffice (copertura pari al 33% del totale e 7 ore medie per dipendente).

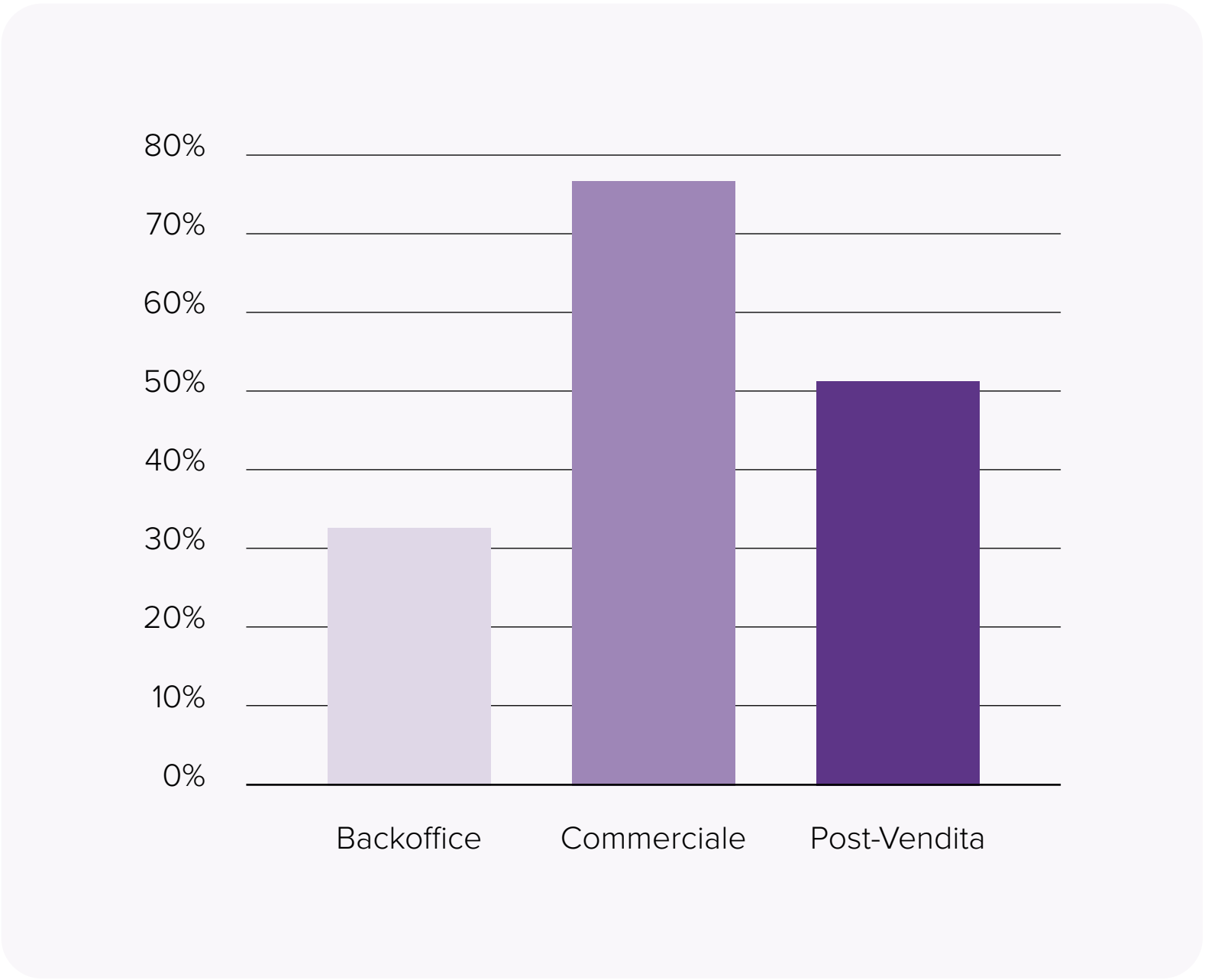


Figura 16 – Percentuale di dipendenti formati per categoria al 2023

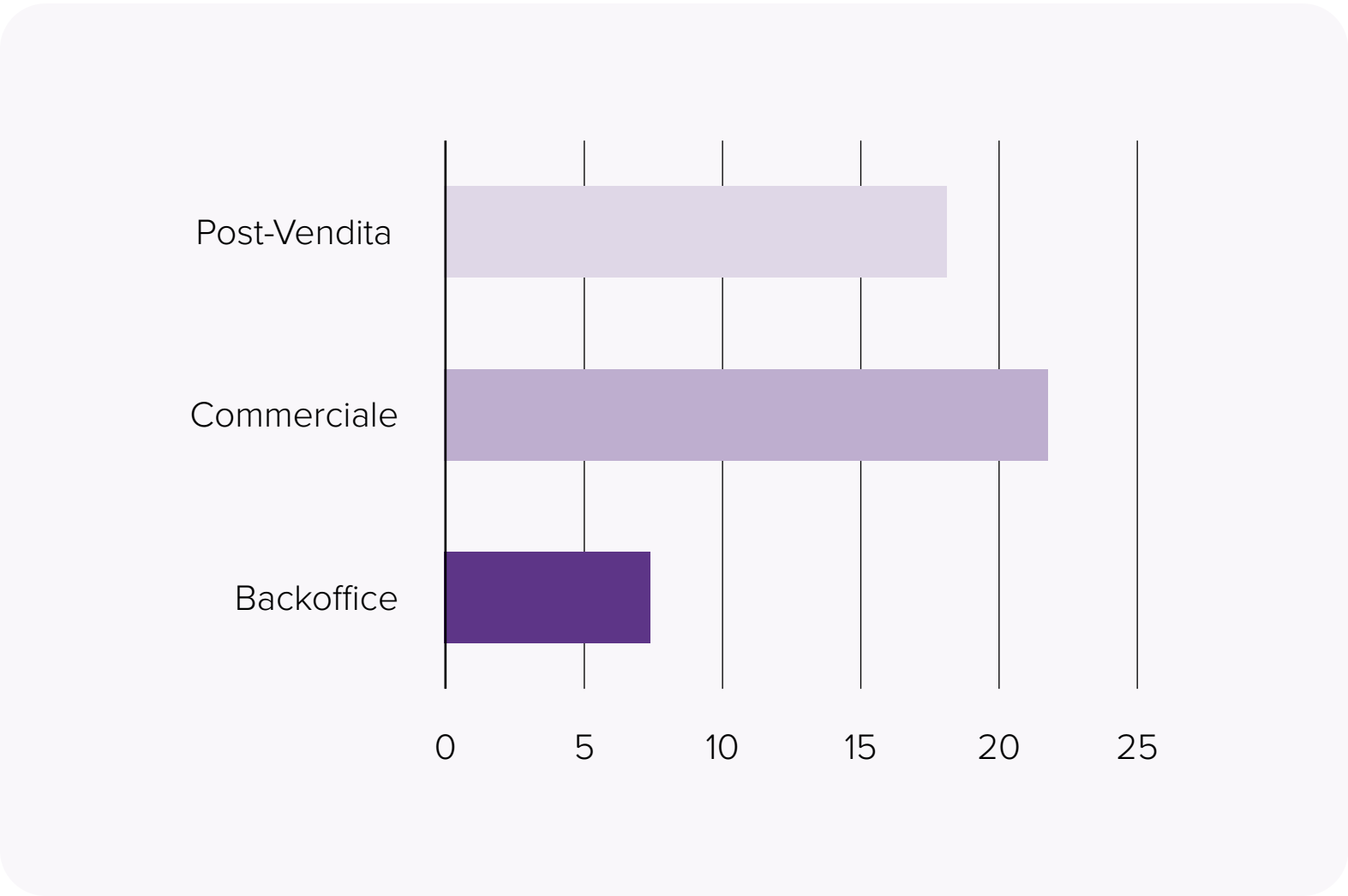


Figura 17 – Ore medie di formazione per categoria al 2023

Oltre a ciò, viene erogata formazione anche tramite webinar, ad esempio sul tema della relazione efficace con i consumatori nell'era dell'intelligenza artificiale e sulla formazione sul mondo dell'elettrico tramite le giornate di Evolution Experience.

METRICHE DI FORMAZIONE
E SVILUPPO DELLE
COMPETENZE

S1-13

Di seguito un focus sui risultati raggiunti dalla Autotorino Academy:

NUOVI VENDITORI ENTRATI		164
CERTIFICANDI		85
Specialist		43
Executive		42
GIORNATE TOTALI IMPRINTING		262
Venditori - tutoraggio di 6 mesi		152
Product - affiancamento		19
Receptionist - tutoraggio di 2 settimane		51
Consulenti consegne - tutoraggio di 2 settimane		38
ACADEMY	AULE FORMATIVE	PARTECIPANTI
Academy usato	14	124
Academy psicologia del cliente	31	198
Academy rata	24	142
Academy relazione	18	149
Aula sviluppo commerciale	3	40
AT Evolution 2023	3	288
Totale	93	941

METRICHE DI FORMAZIONE
E SVILUPPO DELLE
COMPETENZE

S1-13

PERCORSO VICE CF	
Giornate erogate	26
Personaggi coinvolti	46
PERCORSO MADE TO SELL CONSULENTI CONSEGNE	
Giornate erogate	10
Personaggi coinvolti	186
PERCORSO TUTOR SALESFORCE CONSULENTI CONSEGNE	
Giornate erogate	10
Personaggi coinvolti	45
FORMAZIONE IN PIATTAFORMA DIGITAL LEARNING ANNO 2023	
Nuovi iscritti 2023 attivi	547 collaboratori
Corsi erogati	90
Iscrizioni	13.700
Corsi completati	7.083
ASSESTMENT 2023	
Incontri	46
Candidati	365
Consulenti promossi	174

METRICHE DI SALUTE
E SICUREZZA

S1-14

Come spiegato in precedenza, attualmente non è stato implementato un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro. Tutti i rischi per la sicurezza dei dipendenti sono stati identificati, valutati per entità e probabilità e periodicamente aggiornati del dvr - Documento di Valutazione dei Rischi. Nel 2023 si sono registrati 40 infortuni sul lavoro, con un tasso di infortunio del 14,54. Si è avuto, invece, un solo

caso di malattia professionale, mentre le giornate perdute per infortuni o malattie connesse al lavoro sono state pari a 861 (tabella 169). I dati riportati riguardano i dipendenti appartenenti alla forza lavoro Autotorino, mentre non vengono monitorati i dati relativi ai lavoratori non dipendenti.

