



COLFERT
Società Benefit

Relazione d'impatto 2022

Per il bene comune,
il bene di tutti.

YCO

L'emozione di vivere all'aperto

Indice dei contenuti

Introduzione

• Lettera dell'Amministratore Delegato di <i>Mirco Zanato</i> _____	3
• Introduzione alla prima relazione d'impatto COLFERT di <i>Silvia Crosato</i> _____	5

Identità aziendale COLFERT

La storia di COLFERT _____	6
Mission _____	8
Vision e Valori _____	9
Dichiarazione dei diritti del cliente _____	10
Golden Circle _____	11
L'organigramma _____	12
I numeri di COLFERT _____	13
Rating di legalità _____	14
Cribis _____	15
1.000 imprese best performer Treviso _____	15

COLFERT società benefit

Cosa sono le Società Benefit? _____	16
Le Società Benefit in Italia _____	18
COLFERT diventa Società Benefit _____	20

Nota metodologica _____

21

Mappatura stakeholder _____

22

Analisi materialità

Analisi di materialità _____	23
Matrici di materialità, di importanza e di performance _____	24

BIA

Cos'è il BIA _____	26
Report BIA COLFERT _____	27

SDG

Cosa sono gli SDG _____	28
SDGs Action Manager _____	31
Report SDGs COLFERT _____	32

Finalità di beneficio comune

Finalità 1 _____	34
Risultati 2022 _____	35
Obiettivi 2023 _____	37
Focus _____	40

Finalità 2 _____	42
Risultati 2022 _____	43
Obiettivi 2023 _____	45
Focus _____	46

Finalità 3 _____	48
Risultati 2022 _____	49
Obiettivi 2023 _____	52
Focus _____	54

Finalità 4 _____	55
Risultati 2022 _____	56
Obiettivi 2023 _____	56
Focus _____	57

Conclusioni _____

59





La prima relazione d'Impatto COLFERT



È per me un enorme piacere presentarvi e accompagnarvi nella lettura della nostra prima relazione di impatto.

MIRCO ZANATO

Stiamo vivendo un cambiamento epocale che riguarda le nostre abitudini personali e di fare impresa. È ormai chiaro che un'economia impostata su una crescita illimitata in un mondo finito non è più sostenibile.

L'uomo e l'ambiente sono sempre più il punto focale dell'economia del futuro e non viceversa. Ecco perché le aziende non possono più basare la propria crescita solamente sugli indicatori economici: questo approccio fa ormai parte di un passato sempre più remoto. Colfert crede che il suo successo passi attraverso il benessere dei propri collaboratori e di tutti gli stakeholder e nel 2022 abbiamo dato maggiore trasparenza alle nostre azioni diventando Società Benefit. Cambiare il nostro statuto rendendo chiare le nostre finalità di beneficio comune quali il miglioramento continuo verso la sostenibilità ambientale e sociale, sostegno al territorio in cui si è presenti, creare e mantenere un clima di lavoro positivo ed inclusivo e confrontarsi e interagire con altre imprese, sono azioni che fanno parte del nostro DNA, ma misurarle e migliorarle di anno in anno è per noi uno stimolo che ci rende ancora più orgogliosi delle nostre azioni quotidiane. Prendere atto di quanto fatto finora, porci obiettivi lungimiranti che non riguardano solo l'aspetto economico, sentirci parte integrante e responsabili del futuro del pianeta e quindi dei nostri figli, rafforza i nostri valori e il nostro senso di appartenenza alla società.

Questa prima relazione di impatto è il frutto di 55 anni di passione per il nostro lavoro, di dedizione alle persone e al territorio, di un costante spirito di innovazione di tutti i collaboratori di COLFERT. Un sentito e commosso ringraziamento a tutti coloro che hanno reso possibile poter parlare di COLFERT ogni giorno con fierezza.



”

*Lo sviluppo sostenibile è quello sviluppo
che consente alla generazione presente
di soddisfare i propri bisogni senza
compromettere la possibilità delle
generazioni future di soddisfare i propri.*

“

[#noisiamolacolfert](#)



Cosa sono le Società benefit e la figura del Responsabile d'Impatto

SILVIA CROSATO

Responsabile delle Risorse Umane e Responsabile Sostenibilità

Se le Società tradizionali esistono con l'unico scopo di distribuire dividendi agli azionisti, le Società Benefit sono invece espressione di un paradigma più evoluto: integrano nel proprio oggetto sociale, oltre agli obiettivi di profitto, lo scopo di avere un impatto positivo sulla società e sull'ambiente. Le Società Benefit sono quindi a tutti gli effetti Società a scopo di lucro che, nel perseguire la massimizzazione del proprio profitto, si impegnano **volontariamente** per "creare e restituire valore" al contesto nel quale operano mediante il costante bilanciamento degli interessi di stakeholder e shareholder.

Quando abbiamo deciso di formalizzare il nostro percorso di responsabilità sociale e di diventare Società Benefit sapevamo in fondo di essere già sulla buona strada: avevamo infatti la percezione, corroborata dai fatti, che già molte delle nostre azioni rispondevano a questo requisito.

È stato quindi relativamente facile, e quasi spontaneo, riconoscere come pratiche sostenibili molte delle nostre azioni nate inizialmente con lo scopo di efficientare, razionalizzare e ottimizzare i processi. Tuttavia ora che abbiamo pubblicamente reso note le nostre intenzioni, con la modifica dell'art. 3 del nostro Statuto e l'introduzione di quattro finalità di beneficio comune, quello che ci interessa veramente è **permeare, in particolare a monte e non a valle, i nostri processi per renderli rispettosi di quanto abbiamo dichiarato di voler fare e capaci di generare valore nel medio-lungo periodo.**

Per fare questo, e non solo, esiste la figura del Responsabile d'Impatto: essa rappresenta una delle peculiarità nella Governance della Società Benefit e si tratta del soggetto responsabile del perseguimento degli obiettivi specifici coerenti con le finalità di beneficio comune.

In generale il Responsabile d'impatto deve:

- coinvolgere tutte le funzioni aziendali nell'implementazione e nell'attuazione del piano di beneficio comune;
- supportare gli amministratori nel fornire informazioni e dati del contesto socio-economico e ambientale nel

quale l'impresa opera;

- garantire la trasparenza dei risultati dell'impatto con la pubblicazione sul sito e altri canali di comunicazione del report d'impatto.

Più nel dettaglio rientrano tra i suoi compiti:

- l'adozione di uno standard di valutazione esterno per la valutazione degli impatti generati dalle attività caratteristiche: in COLFERT abbiamo adottato il BIA;
- l'individuazione degli obiettivi funzionali al raggiungimento del beneficio comune;
- il coordinamento dell'attuazione delle attività funzionali al perseguimento del beneficio comune;
- il supporto agli amministratori nel monitoraggio delle azioni definite per il raggiungimento del beneficio comune e nella predisposizione della relazione annuale in cui sia data evidenza delle attività realizzate per il perseguimento del beneficio comune.

Con questa prima relazione abbiamo cercato di misurare l'impatto generato dalle nostre azioni nel 2022 ma soprattutto ci siamo spesi per individuare e condividere obiettivi sfidanti per il 2023 che ci impegniamo a misurare non solo dal punto di vista quantitativo ma anche e soprattutto dal punto di vista qualitativo.

Vi presentiamo quindi la nostra prima relazione: noi ce l'abbiamo messa tutta per renderla un documento completo, onesto, trasparente e al contempo ambizioso.

Con l'auspicio che questo documento sia per voi un modo nuovo e interessante di conoscerci meglio vi auguriamo una buona lettura.



La Storia di COLFERT



1967
FONDAZIONE

1999
PRIMO COLFERT NEWS



2018
NASCITA DEL GOLDEN CIRCLE

2015
PRODUZIONE 1ª PERGOLA BIOCLIMATICA

2014
PRIMO APPROCCIO ALLA LEAN ORGANIZATION



2019
COLFERTEXPO PRESENTA YED

2020
NASCITA DEL DIPARTIMENTO OUTDOOR YCO

COLFERT
expo

yed YELLOW EXPO DAYS



YCO
L'emozione di vivere all'aperto

L'IDENTITÀ AZIENDALE COLFERT

COLFERT

Dietro ogni impresa di successo
c'è qualcuno che ha preso
una decisione coraggiosa



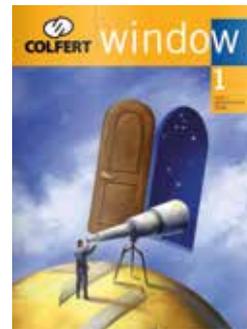
→ **2003** →
PRIMO COLFERT EXPO



→ **2004** →
NASCE IL SERVIZIO
EXPRESS



→ **2008** →
PUBBLICAZIONE
1° COLFERT WINDOW



← **2010** ←
STESURA DEI DIRITTI DEL CLIENTE

Le responsabilità responsabili di Colfert esprimono il desiderio di stabilire chiaramente i principi e gli ideali che ci guidano nei rapporti con i clienti. Gestiamo Colfert nel modo in cui pensiamo un business debba essere gestito. Quando di seguito elenchiamo quelli che consideriamo essere i diritti inalienabili dei nostri clienti.

Ci aspettiamo di essere trattati equamente in qualunque momento, neppure parlando di punti deboli o perdite di clienti.

- In quanto clienti avete diritto ad essere trattati come esseri umani, individuali, dotati di emozioni e aspettative, con disponibilità, onestà e rispetto. Il rispetto di ogni persona è elemento fondante di tutti i rapporti.
- In quanto clienti avete diritto al pieno valore del vostro denaro. Quando compilate un preventivo dovete essere certi che si è trattato di un buon rapporto e che il prodotto è esattamente come è stato rappresentato. In caso contrario avete diritto ad una garanzia e assistenza completa. Ciò vale soprattutto quando compilate un preventivo senza vederla da un installatore o per telefono.
- In quanto clienti avete diritto a una consegna rapida. Colto l'occasione conviene il prodotto a sviluppo rilevante essere spedito al massimo dopo 24 ore dall'ordine e senza compromessi non oltre le 48 ore dall'ordine.
- In caso di ritardo, avete diritto ad essere immediatamente informati della causa, unitamente a una personale scusa sulla data di spedizione prevista.
- In quanto clienti avete diritto a servizi veloci, cortesi e competenti. Avete diritto a tutte le scelte che si possono dare per trovare il vostro prodotto o risposta di cui avete bisogno.
- In vostro problema, nella formazione, avete diritto a parlare o corrispondere con un'alta persona in modo che il problema possa essere risolto immediatamente sulla base di miglioramenti, se del caso, possibile.

Un grande cliente avete diritto ad essere trattato esattamente come nessuno essere trattato nel grande come i clienti di qualsiasi altro.

← **2009** ←
NASCONO I VALORI
COLFERT



L'IDENTITÀ AZIENDALE COLFERT

→ **2021** →
ACQUISIZIONE
VARESINA ACCESSORI



NASCITA DI
ERMETEC SRL



→ **2022** →
COLFERT DIVENTA
SOCIETÀ BENEFIT

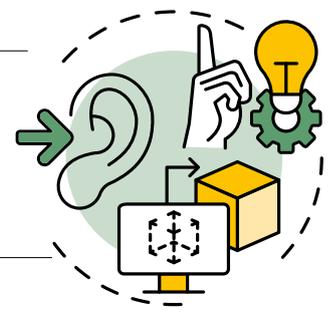


COLFERT



La mission

6 parole, semplici, chiare e dirette



Ogni periodo ha una storia a sè e va affrontato con passione, convinzione e lungimiranza; proprio per questo abbiamo sentito l'esigenza di chiarire, a noi stessi in primis, da dove veniamo e cosa facciamo ogni giorno nel nostro lavoro. Le parole sono importanti perché sono alla base del nostro agire. Definire correttamente e in maniera profonda come intendiamo affrontare quotidianamente il nostro lavoro e la nostra vita ci aiuta a non perderci in azioni che non portano da nessuna parte e quindi fanno perdere tempo a noi e a chi ci segue. Siamo il risultato delle nostre azioni, per questo siamo responsabili

di qualsiasi cosa facciamo o diciamo. Ogni prodotto, ogni servizio pensato, deve nascere dall'ascolto del mercato e quindi dei clienti, dare gli stimoli per creare un progetto che si trasformi in una soluzione eccellente.

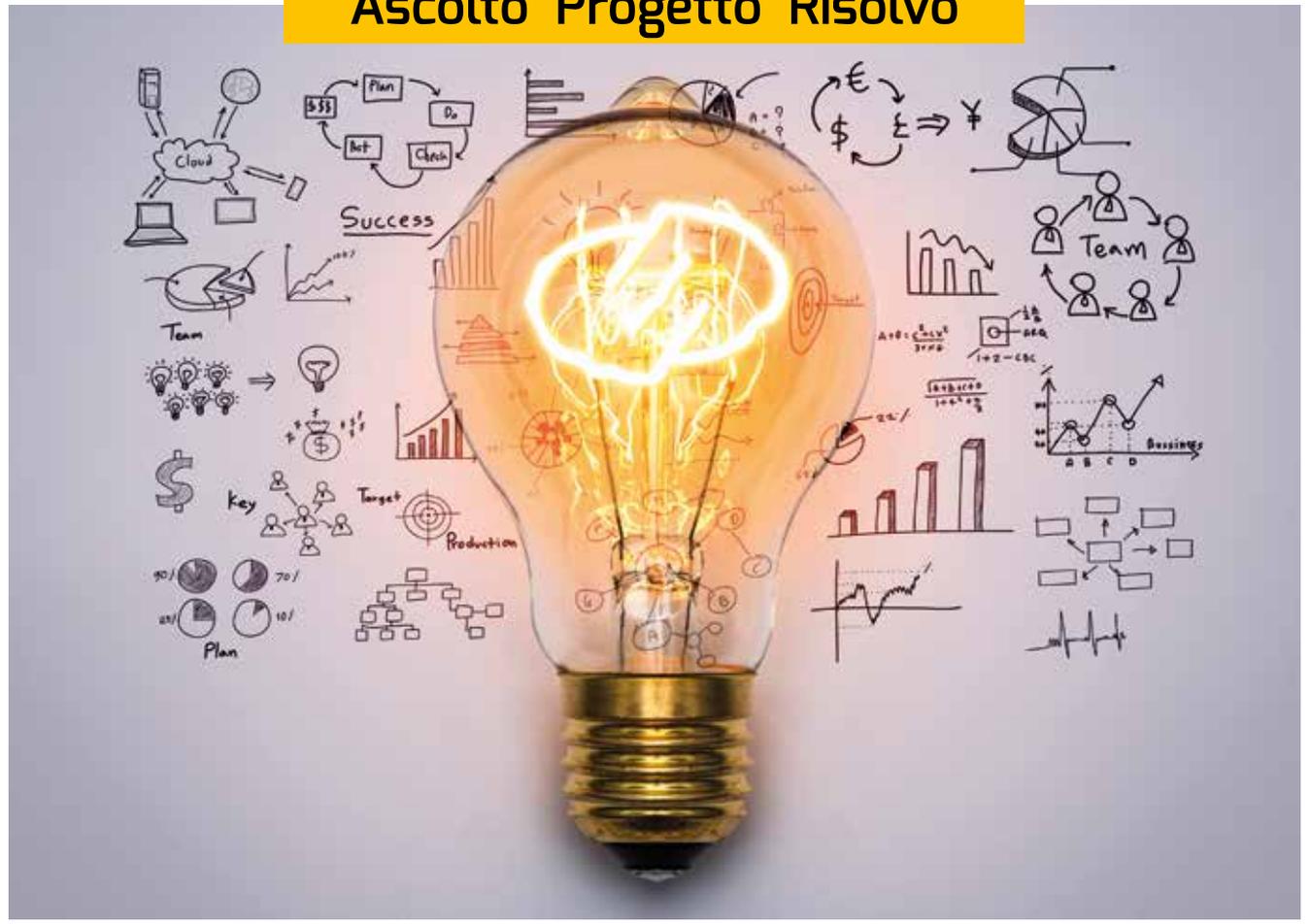
Creare Soluzioni Eccellenti

Ascolto Progetto Risolvo

Sei parole, semplici, chiare e dirette. Che rendono trasparente cosa deve essere prodotto da ogni collaboratore di COLFERT nel momento in cui viene intrapresa una nuova azione.

Creare Soluzioni Eccellenti

Ascolto Progetto Risolvo



Vision e Valori



VISION

Una scatola gialla da ogni produttore e rivenditore di serramenti in Italia

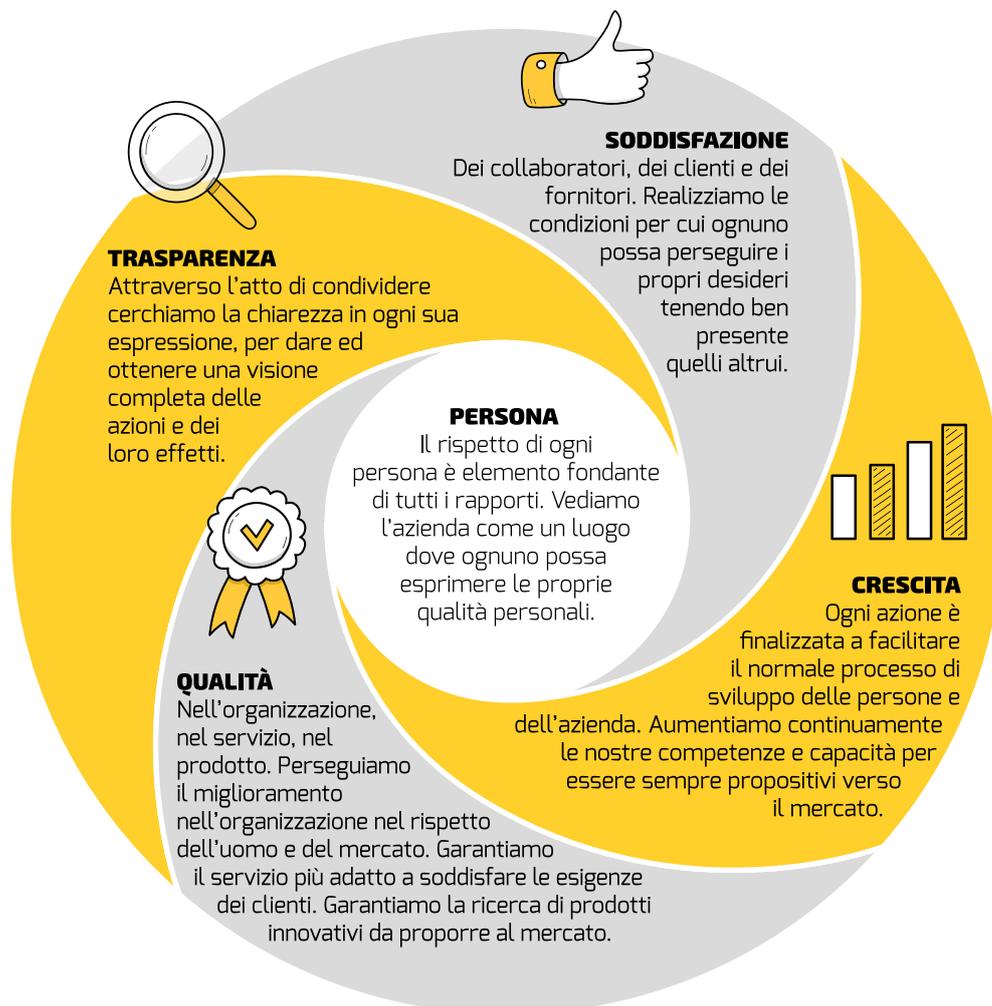
Abbiamo voluto dare una visione concreta, tramite un'immagine, di cosa e dove vuole arrivare COLFERT in futuro.

Questa visione ci serve per raggiungere nuovi traguardi e pensare a creare un'azienda con delle soluzioni eccellenti per tutte quelle imprese

che, come noi, si occupano del mondo del serramento in Italia.

