STL SRL
Design e Tecnologia

Settore
Artigiani
Metalmeccanici

Soci Amministratori
e Collaboratori
17

Fatturato
€ 3.056.324

Utile
€ 77.047

BILANCIO DEL BENE COMUNE

[PERIODO DI RIFERIMENTO 2019-2020]

STL SRL
Sede Legale Bassano del Grappa Via Motton 99
Sede Operativa Marostica Via G.Cecchin 1

www.stl-srl.it

Referenti in STL Srl Lucia Cuman – Organizzazione e Sviluppo - Ilary Omizzolo - Comunicazione e Marketing

Consulenti EBC coinvolti: Dott.ssa Marta Avesani

stl design e tecnologia

L'ECONOMIA DEL BENE COMUNE
Un modello economico che ha futuro

Saluto

Buongiorno a tutti coloro che leggeranno il Bilancio del bene Comune di STL Srl e che speriamo possano trarne buoni spunti o propositivi per una valorizzazione aziendale che porti benessere sociale e ambientale. Dopo un lungo periodo di gestazione e diverse analisi, abbiamo scelto di iniziare questo percorso con il movimento dell'EBC perché ci sembrava il più vicino ai nostri valori e intenti. La forte spinta è stata la consapevolezza che l'impresa è il motore della comunità e che lo scopo delle piccole, medie grandi aziende, non è solo il profitto fine a sé stesso! Il profitto è una risorsa necessaria, che può però diventare generatrice di grande valore etico e ambientale. Grazie al profitto l'impresa può far crescere le persone, che vivono in famiglie, che sono inserite in comunità. E più le persone sono consapevoli, autonome, responsabili, più saranno dei buoni cittadini e consumatori
L'impresa per noi ha un fortissimo legame con il territorio nel quale è inserita, non è e non deve mai essere un'oasi nel deserto. Le relazioni dentro e fuori l'azienda sono fondamentali per la creazione di comunità felici grazie al libero confronto e all'arricchimento culturale.

I **principali risultati** che abbiamo ottenuto nel corso del 2020 è aver preso coscienza che STL ha una grande responsabilità nei confronti delle persone e dell'ambiente, che ogni azione ha delle conseguenze e che spesso, anche se involontariamente e in buona fede, si sono generati degli impatti negativi. Nel percorso abbiamo individuato una serie di obiettivi e di **progetti** concreti che ci permettono di mettere in atto fin da subito un bilanciamento. Da Agosto 2020, per esempio, abbiamo aderito a due progetti di riforestazione: in Madagascar e in Altopiano di Asiago a Enego. Grazie a questi impegni il nostro business supporta la cura , l'allargamento forestale e le popolazioni rurali che sono coinvolte nella piantumazione .

Ringrazio in modo particolare Federica Valentini (Indaco) per averci fatto conoscere Marta Avesani (Vice presidente di Ebc). Marta ci ha accolto, ascoltato, consigliato, spronato a riflettere e a agire, ci ha aiutati nel confronto, ci ha messo nelle condizioni di ragionare da soli, di crescere come persone, come team. Ci ha sostenuti nei momenti di sconforto e ha vissuto con noi l'entusiasmo e la passione nella nostra trasformazione e continua evoluzione. Sarebbe stato tutto ancora più potente ed emozionante se avessimo potuto incontrarci in presenza, vivendo e respirando il nostro ambiente, notando i piccoli gesti, le espressioni degli occhi, … facendo insieme le pause caffè e potendo raccontandoci un pò di noi.
Ringrazio Luca, Ilary, Nicola, Paolo, Marco per il loro puntuale e importante contributo. **Ringrazio** i nostri fornitori che si sono resi disponibili per la compilazione del questionario e che hanno colto la nostra forte volontà di condividere insieme a loro un viaggio che ci farà stare tutti meglio.

Lucia Cuman

ATTIVITA' E CENNI STORICI

PRESENTAZIONE DELL'AZIENDA E BREVE STORIA

STL Design e Tecnologia offre conoscenza, cultura e accompagnamento per creare luoghi in cui vivere e lavorare nel benessere e nella bellezza, al passo coi tempi, per una vita migliore! I valori su cui si basa STL sono Onestà, Lealtà, Comprensione, Ascolto, Apertura, Condivisione, Umiltà nell'approccio, fare sempre al meglio. Il valore che più ci caratterizza è la Bellezza, un concetto complesso, ispirato alla filosofia olivettiana.

STL Design e Tecnologia svolge la propria attività nell'immobile sito a Marostica in Via G.Cecchin 1 di proprietà della società immobiliare C.V.L. Srl. C.V.L. gestisce gli immobili aziendali della famiglia Cuman (con il 25% di quote ciascuno per i 3 fratelli Cuman e per il padre Valentino Cuman) e oltre all'immobile di Marostica è proprietaria di un negozio a Bassano del Grappa in Viale Pecori Giraldi 12 attualmente in affitto ad una società informatica, partner di STL Srl. CVL possiede il 40% delle quote di STL che, per il resto, è di proprietà di Lucia, Paolo e Marco Cuman.

La nostra azienda nasce nel 1966 quando il Sig. Cuman Valentino apre la Concessionaria Olivetti per la zona di Marostica. Da allora c'è stata un'evoluzione incredibile negli ambienti di lavoro e nelle attrezzature. STL vive un'evoluzione continua che la spinge alla continua ricerca e al continuo miglioramento. Nel corso degli anni abbiamo arricchito la nostra proposta di prodotti e servizi sia nell'ambito design che tecnologia per essere sempre al passo con i tempi e rispondere alle esigenze delle persone, generando benessere.
La nostra realtà è molto articolata e abbiamo cercato di riproporla in maniera chiara, organizzata e assolutamente creativa: https://www.stl-srl.it/

In questo momento in azienda lavorano i tre figli del Sig. Cuman: Lucia, Marco e Paolo e 14 collaboratori.
In occasione del restyling del sito fatto nel 2020 abbiamo avuto l'assoluta volontà di riportare tutti i visi dei collaboratori e una breve descrizione che li caratterizza non solo per la mansione aziendale ma soprattutto valorizza i loro tratti caratteriali e personali, esprimendo le diversità, una risorsa preziosa per l'intera azienda.
Vi lasciamo il link per accedere alla sezione dedicata alla storia e al team https://www.stl-srl.it/storia-e-team/ .