INFORTUNI E MALATTIE PROFESSIONALI	VALORE
Numero decessi dovuti a lesioni e malattie connesse al lavoro	0
Numero infortuni	40
Numero totale di ore lavorate	2.751.749
Tasso di infortuni	14,54
Malattie professionali	1
Giorrate perdute dovute a infortuni sul lavoro, malattie connesse al lavoro e decessi (contando i giorni di calendario)	861

Tabella 16 – Infortuni e malattie professionali al 2023

È importante notare che nelle filiali di Verona e Carpi sono disponibili defibrillatori, e abbiamo del personale adeguatamente formato per utilizzarli in caso di necessità. La formazione del personale compren-

de istruzioni dettagliate sull'utilizzo dei defibrillatori, garantendo così un ambiente di lavoro sicuro e pronto a rispondere in situazioni di emergenza.

METRICHE DELL'EQUILIBRIO
TRA VITA PROFESSIONALE
E VITA PRIVATA

S1-15

Autotorino si impegna attivamente a promuovere la conciliazione tra lavoro e vita privata dei suoi dipendenti, garantendo loro l'accesso a diverse tipologie di congedo, sia obbligatori che facoltativi. Come indicato in Tabella 20, circa il 4% delle donne presenti in azienda ha usufruito del congedo di maternità (rientrano le maternità anticipate,

obbligatorie e facoltative), quasi il 10% degli uomini ha fatto uso del congedo di paternità mentre lo 0,55% ha utilizzato il congedo parentale. Per ciò che concerne il congedo per i prestatori di assistenza, invece, il 4% del personale ha usufruito della legge 104 per figli o familiari e/o della legge 151.

	% SOGGETTI CHE HANNO DIRITTO AL CONGEDO*	N° SOGGETTI CHE HANNO USUFRUITO DEL CONGEDO	% SOGETTI CHE HANNO USUFRUITO DEL CONGEDO	TOTALE DIPENDENTI
Congedo di maternità	100%	52	3,95%	501
Congedo di paternità	100%	49	9,78%	1.318
Congedo parentale	100%	10	0,55%	1.819
Congendo per i prestatori di assistenza	100%	75	4%	1.819

Tabella 17 – Fruizione dei congedi

*Se tutti hanno diritto da politica sociale / contratto collettivo comunicare 100%

METRICHE DI RETRIBUZIONE
(DIVARIO RETRIBUTIVO
E RETRIBUZIONE TOTALE)

S1-16

Per valutare l’eventuale divario retributivo tra le donne e gli uomini dipendenti dell’azienda (escludendo dirigenti e apprendisti), è stato calcolato il divario retributivo di genere per i dipendenti coperti da ccnl Terziario Commercio. Nell’analisi non vengono presi in considerazione i valori retributivi relativi al ccnl Metalmeccanica pmi e ccnl Metalmeccanica Industria, in quanto privi di collaboratrici donne. Come indicato dalla tabella 18 e dalla figura 18, dal 1° livello al 5° livello

di registra una retribuzione oraria lorda maschile maggiore di quella femminile, pur restando dentro al divario del 10%. Per il 6° livello si riscontra una retribuzione equilibrata tra i generi, mentre vi è una situazione opposta per quanto riguarda la retribuzione media oraria dei quadri. In quest’ultimo caso, infatti, la remunerazione maschile è inferiore di quella femminile per un valore pari al 19%.

DIVARIO RETRIBUTIVO DI GENERE	MEDIA DELLA RETRIBUZIONE ORARIA LORDA MASCHILE	MEDIA DELLA RETRIBUZIONE ORARIA LORDA FEMMINILE	DIVARIO RETR. DI GENERE
1° Livello	19,88 €	18,55 €	7%
1° Cat. Viaggiatore / Piazzista	14,11 €	13,44 €	5%
2° Livello	16,02 €	14,53 €	9%
3° Livello	13,09 €	12,53 €	4%
4° Livello	11,19 €	10,57 €	6%
5° Livello	9,72 €	9,46 €	3%
6° Livello	8,77 €	8,74 €	0%
Quadro	27,77 €	33,06 €	-19%

Tabella 18 – Infortuni e malattie professionali al 2023

METRICHE DI RETRIBUZIONE
(DIVARIO RETRIBUTIVO
E RETRIBUZIONE TOTALE)

S1-16

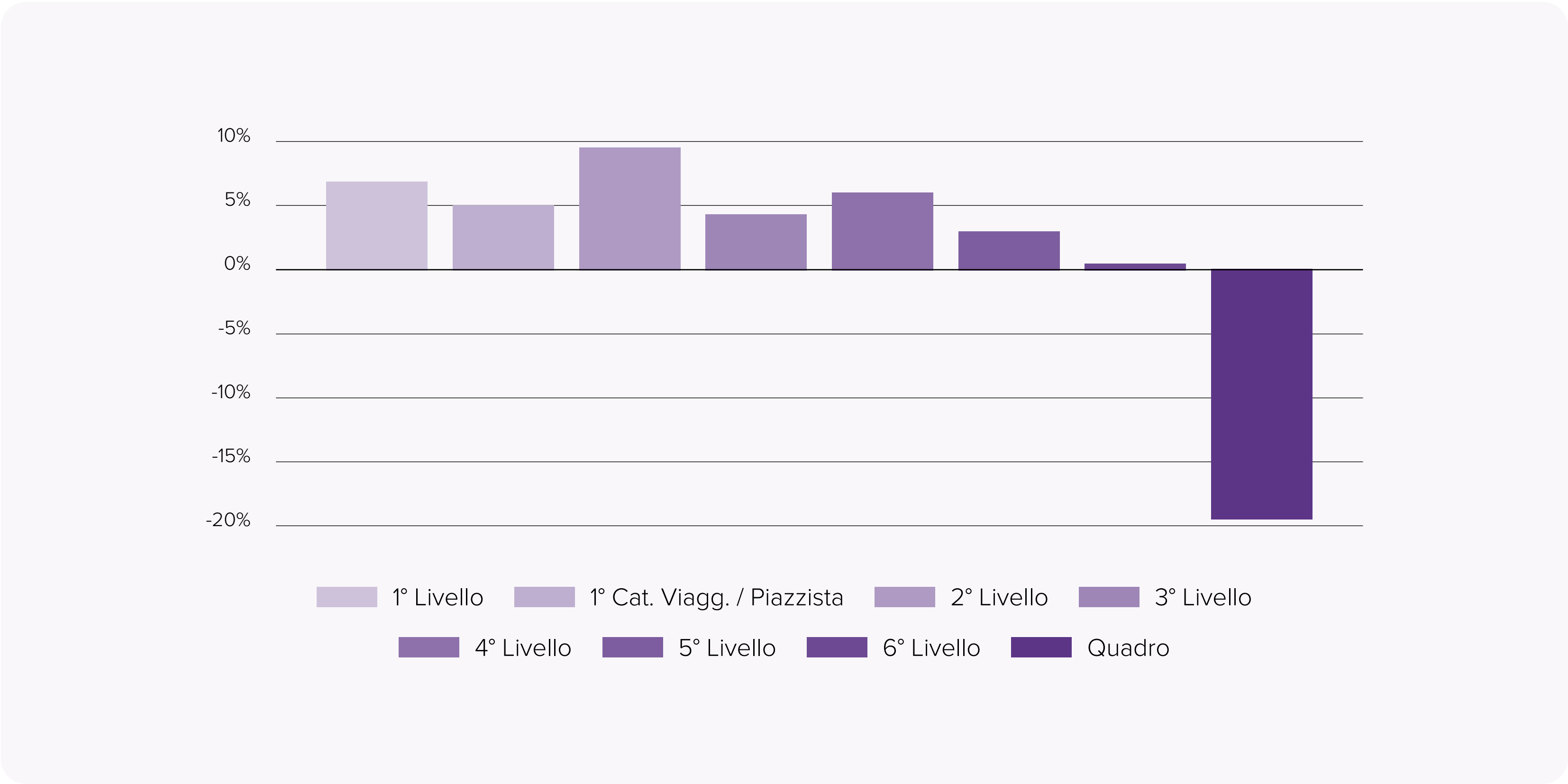


Figura 18 – Divario retributivo di genere per livello

Per ciò che concerne, invece il tasso di remunerazione totale annua, calcolato come il rapporto tra la remunerazione totale annua della persona con il salario più elevato e la remunerazione totale annua mediana dei dipendenti, esso si attesta ad un valore pari al 3,5.

METRICHE DI RETRIBUZIONE
(DIVARIO RETRIBUTIVO
E RETRIBUZIONE TOTALE)

S1-16

L'importo erogato a tutti i dipendenti Autotorino esclusi apprendisti e dirigenti come importo variabile è stato pari a 10.636.072 € nel corso del 2023 secondo il piano provvigionale.

VALORE	
Remunerazione totale annua per la persona con il salario più elevato	92.857 €
Remunerazione totale annua mediana dei dipendenti*	26.000 €
Tasso di remunerazione totale annua	3,57

Tabella 19 – Tasso di remunerazione totale annua

*Esclusa la persona con il salario più elevato

INCIDENTI, DENUNCE
E IMPATTI GRAVI IN
MATERIADI DIRITTI UMANI

S1-17

Nel 2023 sono stati registrati quattro casi di denunce o incidenti in materia di diritti umani all'interno di Autotorino. Non sono state ricevute però ammende, sanzioni o richieste di risarcimento danni in denaro.