Il termine visione (vision) è utilizzato nella gestione strategica per indicare la proiezione di uno scenario futuro che rispecchia gli ideali, i valori e le aspirazioni di chi fissa gli obiettivi e incentiva all'azione.

VALORI





Dichiarazione dei diritti del cliente



I sottoscritti responsabili di COLFERT esprimono il desiderio di stabilire chiaramente i principi e gli ideali che ci guidano nei rapporti con i clienti. Gestiamo COLFERT nel modo in cui pensiamo un business debba essere gestito. Quindi di seguito elenchiamo quelli che consideriamo essere i diritti inalienabili dei nostri clienti.

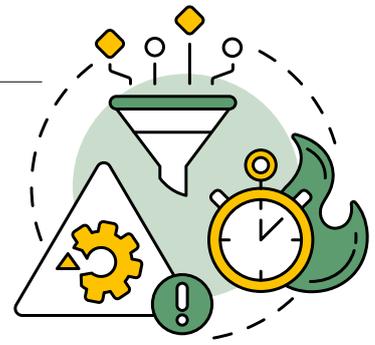
Ci aspettiamo di essere ritenuti responsabili in qualunque momento non garantissimo qualcuno di questi diritti a qualsiasi cliente.

- In quanto clienti avete diritto ad essere trattati come esseri umani individuali, dotati di emozioni e aspettative, con disponibilità, onestà e rispetto. Il rispetto di ogni persona è elemento fondante di tutti i rapporti.
- In quanto clienti, avete diritto al pieno valore del vostro denaro. Quando comprate un prodotto dovrete essere certi che si è trattato di un buon acquisto e che il prodotto è esattamente come è stato rappresentato. In caso contrario avete diritto ad una garanzia e assistenza completa. Ciò vale soprattutto quando comprate un prodotto senza vederlo, da un catalogo o per telefono.
- In quanto clienti, avete diritto a una consegna rapida. Salvo indicazione contraria, il prodotto a catalogo dovrebbe venire spedito al massimo dopo 24 ore dall'ordine e venirvi consegnato non oltre le 48 ore dall'ordine.
- In caso di ritardo, avete diritto ad essere immediatamente informati della cosa, unitamente a una previsione onesta sulla data di spedizione prevista.
- In quanto clienti avete diritto a risposte veloci, cortesi e competenti. Avete diritto a tutto l'aiuto che vi possiamo dare per trovare l'esatto prodotto o informazione di cui avete bisogno.
- Se esistono problemi nella transazione, avete diritto a parlare o corrispondere con un'altra persona in modo che il problema possa venire risolto immediatamente sulla base più mutualmente soddisfacente possibile.

In quanto clienti avete diritto ad essere trattati esattamente come vorremmo essere trattati noi quando siamo clienti di qualcun altro.



The Golden Circle



Perché COLFERT esiste?

È per rispondere a questa domanda che nel 2018 abbiamo deciso di raccontarci attraverso il Golden Circle. Il golden circle è una rappresentazione grafica che esalta

la descrizione della motivazione che ha sancito la creazione di COLFERT attraverso tre cerchi concentrici.

PERCHÉ:

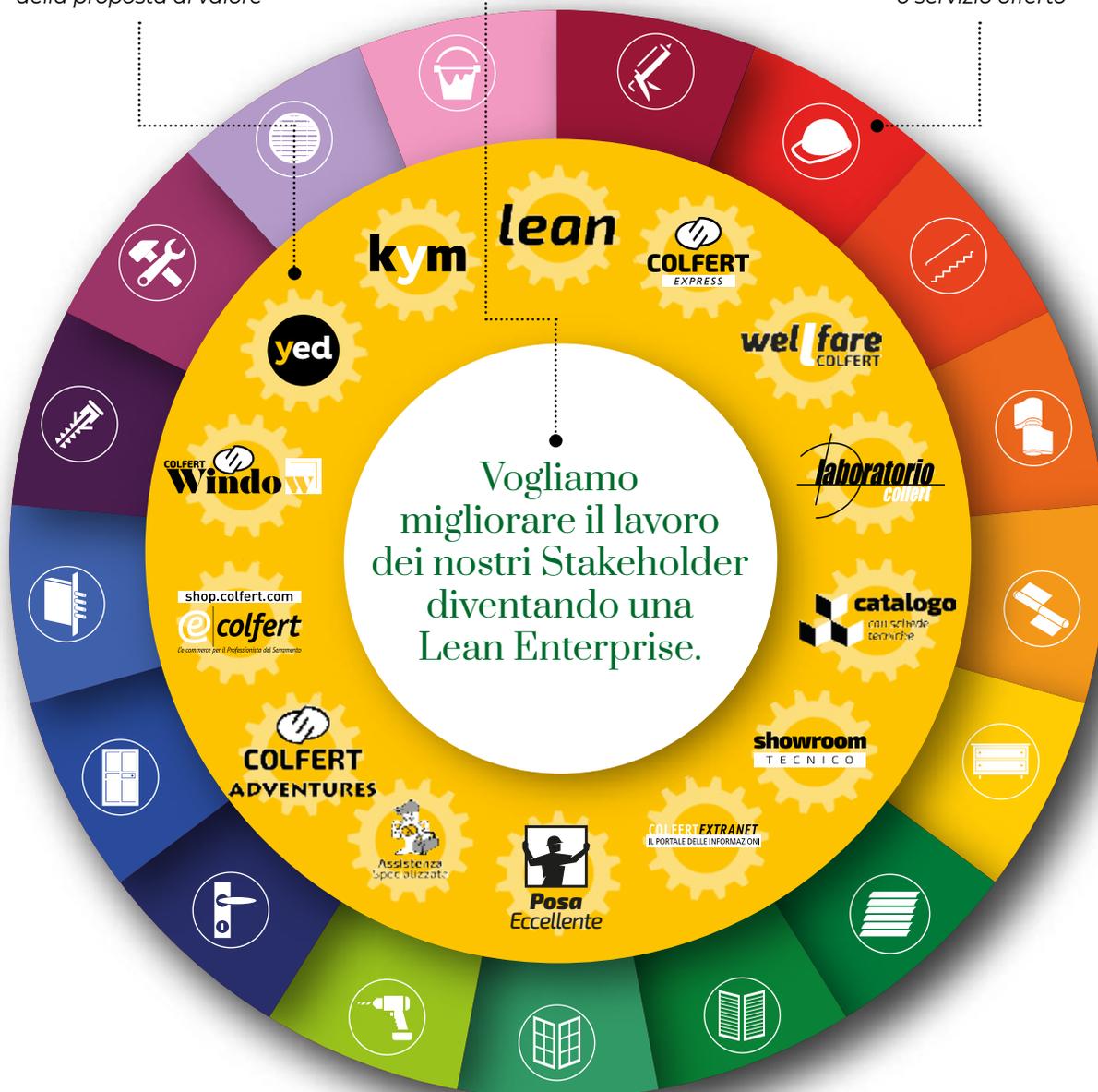
questa sezione racchiude i motivi che hanno alimentato la nascita del progetto, la mission aziendale, la vision e gli obiettivi di lungo termine

COME:

area dedicata alla definizione della proposta di valore

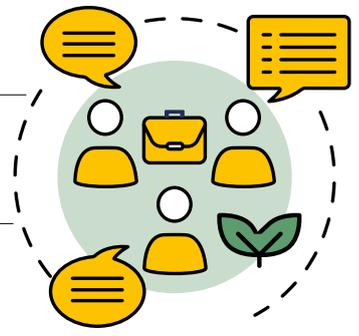
COSA:

settore incentrato sul prodotto o servizio offerto



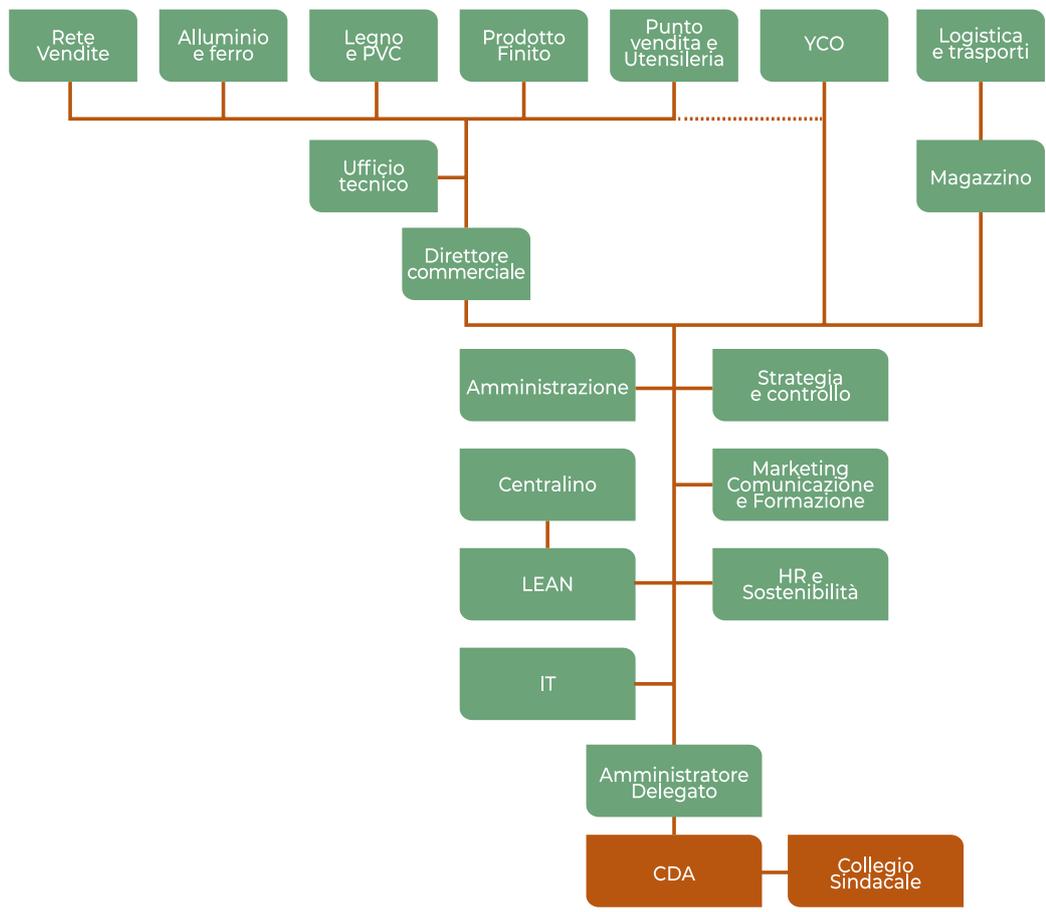


L'Organigramma



Nel corso degli ultimi anni in COLFERT ha preso avvio un cammino di crescita manageriale grazie al quale sono state introdotte nuove figure professionali e tutta l'azienda, ai vari livelli, è stata interessata da percorsi di formazione soprattutto relativa alle soft skills. Prendendo spunto dalla filosofia Lean, e con l'unico obiettivo di migliorare il servizio da offrire al nostro cliente, abbiamo riorganizzato i nostri uffici commerciali per flussi di lavoro o "value stream" di prodotto (Legno-pvc, alluminio-ferro, prodotto finito, utensileria): tale riorganizzazione ha dato origine a team di lavoro trasversali e multidisciplinari che, condividendo lo stesso "spazio" lavoro, comunicano e collaborano in modo più efficace per dare nel minor tempo possibile risposte precise e puntuali ai clienti esterni ma anche a quelli interni. Al fine di descrivere al meglio, sotto il profilo grafico, queste nostre caratteristiche abbiamo adottato un modello di organigramma a matrice a rappresentazione ribaltata. La nostra organizzazione infatti si sviluppa sia in verticale, secondo la tipica logica degli organigrammi funzionali, che in orizzontale, secondo invece la struttura a matrice.

Da entrambe le strutture cerchiamo di prendere il meglio: la chiarezza nelle decisioni e l'alta specializzazione dalla prima e la trasparenza nella responsabilità e nei flussi di lavoro dalla seconda. In COLFERT la condivisione di valori, quali la trasparenza, la qualità e la soddisfazione del cliente, da un lato ci rende consapevoli dell'importanza fondamentale del contributo di ciascuno alla creazione di valore condiviso e dall'altro guida le azioni dell'intera organizzazione che con autonomia e senso di responsabilità non ha bisogno di strutture gerarchiche per sentirsi chiamata a dare il meglio. Alla luce di queste considerazioni, e prendendo ispirazione dalla natura, abbiamo rappresentato la nostra organizzazione come un "albero": le radici poste alla base, rappresentate dai soci e dal CdA, forniscono nutrimento, sostegno e supporto ai rami e alle foglie, rappresentati dai collaboratori, che si sviluppano al di sopra di esse tramite un complesso sistema di relazioni. È facile intuire che è grazie alle solide radici che i rami e le foglie possono spiccare il volo verso l'alto!



I numeri di COLFERT



56

ANNI DI ATTIVITÀ



54 mln

FATTURATO 2022



3

SEDI



2.800

CLIENTI ATTIVI



COLLABORATORI

	2020	2021	2022
Totale	88	121	137
% Donne	17%	17,3%	17,5%
Età media	39	38	39,2
% Under 35	52%	50%	45,2%
Turn over	Assunti 18 Cessati 11	Assunti 38 Cessati 24	Assunti 32 Cessati 15



ORE DI FORMAZIONE

- AI COLLABORATORI: **6672**
- AI CLIENTI E AI FORNITORI: **5328**



30.000

ARTICOLI
A DISPOSIZIONE



2.200

RIGHE EVASE
AL GIORNO



570

CONSEGNE
GIORNALIERE



Rating di legalità

In accordo con uno dei cinque valori cardine della nostra filosofia aziendale, quello della TRASPARENZA, abbiamo lavorato ed ottenuto la conferma del rating di legalità, strumento introdotto dall’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) come distintivo d’eccellenza per le aziende corrette e trasparenti che ne valorizza comportamenti legali e virtuosi.

Legalità e concorrenza vanno infatti di pari passo ed i meccanismi d’incentivo, premianti per le aziende sane, diventano sempre più protagonisti del corretto gioco competitivo da parte delle aziende: insieme alle white lists, alle nuove linee di attuazione del protocollo di legalità ed al rating d’impresa, il RATING DI LEGALITÀ rappresenta infatti uno degli strumenti pubblici di attestazione aziendale per la promozione della legalità, voluti al fine di creare fiducia e trasparenza nelle imprese grazie allo sviluppo di questi recenti strumenti premianti.

Il Rating di Legalità è stato introdotto nel 2012 (Legge n. 62/2012) per le imprese italiane, volto alla promozione e all’introduzione di principi di comportamento etico in ambito aziendale, tramite l’assegnazione di un “riconoscimento” - misurato in “stellette” - indicativo del rispetto della legalità da parte delle imprese che ne abbiano fatto richiesta e, più in generale, del grado di attenzione riposto nella corretta gestione del proprio business.

Consapevole dell’importanza di questo strumento, continuiamo a lavorare attenendoci scrupolosamente alle sue linee guida: il 03 marzo 2021 abbiamo ottenuto il rinnovo del Rating di Legalità da parte dell’Autorità garante della Concorrenza e del Mercato in accordo con il Ministero dell’Interno e con il Ministero della Giustizia, con punteggio ★++, ma il nostro obiettivo è quello di migliorarlo fin dalla prossima revisione.

«Ottenere il rating di legalità ci spinge a spostare sempre più in alto i nostri limiti, specialmente per quanto riguarda la trasparenza aziendale – spiega Mirco Zanato - Il suo conseguimento è solo l’inizio di un cammino, la parte più difficile sta nel mantenerlo e migliorarlo. Agli occhi di tutti gli stakeholders, soprattutto gli istituti bancari, il rating di legalità ci permette di ottenere maggiore visibilità e maggiore fiducia, cosa di non trascurabile importanza per un’azienda come la nostra che mira a sempre nuovi e costanti investimenti».



Proc.	Sede legale	Cod fiscale	Società	Data Decisione	Esito	Rating	Sospensione
RT339	Mogliano Veneto (TV)	00401460266	COLFERT S.P.A.	03/03/2021	Rating Rinnovato	★++	03/03/2021



Cribis



Nel corso del 2022 abbiamo ottenuto la certificazione CRIBIS Prime Company per la massima affidabilità commerciale, un riconoscimento importante che viene assegnato a solo il 7% delle 6 milioni di imprese italiane.

I CRIBIS Prime Company certifica il massimo livello di affidabilità dal punto di vista delle relazioni commerciali e della solidità finanziaria; è rilasciato solo ed esclusivamente ad aziende che mantengono costantemente un'elevata affidabilità economico-commerciale e sono virtuose nei pagamenti verso i fornitori.

Cribis D&B, società del gruppo CRIF, è un'organizzazione che opera su scala mondiale nel campo della Business Information e che raccoglie rapporti su oltre 200 milioni di aziende in oltre 230 Paesi. Il certificato Cribis Prime Company si basa sul CRIBIS D&B Rating, un indicatore dinamico e costantemente aggiornato sull'affidabilità dell'azienda presa in considerazione.

1.000 imprese best performer Treviso

I Centro Studi ItalyPost ha realizzato – per i quotidiani VeneziaPost e L'Economia del Corriere della Sera – una ricerca sui bilanci delle imprese della provincia di Treviso che tra il 2018 e il 2020 hanno performato sopra la media.

Sono state quindi selezionate, tra le 20.000 aziende nel territorio, le 1000 migliori (quindi il 5%) secondo i seguenti parametri:

- fatturato 2020: superiore a 4,45 milioni di euro
- rating MORE: «Equilibrato» e «Ottimo»
- EBITDA medio 2020-2019-2018: uguale o superiore al 2,50%
- risultato netto 2020: positivo

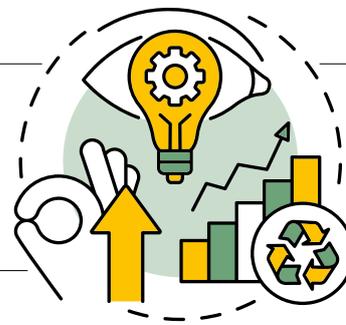
Secondo questi parametri **COLFERT S.p.A. risulta tra le 1000 aziende best performer della provincia di Treviso.**

Il nostro Amministratore Mirco Zanato, oltre ad avere ritirato l'attestato nel corso della cerimonia di premiazione pubblica, è stato protagonista dello speech "Pronti a Crescere", nel corso infatti della giornata imprenditori e figure istituzionali di primo piano del territorio si sono confrontati per comprendere come continuare a crescere in un anno complicato come il 2023.



“Abbiamo voluto questa iniziativa – dice il direttore di VeneziaPost e fondatore di ItalyPost Filiberto Zovico – perché in questo Paese chi lavora e produce è più criminalizzato che portato ad esempio. Così come abbiamo voluto evidenziare che se i grandi colossi danno lustro al Made in Italy, alle loro spalle ci sono migliaia di imprese, medie e piccole, che costituiscono la vera forza di territori come questo e dobbiamo costruire una alleanza di tutte queste imprese per affermare valori positivi e trovare strade per attrarre e formare talenti”. “Per questo – conclude Zovico – abbiamo voluto con il nostro Centro Studi ItalyPost che già produce per l'Economia del Corriere della Sera una ricerca sulle mille imprese champions italiane, affiancare una ricerca che vada più in profondità nei diversi territori ed abbiamo scelto Monza – Brianza, Bergamo, Bologna, Modena, Treviso e Vicenza, come realtà altamente simboliche”

Cosa sono le Società Benefit



«Le Società Benefit sono aziende che, nell'esercizio di un'attività economica, oltre allo scopo di dividerne gli utili, perseguono una o più finalità di beneficio comune e operano in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni e altri portatori di interesse».