1 aprile 1966
VALENTINO CUMAN
apre la Concessionaria Olivetti per la zona di Marostica

1 settembre 1988
LUCIA CUMAN
figlia primogenita entra in azienda con ruoli amministrativi

1992
MARCO CUMAN
primo figlio maschio entra in azienda con il ruolo commerciale nel settore arredo

1 gennaio 2000
PAOLO CUMAN
secondo figlio entra in azienda con ruoli di post vendita

L'IMPRESA ED IL BENE COMUNE

Negli ultimi anni abbiamo dedicato molte riflessioni ed energie per focalizzare la nostra strategia e dopo molti tentativi abbiamo capito che la nostra realtà poteva avere un senso forte nel mercato che ci rendeva unici: mettere insieme il design e la tecnologia nella progettazione e nella realizzazione di ambiente di lavoro (uffici, sale relax, mense, sale riunioni, negozi, coworking …).Il nostro obiettivo è quello di trasformare ambienti asettici e poco confortevoli in luoghi belli che generano benessere nelle persone. La nostra purpose ci ha quindi, per necessità oltre che per volontà, indirizzati verso la ricerca del bene comune che ha permesso di riscoprire le nostre origini di Concessionario Olivetti. L'azienda Olivetti è per noi un punto di riferimento puntuale perché spinta da forti motivazioni spirituali ha saputo creare cultura dentro e fuori la fabbrica. Era una realtà che prestava un'attenzione straordinaria alle persone e all'ambiente e nelle sue azioni metteva in atto già 60 anni fa tutti i goal dell'agenda 2030.

Le nostre radici olivettiane hanno alimentato negli anni la nostra visione del profitto come strumento per creare benessere. Diamo fiducia, libertà e autonomia ai nostri collaboratori riconoscendo e valorizzando la loro dignità con l'obiettivo di dare e fare sempre il meglio.

STL ha fatto parte del Gruppo di studio CSR di Vicenza e ha stipulato la Carta dei Valori, dei Principi e degli Impegni che sintetizzano i principi fondamentali, che si declinano in impegni nei confronti delle persone, dei clienti, della comunità e del territorio.
In STL è stato redatto il Codice Etico e di Comportamento che viene consegnato a tutti i nuovi collaboratori per * il reciproco rispetto, all'insegna della trasparenza e migliore convivenza. Siamo orgogliosi di aver ottenuto il RAITING DI LEGALITA' ** grazie al nostro approccio trasparente, legale e socialmente responsabile.

Abbiamo scelto di appoggiare associazioni del territorio che si impegnano in progetti concreti sul territorio proprio vicino alla nostra realtà aziendale.

Siamo considerati dei fornitori strategici in termini di sostenibilità?

E' una domanda che ci facciamo spesso. Se non lo siamo dobbiamo diventarlo. Ci siamo posti la regola di comunicare solo i progetti di sostenibilità realizzati, no proclami, sì azioni. Ma la nostra comunicazione va migliorata, vanno evidenziate le cose buone che facciamo, alcune delle quali ci sono apparse molto più chiare ed evidenti grazie a questo percorso. Abbiamo un ampio range di miglioramento ma siamo consapevoli che ci vuole metodo e costanza.. Cooperando con i nostri stakeholder e stimolando sempre più aziende, enti, persone all'importanza della diffusione della cultura del bene comune.

Carta dei valori, dei principi e degli impegni

Codice Etico di Comportamento

Certificazione ISO 9001:2015

Raiting di legalità**

NOTA METODOLOGICA

IL BILANCIO DEL BENE COMUNE

Questa rappresenta la prima edizione del Bilancio del Bene Comune di STL srl.
Un Bilancio del Bene Comune è uno strumento rendicontativo, strategico e trasformativo in grado di fornire un quadro completo dello stato dell'arte dell'impresa rispetto alla sua contribuzione al bene comune, guidando l'impresa nell'analisi e nella valutazione della qualità dell'applicazione dei valori fondamentali dell'Economia del Bene Comune (Dignità Umana, Solidarietà e Giustizia Sociale, Sostenibilità ambientale, Trasparenza e Co-determinazione democratica) nella relazione con tutti i gruppi di stakeholder: fornitori (sezione A), soci e partner finanziari (sezione B), collaboratori (sezione C), clienti e utenti (sezione D) e contesto sociale(sezione E).
Per ogni tema affrontato, il Bilancio del Bene Comune presenta:
•una descrizione narrativa dello stato attuale dell'azienda evidenziando le principali politiche e azioni
•una serie di indicatori probanti, ove possibile quantitativi, a supporto di quanto descritto in forma narrativa
•i possibili punti di miglioramento verso cui l'impresa desidera tendere.

Per questo bilancio STL ha utilizzato come traccia la matrice e il manuale dell'Economia del Bene Comune nella versione 5.0.
Abbiamo sviluppato il bilancio a partire da incontri dialogici guidati da una consulente EBC che hanno coinvolto in modo continuativo i 3 soci di STL e 3 collaboratori in modo da coprire tutte le aree d'impresa. Durante gli incontri abbiamo raccolto il pensiero dei partecipanti rispetto allo stato dell'arte su ogni tema e aspetto della matrice e riguardo agli obiettivi di miglioramento.
Inoltre, ci siamo auto-valutati secondo i livelli di valutazione proposti dal manuale EBC 5.0 per ogni tema. Il punteggio assegnato ad ogni aspetto è il frutto del consenso di tutti i partecipanti.
In particolare, per gli aspetti relativi ai collaboratori (sezione C), la proprietà ha lasciato i collaboratori esprimersi liberamente durante gli incontri e completare in modo autonomo anche la scrittura stessa delle relative sezioni del bilancio in modo che la loro voce fosse espressa in modo più naturale possibile.

Le auto-valutazioni sono state validate durante l'incontro di valutazione di gruppo (peer) avvenuto insieme ad altre due organizzazioni in fase di bilanciamento, Cooperativa Sociale Monteverde e Indaco Team, e facilitato da una consulente EBC.

NOTA METODOLOGICA

IL BILANCIO DEL BENE COMUNE

Sebbene il perimetro di questo bilancio sia la società STL, ove si è reso necessario al fine di far comprendere al meglio e in modo completo gli aspetti, soprattutto finanziari, sono stati inclusi altresì dati e informazioni relativi alla società C.V.L., la quale gestisce gli immobili aziendali della famiglia Cuman ed è di proprietà, in parti uguali, di Lucia, Marco, Paolo e Valentino Cuman. STL stessa è di proprietà per il 40% di C.L.V.