COMUNITÀ INTERESSATE

ESRS-SE

**INTERESSI E OPINIONI DEI
PORTATORI D'INTERESSI,
IMPATTI, RISCHI E OPPORTUNITÀ
RISPETTO ALLA STRATEGIA
E AL MODELLO AZIENDALE**

SBM-2

SBM-3

Autotorino si impegna attivamente a supportare la comunità e il territorio. Attraverso l'implementazione del Sistema di Gestione per la Qualità, abbiamo identificato gli interessi della comunità, con particolare attenzione al mondo delle associazioni. È emerso che le principali preoccupazioni riguardano l'immagine aziendale sul territorio e la disponibilità dell'azienda a collaborare con le attività delle associazioni, ad esempio supportando studi e ricerche.

L'azienda considera di grande importanza l'impatto che le sue filiali hanno sulle comunità locali. Ogni anno, elaboriamo e realizziamo un piano dettagliato di eventi, progetti e partnership che mirano a collaborare direttamente con il territorio, come verrà illustrato nei paragrafi successivi.



**POLITICHE RELATIVE ALLE
COMUNITÀ INTERESSATE,
COINVOLGIMENTO, IMPATTI
ED EFFICACIA DELLE AZIONI**

- S3-1
- S3-2
- S3-3
- S3-4



I valori aziendali e il Codice Etico di Autotorino riflettono ampiamente l'importanza del rapporto con gli stakeholder delle comunità circostanti. L'azienda coinvolge attivamente le associazioni territoriali e di settore attraverso il monitoraggio dei canali di comunicazione e il contatto diretto, facilitando lo scambio di informazioni sui trend e sulle esigenze del settore. Inoltre, abbiamo implementato un sistema di segnalazione di whistleblowing accessibile a tutti gli stakeholder e condiviso sul nostro sito web. Autotorino si impegna attivamente nella valorizzazione e nella salvaguardia del territorio, ponendo particolare attenzione alle persone e sostenendo micro-iniziativa che contribuiscono al miglioramento locale. Le nostre concessionarie lavorano in stretta collaborazione con i responsabili locali per comprendere le esigenze delle comunità e migliorare la comunicazione con esse. L'azienda ha sviluppato un piano strutturato per organizzare progetti in stretto contatto con la comunità, distribuiti nel corso dell'anno. Ogni mese sono programmati eventi specifici mirati alla protezione del territorio e al supporto della comunità locale, organizzati direttamente da Autotorino o con il supporto delle Case Automobilistiche partner. Parallelamente, l'azienda cerca di stabilire partnership e sponsorizzazioni con organizzazioni e associazioni che si occupano di temi cruciali come la protezione dei giovani, la promozione della diversità, l'educazione, la cultura e lo sport.

L'azienda si impegna attivamente a creare opportunità di lavoro per i giovani del territorio e a facilitare l'incontro tra domanda e offerta di lavoro. A questo scopo, organizziamo incontri con gli studenti delle

POLITICHE RELATIVE ALLE
COMUNITÀ INTERESSATE,
COINVOLGIMENTO, IMPATTI
ED EFFICACIA DELLE AZIONI

- S3-1
- S3-2
- S3-3
- S3-4

scuole superiori, offrendo loro la possibilità di esplorare da vicino il settore automobilistico e le diverse opportunità di carriera disponibili. Nel contesto della promozione dell'indotto locale e della tutela della diversità, l'azienda si impegna attivamente in diverse iniziative. Nel territorio varesotto, abbiamo selezionato una cooperativa che offre opportunità di lavoro a persone con disabilità come nostro fornitore. Inoltre, abbiamo organizzato i Parts Table di Mercedes-Benz, spazi concepiti per facilitare lo scambio di esperienze e relazioni con i nostri partner nel settore delle riparazioni post-vendita.

Durante questi eventi, specialisti di Autotorino e Mercedes-Benz illustrano agli operatori locali (officine, carrozzerie ed elettrauto) le ultime novità in termini di prodotti e servizi, contribuendo così a creare una rete di condivisione di standard, informazioni e opportunità.



POLITICHE RELATIVE ALLE
COMUNITÀ INTERESSATE,
COINVOLGIMENTO, IMPATTI
ED EFFICACIA DELLE AZIONI

- S3-1
- S3-2
- S3-3
- S3-4

Di seguito la descrizione delle associazioni coinvolte e delle partnership strette con gli enti territoriali:

SCIARE PER LA VITA - Deborah Compagnoni
Autotorino sostiene Deborah Compagnoni (diventata Ambassador Autotorino) e la sua associazione di volontariato Sciare per la vita, che si occupa di raccogliere fondi da destinare a sostegno di enti ed associazioni che operano nel settore della ricerca e della cura delle malattie leucemiche pediatriche.
FONDAZIONE PUPI - Javier Zanetti
Autotorino sostiene la Fondazione Pupi ONLUS e promuove momenti di sensibilizzazione ad essa dedicata. Creata da Javier Zanetti e sua moglie Paula, è attiva nella protezione dei diritti dei bambini e degli adolescenti dei ceti e dei quartieri più vulnerabili di Buenos Aires. Opera attraverso un Centro di assistenza per l'infanzia, un Centro culturale comunitario “Madre Teresa de Calcutta”, un centro territoriale “Casa Carla Mariani”.
PANDEMIA — ENTI DI SOCCORSO, OSPEDALI ED ISTITUZIONI
Durante il periodo della pandemia, Autotorino ha sostenuto con donazioni di presidi per l’igienizzazione dei veicoli, donazioni di mascherine vari ospedali, fornitura di veicoli per servizi domiciliari soggetti del soccorso (Croce Rossa, Croce Azzurra, Croce Bianca, etc) nelle province in cui opera. Forniti inoltre dei veicoli alla Azienda Ospedaliera di Valtellina e Alto Lago di Como per attivare.
PANDEMIA — ITALIANI A CASA
Autotorino è stata tra le aziende friulane che, con il coordinamento del gruppo Giovani imprenditori di Confindustria Udine, hanno donato computer, tablet e smartphone inutilizzati alle scuole e agli ospedali, così da agevolare la connessione nel lockdown, in aiuto alle persone più bisognose.

POLITICHE RELATIVE ALLE
COMUNITÀ INTERESSATE,
COINVOLGIMENTO, IMPATTI
ED EFFICACIA DELLE AZIONI

S3-1

S3-2

S3-3

S3-4

PANDEMIA — SPESA A DOMICILIO PER ANZIANI E RESIDENTI NEI PAESI DI MEDIA MONTAGNA

Durante il lock-down del 2020 Autotorino ha favorito i servizi di consegna di spesa a domicilio per gli anziani valtellinesi e per le famiglie dei borghi di media montagna.

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA

L'Università degli Studi di Pavia ha collaborato allo sviluppo di un progetto di algoritmo, alimentato da autoapprendimento basato su intelligenza artificiale, applicato alla valutazione puntuale e uniforme del valore dei veicoli usati.

UNIVERSITÀ CA' FOSCARI — VENEZIA

Master I Livello - Mobility Innovation and management L'obiettivo del Master è formare manager specializzati in innovazione, policy, marketing, pianificazione e strategia legati alla mobilità sostenibile.

ROTARY CLUB PO — CREMONA

Sostenuto nell'anno 2022 un service finalizzato alla donazione di apparecchiature per il reparto di neuropsichiatria infantile dell'ospedale di Cremona. Donazione in corso di erogazione.

LILT — VARI COMITATI PROVINCIALI

Le filiali Autotorino sostengono l'organizzazione e promuovono la partecipazione alle iniziative di running o camminate 'in Rosa' organizzate periodicamente dalla LILT sui rispettivi territori, per sensibilizzare alla prevenzione oncologica, e per la raccolta fondi.

THISABILITY STORE — CREMONA

Dal 2022 Autotorino sostiene a Cremona il progetto 'ThisAbility', con cui lo Store ufficiale della US Cremonese Calcio viene gestito da giovani con handicap cognitivi, per favorirne attivamente l'inclusione sociale e relazionale.

POLITICHE RELATIVE ALLE
COMUNITÀ INTERESSATE,
COINVOLGIMENTO, IMPATTI
ED EFFICACIA DELLE AZIONI

- S3-1
- S3-2
- S3-3
- S3-4

CLUB SILENCIO — TORINO
Autotorino è stato partner di due cicli di eventi che, nel 2022 e nel 2023, hanno avuto come finalità la promozione e la fruizione di luoghi culturalmente significativi di Torino e dintorni (Regge Sabaude, castelli, musei, etc), attraverso la creazione di eventi che ne ampliassero la fruizione a target giovani.
FONDAZIONE LAUREUS ITALIA — ASSOCIAZIONE COMETA — COMO
Contribuito all’attivazione di un progetto di educazione attraverso lo sport, con focus su minori a rischio d’emarginazione, a valere sugli anni 2022/23.
TEDx — UDINE 2022
Parte dei proventi dell’evento, cui ha contribuito Autotorino, sono stati impiegati per fornire una delle prime e più consistenti commesse ad una start-up manifatturiera friulana che combatte gli sprechi delle lavorazioni delle aziende locali, riciclandone gli scarti in manufatti prodotti da detenuti impegnati in percorsi di reinserimento e lavoro.
DAI — COMO
Autotorino è stato tra i sostenitori di “Dai Como”, iniziativa unica in Italia, nata dall’Associazione Promotori del Dono, Fondazione Provinciale della Comunità Comasca e CONI Como, volta a sostenere per la prima volta un’attività di crowdfunding rivolta a cittadini ed aziende a sostegno dell’Associazionismo sportivo comasco.
CANCRO PRIMO AIUTO
Per oltre un decennio, sino al 2020, Autotorino ha affiancato e sostenuto Cancro Primo Aiuto ONLUS nella raccolta fondi a favore delle cure oncologiche in Lombardia; beneficiari i reparti ospedalieri regionali o le associazioni di volontariato operanti.