B Lab e AssoBenefit, www.societabenefit.net



La Società Benefit si caratterizza per due scopi:

A. lo scopo di conseguire utili, destinati ad essere successivamente divisi fra i soci;

B. lo scopo di beneficio comune* volto ad ottenere un impatto positivo sul piano ambientale, sociale e di governance.

La Società Benefit quindi è una società tradizionale a scopo di lucro ma con maggiori obblighi che impegnano il management e gli azionisti a standard più elevati di sostenibilità, responsabilità e trasparenza.

Le Società Benefit rappresentano un'evoluzione del concetto stesso di azienda in quanto puntano al raggiungimento di una reale sostenibilità su tre piani diversi:

- Economico
- Ambientale
- Sociale

L'acquisizione della qualifica giuridica di Società Benefit è vincolata dalle specifiche indicazioni statutarie; pertanto per le società costituenti è necessario attenersi alla normativa che disciplina tali società con le specifiche indicazioni da prevedere nello statuto. Per quanto riguarda invece le società già esistenti, qualora si voglia assumere la qualifica giuridica è necessario modificare appositamente lo statuto con le clausole statutarie previste dalla normativa sulle Società Benefit.

L'Atto costitutivo e/o le clausole statutarie devono tener



conto di quanto segue:

- **Oggetto sociale** con l'indicazione accanto all'attività propria dell'impresa, le finalità di beneficio comune ossia il perseguimento, nell'esercizio dell'attività economica, di uno o più effetti positivi, o la riduzione degli effetti negativi, nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni e gruppi di soggetti coinvolti, direttamente o indirettamente, dall'attività delle società quali lavoratori, clienti, fornitori, finanziatori, creditori, PA e società civile (Commi 377, 378).
- **Relazione annuale e pubblicità** disciplinando, con apposita clausola, gli obblighi degli amministratori per la redazione e la pubblicazione della relazione annuale riguardante il perseguimento del beneficio comune (Comma 382). Nella relazione occorre anche indicare la descrizione degli obiettivi specifici, delle modalità e delle azioni attuate dagli amministratori per il perseguimento delle finalità di beneficio comune e delle eventuali circostanze che lo hanno impedito o rallentato. Inoltre, la relazione deve includere una sezione dedicata alla descrizione dei nuovi obiettivi che la Benefit intende perseguire nell'esercizio successivo. Inoltre, la normativa prevede all'art.1 comma 383 della L. n. 208/2015 che la relazione di impatto venga resa pubblica sul sito internet della società, qualora esistente, permettendo ai soggetti terzi di prendere conoscenza della gestione della società e del raggiungimento del beneficio comune e quindi del perseguimento dei loro interessi.
- **Valutazione degli impatti** generati con il perseguimento delle finalità di beneficio comune. È previsto in tal caso che la Benefit rediga una relazione annuale di impatto concernente il perseguimento del beneficio comune da allegare al bilancio societario. La valutazione degli impatti deve essere eseguita utilizzando lo standard di valutazione sviluppato da un ente terzo ed essere esauriente comprendendo le aree previste dall'allegato alla normativa; ovvero:
 - la governance;
 - i rapporti con i lavoratori;
 - i rapporti con gli altri portatori d'interesse;
 - l'ambiente.

Infine, altro elemento essenziale è il Controllo dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato. La società

benefit che non persegua le finalità di beneficio comune è soggetta alle disposizioni di cui al decreto legislativo 2 agosto 2007, n. 145, in materia di pubblicità ingannevole e alle disposizioni del codice del consumo, di cui al decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206 (Comma 384). L'obiettivo è di garantire una corretta comunicazione al mercato in merito al reale perseguimento delle finalità ulteriori rispetto al mero profitto, onde evitare che chi non realizza tali obiettivi possa beneficiare di un vantaggio competitivo e reputazionale nei confronti di altre imprese, nonché erroneamente condizionare le scelte dei consumatori.



**Per "beneficio comune", ai sensi dell'art. 1 co. 378 lett. a) della L. 208/2015, deve intendersi il perseguimento, nell'esercizio dell'attività economica, di uno o più effetti positivi, o la riduzione degli effetti negativi sul piano economico, ambientale e sociale. Il beneficio comune generato deve essere reale e tangibile e rispondere alle esigenze concrete della realtà nella quale l'azienda si colloca così come agli obiettivi dell'azienda stessa. Per tale motivo, la definizione del beneficio comune non può esulare dalla mission dell'azienda e dal ruolo che questa ricopre all'interno della realtà che la circonda, ma deve essere fortemente connesso a tali elementi.*



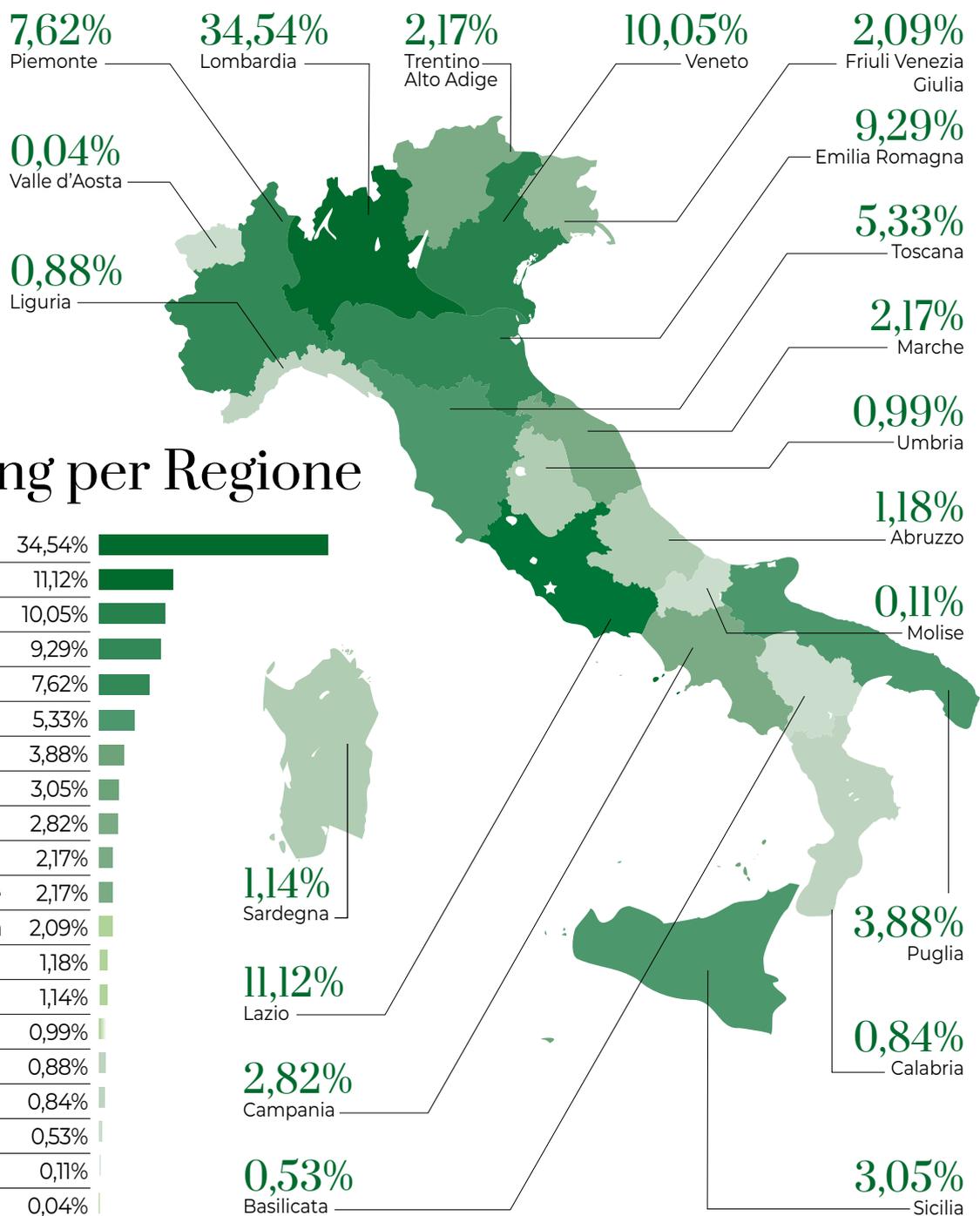
Il beneficio comune generato deve essere reale e tangibile e rispondere alle esigenze concrete della realtà nella quale l'azienda si colloca così come agli obiettivi dell'azienda stessa.



Le Società Benefit in Italia

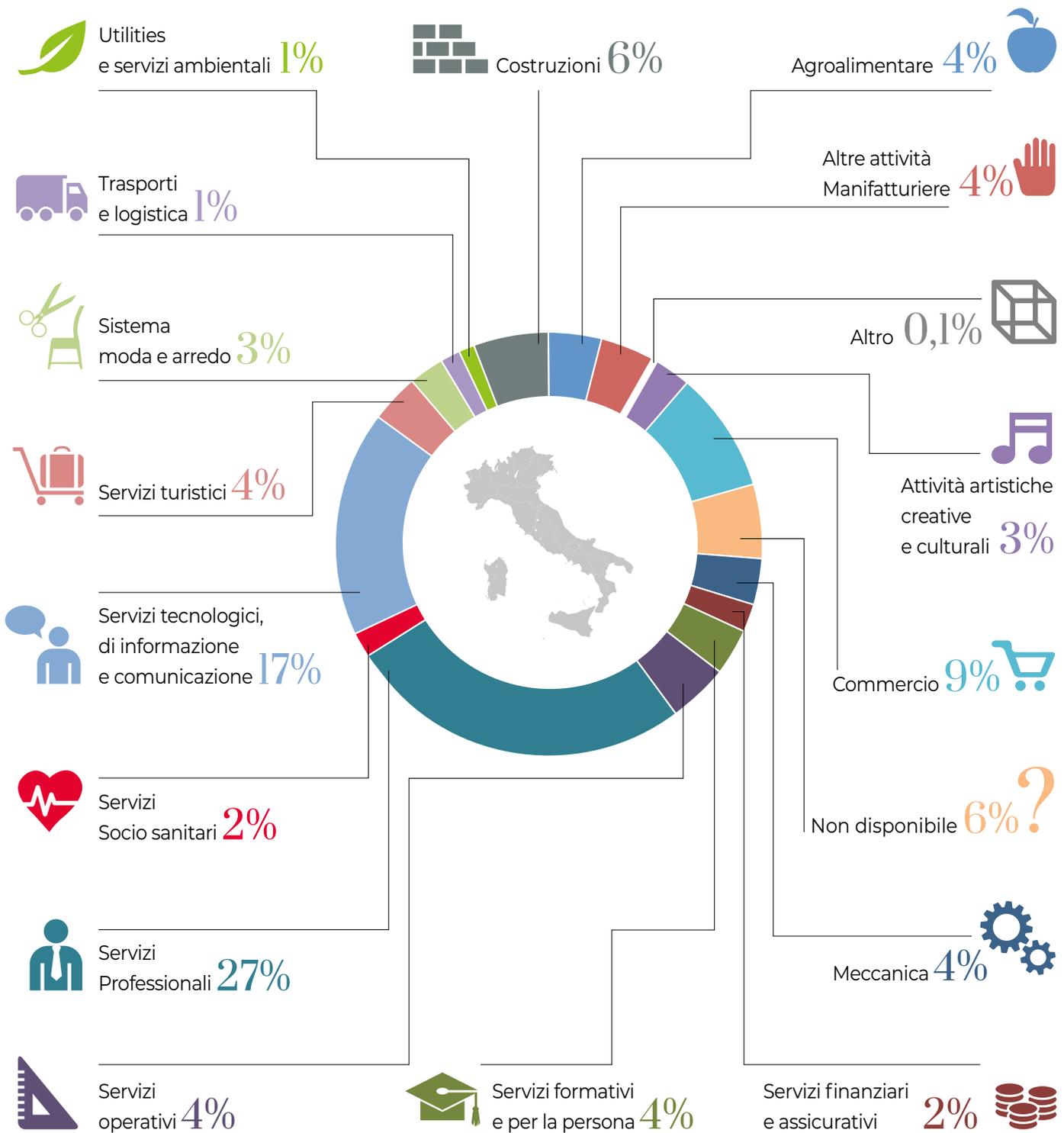
Le Società Benefit in numeri

	2020	2021	2022
Numero di Società benefit in Italia	805	1.967	2.626
Numero Totale di addetti	18.485	98.468	138.355

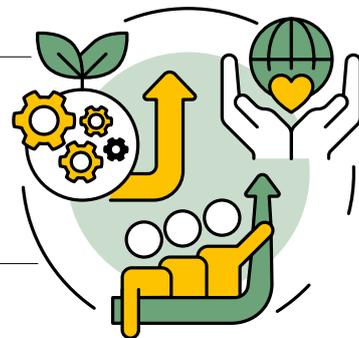




La distribuzione delle Società Benefit in Italia per tipologia di attività



COLFERT diventa Società Benefit



Sono ormai alcuni anni che la sostenibilità è entrata a pieno titolo nel vocabolario delle imprese, delle istituzioni e dei cittadini e sta crescendo nella società la consapevolezza di dover cambiare profondamente i modelli di business e riformare il sistema economico, conciliando la generazione di profitto per i soci con la creazione di valore per i principali stakeholder, nel rispetto dell'ambiente e delle generazioni future.

MARIO PARONETTO

Per le imprese diventa sempre più importante comprendere che una strategia di medio/lungo termine solida e di successo debba integrare la sostenibilità in modo strategico e completo e non come semplice aspetto accessorio.

È in questo contesto che si inserisce come nuovo paradigma di business il movimento delle Società Benefit, che vede l'Italia come primo stato sovrano al mondo ad aver introdotto nel proprio ordinamento la forma giuridica di una società che, nell'esercizio dell'attività economica, integri strutturalmente anche finalità di beneficio comune all'interno della propria missione, operando in modo responsabile.

Con la Legge di Bilancio del 2016 (n. 208/2015 commi 376-384) in Italia nasce la Società Benefit, ovvero una nuova tipologia di società a scopo di lucro che persegue per statuto anche un beneficio per una o più categorie di portatori di interessi (stakeholder), utilizzando così il business come strumento per la creazione di valore sociale.

Quali sono le motivazioni e i benefici della costituzione o trasformazione in Società Benefit?

- La sicurezza che l'azienda perseguirà nel tempo le finalità di beneficio comune e ne darà conto regolarmente in maniera trasparente;
- La capacità di attrarre investimenti ed ottenere premialità all'interno dei bandi pubblici;
- La capacità di acquisire un vantaggio reputazionale come impresa che opera in modo responsabile;
- La capacità di attrarre giovani talenti e clienti sempre più orientati a prodotti sostenibili;
- La possibilità di avere un ruolo primario all'interno del proprio settore merceologico.

COLFERT da tempo ha intrapreso un percorso verso una maggiore sostenibilità del proprio business attraverso una



serie di scelte e di strumenti che la porteranno a gestire con regolarità le dinamiche relative alla propria governance e alle ricadute ambientali e sociali delle sue scelte.

Questo percorso verrà esteso nel tempo alla catena di fornitura, premiando quelle aziende che dimostreranno concretamente la volontà di prestare la medesima attenzione agli aspetti cruciali per COLFERT con l'auspicio che anche i clienti, al di là delle norme e degli obblighi di legge, comprendano e condividano le scelte che verranno fatte.

L'esperienza insegna che sono tantissime le aziende italiane che sono già potenzialmente Società Benefit in quanto da sempre si impegnano, magari con discontinuità, in tante attività a favore dei diversi interlocutori, la differenza sarà tra quelle che avranno la forza e la volontà di rendere sistematiche queste attività inserendole all'interno del proprio statuto come impegno costante e regolare e organizzando la propria azienda perché così possa essere, e quelle che prenderanno la scelta di attivarsi o meno a seconda della convenienza del momento perdendo così l'occasione di accreditarsi di fronte ai diversi pubblici come interlocutore credibile, maturo e consapevole del suo ruolo sociale.

Nota metodologica



Il comma 382 della legge 28 dicembre 2015, n. 208, pone a carico delle Società Benefit, tra gli altri, un obbligo di rendicontazione da assolversi mediante la redazione di una relazione d'impatto che includa la descrizione degli obiettivi specifici, delle modalità e delle azioni attuate per il perseguimento delle finalità di beneficio comune e una sezione dedicata alla descrizione dei nuovi obiettivi che la società intende perseguire nell'esercizio successivo.



Come azienda ci siamo cimentati per la prima volta con questo documento ma abbiamo scelto di non farlo limitandoci ad assolvere pedissequamente al dettato normativo ma di cogliere l'opportunità di utilizzare la Relazione d'impatto come strumento per farci conoscere in modo nuovo e certamente diverso dai nostri stakeholder: per questo troverete all'interno molte informazioni e dati che per certi versi la avvicinano ad un Bilancio di Sostenibilità.

In questo documento ci siamo raccontati non solo attraverso la descrizione del nostro business ma anche e soprattutto attraverso i "perché" che hanno guidato e tutt'oggi guidano le nostre azioni: perché siamo diventati società benefit, perché abbiamo scelto le nostre quattro finalità di beneficio comune e perché portiamo avanti certe azioni specifiche.

Lo sforzo è stato quello di rendere questo documento reale interprete di ciò che siamo e del cambiamento che vogliamo generare, consegnando l'immagine più completa e veritiera del nostro impatto.

La Relazione è frutto del lavoro di una squadra "trasversale" all'azienda: raccolta dati, individuazione delle azioni specifiche di beneficio comune e dei KPI di misurazione, compilazione del BIA e dell'SDGs Action Manager dell'analisi di materialità, stesura dei testi e dei grafici sono stati interamente realizzati da noi. Questo ci ha permesso di sviluppare al nostro interno nuove professionalità e competenze e, in taluni casi, ci ha messo di fronte alla necessità di migliorare soprattutto la parte relativa alla raccolta dei dati che in qualche occasione è stata difficile o addirittura è risultata incompleta.

Un ringraziamento speciale a tutti i colleghi che, con fiducia e disponibilità hanno collaborato alla redazione di questo documento e a tutti coloro che dedicheranno del tempo alla lettura della nostra Relazione di Impatto, non esitate a fornirci i vostri feedback per aiutarci a crescere e migliorarci. Pur nella consapevolezza di essere all'inizio del nostro percorso, ci auguriamo che questa relazione possa essere per tutti voi una lettura interessante e stimolante.

Mappatura Stakeholder



Grazie al Progetto FSE 497 - Challenge & sustainable competitiveness il gruppo dei responsabili COLFERT ha partecipato, tra novembre e dicembre 2022, al corso “Il Bilancio Sociale e la sostenibilità”, tenuto dal Dott. Mario Paronetto. Il corso, si è focalizzato in particolare sull'importanza di stabilire con i propri stakeholder una relazione basata sulla trasparenza, sulla fiducia e sul dialogo.

- 1 **Introduzione del Team Responsabili** ai concetti di mappatura stakeholder e analisi di materialità
- 2 **Individuazione delle principali categorie** di stakeholder interni ed esterni
- 3 **Costruzione della “stakeholder engagement”**
- 4 **Individuazione dei principali “temi materiali”** per COLFERT, suddivisi per ciascuna delle 3 aree nelle quali si gioca principalmente la capacità dell'impresa di generare un impatto positivo (Impatto economico e di Governance, Impatto Ambientale, Impatto Sociale)
- 5 **Redazione del questionario di materialità** da somministrare alle categorie di stakeholder

Abbiamo proceduto ad individuare le principali categorie di stakeholders, da intendersi come tutti quegli individui o gruppi di individui che influenzano o sono influenzati da COLFERT, dalle sue attività, dai suoi prodotti o servizi. L'identificazione e la selezione degli stakeholders è stata effettuata in primo luogo prendendo in esame le principali attività aziendali e il ruolo sociale di COLFERT all'interno della comunità e del territorio nei quali opera. Inoltre l'identificazione è stata propedeutica all'individuazione dei destinatari del questionario scelti tra tutti coloro con i quali abbiamo avuto un rapporto continuativo nel corso del 2022.