Per quanto riguarda gli aspetti riguardanti i fornitori (sezione A) e guardando al nostro modello di business basato sulla commercializzazione e l'assistenza, abbiamo presto capito che il nostro interesse a migliorare la nostra sostenibilità a tutto tondo è fortemente legato alle scelte, politiche e azioni di sostenibilità dei nostri fornitori. Conoscere è il primo passo per migliorare. Abbiamo quindi iniziato con una prima mappatura interna riguardo all'attenzione dei nostri fornitori agli aspetti relativi alla dignità umana, all'equità, alla sostenibilità ambientale e alla trasparenza a partire dalle informazioni già in nostro possesso e da una ricognizione dei siti internet. In seguito, abbiamo deciso di andare più in profondità iniziando un processo di coinvolgimento diretto dei fornitori tramite questionario.

Grazie al questionario abbiamo potuto raccogliere informazioni di prima mano rispetto alla Responsabilità Sociale d'Impresa dei nostri fornitori, al loro livello di consapevolezza, conoscenza e pratica dell'economia circolare e all'applicazione di criteri sociali e ambientale nella scelta dei loro fornitori. Abbiamo inoltre approfittato per avere un feedback diretto rispetto alla qualità della nostra collaborazione per rendere la nostra relazione commerciale più benefica per tutti. In base alle risposte ricevute, abbiamo proseguito con telefonate di approfondimento mirate con alcuni fornitori.

Il Bilancio non è sicuramente perfetto, specialmente dal punto di vista degli indicatori. Desideriamo sviluppare nel tempo un sistema di monitoraggio più efficace, specialmente per quanto riguarda gli indicatori di contribuzione agli obiettivi di sviluppo sostenibile che, ad oggi, sono espressi in base alla disponibilità del dato in modo sperimentale.

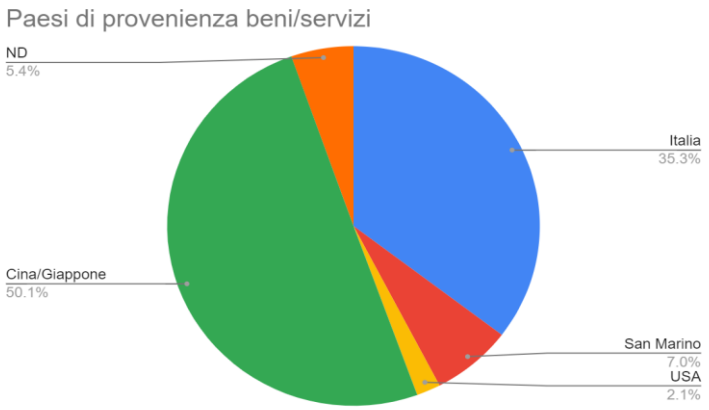
A-FORNITORI

Come azienda rivenditrice non produttiva, la catena di fornitura rappresenta un tema molto rilevante per STL dal momento che la qualità, il prezzo e la sostenibilità lungo tutta la filiera e l'accesso alle informazioni sui prodotti commercializzati dipendono per la maggior parte dai fornitori stessi. Per questo motivo, ampio spazio è stato dedicato alla sezione fornitori (A) di questo Bilancio del Bene Comune, completandolo con informazioni e dati raccolti a partire da i) conoscenze pre-esistenti, dalla ricognizione dei siti internet dei fornitori e dall'analisi di un questionario inviato a 30 fornitori.

Sono stati analizzati i volumi di acquisto del 2020 dei beni e servizi sulla base dei Paesi di provenienza, del settore di business e della tipologia di prodotto.

In termini di volumi d'acquisto, il settore dell'office automation (schermi, multifunzione, …) copre da solo il 50% dei nostri acquisti e, di conseguenza, la provenienza della metà dei beni e servizi acquistati viene da Cina e Giappone dove questo tipo di articoli vengono prodotti tipicamente.
Il secondo settore per volumi di acquisto è l'arredo (30%) seguito dai consumabili (14%). Per quanto riguarda la provenienza, dopo i Paesi asiatici, il 35% dei beni e servizi acquistati viene dall'Italia (35%) con residualità negli Stati Uniti e a San Marino.

Elenco dei prodotti/servizi acquistati e % di ogni volume di acquisto sul volume complessivo degli acquisti*



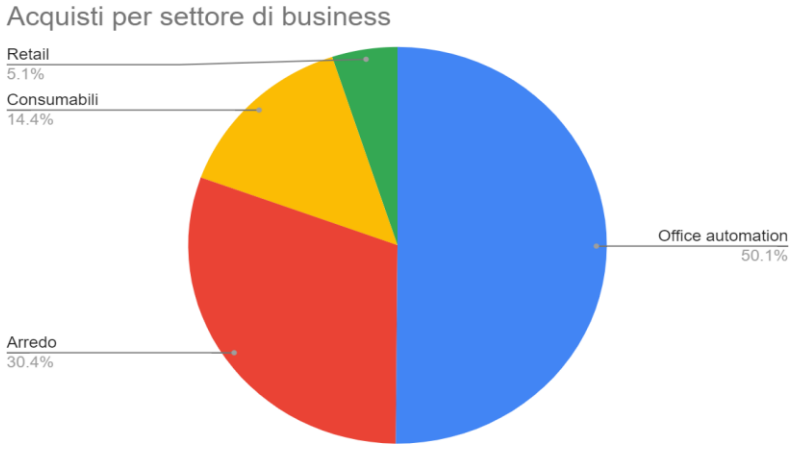
Totale acquisti STL 2020: 1.820.070 Euro

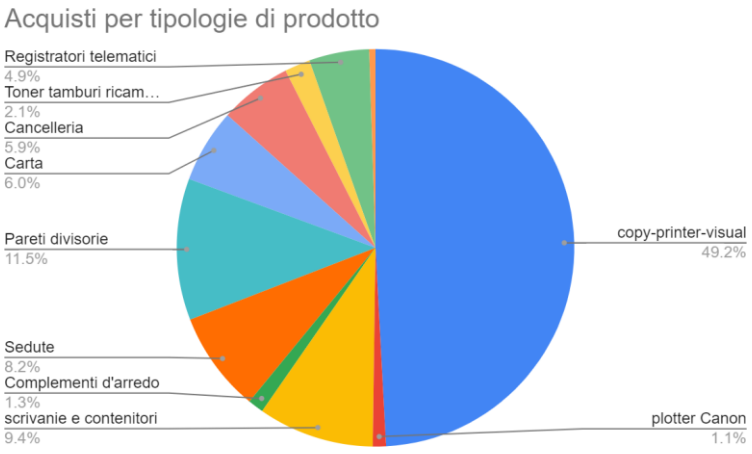
Di cui 94% prodotti materiali e 6% prestazioni

Abbiamo inviato un questionario a 30 fornitori che coprono da soli il 74% del volume totale degli acquisti di STL.