**OBIETTIVI LEGATI ALLA
GESTIONE DEGLI IMPATTI
RILEVANTI NEGATIVI, AL
POTENZIAMENTO DEGLI
IMPATTI POSITIVI E ALLA
GESTIONE DEI RISCHI E DELLE
OPPORTUNITÀ RILEVANTI**

S3-5

Per il 2024 l'impresa si impegna a mappare in maniera dettagliata tutti gli eventi, le sponsorizzazioni e le donazioni che hanno un impatto positivo sulla comunità sia in termini sociali che ambientali. Per ognuno di questi eventi verrà tenuto conto dell'esborso monetario, in

modo da mappare l'impatto anche in termini finanziari, le modalità di organizzazione e partecipazione all'evento o al tema filantropico di riferimento e le modalità di comunicazione verso l'esterno.



CONSUMATORI E UTILIZZATORI FINALI

ESRS S4

INTERESSI E OPINIONI DEI PORTATORI D'INTERESSI

SBM-2

La strategia di Autotorino è fortemente orientata verso la valorizzazione del cliente, la tutela dei suoi diritti e l'offerta di opportunità di acquisto convenienti e competitive sul mercato. La nostra azienda ha come obiettivo principale la creazione di valore per i clienti: troviamo proattivamente la migliore risposta alle esigenze di mobilità, facendo la differenza nelle piccole e nelle grandi cose e lo facciamo migliorando continuamente la nostra capacità di ascolto e il nostro metodo condiviso.

IMPATTI, RISCHI E OPPORTUNITÀ RILEVANTI E LORO INTERAZIONE CON LA STRATEGIA E IL MODELLO AZIENDALE

SBM-2

Autotorino risponde dell'applicazione della garanzia auto al cliente finale, il rapporto contrattuale di concessione prescrive che sia il venditore o riparatore a valutare l'opportunità o meno dell'intervento in garanzia. Autotorino ha quindi il dovere di accogliere le istanze legittime del cliente ed eventualmente intervenire attraverso il proprio servizio di riparazione, gestendo poi direttamente il rapporto con la casa produttrice. In sede di riesame della direzione vengono riesaminati i dati relativi ai reclami ricevuti da parte del cliente e le non conformità rilevate sia nella fase di vendita che di assistenza post-vendita.



**POLITICHE CONNESSE
AI CONSUMATORI E
AGLI UTILIZZATORI FINALI**

S4-1

La tutela del cliente è un aspetto cruciale per garantire che i consumatori siano trattati equamente e che i loro diritti siano rispettati. Ecco alcuni dei principali aspetti della tutela del cliente negli autosaloni: Autotorino si è dotata di un Politica per la qualità e di un codice etico aziendale che definiscono i principi secondo cui tutte nostre le persone devono agire che garantiscono una protezione efficace dei clienti attraverso pratiche trasparenti, forniscano informazioni accurate e il rispetto rigorosamente i diritti dei consumatori. Inoltre, le istituzioni devono vigilare e intervenire in caso di violazioni per mantenere un ambiente di mercato equo e trasparente.



Chiarezza sui prezzi: fornire informazioni chiare e dettagliate sui prezzi dei veicoli, compresi eventuali costi aggiuntivi (ad esempio, tasse, costi di preparazione del veicolo, etc).



Condizioni del veicolo: trasparenza circa lo stato reale del veicolo, sia esso nuovo o usato, comprese eventuali riparazioni effettuate o necessarie.



Contratti trasparenti: contratti di acquisto chiari e comprensibili.



Diritto di recesso: i clienti devono essere informati sui loro diritti di recesso e sulle condizioni per esercitarli.



Garanzia legale: tutti i veicoli devono essere coperti dalla garanzia legale che protegge il cliente da difetti di conformità che si manifestano entro un certo periodo dall'acquisto.



Servizi post-vendita: impegno verso un buon servizio post-vendita, inclusa l'assistenza per la manutenzione e le riparazioni.



Pubblicità veritiera: informazioni pubblicitarie veritiere e non ingannevoli. Le promozioni devono essere chiaramente spiegate e rispettate.



Supporto per reclami: procedure chiare e accessibili per la gestione dei reclami e delle controversie.

POLITICHE CONNESSE
AI CONSUMATORI E
AGLI UTILIZZATORI FINALI

S4-1



Conformità alla normativa: rispetto tutte le normative locali, nazionali e internazionali relative alla vendita di veicoli, compresi i diritti dei consumatori.



Formazione del personale: formazione adeguata a fornire un servizio competente e conforme alle normative vigenti.

Il coinvolgimento attivo degli utilizzatori finali nel processo di vendita e post-vendita non solo migliora la soddisfazione del cliente, ma favorisce anche la fidelizzazione e il passaparola positivo. Autotorino si è dotata inoltre di specifiche procedure operative che definiscono le modalità di Monitoraggio della soddisfazione del cliente, di Gestione delle vendite e del servizio post-vendita. In particolare, la procedura per la gestione del servizio di post-vendita definisce i seguenti aspetti: 1) realizzazione dei lavori di manutenzione e di riparazione di officina erogati direttamente al cliente; 2) realizzazione dei lavori di officina sia di preconsegna veicoli nuovi, sia di ricondizionamento veicoli usati; 3) gestione degli interventi in garanzia e dei rapporti con gli uffici garanzie delle case madri.

PROCESSI DI
COINVOLGIMENTO DEI
CONSUMATORI E DEGLI
UTILIZZATORI FINALI
IN MERITO AGLI IMPATTI

S4-2

Il coinvolgimento degli utilizzatori finali nel processo di vendita e post-vendita di automobili è essenziale per garantire un'esperienza positiva e soddisfacente. Autotorino, all'interno delle normali prassi di gestione del processo di coinvolgimento dei consumatori, gestisce il processo di vendita attraverso una consulenza personalizzata che comprende anche l'analisi degli impatti ambientali dei diversi prodotti proposti.

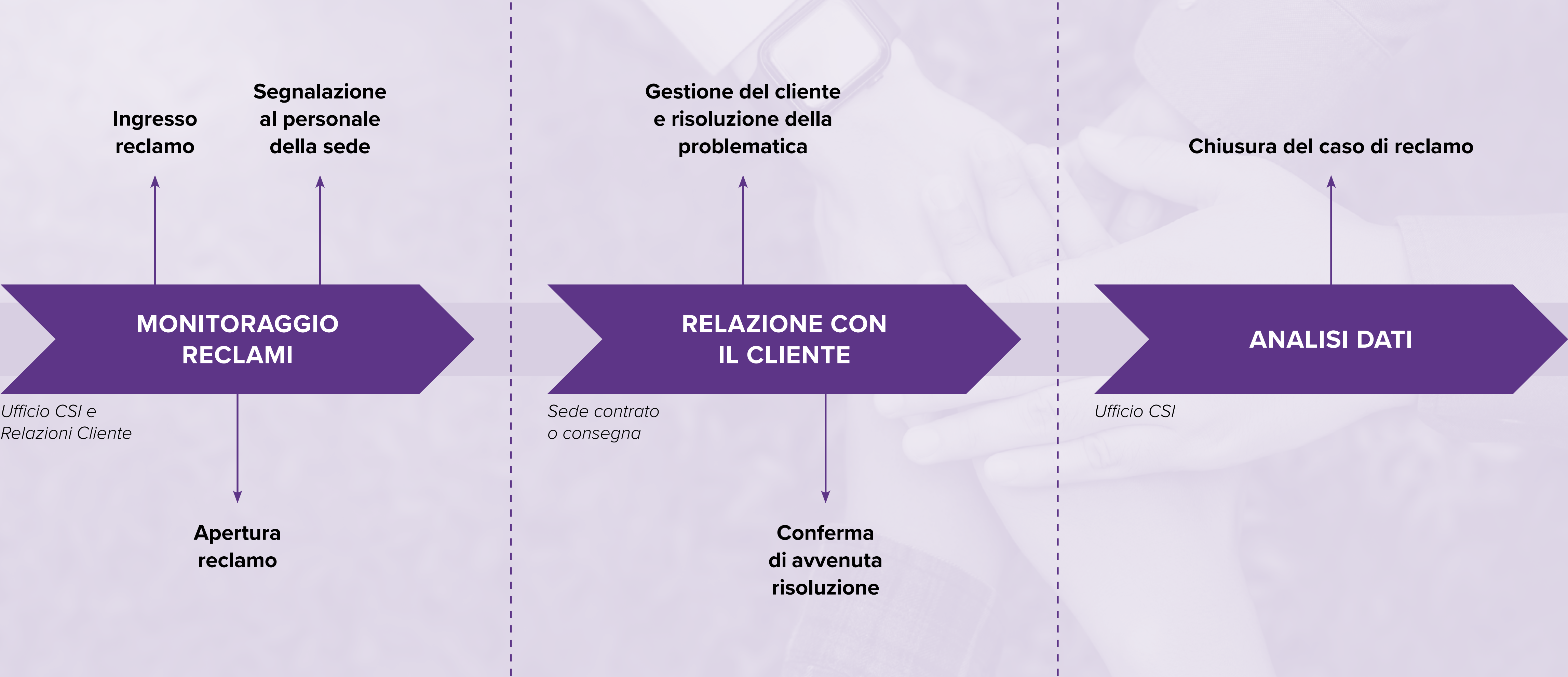
**PROCESSI PER PORRE RIMEDIO
AGLI IMPATTI NEGATIVI E CANALI
CHE CONSENTONO AI CONSUMATORI
E AGLI UTILIZZATORI FINALI DI
ESPRIMERE PREOCCUPAZIONI**