Stakeholder engagement

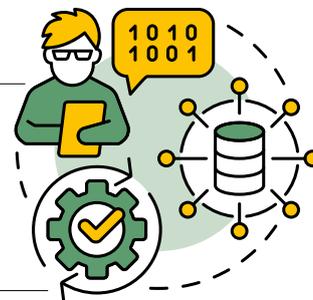
Già da tempo COLFERT adotta pratiche di dialogo e di coinvolgimento dei principali portatori di interesse, con l'obiettivo di ascoltarne e soddisfarne le aspettative e i bisogni: non a caso la nostra Mission recita “Creare Soluzioni Eccellenti - Ascolto Progetto e Risolvo”.

Di seguito sono riepilogati i principali canali di dialogo e di interazione, considerando che le modalità e la frequenza di coinvolgimento degli stakeholder variano a seconda delle occasioni di confronto nel corso dell'anno. Da rilevare che nel corso del 2022 i contatti oltre che tramite i canali digitali a cui la pandemia ci ha abituato negli ultimi anni, sono avvenuti anche con apprezzati incontri in presenza.

STAKEHOLDER	CANALI
Collaboratori	<ol style="list-style-type: none"> 1) incontro trimestrale 2) incontri responsabili 3) mail da ufficio risorse umane 4) chat su whatsapp 5) festa d'estate e cena di Natale 6) COLFERTwindow 7) survey 8) formazione sui valori aziendali 9) formazione sulle soft skills
Clienti: serramentisti, montatori, commercianti, contract	<ol style="list-style-type: none"> 1) mail e contatti commerciali 2) survey 3) comunicazione chiusure e cambi listino 4) fiere 5) disponibilità ad ospitare alcuni collaboratori COLFERT in distacco 6) YED 7) sito internet area riservata (Extranet) 8) COLFERTwindow 9) agenti e rete vendite 10) cataloghi 11) packaging dei nostri prodotti 12) Formazione sulle soft skills
Fornitori di prodotti fornitori di servizi e logistica	<ol style="list-style-type: none"> 1) incontri dedicati in sede COLFERT 2) incontri presso il fornitore stesso con venditori, servizi commerciali, uffici tecnici e uffici acquisti 3) YED 4) partecipazione a fiere di settore (Batimat Parigi, Klimahouse Bolzano, Bau Monaco) 5) sito aziendale 6) survey 7) formazione sulle soft skills
Soci	<ol style="list-style-type: none"> 1) almeno quattro cda all'anno 2) festa d'estate e cena di Natale 3) incontri trimestrali con collaboratori
Comunità	<ol style="list-style-type: none"> 1) partecipazione ad eventi
Istituti di credito	<ol style="list-style-type: none"> 1) mail e telefono 2) incontri di persona
Scuola università formazione	<ol style="list-style-type: none"> 1) contatti con ITS 2) contatti con università di Padova
Associazione di categoria	<ol style="list-style-type: none"> 1) partecipazione gruppo sostenibilità di Assindustria Veneto Est 2) partecipazione a gruppi di settore di Assindustria
Media di settore	<ol style="list-style-type: none"> 1) comunicati stampa 2) incontri in presenza
Architetti e studi di progettazione	<ol style="list-style-type: none"> 1) collaborazione con alcuni studi 2) YED 3) docenza di uno dei nostri collaboratori all'ordine degli architetti di Treviso e Udine

Non si segnalano particolari criticità o aspetti rilevanti emersi dalle attività di stakeholder engagement svolte nel corso dell'anno.

Analisi di materialità



Una volta individuati gli stakeholder principali per COLFERT, sono state identificate le tematiche più rilevanti per l'azienda da sottoporre, tramite un questionario, al vaglio dei portatori di interesse esterni con lo scopo di individuare gli argomenti di coinvolgimento comune e, dove vi fossero, far emergere le divergenze. Il questionario è stato somministrato esclusivamente in versione digitale: abbiamo chiesto ai destinatari di esprimersi in modo volontario e anonimo sui 26 temi materiali individuati non solo esprimendo il loro punto di vista rispetto al grado di rilevanza di ogni singola tematica ma anche indicando la propria percezione rispetto alla capa-

bilità di COLFERT di saper integrare la medesima tematica nello sviluppo delle proprie attività. Dei 768 questionari inviati ai diversi stakeholder solo in 184 (pari al 24%) hanno risposto. Già questo dato per noi è stato spunto di riflessione e ci ha spinto ad indicare tra gli obiettivi di beneficio comune del prossimo anno 2023 quello di arrivare ad una percentuale di risposta migliore, segno che siamo riusciti a dialogare con i nostri stakeholder e a condividere con loro l'importanza di questi temi, con l'idea, oramai ben radicata in noi, che per arrivare lontano bisogna camminare insieme.

Matrice di materialità

Sostenibilità Aziendale		
Adozione di criteri ESG nella selezione dei fornitori	Innovazione di prodotto	Sicurezza nei luoghi di lavoro
Azienda strutturata e organizzata	Innovazione nel modello di governance	Solidità economica e finanziaria
Azienda trasparente	Pianificazione strategica a medio e lungo periodo chiara e condivisa	Diffusione presso i clienti di buone pratiche di sviluppo sostenibile
Promozione di progetti di filiera sui temi ESG (obiettivi agenda 2030)	Progetti di miglioramento continuo	Vision chiara e motivante
	Reputazione aziendale	
Sostenibilità Sociale		
Azienda inclusiva	Forte senso di appartenenza	Piano di Welfare
Collaborazione con progetti solidali del territorio	Opportunità di crescita professionale e personale	Progetti di conciliazione vita-lavoro
Formazione continua		Sostegno a progetti sportivi e culturali senza finalità di lucro del territorio
Sostenibilità Ambientale		
Attenzione alle caratteristiche ambientali dei prodotti	Imballaggi sostenibili	Riduzione dell'impronta ambientale dei trasporti
Chiara politica di gestione dei rifiuti		Utilizzo di energie provenienti da fonti rinnovabili



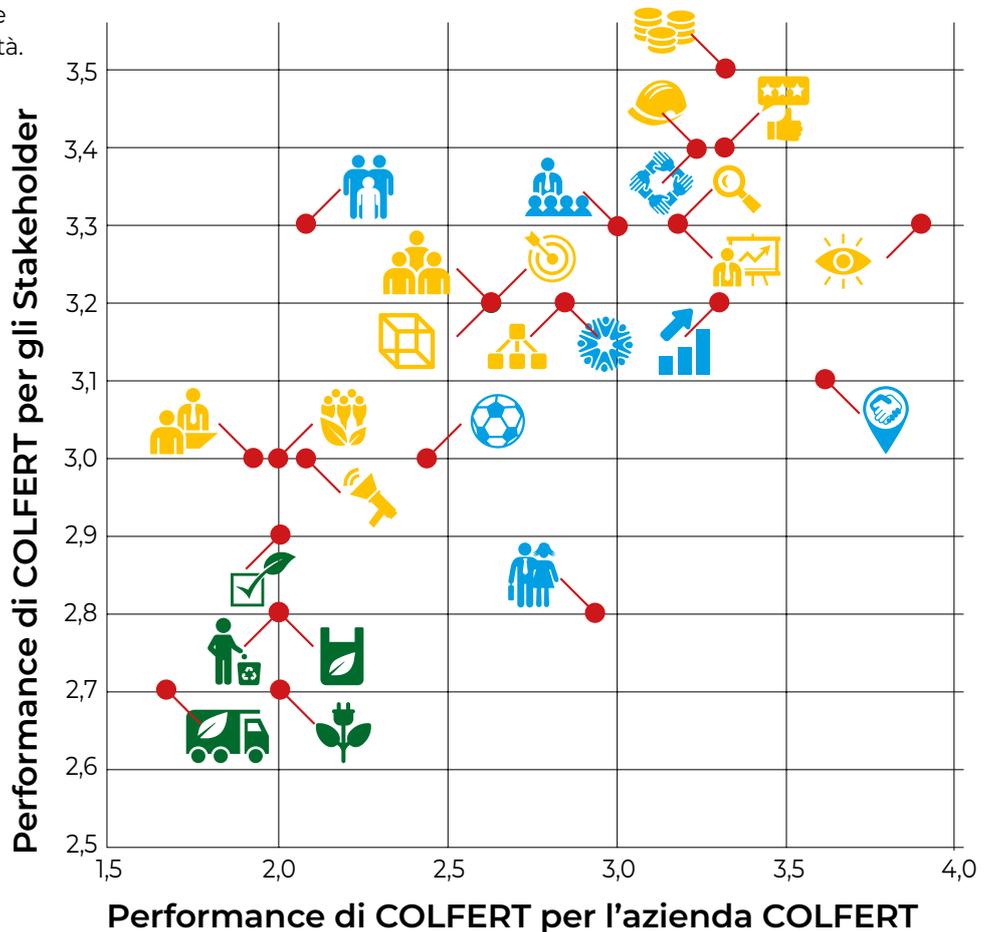
Temi principali

Insieme al questionario abbiamo chiesto ai nostri stakeholder di indicarci quali erano, tra i temi indagati, quelli sui quali COLFERT avrebbe dovuto impegnarsi di più nel prossimo futuro. I risultati li abbiamo messi a confronto con quanto indicato da COLFERT: emerge che per i nostri stakeholder risulta prioritario che l'azienda con la quale entrano in relazione sia strutturata ed organizzata, abbia un piano di formazione continua e diffonda l'utilizzo di imballaggi sostenibili.

COLFERT	STAKEHOLDERS
AZIENDALE	
Pianificazione strategica a medio e lungo periodo chiara e condivisa	1° Azienda strutturata ed organizzata
Azienda strutturata ed organizzata	2° Trasparenza aziendale
Progetti di miglioramento continuo	3° Progetti di miglioramento continuo
SOCIALE	
Progetti di conciliazione vita-lavoro	1° Formazione continua
Forte senso di appartenenza	2° Opportunità di crescita professionale
Collaborazione con progetti solidali del territorio	3° Collaborazione con progetti solidali del territorio
AMBIENTALE	
Attenzione alle caratteristiche ambientali dei prodotti	1° Imballaggi sostenibili
Utilizzo di energie provenienti da fonti rinnovabili	2° Utilizzo di energie provenienti da fonti rinnovabili
Riduzione dell'impronta ambientale dei trasporti	3° Attenzione alle caratteristiche ambientali dei prodotti

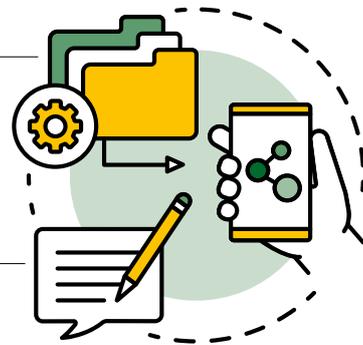
Matrice di performance

Dalla matrice emerge un reale riconoscimento da parte degli stakeholder allo sforzo e all'impegno di COLFERT di essere coerente coi temi della sostenibilità. Nondimeno i temi relativi all'impatto ambientale si qualificano come quelli nei quali dobbiamo maggiormente migliorare sia sotto il profilo della performance che della percezione da parte degli stakeholder.



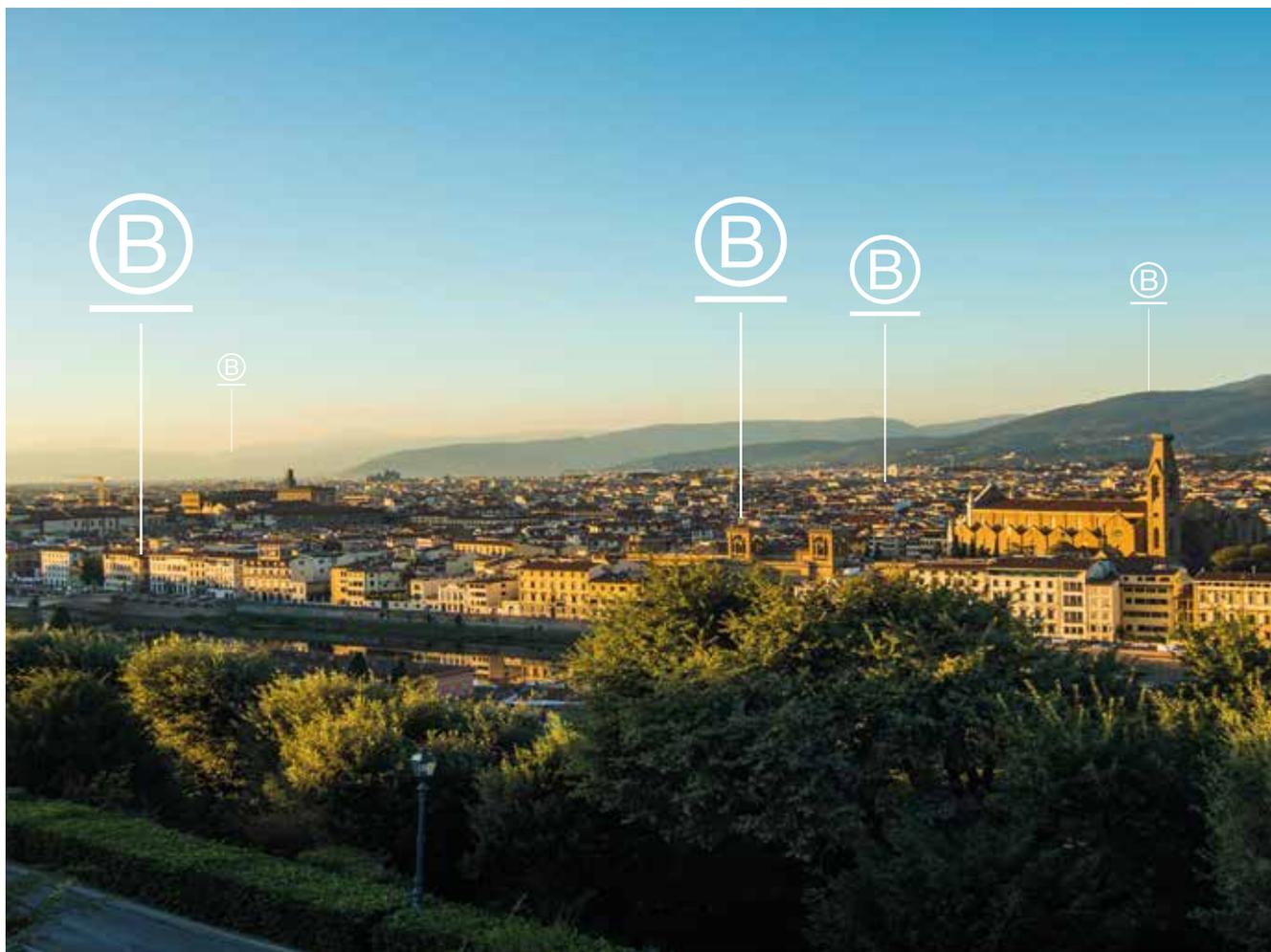
Note tecniche:
 Abbiamo individuato la soglia in corrispondenza del punteggio 1,5.
 Le risposte andavano espresse in una scala da 1 a 4 dove:
 1 = assente;
 2 = poco attuata;
 3 = molto attuata;
 4 = efficace

BIA, che cos'è



II BIA, Benefit Impact Assessment, è un test, sviluppato dall'ente non-profit B Lab, appositamente studiato per valutare, in modo quantitativo e rigoroso, l'impatto sociale ed ambientale generato da un'azienda. Il BIA viene eseguito tramite una piattaforma online (<https://app.bimpactassessment.net/>), all'interno della quale è richiesto all'azienda di fornire informazioni di tipo qualitativo e quantitativo attraverso un apposito questionario. Lo strumento si adatta all'azienda durante il percorso di analisi, in quanto utilizza un questionario composto da diverse centinaia di domande cui si accede a seconda delle risposte fornite. Proprio per questa adattabilità, ciascuna delle cinque aree di cui il BIA si compo-

ne, ovvero Governance, Ambiente, Comunità, Lavoratori e Clienti, può avere un punteggio massimo differente dalle altre a seconda del settore di appartenenza dell'azienda. I quesiti restituiscono un punteggio complessivo su una scala che va da 0 a 200. Una volta completata l'analisi, le aziende che hanno superato gli 80 punti possono scegliere di ottenere la certificazione B Corp. Questa soglia rappresenta il punto di pareggio tra quanto l'azienda prende dalla società e dall'ambiente rispetto a quanto restituisce, passando da un modello puramente estrattivo a uno rigenerativo. Al momento in Italia si contano, al 31/12/2022, oltre 200 B Corp certificate, mentre in tutto il mondo ce ne sono circa 6.000 presenti in 86 paesi e in 159 settori.



Report BIA di COLFERT



In quanto Società Benefit COLFERT è tenuta ad eseguire una valutazione degli impatti utilizzando uno standard di valutazione sviluppato da un ente terzo che sia esauriente e articolato nel valutare l'operato della società nel perseguimento delle finalità di beneficio comune (art. 1, comma 378 lett. a., L. 208/2015).

Tra i vari strumenti considerati adeguati per la valutazione d'impatto COLFERT ha scelto di misurarsi con il BIA (B Impact Assessment).

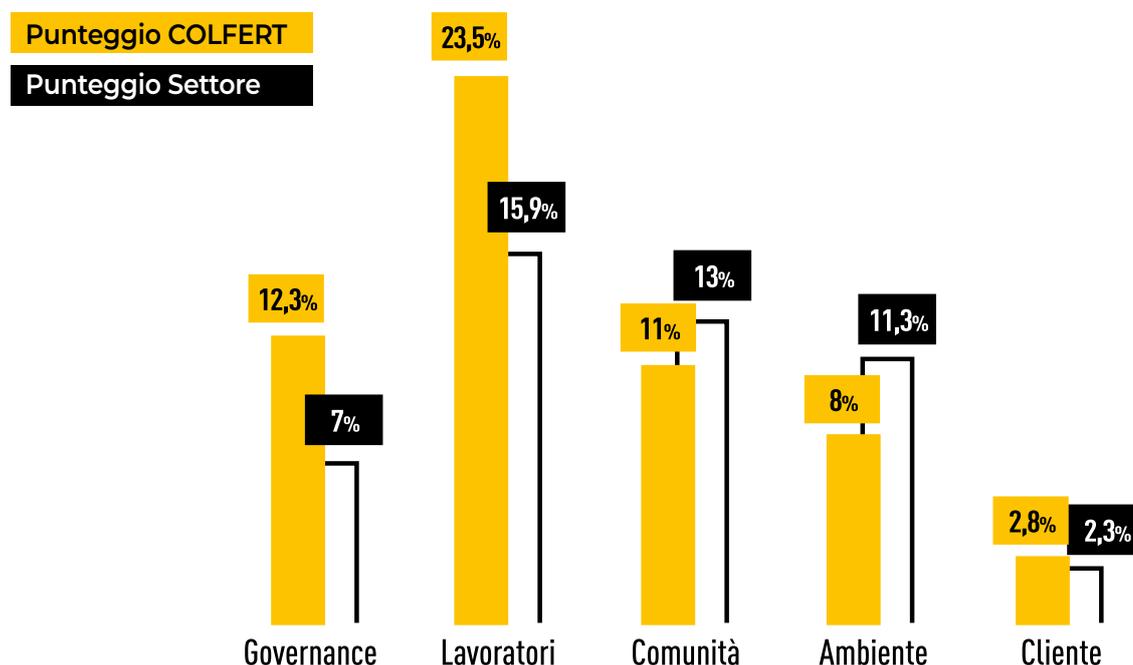
Rispetto alle 5 aree indagate, Governance, Ambiente, Comunità, Lavoratori e Clienti e mettendo a confronto i risultati di COLFERT con quelli della media di settore (ingrosso/dettaglio) possiamo vedere come i nostri punti di forza stiano nella Governance forte e valoriale e nella cura e attenzione che COLFERT riserva ai propri lavoratori che non a caso chiama "collaboratori". La sezione Ambiente invece si rivela quella dove dobbiamo incidere di più, sia rispetto ai nostri processi produttivi ma anche e soprattutto per quanto riguarda la nostra supply chain.