Abbiamo ricevuto risposta dal 57% di essi, pari al 63% di valore economico degli acquisti calcolato sui 30 fornitori a cui è stato inviato il questionario.

A-FORNITORI





* L'analisi degli acquisti è stata fatta su un volume di acquisti pari al 77% del totale degli acquisti dell'anno

Fino ad oggi il criterio di scelta principale dei fornitori è stato il rapporto qualità/prezzo. La nostra proposta di prodotti/servizi si è via via ampliata in base alle richieste e esigenze dei clienti rispettando sempre il valore della "bellezza generatrice di benessere". Non ci siamo mai snaturati per soddisfare delle richieste che non erano in linea con la nostra purpose.

il settore dell'office automation (schermi, multifunzione, …) copre da solo il 50% dei nostri acquisti

Il secondo settore per volumi di acquisto è l'arredo (30%) seguito dai consumabili (14%)

A1 CONDIZIONI DI LAVORO DIGNITOSE LUNGO TUTTA LA FILIERA

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

CONDIZIONI DI LAVORO E IMPATTO SOCIALE LUNGO LA FILIERA – Al momento, ci interroghiamo e indaghiamo l'attenzione dei nostri fornitori per quanto riguarda l'aspetto sociale (progetti, supporto ad associazioni, progetti RSI verso l'esterno, …), trovando spesso un allineamento con i nostri valori.

Le filiere maggiormente a rischio per quanto riguarda la tutela della dignità umana sono sicuramente quelle legate ai prodotti in ambito tecnologico, per la tipologia di materiali utilizzati e per la tipologia di filiera globale.

STL non è produttore e non ha quindi il controllo dell'intera filiera e del conseguente impatto che genera nell'ambiente e nelle persone. In particolare i primi step della filiera, quelli legati alla modalità di ricerca delle risorse, alla loro estrazione, al loro acquisto e al livello di dignità umana dei lavoratori coinvolti, è un argomento inesplorato che ci prefiggiamo di sviluppare e conoscere maggiormente nel prossimo breve periodo. Grazie ai nostri fornitori, che nella maggior parte dei casi sono partner storici e fidelizzati, riusciamo ad acquisire informazioni sulla lavorazione del prodotti, l'imballaggio e la consegna.

DIGNITA' UMANA (diritti dei lavoratori, non discriminazione, promozione di salute, sicurezza e formazione, …)	N. fornitori rispondenti
è soggetta a richiami o sanzioni per il mancato rispetto delle normative	0
rispetta le normative vigenti in materia	9
ha attuato misure di miglioramento volontarie, oltre gli obblighi di legge	8
ha ottenuto certificazioni in materia (certificazioni di prodotto / certificazioni di processo / sistemi di gestione)	3

Fonte: analisi questionario fornitori

Per avere un controllo maggiore sulla filiera, abbiamo chiesto se a loro volta applicano criteri di tipo sociale nella scelta dei loro fornitori. Quasi tutti i fornitori rispondenti affermano di utilizzare criteri sociali di selezione dei fornitori, anche se sono piuttosto vaghi nel precisare che tipo di criteri vengono utilizzati. Alcuni fornitori richiedono il rispetto di un codice etico ai fornitori diretti, alcuni fanno visite al fornitore o richiedono certificazioni, altri non esplicitano il tipo di criterio.

Criteri di tipo SOCIALE nella scelta dei fornitori (condizioni di lavoro dignitose ed eque presso i fornitori; modalità per conoscere ed escludere eventuali rischi sociali alti nella filiera a monte; …)	N. fornitori rispondenti
No	1
Sì, con alcuni fornitori	6
Sì, con la maggior parte dei fornitori	5
Sì, con tutti i fornitori	5

Fonte: analisi questionario fornitori

Il **18,6%** del volume di acquisto (in euro) è prodotto da imprese con certificazioni e buone pratiche in ambito dignità umana (diritti dei lavoratori, non discriminazione, promozione di salute, sicurezza e formazione) con certificazioni quali SA8000, ISO 45001, Great Place to Work. Un'azienda in ambito Office Automation presta anche particolare attenzione sul tema dei "conflict minerals" e ha un codice di condotta per i fornitori e organizza audit presso gli stessi.

A1 CONDIZIONI DI LAVORO DIGNITOSE LUNGO TUTTA LA FILIERA

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

VIOLAZIONE DELLA DIGNITA' UMANA LUNGO LA FILIERA –

Diversi prodotti acquistati nel settore "Office Automation" (multifunzione, monitor, …) contengono componenti realizzati con terre e metalli rari per cui è difficile tracciare la provenienza e il forte rischio è che siano estratte da zone di conflitto dove non si rispetta la dignità umana.

Un nostro fornitore ha dichiarato in modo trasparente l'eventuale uso di minerali provenienti dalla Repubblica Democratica del Congo o zone limitrofe. "Responsible Minerals Trade Working Group" nato nel maggio del 2012 per opera della Japan Electronics and Information Technology Industries Association (JEITA), dal 2013, in collaborazione con i suoi fornitori, conduce indagini annuali sull'approvvigionamento responsabile delle risorse minerarie.

Non abbiamo certezze che questo tipo di buone pratiche siano portate avanti da tutti i nostri fornitori di questo settore perché non abbiamo trovato traccia di queste informazioni e non ci sono state comunicate.

VERSO IL BENE COMUNE

Come rivenditori non abbiamo la possibilità di trasformare delle parti impattanti della filiera (es. ricerca e estrazioni di risorse come il ferro, il rame, il manganese, …) ma sicuramente possiamo proseguire nella ricerca di informazioni e approfondire con interviste ai fornitori, a partire da quelli che ci sono sembrati più incoerenti, di minore qualità e ci hanno fornito minori informazioni.

Inoltre abbiamo iniziato lo scouting di possibili nuovi fornitori che ci sembrano più in linea con i nostri valori e il nostro impegno verso una trasformazione di proposta sostenibile.

Il nostro compito sarà quello di trasmettere conoscenza e cultura ai nostri clienti per renderli consapevoli dell'importanza di utilizzare prodotti a basso impatto sociale e di trasferire queste necessità ai nostri fornitori. Saranno così maggiormente sensibilizzati a ridurre al minimo questo rischio. Siamo convinti che il consumatore (solitamente ultimo anello della filiera) diventi protagonista del cambiamento.