S4-3

Autotorino si è dotata di una specifica procedura, che ha lo scopo di assicurare che i reclami dei clienti siano identificati e tenuti sotto controllo al fine di sviluppare tempestivamente azioni per fornire risposte adeguate, oltre che sviluppare eventuali azioni correttive e di miglioramento necessarie a prevenire i motivi dei reclami. Pertanto, la procedura definisce responsabilità e criteri adottati per gestire le modalità di:

1	Ricezione dei reclami
2	Istruzione delle pratiche per la risoluzione dei reclami
3	Risoluzione dei reclami
4	Raccolta dei dati sui reclami dei clienti finalizzata allo sviluppo di azioni correttive ed azioni di miglioramento che siano adeguate ed efficaci per la prevenzione delle cause che generano i reclami stessi





PROCESSI PER PORRE RIMEDIO
AGLI IMPATTI NEGATIVI E
CANALI CHE CONSENTONO
AI CONSUMATORI E AGLI
UTILIZZATORI FINALI DI
ESPRIMERE PREOCCUPAZIONI

S4-3

I reclami pervengono tramite:

• Casa madre
• Lettera / comunicazione scritta del cliente
• Comunicazione verbale del cliente (per la gestione dei reclami viene utilizzato il portale Salesforce in cui vengono archiviati i reclami che provengono dalle varie filiali)

Il Responsabile di Funzione, in funzione degli elementi acquisiti:

1	Elabora una proposta di risoluzione del reclamo (risposta al cliente ed eventuale azione correttiva per il servizio contestato)
2	Comunica la proposta di risoluzione al cliente e, se necessario, a Casa Madre
3	Cura l’esecuzione della risoluzione approvata
4	Verifica l’efficacia della risoluzione e il livello di soddisfazione del cliente
5	All’atto di chiusura della pratica di reclamo, registra la risoluzione adottata e i dati di riferimento della relativa esecuzione, allegando tutta la documentazione disponibile

I reclami rilevati vengono mensilmente elaborati e analizzati dal Responsabile del sistema di gestione e, in base ai risultati dell’analisi può decidere di elaborare e sottoporre alla Direzione, in sede di esame periodico, un rapporto contenente: dati sul tipo di reclami pervenuti e loro frequenza, analisi dei fattori generativi ricorrenti, proposte di azioni di miglioramento da intraprendere.

Autotorino si è inoltre dotata di una procedura “Whistleblowing”, che prevede la possibilità di segnalare qualsiasi anomalia rispetto ai codici di comportamento aziendale in forma anonima, assicurando che tali valori vengano rispettati dalle figure che collaborano internamente ed esternamente con la nostra organizzazione.

INTERVENTI SU IMPATTI RILEVANTI
PER I CONSUMATORI E GLI
UTILIZZATORI FINALI E APPROCCI
PER LA MITIGAZIONE DEI RISCHI
RILEVANTI E IL CONSEGUIMENTO
DI OPPORTUNITÀ RILEVANTI IN
RELAZIONE AI CONSUMATORI
E AGLI UTILIZZATORI FINALI,
NONCHÉ EFFICACIA DI TALI AZIONI

S4-4

I dati legati alla soddisfazione dei clienti vengono analizzati annualmente, organizzando incontri periodici con la Direzione Commerciale. Viene poi presentato un report trimestrale al Presidente e al Direttore Generale indicando i reclami legali e pre-legali. Per valutare la soddisfazione dei clienti dopo l'acquisto di un'auto o l'esecuzione di manutenzioni in officina, vengono somministrati due questionari ai clienti: uno specifico di Autotorino per la vendita e l'assistenza, e uno più dettagliato fornito dalle case automobilistiche. Successivamente, le case madri valutano le risposte analizzando le eventuali problematiche riscontrate. Il monitoraggio avviene attraverso l'applicativo

Salesforce. Per ciò che concerne le recensioni, l'ufficio marketing monitora i social e le recensioni su Google o su Trustpilot, segnalando eventuali recensioni negative. Successivamente, si effettuano specifiche verifiche con il capo filiale di riferimento per capire chi sia il cliente insoddisfatto e che tipologia di risposta si potrà fornire. Per ciò che concerne nello specifico i reclami, il 50% di essi entra da casa madre, il 35% è una segnalazione da sede centrale, l'11% dalle associazioni dei consumatori. Di seguito il dettaglio relativo al numero dei reclami. Tra essi il 24% riguarda l'annullamento del contratto commerciale mentre il 4% le segnalazioni a basso impatto.

Numero reclami ricevuti nell'anno di riferimento	11.266
Numero reclami presi in carico	11.266
Tempistica media per la gestione reclamo	27% 0 giorni 29% 1-5 giorni 13% 6-10 giorni 10% 11-20 giorni 11% 20-50 giorni 9% > 50 giorni
Numero reclami chiusi	11.184

Tabella 20 – Numero e gestione dei reclami

INTERVENTI SU IMPATTI RILEVANTI PER I CONSUMATORI E GLI UTILIZZATORI FINALI E APPROCCI PER LA MITIGAZIONE DEI RISCHI RILEVANTI E IL CONSEGUIMENTO DI OPPORTUNITÀ RILEVANTI IN RELAZIONE AI CONSUMATORI E AGLI UTILIZZATORI FINALI, NONCHÉ EFFICACIA DI TALI AZIONI

S4-4

L'ufficio marketing e comunicazione opera nelle tre macroaree seguenti:



ADV

Centro media per la creazione di campagne nazionali tramite budget Autotorino o delle Case Madri, pianificazione attività digital, sponsorizzazioni territoriali e organizzazione eventi. La comunicazione legata agli eventi sui territori viene in diversificata.



COMUNICAZIONE

Esterna (gestione canali social ed e-mail) e interna (gestione intranet, preparazione highlights settimanali riguardo il mondo Autotorino).



PRODUZIONE CONTENUTI

Factory creativa a capo della produzione di video, della pianificazione lato vendita e post-vendita e della gestione diretta degli eventi. Le pillole video, per esempio, offrono consigli dagli esperti su come ottimizzare i tempi di ricarica e la modalità di guida.

INTERVENTI SU IMPATTI RILEVANTI
PER I CONSUMATORI E GLI
UTILIZZATORI FINALI E APPROCCI
PER LA MITIGAZIONE DEI RISCHI
RILEVANTI E IL CONSEGUIMENTO
DI OPPORTUNITÀ RILEVANTI IN
RELAZIONE AI CONSUMATORI
E AGLI UTILIZZATORI FINALI,
NONCHÉ EFFICACIA DI TALI AZIONI

S4-4

Un tratto distintivo dell’ufficio marketing riguarda la capacità di esternalizzare le attività il meno possibile, mantenendo un solo fornitore esterno per le attività di comunicazione per essere più celeri e attenti. I costi di comunicazione verso l'esterno vengono monitorati e gli investimenti effettuati vengono rendicontati alle case madri, le quali possono decidere di riconoscere all’azienda un contributo. Inoltre, la comunicazione viene gestita in due aree:



Comunicazione sui prodotti commercializzati su base mensile tramite differenti canali (e-mail, social, pubblicità tradizionale)



Comunicazione relativa al brand Autotorino presentandone i tratti distintivi del DNA tramite sito web, social, newsletter clusterizzate su target specifici

Si sottolinea come l’impegno verso la comunicazione green sia in aumento: brand ad hoc è Autotorino Evolution che racchiude novità commerciali e editoriali sul tema elettrificazione.

A sostegno della attività di Marketing, nel corso dell’esercizio sono state effettuate attività di ricerca e sviluppo volte ad ampliare la Customer Base all’interno della Piattaforma Salseforce. Di seguito gli indici e le evolutive rilasciate nell’anno:

CUSTOMER BASE	
Profilati in Salesforce	
2.096.970	+ 9,3 vs 2022
957.359	+ 20,1 vs 200
555.133	+ 38,2 vs 2022

INTERVENTI SU IMPATTI RILEVANTI
PER I CONSUMATORI E GLI
UTILIZZATORI FINALI E APPROCCI
PER LA MITIGAZIONE DEI RISCHI
RILEVANTI E IL CONSEGUIMENTO
DI OPPORTUNITÀ RILEVANTI IN
RELAZIONE AI CONSUMATORI
E AGLI UTILIZZATORI FINALI,
NONCHÉ EFFICACIA DI TALI AZIONI

S4-4

	PREMI E RICONOSCIMENTI RICEVUTI
Premio Ichiban 2023	
Le concessionarie Autotorino Toyota hanno ricevuto il premio “Ichiban 2023”, assegnato da Toyota a livello mondiale ai Dealer che si sono distinti come punto di riferimento nel territorio, applicando la filosofia di "Best Retailer in Town", coniugando performance di vendita, customer experience e impegno verso l'innovazione aziendale, la sostenibilità e la responsabilità sociale.	
Touchpoint Awards 2023	
Il sito autotorino.it è stato premiato con il ‘Premio Speciale Touchpoint Ecosistemi Digitali’, per la customer experience garantita dalla nuova release del nuovo sito.	
Credit Reputation Awards	
Autotorino è stata ripetutamente encomiata con il Credit Reputation Awards 2022 e 2023, tra le 100 aziende italiane che hanno saputo distinguersi maggiormente per puntualità verso il Sistema Bancario e Finanziario durante l’anno precedente.	