B Impact Assessment

Colfert spa

Data di fine dell'anno fiscale 31 Dicembre 2022

57.7





SDG, cosa sono

L'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile è un programma d'azione per le persone, il pianeta e la prosperità sottoscritto nel settembre 2015 dai governi dei 193 Paesi membri dell'ONU. Essa ingloba 17 Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile - Sustainable Development Goals, SDGs - in un grande programma d'azione per un totale di 169 'target' o traguardi.

L'avvio ufficiale degli Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile ha coinciso con l'inizio del 2016, guidando il mondo sulla strada da percorrere nell'arco dei successivi 15 anni: i Paesi, infatti, si sono impegnati a raggiungerli entro il 2030.

Gli Obiettivi per lo Sviluppo danno seguito ai risultati degli Obiettivi di Sviluppo del Millennio (Millennium Development Goals) che li hanno preceduti, e rappresentano obiettivi comuni su un insieme di questioni importanti per lo sviluppo: la lotta alla povertà, l'eliminazione della fame e il contrasto al cambiamento climatico, per citarne solo alcuni. 'Obiettivi comuni' significa che essi riguardano tutti i Paesi e tutti gli individui: nessuno ne è escluso, né

deve essere lasciato indietro lungo il cammino necessario per portare il mondo sulla strada della sostenibilità. Essi sono inoltre interconnessi e indivisibili e bilanciano le tre dimensioni dello sviluppo sostenibile: la dimensione economica, sociale ed ambientale.

«Tutti i paesi e tutte le parti in causa, agendo in associazione collaborativa, implementeranno questo programma. Siamo decisi a liberare la razza umana dalla tirannia della povertà e vogliamo curare e salvaguardare il nostro pianeta. Siamo determinati a fare i passi audaci e trasformativi che sono urgentemente necessari per portare il mondo sulla strada della sostenibilità e della resilienza». Dall'Assemblea Generale del 25 settembre 2015.

SDG



POVERTÀ ZERO

Quasi la metà della popolazione mondiale vive in condizioni di povertà. Poniamo fine ad ogni forma di povertà nel mondo e diamo a tutti la possibilità di vivere una vita dignitosa.

Lo sapevi che:

- Il 50% delle persone che vivono in povertà ha meno di 18 anni.
- 1 persona su 10 è estremamente povera.



FAME ZERO

La fame continua ad essere tra le principali cause di morte nel mondo. Insieme possiamo porre fine alla fame, raggiungere la sicurezza alimentare, migliorare la nutrizione e promuovere un'agricoltura sostenibile.

Lo sapevi che:

- 1 adulto su 8 è obeso.
- 1 donna su 3 in età fertile soffre di anemia.



SALUTE E BENESSERE

Insieme possiamo assicurare la salute e il benessere per tutti e tutte le età attraverso la promozione di stili di vita sani, misure preventive e un'assistenza sanitaria all'avanguardia, efficiente ma soprattutto accessibile a tutti

Lo sapevi che:

- 1 donna su 3 ha subito violenza fisica o sessuale.
- Almeno 400 milioni di persone non hanno accesso all'assistenza sanitaria di base.



ISTRUZIONE DI QUALITÀ

«L'istruzione è l'arma più potente che puoi utilizzare per cambiare il mondo». Nelson Mandela
Promuoviamo opportunità di apprendimento permanente per tutti perché l'istruzione consente a ognuno di noi di contribuire al progresso e alla salute dell'intera società.

Lo sapevi che:

- 57 milioni di bambini in età scolare ancora non frequentano la scuola.
- Il 50% dei bambini in età scolare che non frequentano la scuola vive in aree colpite da conflitti.

COLFERT

**5 PARITÀ DI GENERE**

UGUAGLIANZA DI GENERE
La discriminazione sessuale e di genere è uno spreco di potenziale umano, oltre che un inaccettabile violazione dei diritti umani. Abbattiamo le discriminazioni per raggiungere l'uguaglianza di genere e l'empowerment di tutte le donne e le ragazze.

Lo sapevi che:

- Due terzi dei paesi in via di sviluppo hanno raggiunto la parità di genere nell'istruzione primaria.
- Le donne rappresentano solo il 13% dei proprietari di terreni agricoli.

**6 ACQUA PULITA E SERVIZI IGIENICO-SANITARI**

ACQUA PULITA E IGIENE
Una persona su tre vive senza servizi igienici o acqua pulita e questo è causa di malattie e morti che devono cessare. Dobbiamo garantire a tutti la disponibilità e la gestione sostenibile dell'acqua e delle strutture igienico-sanitarie.

Lo sapevi che:

- L'80% delle acque reflue finisce nei corsi d'acqua senza un adeguato trattamento.
- Negli ultimi 500 anni il mondo ha perso il 70% delle zone umide naturali.

**7 ENERGIA PULITA E ACCESSIBILE**

ENERGIA PULITA E ACCESSIBILE
La nostra dipendenza dai combustibili fossili non è più sostenibile. Lavorando insieme possiamo assicurare a tutti l'accesso a sistemi di energia economici, affidabili, sostenibili e moderni.

Lo sapevi che:

- 1 persona su 7 è priva di elettricità.
- Oltre il 40% della popolazione mondiale si affida a combustibili inquinanti per cucinare.

**8 BUONA OCCUPAZIONE E CRESCITA ECONOMICA**

LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA
Insieme possiamo incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva, un lavoro dignitoso per tutti.

Lo sapevi che:

- Ad essere sotto-utilizzate nella forza lavoro sono molto più le donne che gli uomini.
- Il tasso di disoccupazione mondiale coinvolge 208 milioni di persone.

**9 INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE**

INDUSTRIA, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE
L'industria resiliente è alla base del successo di una comunità. Insieme possiamo costruire un'infrastruttura resiliente e promuovere l'innovazione ed una industrializzazione equa, responsabile e sostenibile.

Lo sapevi che:

- Oltre 4 miliardi di persone non hanno accesso a internet.
- 2,6 miliardi di persone nei paesi in via di sviluppo non hanno accesso costante all'energia elettrica.

**10 RIDURRE LE DISUGUAGLIANZE**

RIDURRE LE DISUGUAGLIANZE
Le disuguaglianze comprendono privazioni che vanno ben oltre il reddito e la ricchezza. Insieme possiamo ridurre l'ineguaglianza all'interno di e fra le Nazioni in tutte le sue forme.

Lo sapevi che:

- Le donne trascorrono in media il doppio del tempo a svolgere lavori domestici non pagati rispetto agli uomini.
- Solo nel 60% dei paesi valutati le donne hanno accesso ai servizi finanziari tanto quanto gli uomini

**11 CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI**

CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI
La popolazione mondiale è in costante aumento e per ogni singolo abitante del pianeta è fondamentale vivere in città e insediamenti umani inclusivi, sicuri, duraturi e sostenibili.

Lo sapevi che:

- Oltre 828 milioni di persone vivono in baraccopoli.
- Le città occupano solo il 3% del territorio terrestre, ma sono responsabili del 70% del consumo energetico e delle emissioni di carbonio.

SDG, cosa sono

12
CONSUMO
E PRODUZIONE
RESPONSABILI



CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI

Il pianeta Terra ci ha fornito risorse naturali in abbondanza, ma non siamo stati in grado di sfruttarle in modo responsabile. Insieme dobbiamo garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo per arginare i danni che abbiamo causato.

Lo sapevi che:

- Solo il 3% dell'acqua è potabile e l'uomo la consuma più velocemente di quanto la natura possa ricostruirla.
- Ogni anno 1.3 miliardi di tonnellate di cibo vanno sprecate mentre quasi 2 miliardi di persone soffrono la fame o sono denutrite.

13
LOTTA CONTRO
IL CAMBIAMENTO
CLIMATICO



AGIRE PER IL CLIMA

Dobbiamo lottare assieme contro il cambiamento climatico perché è una minaccia reale e innegabile per l'intera civiltà. È fondamentale adottare misure urgenti per combattere il cambiamento climatico e le sue conseguenze.

Lo sapevi che:

- Il solo settore energetico creerà circa 18 milioni di posti di lavoro in più entro il 2030 nel campo delle energie rinnovabili.
- Per limitare il riscaldamento a 1.5°C, le emissioni globali nette di CO₂ devono diminuire del 45% entro il 2030 e raggiungere lo zero netto intorno al 2050.

14
FLORA E FAUNA
ACQUATICA



LA VITA SOTT'ACQUA

La salute degli oceani e dei mari è essenziale per la nostra esistenza. Dobbiamo conservare e utilizzare in modo durevole gli oceani, i mari e le risorse marine per uno sviluppo sostenibile.

Lo sapevi che:

- Il 40% dell'oceano è pesantemente colpito dall'inquinamento, dall'esaurimento delle risorse ittiche, dalla perdita di habitat costieri e da altre conseguenze dovute dalle attività umane.
- Gli oceani coprono il 75% della superficie terrestre e rappresentano il 99% dello spazio vitale del pianeta in termini di volume.

15
FLORA E FAUNA
TERRESTRE



LA VITA SULLA TERRA

Facciamo tutti parte dell'ecosistema del pianeta terra e insieme dobbiamo proteggere, ripristinare e favorire un uso sostenibile dell'ecosistema terrestre, contrastare la desertificazione, arrestare il degrado del terreno e fermare la perdita della diversità biologica.

Lo sapevi che:

- Circa 1.6 miliardi di persone dipendono dalle foreste per il proprio sostentamento.
- Le foreste ospitano oltre l'80% di tutte le specie terrestri di animali, piante e insetti.

16
PACE, GIUSTIZIA E
ISTITUZIONI SOLIDE



PACE, GIUSTIZIA E ISTITUZIONI FORTI

Se condividiamo gli stessi valori possiamo essere promotori di pace e inclusività nella nostra società; insieme possiamo rendere la giustizia accessibile per tutti e creare organismi efficienti, responsabili e inclusivi a tutti i livelli.

Lo sapevi che:

- In 49 paesi mancano leggi che proteggono le donne dalla violenza domestica.
- Ci sono almeno 10 milioni di apolidi a cui è stata negata la nazionalità e i relativi diritti.

17
PARTNERSHIP
PER GLI OBIETTIVI



PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI

Gli obiettivi globali sono raggiungibili solo se lavoriamo insieme. Uniti possiamo rafforzarne i mezzi di attuazione e rinnovare il partenariato mondiale per lo sviluppo sostenibile.

Lo sapevi che:

- Gli investimenti sostenibili e responsabili rappresentano fonti di capitale ad alto potenziale per gli obiettivi di sviluppo sostenibile.
- Il mercato obbligazionario per le imprese sostenibili è in crescita.

Cos'è SDGs Action Manager

Al fine di rendere più completa e dinamica la nostra autovalutazione, COLFERT ha deciso di misurarsi con l'SDGs Action Manager, una piattaforma online nata dall'integrazione del B Impact Assessment della non-profit statunitense B Lab con i Principi del Global Compact Network delle Nazioni Unite. (www.unglobalcompact.org/take-action/sdg-action-manager). Dalla stretta collaborazione tra i due enti internazionali è nato uno strumento in grado di indicare quanto un'azien-

da stia contribuendo al raggiungimento del singolo obiettivo rispetto al suo potenziale.

Gli SDGs valutati dalla piattaforma sono 16 in quanto il diciassettesimo è il risultato dell'interazione fra tutti gli altri e l'SDGs Action Manager non è ancora in grado di restituire un'indicazione di contribuzione puntuale.

Lo strumento consente di ottenere un'auto-valutazione di quanto l'azienda stia contribuendo a ciascuno degli obiettivi di sviluppo sostenibile.



Report SDGs COLFERT

Il grafico sottostante mette in evidenza come COLFERT contribuisce a ciascuno dei Sustainable Development Goal dell'agenda 2030 dell'Onu.

Tuttavia, sulla base della nostra analisi interna, abbiamo identificato gli SDG 1, 8, 9 e 13 come i più rilevanti per la nostra realtà.

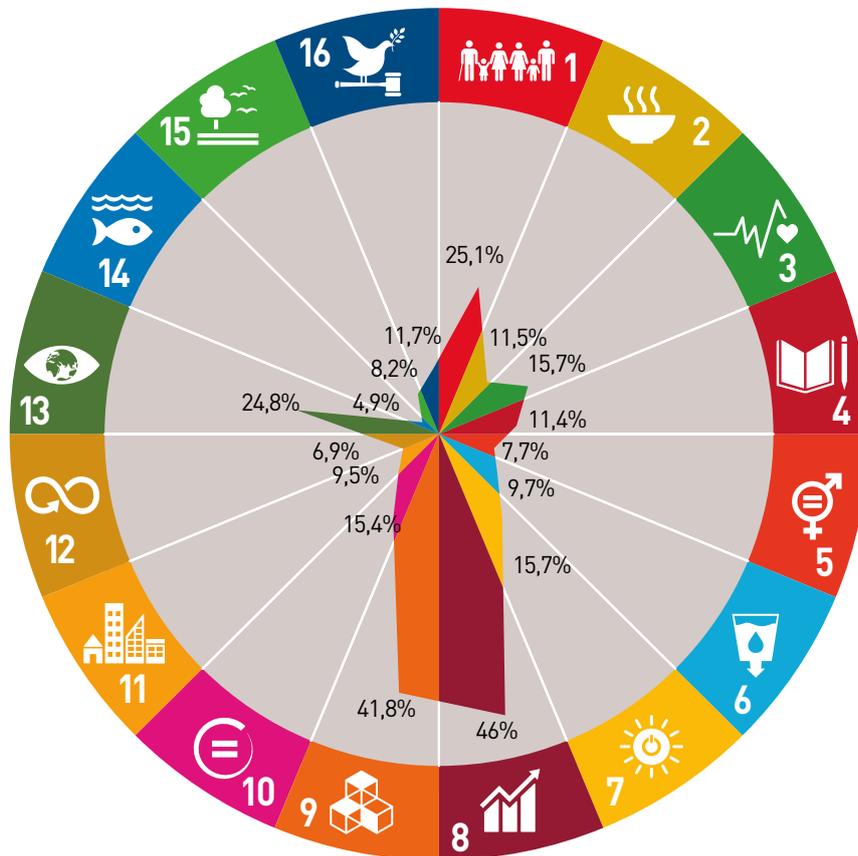
Sulla base dell'autovalutazione condotta con lo strumento SDG Action Manager, abbiamo comparato la nostra performance rispetto ad un benchmark di settore internazio-

nale che comprende aziende da tutto il mondo ed abbiamo ottenuto un punteggio di circa:

- 7% superiore alla media sull'SDG 1 Sconfiggere la povertà
- 26% superiore alla media sull'SDG 8 Lavoro dignitoso e crescita economica
- 24% superiore alla media sull'SDG 9 Imprese Innovazione e infrastrutture
- 11% superiore alla media sull'SDG 13 Lotta contro il cambiamento climatico.

% SDGs	
25,1	1 POVERTÀ ZERO
11,5	2 FAME ZERO
15,7	3 SALUTE E BENESSERE
11,4	4 ISTRUZIONE DI QUALITÀ
7,7	5 UGUAGLIANZA DI GENERE
9,7	6 ACQUA PULITA E IGIENE
15,7	7 ENERGIA PULITA E ACCESSIBILE
46,0	8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA

% SDGs	
41,8	9 INDUSTRIA, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE
15,4	10 RIDURRE LE DISUGUAGLIANZE
9,5	11 CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI
6,9	12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI
24,8	13 AGIRE PER IL CLIMA
4,9	14 LA VITA SOTT'ACQUA
8,2	15 LA VITA SULLA TERRA
11,7	16 PACE, GIUSTIZIA E ISTITUZIONI FORTI

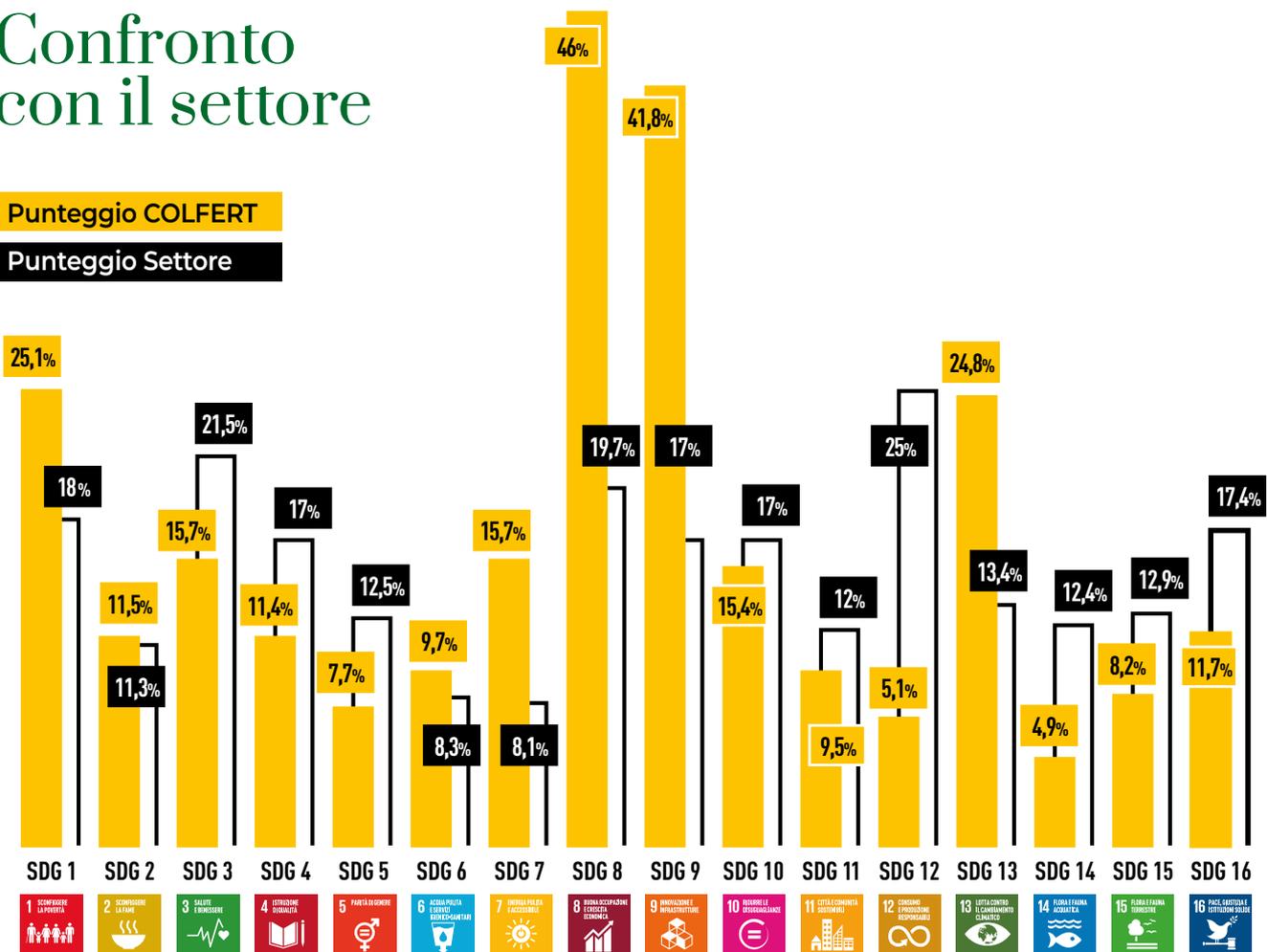




Confronto con il settore

Punteggio COLFERT

Punteggio Settore





Finalità di beneficio comune 1

Miglioramento continuo verso la sostenibilità ambientale e sociale dei processi e delle pratiche aziendali al fine di minimizzare gli impatti negativi e amplificare gli impatti positivi sulle persone, sulla biosfera e sul territorio.