VALUTAZIONE AUTO/AUDIT	
A1.1 Condizioni di lavoro e conseguenze sociali nella filiera	1/1
A1.2 Violazione della dignità umana lungo la filiera	-20/-20

A2 SOLIDARIETA' E GIUSTIZIA NELLA CATENA DI FORNITURA

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

RELAZIONI COMMERCIALI EQUE NEI CONFRONTI DEI FORNITORI DIRETTI

Abbiamo instaurato con i nostri fornitori rapporti commerciali molto lunghi (tempo medio 15,6!) a dimostrazione che crediamo nelle relazioni, nelle **buone** relazioni.
Il dialogo e il confronto sono fondamentali e li coltiviamo anche al di fuori dell'ambiente lavorativo. La nostra prassi è accogliere un fornitore e invitarlo a pranzo. Questo perché privilegiamo il rapporto umano e perchè ci stanno a cuore le persone.
Alimentiamo la fiducia cercando di rispettare una rigorosa regolarità nei pagamenti. Quando ci siamo trovati in situazioni di difficoltà abbiamo sempre avvisato il nostro fornitore in anticipo in modo che si potesse riorganizzare.
Le condizioni di fornitura vengono decise in modo collaborativo nella formula win-win e questo ci permette di essere concorrenziali nel mercato e garantire maggiori margini di guadagno al nostro fornitore che ci propone offerte promozionali anche se non gli vengono richieste.
Quando un nostro potenziale cliente contatta direttamente il nostro fornitore, quest'ultimo ci passa la segnalazione e ci permette di avanzare la nostra proposta. Ci viene così data la possibilità di fare cross-selling tra prodotti e servizi di design e di tecnologia.
Pensiamo che il nostro rapporto con i fornitori sia assolutamente equilibrato. Cerchiamo di capire la loro posizione e di collaborare per garantire un risultato positivo per entrambi.
Non ci imponiamo mai, ma si crea un libero confronto per trovare il punto di incontro. Dall'indagine svolta presso i fornitori il livello di soddisfazione risulta più che buono per tutti i temi proposti: prezzi di acquisto, condizioni contrattuali, tempi di pagamento, informazioni da noi fornite, coinvolgimento nelle decisioni, timing da noi richiesto e rapporto con i nostri referenti acquisti.

LIVELLO MEDIO DI SODDISFAZIONE DELLA RELAZIONE DEL FORNITORE CON STL (min. 1 - max. 4)	N. fornitori rispondenti
Prezzi di acquisto	3.0
Condizioni e contratti di acquisto	3.1
Tempi di pagamento	3.3
Info fornite da STL sufficienti e di buona qualità	3.3
Coinvolgimento nelle decisioni di STL (sufficiente e di buona qualità)	3.1
Time richiesto da STL	3.1
Rapporto con i referenti acquisti di STL	3.4
Vi sono aspetti della relazione con STL in cui vi aspettereste maggiore equità e solidarietà da parte di STL? Quali?	NO

Fonte: analisi questionario fornitori

Durata media della relazione commerciale con i fornitori

15,6 anni

TOTALE ACQUISTI

1.820.070 Euro

Fatturato 3.056.324 Euro

Rapporto creazione di valore

per il fornitore/fatturato

59%

A2 SOLIDARIETA' E GIUSTIZIA NELLA CATENA DI FORNITURA

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

INFLUSSI POSITIVI SULLA SOLIDARIETA' E LA GIUSTIZIA LUNGO L'INTERA FILIERA

Le filiere maggiormente a rischio per quanto riguarda la tutela dell'equità sono sicuramente quelle legate ai prodotti in ambito tecnologico, per la tipologia di filiera globale.

Come rivenditori non abbiamo la possibilità di trasformare delle parti impattanti della filiera ma sicuramente possiamo proseguire nella ricerca di informazioni e approfondire con interviste ai fornitori, a partire da quelli che ci sono sembrati più incoerenti, di minore qualità e che ci hanno fornito minori informazioni. Dall'indagine effettuata, tutti i fornitori rispondenti dichiarano per lo meno di rispettare le normative vigenti in materia di equità e giustizia sociale. Inoltre, 10 fornitori dichiarano di aver attuato misure di miglioramento volontarie, oltre gli obblighi di legge e 2 di aver ottenuto certificazioni in materia. In particolare, un nostro fornitore redige un report sul "gender pay gap", un altro adotta i piani di welfare, un altro ancora ha ottenuto la certificazione di Great Place to Work per il 2020 e un ultimo la certificazione SA8000.

GIUSTIZIA E SOLIDARIETÀ' (salari dignitosi, organizzazione dell'orario di lavoro, work-life balance, ...)	N. fornitori rispondenti
è soggetta a richiami o sanzioni per il mancato rispetto delle normative	0
rispetta le normative vigenti in materia	7
ha attuato misure di miglioramento volontarie, oltre gli obblighi di legge	10
ha ottenuto certificazioni in materia (certificazioni di prodotto / certificazioni di processo / sistemi di gestione)	2

Fonte: analisi questionario fornitori

Abbiamo anche chiesto loro se applicano dei criteri di tipo sociale nella scelta dei loro fornitori.

Sociale (condizioni di lavoro dignitose ed eque presso i fornitori; modalità per conoscere ed escludere eventuali rischi sociali alti nella filiera a monte; ...)	N. fornitori rispondenti
No	1
Sì, con alcuni fornitori	6
Sì, con la maggior parte dei fornitori	5
Sì, con tutti i fornitori	5

Fonte: analisi questionario fornitori

Inoltre abbiamo iniziato lo scouting di possibili nuovi fornitori che ci sembrano più in linea con i nostri valori e il nostro impegno verso una trasformazione di proposta sostenibile e di rispetto ai principi della solidarietà e della giustizia sociale.

Il 21,2% del volume di acquisto (in €) è generato da imprese con certificazioni e buone pratiche in ambito solidarietà e giustizia sociale.

Attraverso l'invio del questionario ai 30 nostri maggiori fornitori si è palesato l'interesse di STL per il tema del comportamento equo e solidale nei confronti di tutti gli stakeholder

A2 SOLIDARIETA' E GIUSTIZIA NELLA CATENA DI FORNITURA

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

SFRUTTAMENTO DEL POTERE DI MERCATO NEI CONFRONTI DEI FORNITORI-

Il rapporto con i nostri fornitori dal nostro punto di vista è equilibrato e non ci risulta vengano in nessun modo danneggiati dal nostro potere di mercato. Questo è stato confermato dai fornitori stessi nel questionario a loro proposto (si veda tabella sotto).