INTERVENTI SU IMPATTI RILEVANTI PER I CONSUMATORI E GLI UTILIZZATORI FINALI E APPROCCI PER LA MITIGAZIONE DEI RISCHI RILEVANTI E IL CONSEGUIMENTO DI OPPORTUNITÀ RILEVANTI IN RELAZIONE AI CONSUMATORI E AGLI UTILIZZATORI FINALI, NONCHÉ EFFICACIA DI TALI AZIONI

S4-4

Netcomm Award 2023
Il sito autotorino.it è giunto nella rosa dei finalisti, posizionandosi terzo, ai Netcomm Award 2023, per la categoria Omnichannel. I Netcomm Award da 12 anni premiano le migliori realtà di e-commerce B2B e B2C che si distinguono per l’innovazione del modello di business, innovazione tecnologica, creatività, usabilità e trasparenza delle procedure adottate, efficacia e chiarezza delle informazioni del progetto sviluppato. In particolare, la categoria Omnichannel, dove si è affermato autotorino.it, focalizzava l’attenzione della giuria sulla capacità dell’azienda di gestire in maniera integrata i canali online e offline, consentendo al consumatore di vivere la stessa esperienza in tutti i touchpoint del suo customer journey.
Premio Industria Felix
Gruppo Autotorino è stato insignito ripetutamente dell’Alta Onorificenza di Bilancio ‘Premio Industria Felix’: nel 2018 e 2019 tra le aziende lombarde, nel 2020 – 2021 – 2022 - 2023 a livello nazionale. L’attribuzione nasce da un’indagine condotta, ogni anno, sui dati di bilancio di migliaia di imprese italiane, con un particolare focus su performance gestionali, affidabilità finanziaria e sostenibilità. Un’attività realizzata da Cerved, Università Luiss Guido Carli e A.C. Industria Felix, con il sostegno di Confindustria.

Interactive Key Awards 2023
Autotorino, unico Dealer, è stato premiato, per la seconda volta, durante l'Interactive Key Awards nella categoria e-commerce web e mobile.
Premio Innovazione Gestionale ADD
Si ricorda anche che la giuria dell’Automotive Dealer Day ha attribuito Premio Nazionale per l’Innovazione Gestionale al Gruppo Autotorino negli anni 2009 - 2013 - 2018. In particolare, nel 2018 è stato premiato il progetto NOPaper, che si fonda sul sistema di archiviazione documentale digitale e sui sistemi di firma sicura elettronica di contratti d’acquisto, ordini d’officina e altri documenti operativi. Progetto ancora oggi in evoluzione, porta ad un risparmio medio di 5 milioni di fogli di carta stampati all’anno. Nel 2022 più del 90% dei 56.000 contratti d’acquisto è stato sottoscritto digitalmente, di cui oltre il 20% in modalità remota, permettendo ai clienti di firmare i documenti comodamente da casa anche nelle ore serali a concessionaria chiusa, ovviando a spostamenti che comporterebbero emissioni e dispendio di tempo.

INTERVENTI SU IMPATTI RILEVANTI PER I CONSUMATORI E GLI UTILIZZATORI FINALI E APPROCCI PER LA MITIGAZIONE DEI RISCHI RILEVANTI E IL CONSEGUIMENTO DI OPPORTUNITÀ RILEVANTI IN RELAZIONE AI CONSUMATORI E AGLI UTILIZZATORI FINALI, NONCHÉ EFFICACIA DI TALI AZIONI

S4-4



Top Job Best Employers

Autotorino è stato individuato tra i 400 migliori datori di lavoro in Italia e certificato “TOP JOB - Italy's Best Employers” 2021/2022 e 2022/2023, dalla ricerca indipendente ITQF – La Repubblica, basata sul social listening realizzato con intelligenza artificiale, che ha raccolto oltre 2 milioni di citazioni online (social media, blog, forum, portali di lavoro, video) contenenti un riferimento sui 2.000 datori di lavoro analizzati; fra i 27 aspetti analizzati rientrano il clima di lavoro, lo sviluppo professionale, le prospettive di crescita, la sostenibilità ed i valori aziendali.

Premio Industria Felix

Gruppo Autotorino è stato insignito ripetutamente dell’Alta Onorificenza di Bilancio ‘Premio Industria Felix’: nel 2018 e 2019 tra le aziende lombarde, nel 2020 – 2021 – 2022 - 2023 a livello nazionale. L’attribuzione nasce da un’indagine condotta, ogni anno, sui dati di bilancio di migliaia di imprese italiane, con un particolare focus su performance gestionali, affidabilità finanziaria e sostenibilità. Un’attività realizzata da Cerved, Università Luiss Guido Carli e A.C. Industria Felix, con il sostegno di Confindustria.

OBIETTIVI LEGATI ALLA
GESTIONE DEGLI IMPATTI
RILEVANTI NEGATIVI, AL
POTENZIAMENTO DEGLI
IMPATTI POSITIVI E ALLA
GESTIONE DEI RISCHI
E DELLE OPPORTUNITÀ
RILEVANTI

S4-5

Di seguito i parametri di riferimento o eventuali KPI definiti per monitorare l'andamento delle newsletter e delle altre attività di comunicazione:

SOCIAL ORGANICO	- Engagement rate - Copertura media giornaliera - Follower - Impression - Interazioni
SOCIAL SPONSORED	- Copertura - Impression - CPA* = CPL* / CPC* - CTR (click-through-rate)
NEWSLETTER / DEM	- Numero destinatari totali - Delivery rate - Open rate - CTR (click-through-rate) - CTOR (click-to-open-rate) - Unsubscribe rate

*CPA = cost-per-action / CPL = cost-per-lead / CPC = cost-per-click

Per quanto riguarda BMW, l'azienda può inoltre confermare il raggiungimento di tutti i parametri CSI per vendita e assistenza caratterizzati da: Customer board con riunioni mensili; Issue management, gestione dei reclami; Test drive e Courtesy, gestione dei TD e dell'erogazione delle vetture di cortesia.

Nel 2024, si potrà migliorare la gestione delle recensioni sui social media al fine di rispondere in modo più efficiente alle lamentele dei clienti. Per raggiungere questo obiettivo, l'azienda potrebbe valutare la possibilità di collaborare con società esterne specializzate nella gestione dei commenti positivi, in modo da lasciare ad Autotorino la gestione prioritaria delle critiche e dei feedback negativi.

4.0

INFORMAZIONI SULLA GOVERNANCE

- Condotta delle imprese

CONDOTTA DELLE IMPRESE

ESRS G1

RUOLO DEGLI ORGANI DI AMMINISTRAZIONE, DIREZIONE E CONTROLLO

GOV-1

Come riferito all'interno del Modello di Organizzazione Gestione e Controllo e al paragrafo "Ruolo degli organi di amministrazione, direzione e controllo", lo statuto della Società prevede i seguenti Organi Sociali:



Assemblea dei soci (funzioni esclusivamente deliberative, le cui competenze sono circoscritte alle decisioni di maggior rilievo della vita sociale, con l'esclusione di competenze gestorie)



Consiglio di amministrazione (supervisione strategica e gestione d'impresa)



Collegio sindacale (funzione di controllo tramite verifica della regolarità dell'attività di amministrazione e dell'adeguatezza degli assetti organizzativi e contabili)

Il Consiglio di amministrazione dedica la massima cura nella definizione ed aggiornamento delle strutture organizzative e delle procedure operative, sia al fine di assicurare efficienza, efficacia e trasparenza nella gestione delle attività e nell'attribuzione delle correlative responsabilità, sia allo scopo di ridurre al minimo disfunzioni, malfunzionamenti ed irregolarità (tra i quali si annoverano anche comportamenti illeciti o comunque non in linea con quanto indicato dalla Società). Quali specifici strumenti già esistenti e diretti a programmare la formazione e l'attuazione delle decisioni aziendali e a effettuare i controlli sull'attività di impresa, anche in relazione ai reati e agli illeciti da prevenire, la Società ha individuato:

- le regole di corporate governance
- il sistema di gestione della qualità (UNI EN ISO 9001:2015)
- il sistema dei poteri e delle deleghe
- il codice etico

Inoltre, l'operato delle figure apicali e l'adeguatezza del Modello sono vigilati dall'Organismo di Vigilanza (OdV), un ente interno alla Società dotato di autonomi poteri di iniziativa e di controllo. I componenti dell'Organismo di Vigilanza sono nominati dal CdA e durano in carica tre anni, ai sensi del regolamento vigente.

**DESCRIZIONE DEI PROCESSI
PER INDIVIDUARE E VALUTARE
GLI IMPATTI, I RISCHI E LE
OPPORTUNITÀ RILEVANTI**

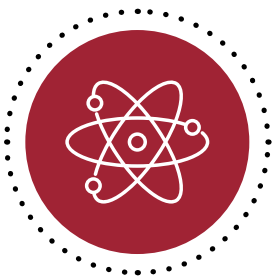
IRO-1

Gli impatti, i rischi e le opportunità relative alla condotta delle imprese vengono valutate dalla direzione aziendale attraverso il processo definito dallo specifico Modello di organizzazione, gestione e controllo ai sensi del Decreto 231/01, nella convinzione che ciò costituisca, oltre che un valido strumento di sensibilizzazione di tutti coloro che operano nell’interesse o a vantaggio della Società, affinché tengano comportamenti corretti e lineari, anche un efficace mezzo di prevenzione contro il rischio di commissione dei reati e degli illeciti amministrativi previsti dalla normativa di riferimento.