A traverso il perseguimento di questa finalità cerchiamo di avere sempre cura del nostro agire consapevoli che le nostre scelte presenti impattano sul futuro non solo nostro ma anche e soprattutto delle generazioni future. Dal 2014 abbiamo l'obiettivo di diventare una **Lean enterprise**

ovvero una azienda fortemente orientata all'eliminazione delle attività che non producono valore per il cliente (muda). I principi su cui si basa il **Lean Thinking** sono semplici: il punto di partenza è l'identificazione degli sprechi per poi eliminarli e produrre di più con un minor consumo di risorse, in una parola **sostenibilità!**

Le attività di questa finalità contribuiscono a questi SDGs:



“Il mondo non è un dono dei nostri genitori ma il prestito dei nostri figli!”

PER QUESTA FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE **NEL CORSO DEL 2022**
 ABBIAMO INDIVIDUATO E PERSEGUITO QUESTE AZIONI:



AZIONE 1.

Gestione dei rifiuti

2022		
OBIETTIVO	ATTIVITÀ SVOLTA	RISULTATI
Introduzione della "Pausa sostenibile". 	Le aree di pausa e ristoro delle sedi di Mogliano Veneto e di Dosson sono state dotate di appositi raccoglitori per bicchieri e palette del caffè con lo scopo di essere promotori di una "Pausa Sostenibile".	Dotazione di ciascuna area pausa e ristoro di appositi raccoglitori per bicchieri e palette.
	È stata fatta richiesta al fornitore delle macchinette distributrici, delle sedi di Mogliano Veneto e Dosson, di fornirci solo bicchieri e palette in materiale riciclabile.	Riduzione dell'utilizzo di bicchieri e palette in plastica. 

AZIONE 2.

Formazione alla sostenibilità

2022		
OBIETTIVO	ATTIVITÀ SVOLTA	RISULTATI
Erogazione formazione ai collaboratori sul tema della sostenibilità. 	COLFERT ha aderito nel corso del 2022 al progetto FSE 497 "Challenge & sustainable competitiveness". I 12 responsabili di COLFERT hanno partecipato ad un corso di 12 ore, suddiviso in 3 lezioni da 4 ore ciascuna, tenutosi tra novembre e dicembre 2022 sulla sostenibilità. Il corso, dal titolo "il bilancio sociale e la sostenibilità in COLFERT" si è in particolare focalizzato sull'importanza dell'analisi di materialità, propedeutica alla rendicontazione non finanziaria. Mediante la tecnica del brainstorming sono dapprima stati individuati gli stakeholder di riferimento per COLFERT e successivamente sono stati individuati gli argomenti materiali da indagare.	100 ore di formazione. 

AZIONE 3.

Integrazione nell'organigramma aziendale della responsabilità della sostenibilità

2022

OBIETTIVO	ATTIVITÀ SVOLTA	RISULTATI
Assegnazione formale della responsabilità della sostenibilità.	All'interno del nuovo organigramma aziendale ad albero, è stata introdotta una nuova figura: Il Responsabile della sostenibilità.	Inserimento nell'organigramma aziendale della figura del Responsabile della sostenibilità.

AZIONE 4.

Dematerializzazione dei processi

2022

OBIETTIVO	ATTIVITÀ SVOLTA	RISULTATI
Dematerializzazione dei processi attraverso la loro digitalizzazione. 	Introduzione app MOBISARP 2.0 Dematerializzazione del ciclo passivo. 	La dematerializzazione e la digitalizzazione hanno diversi aspetti positivi per l'ambiente connessi alla produzione, al consumo e alla diffusione di beni fisici. Si cita spesso la riduzione della carta che è certamente un effetto molto visibile, ma la digitalizzazione dei processi non si limita a questo. La dematerializzazione infatti abbatte lo spreco di risorse naturali anche in termini di spazi fisici usati per svolgere le diverse attività o per stoccare materiali e documenti; riduce la distanza geografica tra le persone, limitando gli spostamenti ma favorendo gli scambi e velocizzando la presa di decisione con conseguente miglioramento delle performance aziendali.

AZIONE 5.

Riduzione degli sprechi e dei consumi

2022

OBIETTIVO	ATTIVITÀ SVOLTA	RISULTATI
Diminuzione del consumo di bottigliette d'acqua di plastica usa e getta. 		Distribuzione di 32 borracce ai nuovi collaboratori in occasione della consegna del Kit di Benvenuto.
Sostituzione lampade a basso consumo.		Sostituzione delle lampade fluorescenti con le lampade a Led.



AZIONE 1.

Gestione dei rifiuti

2023	
OBIETTIVO	KPI
Introduzione della "Pausa sostenibile" anche nella sede di Varese.	Dotazione di ciascuna area pausa e ristoro di appositi raccoglitori per bicchieri e palette.
Richiesta al fornitore della macchinette distributrice della sede di Varese la fornitura di bicchieri e palette in materiale riciclabile.	Utilizzo esclusivo di bicchieri e palette in materiale riciclabile.
Verifica dell'attuale gestione dei rifiuti.	Revisione dei contratti di gestione rifiuti con lo scopo di uniformare e efficientare la raccolta.
Valorizzazione dei rifiuti.	Individuazione di almeno 1 rifiuto da valorizzare, oltre all'alluminio.
Formazione ai colleghi di tutte le sedi sulla raccolta differenziata.	Implementazione della cartellonistica, differenziata per ogni sede, sul corretto smaltimenti dei rifiuti a seconda del gestore. Presentazione ai collaboratori della nuova cartellonistica.



AZIONE 2.

Formazione alla sostenibilità

2023	
OBIETTIVO	KPI
Formazione continua del personale sul tema della sostenibilità.	140 ore di formazione.
Allineamento di tutta l'azienda sullo sviluppo sostenibile di COLFERT.	Inserimento in ogni riunione plenaria COLFERT di un focus legato allo sviluppo sostenibile per COLFERT.

AZIONE 3.

Integrazione nell'organigramma aziendale della responsabilità della sostenibilità

2023	
OBIETTIVO	KPI
Presentazione a tutti i collaboratori del nuovo organigramma ad albero e della nuova figura del Responsabile della sostenibilità.	140 ore di formazione.
Istituzione del "Team sostenibilità".	Creazione del "team sostenibilità" con relativa rappresentazione nell'organigramma aziendale.



AZIONE 4.

Dematerializzazione dei processi

2023

OBIETTIVO	KPI
Attivazione di nuovi progetti di dematerializzazione.	Attivazione di almeno 2 nuovi progetti di dematerializzazione dei processi.
Diffusione della stampa a codice per ridurre il fenomeno delle "stampe abbandonate".	Attivazione di almeno 12 utenti per l'utilizzo della stampa a codice.
Acquisto di carta riciclata per le stampe interne.	Acquisto del 50% della carta per le stampe interne in materiale riciclato.



AZIONE 5.

Mobilità Green

2023

OBIETTIVO	KPI
Efficientamento gestione flotta COLFERT.	Realizzazione di un regolamento sull'acquisto dei mezzi di trasporto finalizzato all'implementazione della mobilità green, ove possibile.



ALTRE AZIONI.

2023		
OBIETTIVO		KPI
Risalto all'interno del magazine COLFERTwindow dell'utilizzo di inchiostri vegetali per la sua stampa.		Inserimento in copertina della simbologia relativa all'utilizzo di inchiostro di soia. 
Efficientamento della gestione della mensa al fine di ridurre gli sprechi di cibo.		Redazione di un regolamento sulla gestione degli avanzi. Utilizzo esclusivo di piatti e posate biodegradabili/compostabili.
Aggiornamento regolamento aziendale con specifiche indicazioni su prassi e comportamenti sostenibili.		Redazione e sottoscrizione del nuovo regolamento aziendale sostenibile.
Riduzione volume degli imballi.		Utilizzo di buste per i materiali di piccole dimensioni.
Utilizzo di imballaggi sostenibili.		Sperimentazione di nuovi imballaggi sostenibili.
Riutilizzo di materiale di scarto per la realizzazione di gadget/opere d'arte.		Nuova vita ai COLFERTwindow rientrati dal servizio resi.
Utilizzo di saponi e detersivi biodegradabili.		Richiesta alle aziende che si occupano delle pulizie di tutte le sedi COLFERT di fornire ai propri collaboratori esclusivamente saponi e detersivi biodegradabili.
Diffusione del metodo KANBAN.		• 350 ordini; • 5.500 righe.
Rendere il raggiungimento degli obiettivi 2023 presenti nella Relazione d'Impatto un indicatore chiave da misurare al pari del fatturato e della redditività.		Assegnazione a ciascuno dei responsabili di primo livello obiettivi sulla sostenibilità che vadano ad influire sulla performance (MBO). 
Certificazione di nuovi prodotti a marchio Yellow.		Ottenimento della Certificazione EC1 plus per una selezione di prodotti per la posa a marchio YELLOW.
Formazione per i clienti COLFERT sul corretto utilizzo di prodotti chimici, di nostra produzione, potenzialmente dannosi per la salute.		270 ore di formazione. 
Analisi LCA per la linea produttiva WATERPROOF.		Avviamento dell'analisi.
Aumento del numero di clienti a cui somministrare il questionario sull'analisi di materialità.		Aumentare del 20% il numero dei questionari compilati sull'analisi di materialità.
Revisione in ottica di sostenibilità alla catena di fornitura per la creazione di nuovi modelli di filiera basati sul coinvolgimento attivo dei nostri partner e sulla condivisione dei nostri valori, dalla produzione alla distribuzione.		Mappatura dei nostri attuali fornitori su parametri sostenibili. 

FOCUS

KYM - Quanto mi costa la gestione degli acquisti?

Fare profitto è condizione indispensabile per dare continuità all'azienda.

Ma se un tempo le aziende riuscivano a garantirsi profitti potendo aumentare il prezzo ora non è più così. In un mondo sempre più globalizzato, dove diventa facile comunicare/viaggiare, la competizione non ha frontiere, l'e-commerce è sempre più diffuso, se aumento il mio prezzo vengo escluso dal mercato.

Noi in COLFERT definiamo "valore" tutto ciò (materiale e immateriale) che ha interesse per il cliente, ciò che gli è utile, da cui trarrà un beneficio e per cui è disposto spontaneamente a spendere risorse personali (tempo, denaro, fatica, ecc.).

Valore = Beneficio - Prezzo.

COLFERT esiste perché vuole migliorare il lavoro dei propri clienti. Da qui nasce il progetto KYM. Ci siamo chiesti come potevamo ridurre il tempo dei nostri clienti non a valore ed abbiamo pensato ad uno dei punti d'incontro tra COLFERT ed i serramentisti: l'approvvigionamento dei materiali.

Ha valore ordinare il materiale di consumo che uso ogni giorno? Quanto tempo investo per svolgere questa attività? Quanto mi costa questo tempo? E quanto mi costa rimanere senza materiale?

Vorremmo porre fine a questa burocrazia attraverso un nostro software, che permetterà di ridurre il tempo non a valore per gli acquisti del materiale di consumo frequente, ridurre i pensieri di riapprovvigionamento, le rotture di stock e il controllo costante dei livelli di magazzino.

Notiamo che mediamente per far un ordine di 10 articoli e stoccare il materiale ci vogliono circa 75 minuti, con il sistema KYM riusciamo ad abbassare questo tempo a 15 minuti.

Vogliamo dare più tempo agli uffici per lo studio di nuovi progetti/commesse, per assistere le vendite, per aver più tempo da dedicare ai nuovi prodotti e dare quindi maggior valore e qualità al cliente finale.



L'unica leva su cui mi posso concentrare per aumentare i miei profitti sono i costi interni di gestione, o meglio tutte quelle attività quotidiane per le quali il mio cliente non è disposto a pagare.

In un mondo in costante cambiamento, la velocità e la qualità dei propri processi interni diventa sempre più un vantaggio competitivo da sfruttare nel mercato.

Provate a pensare a quanto durano e da cosa sono composti i processi delle vostre aziende

Esplodendo questo dato nel dettaglio vi accorgete di quanto tempo investiamo in attività che al nostro cliente non interessano, molte sono attività che non portano un valore.

Borracce ecologiche



Ti sei mai chiesto quante bottigliette di plastica vengono consumate ogni anno?

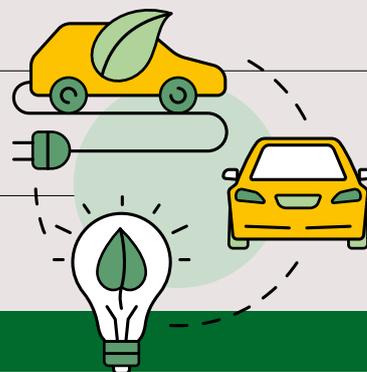
In Italia utilizziamo 8 miliardi di bottiglie di plastica. Un dato preoccupante, se pensiamo che gran parte di questa plastica non viene correttamente riciclata e finisce per inquinare il mondo attorno a noi. Anche noi Persone COLFERT siamo chiamati ad agire per adottare uno stile di vita per proteggere il pianeta in cui viviamo: ecco perché ogni collaboratore ha a sua disposizione una borraccia green.

Questa borraccia è ecologica perché realizzata in Tritan, un materiale che offre molti vantaggi:

- sono pratiche, leggere, resistenti;
- sicure per la salute: non contengono biosfenoli;
- possono contenere anche altre bevande.
- sono riciclabili al 100%.

FOCUS

Mobilità Green



LA FLOTTA COLFERT AL 31/12/2022

Auto elettriche

4

Auto ibride

9

Auto a gasolio

30

Auto a metano

1

Autocarro elettrico

1

Autocarro ibrido

1

Autocarro a gasolio

8

KM PERCORSI DALLA FLOTTA AL 31/12/2022

1.700.000 km

175.000 in elettrico (circa 10,3%)*

COLONNINE ELETTRICHE AL 31/12/2022

Sede Mogliano Veneto

3

Sede Dosson

1

Sede Varese

1

Car Pooling e Car Sharing

In occasione di YED, la fiera biennale organizzata da COLFERT dedicata alla filiera del serramento, svoltasi presso la fiera di Vicenza dal 5 al 7 maggio 2022, sono stati organizzati per il personale in servizio mezzi di trasporto condivisi: Se ogni collaboratore in servizio avesse utilizzato un mezzo proprio sarebbero stati percorsi **6.308 km**. Sfruttando invece il car pooling siamo riusciti a percorrere solo **1.992 km**.



* Sono esclusi da questo dato i trasportatori esterni che adottano mezzi diesel.



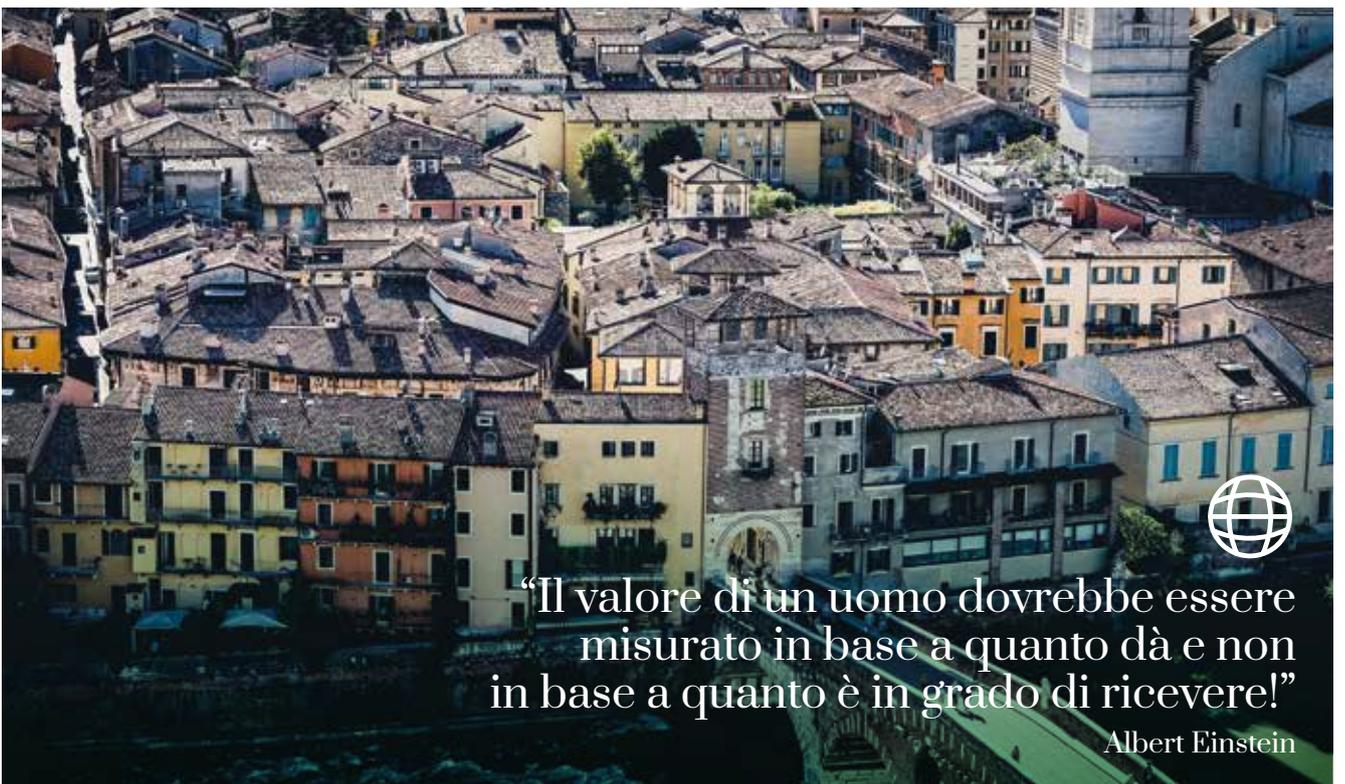
Finalità di beneficio comune 2

Assumere un ruolo attivo per contribuire alla cura del bene comune nei territori in cui si è presenti, attraverso lo sviluppo o il sostegno di progetti di impatto culturale, sociale, educativo, ambientale anche tramite iniziative congiunte con altri soggetti pubblici o privati con cui ci sia un allineamento di scopo.



A Attraverso il perseguimento di questa finalità vogliamo dare importanza all'essere presenti nel nostro territorio con una serie di iniziative di sostegno sociale, sportivo, culturale.

Le attività di questa finalità contribuiscono a questi SDGs:



“Il valore di un uomo dovrebbe essere misurato in base a quanto dà e non in base a quanto è in grado di ricevere!”
Albert Einstein

PER QUESTA FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE **NEL CORSO DEL 2022**
 ABBIAMO INDIVIDUATO E PERSEGUITO QUESTE AZIONI:



AZIONE 1.