Come percepite il rapporto di mercato tra la vostra azienda e STL?	
Il rapporto è equilibrato	16
Vi è una disparità che può portare STL a modificare l'andamento della vostra attività	1
Vi è una disparità, ma non modifica in maniera alcuna la nostra attività	0
Altro	0

Fonte: analisi questionario fornitori

VERSO IL BENE COMUNE

Come rivenditori non abbiamo la possibilità di trasformare delle parti impattanti della filiera (es.ricerca e estrazioni di risorse come il ferro, il rame, il manganese, …) ma sicuramente possiamo proseguire nella ricerca di informazioni e approfondire con interviste ai fornitori, a partire da quelli che ci sono sembrati più incoerenti, di minore qualità e ci hanno fornito minori informazioni.
Inoltre abbiamo iniziato lo scouting di possibili nuovi fornitori che ci sembrano più in linea con i nostri valori e il nostro impegno verso una trasformazione di proposta sostenibile.

VALUTAZIONE AUTO/AUDIT	
A2.1 Relazioni commerciali eque nei confronti dei fornitori diretti	7/7
A2.2 Influssi positivi sulla solidarietà e la giustizia lungo l'intera filiera	1/1
A2.3 Sfruttamento del potere di mercato nei confronti dei fornitori	0/0

A3 SOSTENIBILITA' ECOLOGICA NELLA CATENA DI FORNITURA

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

IMPATTI AMBIENTALI LUNGO LA FILIERA

Anche se non siamo un'azienda produttrice, ci siamo sempre impegnati nella ricerca, selezione e scelta di prodotti e servizi che riteniamo essere giusti per il cliente. Fino ad ora la scelta non era focalizzata su aspetti di sostenibilità, ma con questo percorso è diventato un fattore importante. Con il percorso EBC abbiamo iniziato a conoscere e a prendere coscienza degli impegni dei nostri fornitori verso l'ambiente e verso gli aspetti sociali (sia a livello organizzativo sia a livello di prodotto) capendo l'importanza delle certificazioni che hanno acquisito. L'aspetto etico e ambientale è diventato un criterio di preferenza che prenderemo in considerazione per la scelta di nuovi fornitori.

Mappatura dei rischi ambientali lungo la filiera dei nostri prodotti e soluzione. La nostra riflessione parte dal prodotto finito che abbiamo scelto di commercializzare: non abbiamo informazioni e dati precisi su quello che succede nei vari passaggi della filiera.

Di seguito riportiamo i principali rischi ambientali che ipotizziamo possano produrre alcuni prodotti legati alla nostra tipologia di attività:

ARREDO

Materiali e principali rischi

•legno: approvvigionamento da foreste sostenibili. Impatto sull'ambiente e sulle persone.

•plastica: diverso impatto in base alla sua provenienza da riciclo e alla sua riciclabilità. Impatto sull'ambiente e sulle persone.

•Vernici: in caso di presenza di formaldeide, impatto sulla salute umana

Le nostre soluzioni:

•Scegliamo solo fornitori che utilizzano legni privi quasi completamente di formaldeide (98%) molti di loro hanno certificazioni a riguardo e la maggior parte hanno certificazione FSC.

•I nostri fornitori prestano particolare attenzione alla tendenza delle superficie a ritenere lo sporco (UNI 9300) per evitare inutili contaminazioni e rischi per la salute e per l'ambiente.

MULTIFUNZIONE E VISUAL

Principali impatti

•impatti ambientali per lo più legati all'uso (efficienza energetica dei prodotti)

•emissioni di polveri sottili

•utilizzo di carta

•smaltimento macchine

•smaltimento toner e consumabili

A3 SOSTENIBILITA' ECOLOGICA NELLA CATENA DI FORNITURA

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

IMPATTI AMBIENTALI LUNGO LA FILIERA

Le nostre soluzioni:
•Le multifunzioni che proponiamo sono solo ed esclusivamente prodotte da aziende primarie che assicurano la qualità e durabilità del prodotto anche nei suoi componenti interni. I consumi energetici e le emissioni delle polveri sottili sono in linea con il livello tecnologico raggiunto oggi.
•I monitor display, touch e videowall che proponiamo sono solo ed esclusivamente prodotti da aziende primarie che garantiscono garanzie fino a 5 anni e questo ci assicura la qualità e durabilità del prodotto anche nei suoi componenti interni. Il consumo energetico (dipende dalla tipologia di prodotto)ed è in linea con il livello tecnologico raggiunto oggi.
•Acquistiamo solo carta certificata FSC, riuscendo in questo modo ad avere garanzie sia sulla gestione forestale sostenibile, sia sulla tutela delle popolazioni indigene che contribuiscono alla cura delle foreste che generano la carta.
•A livello di smaltimento di toner e consumabili, al momento non abbiamo mai svolto un'analisi degli smaltitori per capire se vi siano diversità in termini di gestione del rifiuto e capacità di inserirlo in meccanismi di economia circolare.

Mappatura del livello di consapevolezza e azione ambientale dei nostri fornitori
Abbiamo inoltre chiesto ai nostri fornitori come si pongono sul tema del rispetto interno dei principi della sostenibilità ambientale. Tutti i rispondenti dichiarano di rispettare le normative vigenti in materia. 9 di essi hanno attuato misure di miglioramento volontarie oltre gli obblighi di legge e in 6 hanno ottenuto certificazioni in materia sia a livello di prodotto che organizzativo. Quasi tutti i fornitori sono certificati ISO 14001, la maggior parte dei fornitori del settore arredo hanno certificazione FSC e alcuni di essi seguono anche i Criteri Ambientali Minimi "Arredi per interni". Alcuni contribuiscono con i loro prodotti all'ottenimento di crediti LEED o hanno certificazioni BlueAngel (efficienza energetica) o Ecolabel per alcuni prodotti. Per quanto riguarda il post vendita, invece, una parte di loro ha dei programmi strutturati e organizzati di ritiro e riciclo dei prodotti. Alcuni fornitori partecipano a programmi di Carbon Disclosure, altri effettuano il ritiro e riciclo dei prodotti a fine vita.