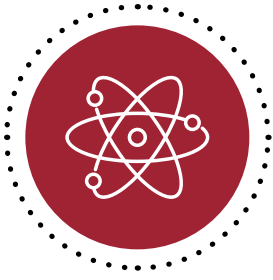
Il Consiglio di amministrazione ha ritenuto di istituire un processo di risk assesment e risk management, adottando le azioni qui di seguito elencate: identificazione e mappatura delle aree e delle attività aziendali; correlazione delle aree e delle attività aziendali rispetto alle fattispecie di Reato con conseguente mappatura dettagliata delle Aree e delle Attività a rischio di reato da sottoporre ad analisi e monitoraggio; analisi del clima etico e organizzativo attualmente presente, effettuata tramite tecniche di self assesment, al fine di valutare alcune variabili del contesto aziendale idonee ad influenzare in senso inibitorio l’inclinazione a delinquere (spinta etica apicale, spinta etica del management, clima etico aziendale, chiarezza organizzativa e competenza del personale, politica retributiva, situazione economica e finanziaria dell’ente, adeguatezza del sistema dei controlli interni e relative capacità preventive, adeguatezza del sistema formativo, correttezza e liceità dei mercati di riferimento e approccio dell’ente ai mercati stessi, grado di accettazione delle azioni preventive o correttive, adegua-

tezza del sistema sanzionatorio e disciplinare); analisi dei protocolli in essere con riferimento alle Attività a rischio di reato e definizione delle eventuali implementazioni finalizzate a garantire l’adeguamento alle prescrizioni del Decreto; identificazione dell’Organismo di Vigilanza in un organo costituito ad hoc dalla Società ed attribuzione al medesimo di specifici compiti di vigilanza circa l’efficacia e l’effettività del Modello; definizione dei flussi informativi nei confronti dell’Organismo di Vigilanza e da questi agli Organi Sociali.

Il Consiglio di amministrazione deve altresì garantire l’implementazione e il rispetto effettivo dei Protocolli nelle aree aziendali “a rischio di reato”, anche in relazione ad esigenze di adeguamento future. A tal fine il Consiglio di amministrazione si avvale:



dei responsabili delle varie strutture organizzative della Società in relazione alle Attività a rischio di reato dalle stesse svolte;



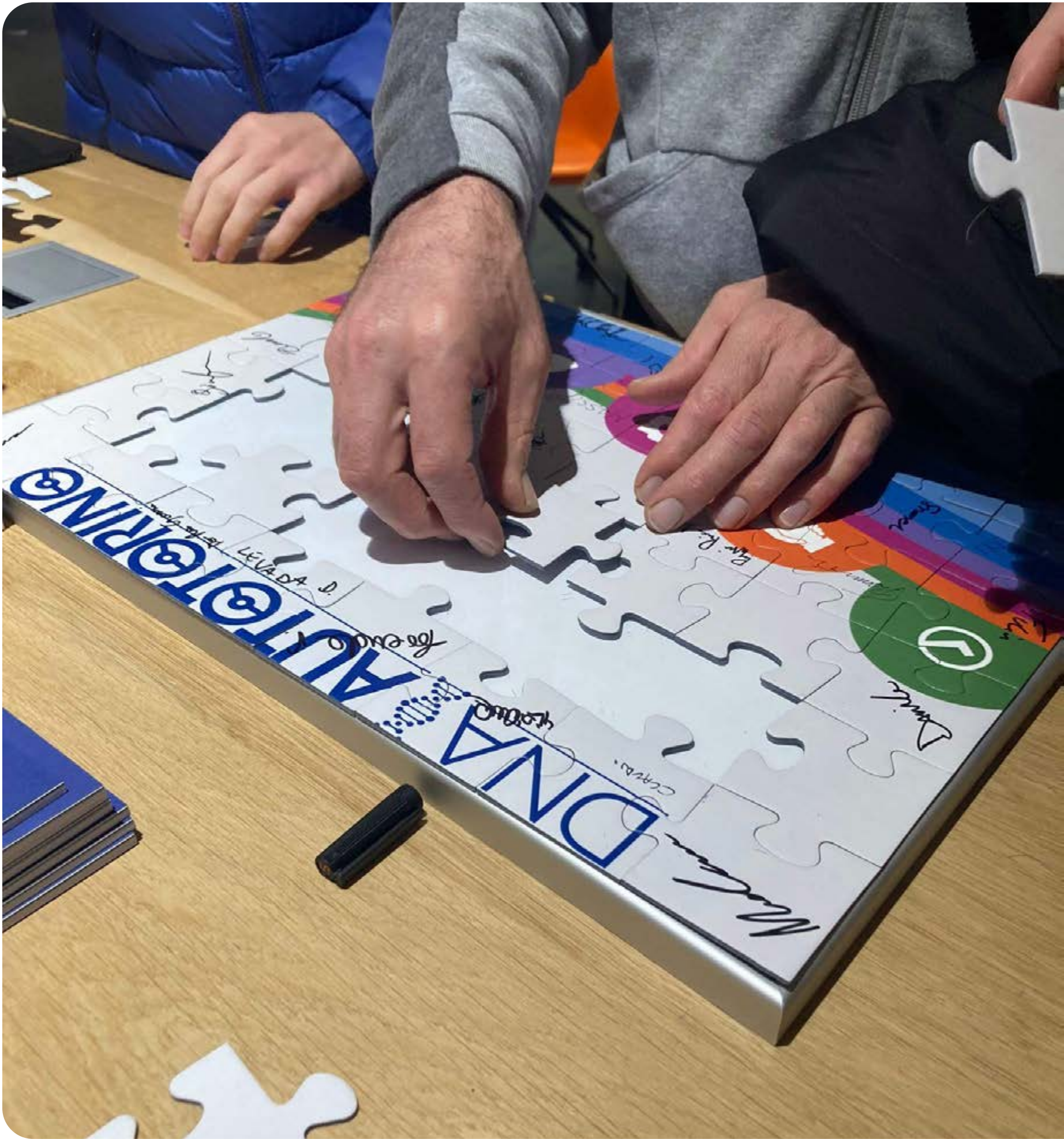
dell’Organismo di Vigilanza, cui sono attribuiti autonomi poteri di iniziativa e di controllo sulle Attività a rischio di reato e conduce attività di monitoraggio che riporta al CdA;

**POLITICHE IN MATERIA
DI CULTURA D'IMPRESA E
CONDOTTA DELLE IMPRESE**

IRO-1

Autotorino, attraverso l’approvazione e la diffusione del proprio Codice di Condotta e delle policy collegate si impegna a rispettare i principi riconosciuti internazionalmente di etica aziendale e di cultura d’impresa, compresi la lotta alla corruzione attiva e passiva.

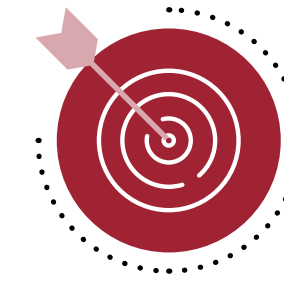
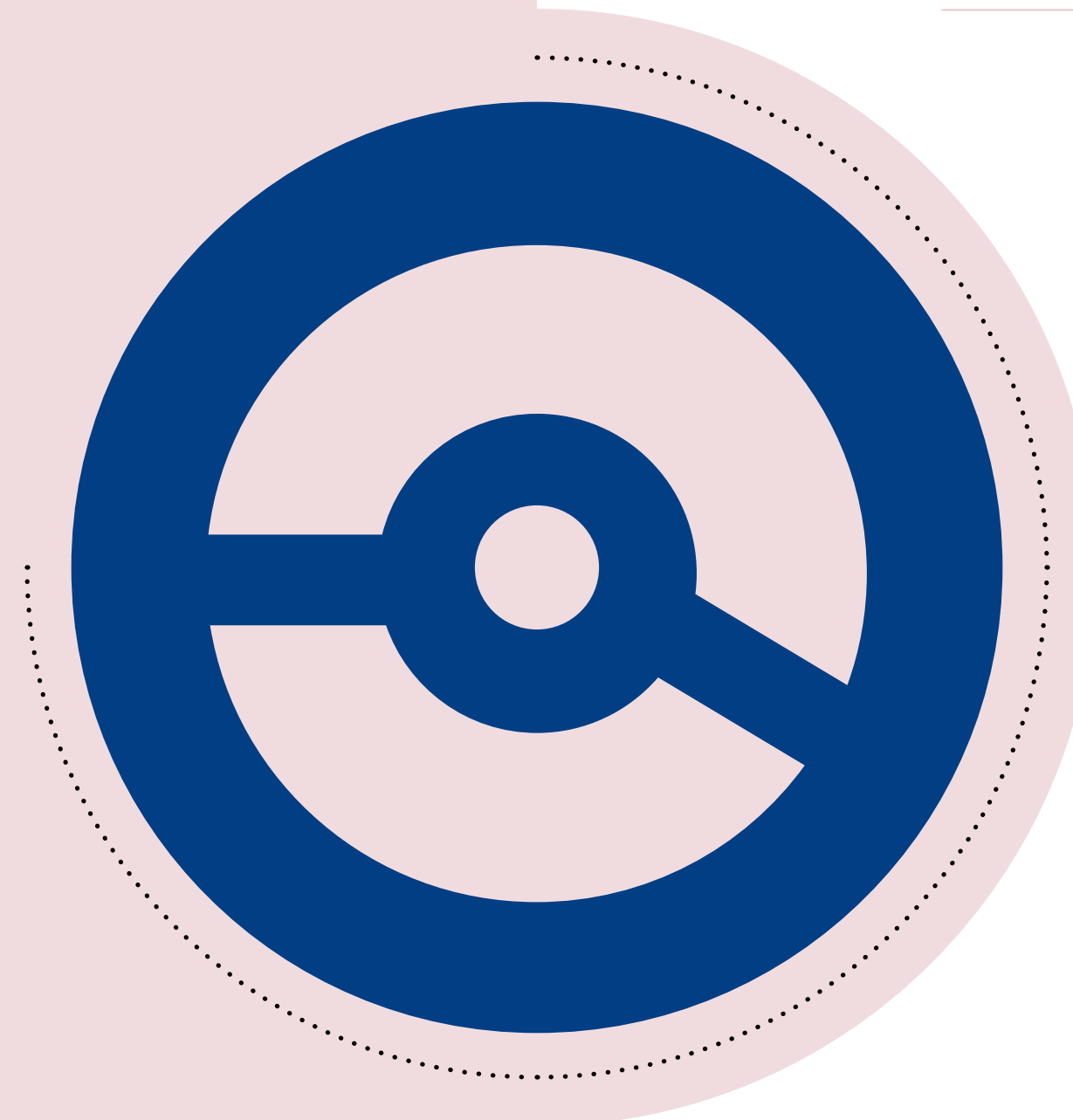
Inoltre, in ottica di cultura d’impresa ha definito la propria identity tramite il progetto dna Autotorino, nato per consolidare, codificare e proiettare con vigore nel futuro, attraverso ciascuno di noi, la cultura e i valori che costituiscono l’identità maturata in oltre 55 anni di storia. Un percorso che ha contribuito ad aumentare l’attrattività verso chi condivide i valori, a esplorare il paradigma degli asset non tangibili, costruire un sistema di coerenze robusto e condiviso, alimentare distintività e riconoscibilità del brand e sapersi raccontare partendo dal “perché”. Una condivisione di consapevolezza che porterà ad aumentare il vantaggio competitivo dell’azienda.