Sostegno ad iniziative benefiche del territorio dove si trovano le nostre sedi

2022		
OBIETTIVO	ATTIVITÀ SVOLTA	RISULTATI
Sostegno all'associazione di promozione sociale AIPD - sezione della marca trevigiana.	Oggi AIPD MARCA TREVIGIANA ha finalmente una sua sede dove poter accogliere tutte le famiglie che ne chiederanno il supporto e dove poter realizzare i progetti di sviluppo delle autonomie dalla prima infanzia fino all'adulthood: la casa del cuore. COLFERT per sostenere concretamente l'iniziativa ha deciso di donare un'idropulitrice.	Donazione di 1 idropulitrice. 
Sostegno al progetto 6 insuperabile.	Il progetto 6insuperabile ha visto la sua prima edizione a settembre 2021 ed il messaggio che vuol far passare è quello di creare sinergia tra disabilità, sport e territorio, coinvolgendo importanti personalità del mondo istituzionale, sociale, olimpico e paraolimpico. Anche per il 2022 COLFERT ha sostenuto l'iniziativa come sponsor.	6.000 € di donazione. 
Sostegno mensile al progetto di Advar "Adotta una cura".	Advar è un'associazione che opera, a domicilio per i comuni dell'ex ULSS9 e in Hospice per i comuni dell'ULSS2 Marca Trevigiana, compreso il territorio opitergino mottense. COLFERT sostiene Advar dal 2020 ma nel 2022 ha scelto di aderire al progetto "adotta una cura" per garantire un contributo continuativo mensile.	3.600 € in donazioni pari a bonifici mensili di 300 €. 
Sostegno alla cooperativa Il Sentiero.	La società cooperativa sociale Il sentiero si prende cura delle persone con disabilità che si affidano alla Cooperativa per dare un valido sostegno alle loro famiglie. Tra le attività promosse dalla cooperativa spicca Il Laboratorio di Cioccolateria grazie al quale COLFERT ha addolcito il Natale a tutti i propri clienti	3.000 cioccolatini distribuiti come cadeau natalizi a clienti e collaboratori con un contributo pari a 2.000 €. 
Sostegno Team per le dimissioni protette, pediatria di Padova.	L'Azienda Ospedaliera di Padova insieme all'Università di Padova - reparto di Neuropsichiatria Infantile, la Cooperativa Sociale Train de Vie, la Banca d'Italia, la Fondazione Salus Pueri e COLFERT Spa uniscono le forze per un progetto pilota che crea un nuovo modello di intervento per i nostri ragazzi, che prende il nome di "Team per le dimissioni protette". I beneficiari saranno 40 ragazzi tra i 10 e i 18 anni, in regime di ricovero o in dimissione da ricovero, i quali verranno seguiti per un periodo di 12 settimane. COLFERT ha deciso di sostenere l'iniziativa con una donazione alla Cooperativa Sociale Train de Vie.	7.500 € di donazione. 

AZIONE 2.

Collaborazione con il mondo della scuola e dell'università

2022		
OBIETTIVO	ATTIVITÀ SVOLTA	RISULTATI
Attivazione tirocini Universitari.	Abbiamo ospitato in tirocinio una studentessa del corso di Laurea in "Global development and entrepreneurship" dell'Università Ca' Foscari di Venezia. La risorsa si è occupata, tra le altre cose, di studiare il Business model di COLFERT, correlandolo in particolare al processo di trasformazione in Società Benefit, individuando le ragioni del cambiamento, le aspettative e gli obiettivi; ha poi partecipato alla compilazione del nostro primo B Impact Assessment. Lo scorso luglio ha discusso la sua tesi dal titolo "Italian firms path to Bcorp Certification. A case study of planning, obstacles, and limitations.", dove ha citato anche il "caso COLFERT".	1 tirocinio universitario. 
Attivazione tirocini con altri percorsi di studio.	Abbiamo ospitato un'allieva dell'"Accademia delle professioni" per il tirocinio propedeutico alla qualifica professionale in Gestione e Sviluppo delle Risorse Umane. Durante il tirocinio l'allieva è stata coinvolta sia nei processi amministrativi che in quelli selettivi delle risorse umane e ha potuto avere i primi approcci con la filosofia Lean adottata in COLFERT. Ha presentato una tesina di fine corso dal titolo "Il valore del Kaizen nell'organizzazione" e oggi collabora con noi.	1 tirocinio. 
Collaborazione con le scuole superiori del territorio.	"Camera di Commercio per i licei - riconosci il lavoro che vorrei fare" è un progetto pensato dalle Camere di Commercio del Veneto per offrire un percorso di "orientamento attivo" agli studenti liceali che più di altri, soffrono maggiormente una certa distanza dal mondo del lavoro. Lo scopo dell'intervento è stato quello di far conoscere ai ragazzi alcune delle figure professionali più richieste in questo momento: <ul style="list-style-type: none"> • Lean Manager • Responsabile IT sviluppatore di configuratori e simulatori di processo. 	Partecipazione durante la settimana della sostenibilità ad un incontro rivolto agli studenti delle scuole superiori e adesione al progetto "riconosci il lavoro che vorrei fare" organizzato dalle camere di commercio. 

Finalità di beneficio comune 2

PER QUESTA FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE
VOGLIAMO PERSEGUIRE QUESTE AZIONI **NEL CORSO DEL 2023**



AZIONE 1.

Sostegno ad iniziative benefiche del territorio dove si trovano le nostre sedi

2023		
OBIETTIVO	KPI	
Mantenimento sostegno al progetto di Advar "Adotta una cura".	3.600 € in donazioni pari a bonifici mensili di 300 €.	
Mantenimento supporto al Laboratorio Cioccolateria della società cooperativa sociale Il sentiero.	Ordine di cioccolatini alla società cooperativa sociale Il sentiero per la realizzazione di Cadeau natalizi .	
Definizione di ambiti e regole per l'individuazione delle iniziative benefiche del territorio alle quali aderire .	Redazione di un regolamento per lo stanziamento in budget pari a 15.000 €.	

AZIONE 2.

Collaborazione con il mondo della Scuola e dell'Università

2023		
OBIETTIVO	KPI	
Organizzazione di percorsi formativi con scuole superiori del territorio, come per esempio ITS, per avvicinare i ragazzi al mondo del lavoro.	Adesione al PMI DAY 2023.	
Attivazione di stage curriculari per Istituti Superiori e Università.	Attivazione di almeno 1 stage curriculare.	
Adesione alla fondazione ITS Red • Erogazione moduli formativi tecnici; • Disponibilità ad ospitare stage; • Erogazione borsa di studio.	• 2 Moduli di formazione; • Almeno 1 stage; • Borsa di studio pari a copertura di una quota di iscrizione.	

ALTRE AZIONI.

2023		
OBIETTIVO	KPI	
Tutela del verde pubblico.	Finanziamento di una iniziativa sostenibile in collaborazione con il Comune di Mogliano Veneto.	
Sostegno ad attività culturali del territorio.	Sponsorizzazione di almeno una attività culturale del territorio.	

FOCUS

6 Insuperabile

Il progetto 6insuperabile ha visto la sua prima edizione a settembre 2021, un grande evento voluto dall'associazione ex allievi Sola in Deo Sors in collaborazione con l'associazione Sporting Altamarca. L'iniziativa si articola in una serie di eventi dedicati all'inclusione e alla solidarietà, il messaggio che si vuol far passare è quello di creare sinergia tra disabilità, sport e territorio, coinvolgendo importanti personalità del mondo istituzionale, sociale, olimpico e paraolimpico. Insuperabili nella vita per superare tutte le diversità, le disabilità, le difficoltà. "6 insuperabile" è promosso da Brombal srl.



Advar, adotta una cura

Advar nasce nel 1988 con la volontà e l'obiettivo di sostenere la dignità, nel vivere come nel morire. La vita non smette mai di essere vita e quando si avvicina la fine del suo corso, essa deve essere ancor più rispettata, sostenuta, amata. Per Advar è fondamentale prendersi cura del malato nel suo salute alla vita, dandogli tutta l'assistenza necessaria per alleviare la sofferenza, accompagnandolo con profondo rispetto, ascolto ed amore. Advar è un'associazione apartitica e aconfessionale che persegue i propri scopi istituzionali attraverso due Enti che operano in modo sinergico e complementare: l'Associazione Assistenza Domiciliare Volontaria Alberto Rizzotti Onlus e la Fondazione ADVAR Onlus, senza scopo di lucro e finalizzate esclusivamente ad obiettivi di solidarietà sociale. COLFERT, per sostenere Advar, ha scelto "Adotta una Cura", la donazione ricorrente che lega al territorio, sempre. COLFERT opera dal 1967 nel territorio del triveneto ma dietro all'azienda c'è una famiglia, ci sono persone e ci

sono valori. Questi ultimi hanno messo sempre al centro l'essere umano, non solo visto come collaboratore o cliente, ma come persona. COLFERT ammira e stima molto l'operato di Advar e ha deciso di sostenerlo mensilmente. La volontà di sostenere la dignità di ogni essere umano, sia durante la vita ma anche e soprattutto quando questa si avvicina alla fine del suo corso, hanno fatto di Advar un grande esempio nel nostro territorio. L'anima imprenditoriale di COLFERT, sa quanto sia importante poter contare in entrate ricorrenti per poter dare continuità ai progetti, per questo ha deciso di sostenere Advar con il percorso "Adotta una cura", per dare la possibilità a questo ente formidabile di pianificare in maniera più efficace gli interventi e il loro operato verso i malati più fragili del nostro territorio.



PMI day

PMI DAY, dal 2010, vede ogni anno le piccole e medie imprese associate a Confindustria aprire le porte ai giovani per visite guidate e incontri. Si tratta di un'iniziativa organizzata con le Associazioni di Confindustria, pensata per contribuire a diffondere la conoscenza della realtà produttiva delle imprese, le opportunità che possono offrire e il loro impegno quotidiano a favore della crescita, mediante un



momento di esperienza diretta in azienda e l'incontro con i suoi protagonisti. Il PMI DAY, che si svolge in Italia e all'estero, coinvolge centinaia di imprese e migliaia di partecipanti e consente agli studenti di vedere come nascono i prodotti e i servizi e di cogliere l'esperienza delle persone che contribuiscono a realizzarli, conoscere la storia dell'azienda, l'orgoglio e l'impegno quotidiano delle persone che ne fanno parte.

FOCUS

AIPD - sezione della marca trevigiana

AIPD MARCA TREVIGIANA nasce nel 2004 a Marano di Piave da sette famiglie di adolescenti con la sindrome di Down, determinate a dare un futuro più autonomo ai loro figli. Da quel momento AIPD MARCA TREVIGIANA è cresciuta e oggi conta più di 80 famiglie di bambini, ragazzi e adulti con la sindrome di Down di tutta la provincia di Treviso.

In questi 18 anni di attività AIPD ha realizzato numerosi progetti per lo sviluppo delle autonomie personali e sociali, accompagnando le famiglie nella crescita dei loro familiari grazie a una équipe di professionisti come assistenti sociali, psicologi, educatori e terapeuti occupazionali. Inoltre offre servizi di consulenza alle famiglie per tutte le questioni riguardanti la sindrome di Down, sia dal punto di vista legislativo e dell'inclusione, sia dal punto di vista

sanitario. Offre anche supporto psicologico ai genitori e familiari in tutto il percorso di crescita dei loro figli e fratelli con la sindrome di Down, curando anche le relazioni con i siblings.

Oggi AIPD MARCA TREVIGIANA ha finalmente una sua sede dove poter accogliere tutte le famiglie che ne chiederanno il supporto e dove poter realizzare i progetti di sviluppo delle autonomie dalla prima infanzia fino all'adultità. In questa "casa del cuore" ogni fascia di età troverà il suo spazio: ci sarà l'area per le prime autonomie riservata ai bambini, ci sarà l'area dove i gruppi di adolescenti potranno incontrarsi e programmare delle feste o organizzare il loro tempo libero in autonomia, ci sarà l'area per le attività di sviluppo delle autonomie domestiche e anche un'area per provare a vivere da soli o in piccoli gruppi.



Il sentiero

La società cooperativa sociale Il sentiero si prende cura delle persone con disabilità che si affidano alla Cooperativa per dare un valido sostegno alle loro famiglie. Empatia, accoglienza, dialogo, ascolto e rispetto sono alcuni degli elementi che, uniti alle risorse e agli strumenti a disposizione, aiutano Il sentiero a raggiungere uno dei più importanti obiettivi: il benessere di ogni persona.

Il Laboratorio di Cioccolateria è nato nel novembre del 2017 all'interno del Centro Diurno ed è stato, fin da subito, una sfida che "Il Sentiero" ha scelto di affrontare creando un vero e proprio ambiente professionale dove gli utenti della Cooperativa lavorano come cioccolatieri per realizzare artigianalmente praline e tavolette di cioccolato certificato biologico. Cioccolateria è un laboratorio innovativo: il secondo in Italia. Le persone coinvolte in questo laboratorio hanno acquisito competenze e abilità professionali. Un impegno che può essere riassunto in tre obiettivi: inclusione, economia sociale e innovazione.

La produzione del cioccolato avviene con materie prime da agricoltura biologica, di alta qualità e certificate bio; le lavorazioni sono artigianali e il confezionamento è fatto a mano.

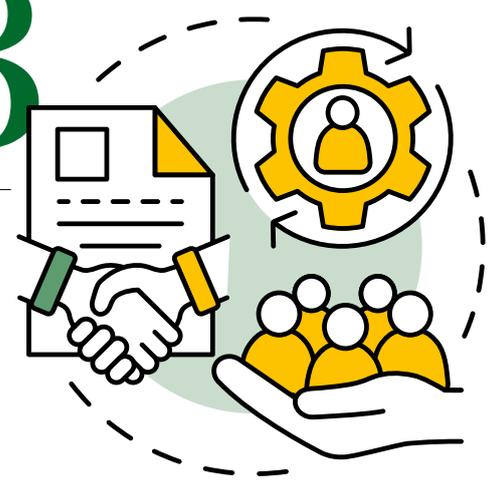
La combinazione di eccellenti materie prime e la semplicità delle ricette conferiscono un'alta qualità ai prodotti che portano in sé un naturale valore aggiunto.

«Mi piace la cioccolata, da un anno ho imparato a farla. Sono in laboratorio con due operatori bravi e dei compagni di lavoro simpatici. Mi piace questo laboratorio perché faccio il cioccolato e il cioccolato piace a tutti! Qualche volta ci scappa anche un assaggio».





Finalità di beneficio comune 3



Costruire un clima di lavoro positivo ed inclusivo tra i collaboratori, tutelandone i diritti e doveri, la sicurezza, la formazione, la valorizzazione delle competenze lo sviluppo delle potenzialità, compresa l'adozione di misure concrete di welfare aziendale e di conciliazione vita-lavoro.

Attaverso il perseguimento di questa finalità cerchiamo di dare alle persone, mediante la costruzione di rapporti di lavoro di qualità, un'occasione di realizzazione professionale e personale. La creazione di un ambiente di lavoro positivo è volta alla valorizzazione delle persone, a sviluppare il loro

potenziale, a condividere i valori aziendali e a far crescere costantemente l'orgoglio e la soddisfazione di lavorare insieme in COLFERT.

Le attività di questa finalità contribuiscono a questi SDGs:



L'Italia è una Repubblica democratica, fondata sul lavoro. La sovranità appartiene al popolo, che la esercita nelle forme e nei limiti della Costituzione

Articolo 1 della Costituzione Italiana



AZIONE 1.

Benessere dei collaboratori

2022		
OBIETTIVO	ATTIVITÀ SVOLTA	RISULTATI
Smart working. 	Con l'entrata in vigore del DM n. 149 del 22 Agosto 2022, a decorrere dal 1° Settembre 2022, è venuta meno la "modalità semplificata" nella gestione del lavoro agile. Nonostante questo COLFERT ha deciso di garantire ai collaboratori che ne avevano necessità la possibilità di accedere allo smart working, compatibilmente al lavoro da svolgere, attraverso la predisposizioni di accordi individuali.	37 persone hanno fatto Smart working per un totale di 3.508 ore, pari a 438,5* giorni di lavoro. * Il dato deve essere letto ricordando che nel corso del 2022 i protocolli sanitari prevedevano che un asintomatico non potesse avere contatti con l'esterno.
Istituzione del Fondo Claudio Vendrame.	Grazie al Fondo Claudio Vendrame COLFERT garantisce un aiuto economico alle famiglie dei nostri collaboratori prematuramente scomparsi.	Consegna del primo assegno alla famiglia Vendrame. 
Convenzioni di acquisti di beni e servizi presso negozi della zona. 	Grazie all'intervento nel nostro ufficio Acquisti, in collaborazione con l'ufficio Risorse Umane, abbiamo avviato delle convenzioni con alcuni nostri fornitori.	Attivazione convenzione con il marchio Diadora.
Occasioni di incontro con i collaboratori. 	Il venerdì sera, terminate le consuete attività lavorative della giornata, l'appuntamento per i collaboratori, agenti e venditori COLFERT è in taverna. Il presidente Luigi Zanato ha creato negli anni una vera e propria tradizione che permette di creare un momento di condivisione unico e irripetibile.	<ul style="list-style-type: none"> • 4 riunioni plenarie; • 1 cena d'estate; • 1 cena di natale; • 46 taverne da Gigi.
Introduzione di una gestione snella della comunicazione di assenze, permessi, ferie e timbrature fuori sede.	In ottica di semplificazione e di agevolazione reciproca, nella comunicazione tra collaboratore e ufficio Risorse Umane, è stata introdotta un'app: Mobisarp 2.0. È stata strutturata in modo tale che ciascun collaboratore, dopo averla scaricata nel proprio smart phone, fosse in grado di comunicare contemporaneamente al proprio Responsabile e all'ufficio Risorse Umane le proprie richieste, concernenti ferie e permessi o richieste di rimborsi spese. Questo sistema molto intuitivo ha appresentato una svolta nella gestione delle necessità più frequenti, consentendo al collaboratore di avere risposte rapide e di non dover dedicare tempo a comunicazioni via mail, oltre a dematerializzare la documentazione finalizzata ai rimborsi a piè di lista per le spese sostenute. Dall'altro lato ha consentito un più facile monitoraggio dei collaboratori da parte dei responsabili, in termini di presenze e richieste.	Adozione App web Sarp. 

2022		
OBIETTIVO	ATTIVITÀ SVOLTA	RISULTATI
Redazione e diffusione del nuovo regolamento aziendale.	Con l'aumento repentino dell'organico, nel 2022 si è reso necessario regolamentare e uniformare procedure che fino ad allora erano assenti, poco chiare o avrebbero potuto lasciare spazio ad interpretazioni. La redazione di un nuovo regolamento aziendale, che fosse chiaro e preciso nella trattazione di aspetti e casi di interesse comune, ha permesso di stabilire linee guida che semplificassero le comunicazioni e nello stesso tempo indirizzassero i collaboratori verso le giuste azioni da intraprendere per le esigenze personali e dell'azienda.	Condivisione con tutti i collaboratori del nuovo regolamento. 
Modifica degli orari di apertura del punto vendita di Treviso.	La chiusura del punto vendita al sabato mattina ha permesso al personale impegnato nel comparto di beneficiare di un maggiore periodo di riposo.	Chiusura del punto vendita a partire dal mese di luglio 2022.

AZIONE 2.

Incentivi per i collaboratori

2022		
OBIETTIVO	ATTIVITÀ SVOLTA	RISULTATI
Premi 2022 per i collaboratori. 	Con l'intento di dare un reale e concreto aiuto ai propri collaboratori e alle loro famiglie in un anno contraddistinto da continui rincari delle bollette, del carburante e del carrello della spesa, COLFERT ha deciso di sostenere i propri collaboratori. prima con dei buoni spesa e successivamente con l'attivazione di un piano Welfare. Il piano Welfare attivato permette ai lavoratori di beneficiare dei molti beni e servizi messi a disposizione dalla piattaforma, quali buoni alimentari, cure mediche, attività sportive, viaggi e vacanze, assistenza per gli anziani, istruzione, trasporto pubblico e tanto altro. "Il benessere delle nostre collaboratrici e dei nostri collaboratori è per noi una priorità" ha dichiarato l'amministratore delegato Mirco Zanato "conosciamo le loro difficoltà e ci piace poter dare loro una mano ad affrontare questo momento economicamente difficile per molte famiglie. Ci hanno aiutato a superare un anno complicato dimostrando un grande attaccamento al lavoro anche in situazioni non certo semplici e li vogliamo ringraziare anche per essere stati sempre generosi e disponibili con noi".	<ul style="list-style-type: none"> • 72.320,00 € in buoni acquisto (buoni spesa e Piattaforma Welfare); • 118.625,00 € di premio aziendale relativo ai risultati 2021 (Piattaforma Welfare e Busta paga).
Piano Welfare.		<ul style="list-style-type: none"> • 231.563,69 € caricati in piattaforma; • 114 lavoratori beneficiari; • Al 31 dicembre 2022 sono state fatte 2.551 operazioni e sono state chiuse spese per un totale di 184.248,52 €. 
Concorso "Porta un Amico".	Nel corso del 2022 abbiamo lanciato il concorso "porta un amico" con il quale abbiamo premiato i collaboratori che ci hanno fatto conoscere candidati poi selezionati per le nostre posizioni aperte.	1 nuovo collaboratore inserito in azienda tramite il concorso.