AMBIENTE (efficienza nell'utilizzo delle risorse ambientali, inquinamento, prodotti e servizi ecologici, ...)	N. fornitori rispondenti
è soggetta a richiami o sanzioni per il mancato rispetto delle normative	0
rispetta le normative vigenti in materia	6
ha attuato misure di miglioramento volontarie, oltre gli obblighi di legge	9
ha ottenuto certificazioni in materia (certificazioni di prodotto / certificazioni di processo / sistemi di gestione)	6

Fonte: analisi questionario fornitori

Quasi tutti i fornitori sono certificati ISO 14001, la maggior parte dei fornitori del settore arredo hanno certificazione FSC e alcuni di essi seguono anche i Criteri Ambientali Minimi "Arredi per interni"

A3 SOSTENIBILITA' ECOLOGICA NELLA CATENA DI FORNITURA

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

IMPATTI AMBIENTALI LUNGO LA FILIERA

Abbiamo anche chiesto loro se applicano dei criteri di tipo ambientale nella scelta dei loro fornitori. Tale attenzione è più frequente rispetto all'aspetto sociale. In particolar modo, si ricercano fornitori che hanno a loro volta certificazioni ambientali (es. ISO 140001) o con prodotti ecosostenibili.

Ambientale (scelta della migliore alternativa sostenibile, richiesta di certificazioni ambientali di processo/prodotto, esclusione di prodotti/processi altamente inquinanti, ...)	N. fornitori rispondenti
No	2
Sì, con alcuni fornitori	5
Sì, con la maggior parte dei fornitori	5
Sì, con tutti i fornitori	5

Fonte: analisi questionario fornitori

Nei regali ai nostri clienti

STL ogni anno prepara una box natalizia composta da gadget aziendali da consegnare ai clienti.

In occasione del Natale 2020 si è scelto di sostituire le classiche penne di plastica personalizzate con delle penne *Aqua* di Perpetua realizzate con la plastica recuperata da delle bottiglie da 500ml. Quello che a tutti gli effetti diventerebbe uno scarto, si rigenera, trasformandosi in un oggetto funzionale , utilissimo a tutti.

I nostri clienti così utilizzano una penna che è nata da una bottiglia da 500 ml, trasmettendo il grande valore che ogni singolo materiale può avere anche dopo il suo primario utilizzo.

VERSO IL BENE COMUNE

Come rivenditori non abbiamo la possibilità di trasformare delle parti impattanti della filiera, ma sicuramente possiamo proseguire nella ricerca di informazioni e approfondire con interviste ai fornitori, a partire da quelli che, nel questionario, ci sono sembrati più incoerenti, di minore qualità e ci hanno fornito minori informazioni.

Inoltre ci poniamo l'obiettivo di indagare in particolare su questi due aspetti:

- tipologia di plastica delle sedute
- modalità di lavorazione e colorazione dei tessuti utilizzati per le scocche delle sedute
- tipologia di smaltimento a fine vita per le diverse categorie di prodotto (presenza di studi LCA, info qualitative, …)

Indagare maggiormente su alcuni step di filiera di cui al momento non abbiamo informazione ed eventualmente sensibilizzare maggiormenti i nostri attuali fornitori. Iniziare uno scouting di possibili nuovi fornitori che ci sembrano più in linea con i nostri valori e il nostro impegno verso una trasformazione di proposta sostenibile e di rispetto dell'ambiente.

il 69% del volume di acquisto (in €) è generato da imprese con certificazioni e buone pratiche in ambito ambientale.

VALUTAZIONE AUTO/AUDIT	
A3.1 Impatti ambientali lungo la filiera	2/3
A3.2 Impatti ambientali eccessivi lungo la filiera	0/0

A4 TRASPARENZA E CONDIVISIONE DELLE DECISIONI LUNGO LA CATENA DI FORNITURA

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

TRASPARENZA VERSO I FORNITORI E GARANZIA DELLA CONDIVISIONE DELLE DECISIONI

Con i nostri fornitori abbiamo un dialogo costante. Questa modalità ci permette di metterli a conoscenza delle difficoltà che incontriamo, come si muove la concorrenza, quali nuovi prodotti potrebbero essere interessanti, quali sono le tendenze, se il prezzo non è in linea con il mercato, se sono necessari tempi di consegna più veloci, ...
Definiamo insieme dei budget annuali di acquisto e periodicamente ne verifichiamo l'andamento.
I fornitori sono sempre al corrente sulle trattative in corso soprattutto se sono progetti complessi. Il fornitore per noi è un alleato, non ci può dare problemi, deve supportarci nel nostro lavoro e aiutarci a concludere la trattativa.
Lavoriamo molto in autonomia, generalmente (soprattutto in ambito arredo) non indichiamo i marchi dei prodotti proposti per scelta aziendale, in quanto fanno parte del progetto complessivo. Nel tempo abbiamo maturato una certa fiducia con i nostri clienti che ci riconoscono la capacità di scegliere il meglio per loro, rendendo assolutamente irrilevante il nome del produttore del prodotto.
In una situazione di rete, di unità e non di concorrenza e rivalità, saremmo felici di raccontare lo sviluppo di un progetto in collaborazione con i brand fornitori.

Le visite dei fornitori presso la nostra sede sono spesso poco strutturate e di conseguenza hanno poca importanza perchè non ci sono argomenti utili e propositivi di confronto. Ci si limita alle novità sui nuovi prodotti e sulle promozioni, ma non ci danno spesso informazioni più corpose per fare veramente la differenza in un mercato estremamente concorrenziale. I fornitori si avvalgono di intermediari, agenti di commercio spesso multiazienda e questo non facilita il passaggio di informazioni.

LIVELLO MEDIO DI SODDISFAZIONE DELLA RELAZIONE DEL FORNITORE CON STL (min. 1 - max. 4)	
Info fornite da STL sufficienti e di buona qualità	3.3
Coinvolgimento nelle decisioni di STL (sufficiente e di buona qualità)	3.1

Fonte: analisi questionario fornitori

Abbiamo chiesto direttamente ai nostri fornitori qual è il livello medio di soddisfazione della relazione con noi. Le informazioni da noi fornite sono valutate sufficienti e di buona qualità, come anche il coinvolgimento nelle nostre decisioni.

A3 SOSTENIBILITA' ECOLOGICA NELLA CATENA DI FORNITURA

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

INFLUENZA POSITIVA SULLA TRASPARENZA E LA CONDIVISIONE DELLE DECISIONI LUNGO L'INTERA FILIERA

La trasparenza per noi è un valore fondamentale per creare relazioni basate sulla fiducia.
Oltre al nostro impegno diretto in tal senso nella relazione con i nostri fornitori, nel 2020, per la prima volta, abbiamo mappato le politiche, gli impegni e le certificazioni relative alla trasparenza e alla partecipazione attuate dai nostri fornitori.
In particolare, un fornitore ha ottenuto il rating di legalità, un altro sta lavorando per migliorare la trasparenza dell'intera supply chain nello specifico rispetto alla problematica delle pratiche di approvvigionamento responsabile dei minerali, materie prime necessarie per la produzione di prodotti tecnologici.