MISSION

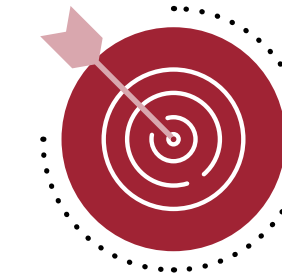
**Creiamo valore,
costruendo rapporti di fiducia.
Lo facciamo migliorando
continuamente la nostra
capacità di ascolto e il
nostro metodo condiviso.**

Per riuscirci, l'elemento centrale è la fiducia, che generiamo grazie a due leve principali. La prima è l'ascolto dei clienti interni ed esterni: la qualità che esprimiamo dipende dalla capacità di fare le cose giuste nel modo migliore. La seconda è un metodo in continuo perfezionamento che ci consente di prendere degli impegni e rispettarli.



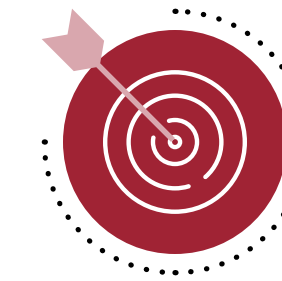
VALORE PER I CLIENTI

Troviamo proattivamente la migliore risposta alle esigenze di mobilità, facendo la differenza nelle piccole e nelle grandi cose.



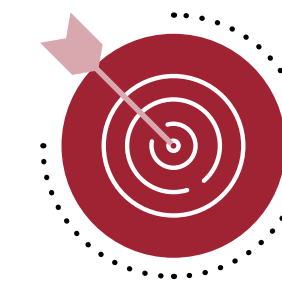
VALORE PER I COLLABORATORI

Creiamo un ambiente di lavoro stimolante, in cui mettersi in gioco ed esprimere il proprio potenziale, sentendosi parte di una comunità.



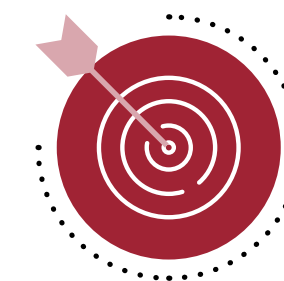
VALORE PER I PARTNER

Puntiamo alla soddisfazione reciproca, coltivando un rapporto trasparente, responsabile e di stimolo vicendevole.



VALORE PER IL TERRITORIO

Partecipiamo attivamente al benessere dei luoghi in cui viviamo e operiamo attraverso azioni concrete.



VALORE PER L'AZIENDA

Costruiamo una realtà attrattiva, sana, solida e in continuo rinnovamento.

VISION

Abbiamo in testa una immagine a cui tendere: laddove operiamo, chiunque abbia un'esigenza di mobilità, in tutte le sue possibili forme, deve pensare a noi di Autotorino come ad una delle principali alternative.

Non vogliamo conquistare solo quote di mercato, ma anche quote di fiducia. Raggiungere tale risultato significa aver lavorato con successo ed essere stati coerenti con la nostra missione.



POLITICHE IN MATERIA
DI CULTURA D'IMPRESA E
CONDOTTA DELLE IMPRESE

IRO-1

I NOSTRI VALORI

Una caratteristica peculiare di Autotorino è la condivisione. Per questo motivo per costruire un’identità autentica e fonte di ispirazione, l’azienda nel 2023 ha condiviso con i propri dipendenti un questionario che ha permesso di raccogliere feedback in tema di clima interno.

In particolare, i dipendenti hanno avuto modo di esprimere un parere per ognuno dei cinque valori identificati, spiegando se il valore stesso viene messo in pratica nel proprio reparto e come questo sia migliorato nel tempo.



FLAG VERDE

- Segui il processo
- Perchè si è bloccato? Attivati e sbloccalo
- Se non ci riesci, alza la mano
- Se vedi una mano alzata, attivati: i problemi vanno risolti
- Dietro ogni processo c'è un cliente, e se fossi tu?
- I dettagli fanno la differenza



VIVA LA FIDUCIA

- Ci piace la fiducia: se vuoi riceverla, dalla
- Fai gioco di squadra
- Dai la mano e dai una mano
- Soddisfatto o rimborsato
- Credi nel metodo, fidati del team
- Rispetta il tempo, tuo e degli altri
- Passa dal "voi" al "noi"

POLITICHE IN MATERIA
DI CULTURA D'IMPRESA E
CONDOTTA DELLE IMPRESE

IRO-1



#NOFILTER

- Pane al pane, vino al vino
- Trasparenza: dire e vedere le cose per quello che sono
- Parti dal dato: misura quello che fai e crea con consapevolezza
- Ascolta, ragiona, agisci
- Comunica in maniera efficace
- Esprimi te stesso, rispettando gli altri



AVANTI TUTTA

- Op-Op-Op! Dacci dentro
- Alza l'asticella e lancia il cuore oltre l'ostacolo
- Allenati per crescere: non sentirti arrivato
- Raccogli le sfide, proponile
- Mettici del tuo: se hai un'idea di miglioramento, condividila
- Non dimenticarti di essere concreto: i buoni propositi vanno messi a terra
- Pensa positivo, metti passione
- Divertiti in quello che fai

POLITICHE IN MATERIA
DI CULTURA D'IMPRESA E
CONDOTTA DELLE IMPRESE

IRO-1



IO AUTOTORINO

- Tu sei l'azienda
- Sei parte di una comunità, sii di esempio
- Questa è casa tua: sorridi, saluta, sii ordinato, guardati intorno e sistema quello che non va, rispetta i colleghi e i clienti
- Come possiamo aiutarla? Il piacere di essere utile
- Crea valore nel tuo terrtirio: rispettalo, sostienilo, vivilo
- Trova una buona ragione per fare una cosa e non cento per non farla
- Indossa la maglia (e il portatarga) con orgoglio
- Cerca la soluzione nei nostri valori



**GESTIONE DEI RAPPORTI
CON I FORNITORI**

GI-2

Per organizzare al meglio la gestione dei propri fornitori, Autotorino si è dotata di una procedura specifica all'interno del proprio Sistema di Gestione della Qualità. Inoltre, nel 2024 sarà cura della Società migliorare il processo di selezione e gestione della propria supply chain tramite l'implementazione di uno specifico applicativo. Esso permetterà di organizzare i contratti stipulati con i fornitori e di implementare specifici criteri di selezione e valutazione degli stessi. Allo scopo, vengono gestiti in modalità controllata:

- I processi di selezione, valutazione, qualifica e sorveglianza dei fornitori
- I processi di acquisto

Autotorino in quanto titolare di un mandato per la vendita ed il post-vendita può acquistare direttamente da Casa Madre o da altri fornitori: vettura; ricambi e accessori; servizi vari ed attrezzature*.

Autotorino seleziona e qualifica i propri fornitori tramite un processo che si differenzia per fornitori “storici” (fornitori esistenti già prima dell'introduzione del sistema per la gestione della qualità) e per nuovi fornitori.

**Ad esempio: formazione, finanziamento e leasing, accessoristica, attrezzature, hardware e software, grafica, etc.*



**PREVENZIONE
E INDIVIDUAZIONE
DELLA CORRUZIONE
ATTIVA E PASSIVA**

GI-3

Autotorino, si è dotata di un Modello organizzativo ai sensi del decreto 231/01 anche a tutela della commissione dei seguenti reati:

- corruzione per l’esercizio della funzione
- corruzione per un atto contrario ai doveri d’ufficio
- corruzione in atti giudiziari
- corruzione tra privati
- istigazione alla corruzione
- concussione
- induzione indebita a dare o promettere utilità

Tutte le persone con collaborano con noi sono formate in modo specifico sui contenuti del modello, le politiche e le procedure adottate dalla Società sulla base del Modello stesso, del Codice Etico, Codi-

ce Comportamentale Anticorruzione e Codice Comportamentale nei confronti della Pubblica Amministrazione, nonché sulle conseguenze che comportamenti contrari a tali documenti possono avere con riguardo ai rapporti contrattuali. Agli ulteriori Destinatari, in particolare fornitori e consulenti sono fornite da parte delle funzioni aventi contatti istituzionali con gli stessi, sotto il coordinamento dell’Organismo di Vigilanza, apposite clausole contrattuali che informano dei contenuti del Modello Aziendale.

Tramite il Codice Comportamentale Anticorruzione l’azienda dichiara la propria posizione di assoluta intransigenza nei confronti di qualsiasi forma di abuso d’ufficio e corruzione, anche nei confronti del personale di imprese private e ha definito degli standard basati sulla “tolleranza zero”.

**CASI ACCERTATI
DI CORRUZIONE
ATTIVA O PASSIVA**

GI-4

Nell’anno 2023 non sono stati registrati casi di corruzione attiva o passiva né di conseguenza multe o sanzioni in materia.

Seguici!