AZIONE 3.

Formazione

2022

OBIETTIVO	ATTIVITÀ SVOLTA	RISULTATI
Formazione in aula per i collaboratori. 	COLFERT crede fermamente nella crescita professionale dei propri collaboratori; non solo abbiamo curato la formazione tecnica del nostro personale ma ci siamo soprattutto concentrati sulla cura e sviluppo delle soft skills.	<ul style="list-style-type: none"> • 3.936 ore formazione hard skills; • 2.736 ore di formazione soft skills.
Formazione sul campo per i collaboratori.	Nel corso del 2022, al fine di massimizzare la formazione tecnica di alcune nostre figure professionali, abbiamo introdotto per la prima volta il distacco temporaneo. Il nostro personale in formazione, in particolare venditori, tecnici e area manager, ha svolto, per circa 4 settimane, un "tirocinio" presso serramentisti, clienti COLFERT, al fine di far acquisire le conoscenze tecniche necessarie per fornire un servizio consulenziale maggiormente specializzato. La formazione dei collaboratori viene inoltre arricchita tramite esperienze quali visite a fornitori e job rotation interna.	<ul style="list-style-type: none"> • 4 collaboratori; • 26 settimane di formazione per un totale di 832 ore. 

FOCUS

Istituzione del fondo "Claudio Vendrame"

L'INIZIATIVA DI COLFERT PER SOSTENERE LE FAMIGLIE IN UN MOMENTO DIFFICILE E DOLOROSO COME LA PERDITA DI UN CARO

Per COLFERT il mettere la persona al centro è il primo dei valori. Quando poi si ha il privilegio di lavorare a stretto contatto con persone dalla profonda umanità, oltre che dalla solida esperienza, non si può che sentirsi arricchiti.

Questo privilegio per noi aveva un nome: Claudio Vendrame.

Claudio ci ha lasciati oltre un anno fa e da subito ci è stato chiaro che avremmo voluto stare vicino alla sua famiglia, far sentire loro quanto sia stato importante per l'azienda e che non sarebbe mai stato dimenticato. Da questa esperienza nasce il "Fondo Claudio Vendrame", grazie al quale COLFERT garantisce un aiuto economico alle famiglie dei nostri collaboratori prematuramente scomparsi.

Tutti i collaboratori di COLFERT, con una anzianità di servizio almeno di 3 anni, potranno beneficiare di que-

sto aiuto.

Il fondo "Claudio Vendrame"* prevede, infatti, in caso di decesso del collaboratore per qualsiasi causa, anche fuori dal luogo di lavoro (tranne nel caso di comportamenti dolosi o colposi, rivolti anche contro sé stessi), il riconoscimento pari ad una annualità lorda a favore di ciascun figlio minore, in assenza di figli minori, il riconoscimento di Euro 15.000 in favore dei figli maggiorenni a carico del coniuge o convivente superstite, in assenza di questi ultimi, il riconoscimento di Euro 15.000 in favore del coniuge o del convivente superstite a carico del lavoratore.

Non potrà alleviare il dolore della perdita, ma vuole essere un segno tangibile di affetto e riconoscenza per chi è stato parte della nostra grande famiglia.



Finalità di beneficio comune 3

PER QUESTA FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE
VOGLIAMO PERSEGUIRE QUESTE AZIONI **NEL CORSO DEL 2023**

2023

AZIONE 1.

Benessere dei collaboratori

2023	
OBIETTIVO	KPI
Mantenimento della possibilità di accedere allo Smart working, compatibilmente al lavoro da svolgere.	Stipulazione di nuovi accordi individuali.
Attivazione di nuove convenzioni di acquisti di beni e servizi presso negozi della zona.	Attivazione di almeno 2 nuove convenzioni.
Mantenimento delle occasioni di incontro con i collaboratori.	<ul style="list-style-type: none">• 4 riunioni plenarie;• 1 cena d'estate;• 1 cena di natale;• 46 taverne da Gigi. 
Aumento della conoscenza e della consapevolezza sui fondi pensione.	100 ore di formazione.
Adozione, in via sperimentale, di un regolamento per la gestione delle ferie che, tenendo conto delle diverse esigenze dei vari comparti, consenta al personale una migliore programmazione del periodo di ferie per il sereno godimento del meritato riposo.	Coinvolgimento di almeno il 78% dei collaboratori. 

AZIONE 2.

Incentivi per i collaboratori

2023	
OBIETTIVO	KPI
Introduzione di un sistema premiale.	Individuazione dei KPI per ogni reparto.
Massimizzazione utilizzo piattaforma welfare. 	Aumento: <ul style="list-style-type: none">- del numero dei beneficiari della piattaforma welfare;- dei lavoratori che hanno usato la piattaforma;- dell'utilizzo del plafond.
Rinnovo del concorso "Porta un Amico".	Mantenimento del concorso.

AZIONE 3.

Formazione

2023	
OBIETTIVO	KPI
Aumento del tasso di copertura dei collaboratori formati.	Raggiungimento di un tasso di copertura pari al 90%.
Mantenimento della formazione attraverso il distacco temporaneo e sua promozione come forma di collaborazione/contaminazione tra aziende.	Formazione del 100% dei nuovi assunti, nel ruolo di venditore/agente attraverso il distacco temporaneo.



ALTRE AZIONI.

2023	
OBIETTIVO	KPI
Efficientamento del progetto "La strada della risorsa".	Stesura di un nuovo standard per "La strada della risorsa".
Dotazione degli uffici di piante verdi di grandi dimensioni per dare respiro e benessere ai collaboratori.	Somministrazione survey per testare il grado di interesse per l'iniziativa "adotta una pianta in ufficio".
Seconda edizione del Family Day.	Organizzazione 2 giornate una presso la sede di Treviso e una presso la sede di Azzate.
Organizzazione di corsi di yoga o pilates all'interno di uno "spazio palestra" presso la sede COLFERT di Mogliano Veneto.	Somministrazione survey per testare il grado di interesse per l'iniziativa.
Introduzione spogliatoi femminili.	Realizzazione un nuovo spogliatoio femminile.
Certificazione Family Audit.	Acquisizione della certificazione.
Costruzione di una nuova sala riunioni adeguata al nuovo numero di risorse aziendali.	80 posti a sedere.
Regolamento per un equo accesso alle iniziative come quelle relative alla disponibilità di biglietti per partite delle squadre di cui siamo sponsor.	Creazione della chat "noi siamo la colfert" e individuazione delle migliori regole di utilizzo.
Introduzione di orari flessibili su richiesta.	Sperimentazione negli uffici acquisti e per i collaboratori del magazzino.



FOCUS

La strada della Risorsa

di Elena Camarin



LA MATTINATA DELL'ACCOGLIENZA E LA STRADA DELLA RISORSA: COME COLFERT INTERPRETA L'ONBOARDING AZIENDALE

L' onboarding aziendale è il processo che segue l'assunzione dei collaboratori, e prevede due obiettivi principali: presentare l'azienda nel modo migliore possibile e supportare il nuovo collega dal momento in cui viene selezionato fin quando non sarà ben inserito all'interno dell'azienda. COLFERT ha fatto proprio questo progetto e ha creato due momenti formativi per le nuove risorse che rispondono agli obiettivi sopracitati.

La "Mattinata dell'Accoglienza" è un momento delicato e importante per le nuove reclute, che prevede una mattinata in aula, dove viene spiegata l'azienda: Chi è COLFERT? Quali sono i Valori dell'azienda? Perché siete stati scelti? Quali sono gli strumenti creati per i nostri clienti? Qual è il nostro Perché? Le risposte a queste domande devono riuscire a trasmettere ai candidati tutti gli strumenti, comportamenti, conoscenze e competenze per diventare parte integrante

dell'azienda sia a livello culturale sia a livello organizzativo per garantire "un buon inizio" e un "sentirsi a casa" fin dai primi giorni di lavoro. Con "La strada della risorsa" ogni nuovo collaboratore ha l'opportunità di conoscere i vari reparti aziendali. Questa fase può durare fino a 3 mesi, e prevede delle giornate di lavoro o dei semplici momenti formativi in altri reparti diversi da quello di appartenenza. Ad ogni nuova risorsa viene inoltre consegnato un libricino che riporta tutti i volti e i ruoli dei colleghi, suddivisi nei vari reparti aziendali, così che sia più semplice riconoscerli e comprendere le gerarchie (i ruoli) e le mansioni di ognuno. Ma non solo, è importante comprendere anche cosa fa ogni singolo ufficio, punto che sembra scontato a chi fa parte dell'organizzazione ma non lo è per chi è nuovo e si ritrova improvvisamente ad essere parte di una famiglia che conta circa 140 persone, suddivise in 3 sedi, come nel nostro caso.



Finalità di beneficio comune 4



Attivare percorsi di confronto e di interazione con altre imprese, aventi scopi simili o affini al proprio, per contribuire sinergicamente ad un miglioramento continuo degli impatti ambientali e sociali.

Attaverso il perseguimento di questa finalità cerchiamo di contaminare i nostri partner affinché possano condividere i nostri stessi valori, consapevoli che la sfida della sostenibilità si vince solo facendo rete e squadra. Il mondo delle imprese è un terreno fertile dove è possibile far crescere e consolidare i principi dello

sviluppo sostenibile. Per far sì che questo avvenga è fondamentale supportare la diffusione di una cultura sostenibile attraverso lo scambio e la condivisione di buone pratiche ed esperienze diverse.

Le attività di questa finalità contribuiscono a questi SDGs:



Un gruppo di persone che condivide un obiettivo comune può raggiungere l'impossibile

Anonimo

Finalità di beneficio comune 4

PER QUESTA FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE **NEL CORSO DEL 2022**
 ABBIAMO INDIVIDUATO E PERSEGUITO QUESTE AZIONI:



AZIONE 1.

Fare rete, contaminare

2022

OBIETTIVO	ATTIVITÀ SVOLTA	RISULTATI
<p>Adesione e partecipazione attiva al Gruppo Sostenibilità di Unindustria Veneto Est.</p> 	<p>Dal 2016 COLFERT fa parte del Gruppo Sostenibilità di Unindustria Veneto Centro. L'obiettivo del progetto è quello di anticipare e diffondere i principi della cultura della sostenibilità nelle imprese e nel territorio, affiancato da un'articolata attività di formazione e consulenza.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 4 visite presso le aziende del gruppo 7, di cui COLFERT fa parte per l'annualità 2022/2023; • 1 evento presso la sede COLFERT.
<p>Mantenimento della rubrica del COLFERTwindow dedicata alla sostenibilità.</p> 	<p>A partire dal 2008, grazie alla collaborazione con il Dott. Mario Paronetto, all'interno del COLFERTwindow, la rivista di COLFERT, viene pubblicato il GRANDANGOLO la rubrica dedicata al tema della sostenibilità.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 3 articoli pubblicati; • 16.701 riviste spedite.

PER QUESTA FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE
 VOGLIAMO PERSEGUIRE QUESTE AZIONI **NEL CORSO DEL 2023**



AZIONE 1.

Fare rete, contaminare

2023

OBIETTIVO	KPI
<p>Mantenimento dei requisiti di adesione Gruppo Sostenibilità di Unindustria Veneto Est e organizzazione di un evento presso la sede COLFERT dedicato a tutte le aziende aderenti al progetto.</p>	 <ul style="list-style-type: none"> • Partecipazione a tutti gli eventi del gruppo; • Realizzazione analisi LCA; • Organizzazione di 1 evento presso la sede COLFERT di Mogliano Veneto per il gruppo.
<p>Mantenimento della rubrica Grandangolo all'interno della rivista COLFERTwindow ed introduzione della rubrica L'OSPITE dedicata ad interviste sul tema sostenibilità.</p>	<p>Almeno 3 interviste all'anno ad esponenti di prestigio della filiera.</p> 
<p>Riprogettazione del "Conosciamoci Meglio" per far emergere e rendere concreto e tangibile il lato benefit di COLFERT attraverso l'introduzione di un "modulo" legato alla sostenibilità.</p>	 <p>1 nuovo standard del progetto Conosciamoci Meglio.</p>
<p>Realizzazione di corsi di formazione per i nostri clienti sui metodi di risparmio/efficientamento dei processi della filiera del serramento.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 2 corsi Lean Basic; • 60 Partite IVA da coinvolgere; • 240 ore di formazione. 
<p>Partecipazione come relatori ad almeno un evento sulla sostenibilità aziendale.</p>	 <p>1 Speech alla Settimana della Sostenibilità organizzato da Assindustria Veneto Est.</p>

FOCUS

La storia del Gruppo Sostenibilità

Dal 2012 all'interno dell'allora Unindustria Treviso (ora Assindustria Veneto Est), si è costituito un gruppo di **imprese interessate alla cultura della sostenibilità**, intesa come richiamo valoriale e come adozione di buone pratiche operative e di investimenti dedicati. Queste imprese hanno inteso caratterizzare in questa chiave l'identità stessa dell'azienda e le sue strategie di competitività.

Il progetto è stato inserito dal 2014 tra le attività della delega all'Etica d'impresa e Sostenibilità che la Presidente Maria Cristina Piovesana ha previsto all'inizio del suo mandato e che è stata assegnata allora al Vicepresidente Luciano Marton. Anche Leopoldo Destro, attuale presidente di Assindustria Veneto Est, ha confermato fin dal suo insediamento come uno dei tre assi portanti del suo mandato sia proprio quello dello sviluppo sostenibile che il Vice presidente Walter Bertin sta portando avanti con grande determinazione. Il progetto prevede principalmente lo **scambio di esperienze tra piccoli gruppi di imprenditori**, attraverso visite aziendali nel corso dell'anno.

Le stesse aziende si danno ogni anno obiettivi da perseguire che consentono loro di aumentare l'acquisi-

zione di modelli e strumenti che la sostenibilità oggi richiede (Certificazione B Corp, Società Benefit, Bilancio di Sostenibilità, Analisi di LCA ed altro).

Il gruppo è partito nella prima edizione con 10 aziende partecipanti, arrivate a 20 nella seconda edizione e a oggi oltre 50. Nel corso delle edizioni il gruppo si è consolidato e i partecipanti hanno espresso una valutazione positiva dell'esperienza, provata anche dal rinnovo, anno per anno, della loro presenza.

Per una restituzione a una più ampia platea di associati dei contenuti di questa iniziativa si è realizzato un volume con il racconto delle testimonianze aziendali dei partecipanti al gruppo, che a inizio 2018 è stato distribuito a tutte le imprese associate e reso disponibile nel corso dei principali appuntamenti associativi.

Nel corso del 2022 inoltre è stata organizzata la prima Settimana della Sostenibilità composta da una serie di eventi che ha coinvolto il mondo dell'impresa, della ricerca, dell'università e della scuola, delle start up e della pubblica amministrazione aprendo un dialogo tra questi interlocutori al fine di progettare percorsi virtuosi a beneficio del territorio e delle persone.



FOCUS

COLFERTwindow

COLFERTwindow è dal 1999 il quadrimestrale di COLFERT dedicato all'informazione, all'approfondimento tecnico ed alle novità nel panorama del serramento e dell'edilizia.

I contenuti sono organizzati attraverso rubriche tematiche curate da specialisti interni a COLFERT e pubblicitari del settore e vengono verificati attraverso autorevoli fonti esterne: eventi fieristici, formazione, normative ed agevolazioni fiscali, innovazione digitale e novità di prodotto sono solo alcune delle aree approfondite in ogni uscita di COLFERTwindow attraverso infografiche e schemi che consentono di orientarsi e aggiornarsi sulle principali novità in modo facile e intuitivo.

All'interno di COLFERTwindow grande attenzione è dedicata all'innovazione di prodotto ed al design, grazie ad un'apposita vetrina e a spazi pubblicitari e publiredazionali pensati ad hoc: spazio quindi a ferramenta ed accessori, serrature e sistemi di sicurezza, sigillanti e guarnizioni, elettrotensili, blindati, cilindri e serrature, maniglie e maniglioni, porte e controtelai, avvolgibili ed oscuranti.

GLI ARGOMENTI TRATTATI

- Normative
- Mercato
- Digital
- FOCUS detrazioni
- L'Ospite | Intervista
- Grandangolo | Focus sostenibilità
- Pillole di Lean
- Il confronto | Automazione Sicurezza e controllo accessi, Prodotto Finito, Legno PVC, Alluminio e Ferro, Utensili – elettrotensili
- News aziendali

IL PUBBLICO DI RIFERIMENTO

- 68% Serramentisti
- 14% Rivenditori e showroom serramenti
- 10% Installatori
- 8% Studi tecnici e di progettazione

I NOSTRI NUMERI

- 3 uscite l'anno
- 10.000 copie cartacee a numero
- 3 canali di distribuzione: poste, web e social.



Conclusioni

Questa prima Relazione d'impatto è stata per COLFERT una preziosa occasione per relazionarsi in modo nuovo con tutti gli stakeholders, con la semplicità, la schiettezza e la trasparenza che da sempre ci contraddistinguono. Vogliamo non solo ringraziarli e renderli tutti partecipi dei risultati del nostro impegno ma anche condividere i nuovi obiettivi e le sfide che si aprono davanti a noi. Poiché anche il viaggio più lungo inizia con il primo passo, consideriamo questa prima Relazione come il primo di una lunga serie di passi che desideriamo compiere

insieme a tutte le aziende che come noi, sentono forte la responsabilità verso un sincero cambiamento nei confronti della sostenibilità.

Un ringraziamento speciale va alle aziende del Gruppo Sostenibilità di Assindustria Veneto Est con le quali condividiamo da anni un bellissimo percorso di crescita e contaminazione e a cui spesso ci siamo ispirati: con questo documento speriamo anche noi, nel nostro piccolo, di poter ispirare qualcuno di voi che da questi temi si sente chiamato a fare la propria parte!





Relazione completata nel mese di aprile 2023

Comitato di redazione (in ordine alfabetico)

Andrea Borghetto
Daniele Zugno
Elisabetta Caroti
Emanuela Bonaldo
Fabio Facchinato
Fabio Feltrin
Francesco Pancaldi
Gianni Marcato
Giovanni Zanatta
Katia Bianchin
Marco Filippucci
Marco Toppan
Marta Finotto
Massimiliano Verza
Matteo Galet
Matteo Vianello
Mirco Zanato
Nicola Facchinato
Nicola Longo
Nicola Trevisan
Pietro Presotto
Silvia Crosato

Con la collaborazione di

Mario Paronetto

Questo documento è scaricabile
in formato digitale sul nostro sito all'indirizzo:
www.colfert.com/ita/colfert/societa-benefit

© Tutti i diritti riservati, 2023: COLFERT Società Benefit

È vietata la copia e la riproduzione dei contenuti e immagini
in qualsiasi forma. È vietata la redistribuzione e la pubblicazione
dei contenuti e immagini non autorizzata espressamente dall'autore.



The mark of
responsible forestry
FSC® C147178

Una scelta sostenibile.

La carta utilizzata per questa
Relazione è una carta
marchiata FSC® ed è
composta da materiale
proveniente da foreste
ben gestite certificate FSC®





COLFERT spa

Treviso

Via Raffaello Sanzio, 31
31021 Mogliano Veneto (TV)

Varese

Via 2 Giugno, 6
21022 Azzate (VA)

Tel. 0422 1499
colfert@colfert.com
www.colfert.com



L'emozione di vivere all'aperto

YCO outdoor

Sede produttiva

Viale delle Industrie 131
31030 Dosson di Casier (TV)

Tel. 0422 1499005
info@yco-outdoor.com
www.yco-outdoor.com