Il 20,6% del volume di acquisto (in €) è dato da imprese con certificazioni e buone pratiche in ambito trasparenza e condivisione delle decisioni.

Attraverso l'invio del questionario ai 30 nostri maggiori fornitori si è palesato l'interesse di STL per questo tema.

VERSO IL BENE COMUNE

In questo momento di trasformazione speriamo di essere seriamente ascoltati dai nostri fornitori storici per innescare situazioni di collaborazione: sarebbe utile per entrambi. Speriamo che grazie al questionario che abbiamo loro inviato prendano coscienza del percorso che vogliano intraprendere e che si inneschi una volontà di cambiamento anche nelle loro organizzazioni.
Ci impegneremo inoltre a creare sempre più situazioni favorevoli alla CO-PROGETTAZIONE ORIENTATA ALLA SOSTENIBILITÀ' E ALLA CREAZIONE DI VALORE CONDIVISO per ottenere un miglioramento continuo con il nostro fornitore per CREARE innovazione di prodotto.

Stiamo cercando di mettere in relazione clienti e fornitori per co-progettazione di prodotti innovativi con impatto ambientale positivo.
Con un paio di fornitori di sedute abbiamo iniziato un percorso di co-progettazione di prodotti innovativi con impatto ambientale positivo coinvolgendo un nostro cliente, titolare di una start-up che produce polimeri provenienti da resti vegetali (caffè, sugheri, …). L'obiettivo e il sogno che vorremmo raggiungere è realizzare una seduta prodotta con materie prime di origine naturale. La grande difficoltà è legata alla resistenza e alla durabilità del prodotto che si potrebbe ottenere. Procederemo su questa strada e cercheremo di creare altre cooperazioni di questo tipo, creando una vera e propria rete commerciale e produttiva tra STL-FORNITORI E CLIENTI.

VALUTAZIONE AUTO/AUDIT	
A4.1 Trasparenza verso i fornitori e garanzia della condivisione delle decisioni	5/5
A4.2 Influenza positiva sulla trasparenza e la condivisione delle decisioni lungo l'intera filiera	2/3

B.1 FINANZIAMENTO ETICO DELL'IMPRESA

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

L'AUTONOMIA GRAZIE ALL'AUTOFINANZIAMENTO

La quota di capitale proprio sul capitale totale è al momento al 18,38%. La quota sale al 23% se non si tengono in considerazione i finanziamenti aperti nel corso del 2020 come precauzione a fronte della pandemia e che non stiamo utilizzando. La quota di capitale proprio resta comunque piuttosto bassa. Il dato è il risultato di una forte crisi aziendale dovuta ad un aspetto di malagestione rilevato nel 2004 e complice anche la crisi economica del 2008 che ha portato ad una forte contrazione del settore. Per questo motivo, STL è dovuta ricorrere a fonti di finanziamento esterne, come le banche, al fine di riequilibrare il fabbisogno finanziario. Dal 2005 è iniziato un percorso di riorganizzazione aziendale complessiva che ha riguardato persone e processi e che ci ha portato a prendere consapevolezza degli indicatori di indebitamento e ad attuare politiche e azioni di contenimento dei costi di struttura in modo da aumentare la marginalità e produrre utile da accantonare in modo da ridurre l'esposizione finanziaria dell'azienda. Negli anni siamo riusciti ad acquistare credibilità presso i finanziatori e gli stakeholder in quanto siamo persone di parola, con progetti e una strategia chiara. Questo ci garantisce un ottimo rating e le migliori condizioni di prestito. Inoltre, abbiamo deciso di garantire la nostra affidabilità nel contrarre finanziamenti anche stipulando delle polizze sulla vita a nome dei 3 proprietari.

Nonostante i nuovi finanziamenti (nel 2020 fatti solamente a livello precauzionale e non utilizzati), siamo riusciti a contenere gli oneri finanziari passando da un'incidenza degli oneri finanziari sul fatturato dello 0,63% del 2018, allo 0,45% nel 2019 e allo 0,58% nel 2020.

A livello di settore, chi ha il nostro stesso modello di business caratterizzato dall'appoggio a finanziarie esterne per quanto riguarda il finanziamento dei prodotti verso i clienti, ha più o meno la nostra performance economica in termini di fatturato. Diverse invece sono quelle grandi società che hanno una finanziaria interna.

Quota di capitale proprio (%):
408.393€ (18,38%)

B.1 FINANZIAMENTO ETICO DELL'IMPRESA

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

FONTE DI FINANZIAMENTO ESTERNE ORIENTATE AL BENE COMUNE

STL lavora con istituti bancari per la gestione dei pagamenti in RIBA, Anticipo Fatture, Bonifici mentre fornisce un servizio di finanziamento o noleggio operativo ai clienti attraverso l'accordo con Finanziarie.
STL svolge la propria attività in un immobile sito a Marostica di proprietà di CVL, azienda immobiliare che ha in gestione il patrimonio immobiliare aziendale, e ne paga l'affitto. CVL ha in capo i finanziamenti di medio/lungo periodo, mentre STL fa fronte ai finanziamenti a breve che sono utili per mantenere un equilibrio finanziario.
L'anno scorso in pieno Covid-19, non sapendo come si sarebbe evoluto il mercato, abbiamo fatto richieste agli istituti bancari con i quali lavoriamo di finanziamenti speciali per il covid-19 e li abbiamo ottenuti. Abbiamo deciso di farlo per precauzione non per un'effettiva necessità.
Teniamo sempre monitorato e sotto controllo l'aspetto finanziario con budget di previsione a 1 mese, a 3 mesi e a 6 mesi. Ci siamo imposti di concedere ai nostri clienti pagamenti dilazionati che non siamo mai superiori alla dilazione che otteniamo dai nostri fornitori. Ovviamente non sempre ci riusciamo. In pieno Covid-19 abbiamo concesso ai nostri clienti una dilazione straordinaria di 30 giorni.

In questo momento non lavoriamo con banche etiche. Per ridurre il rischio finanziario utilizziamo delle finanziarie per tutti i noleggi delle multifunzioni e proponiamo ai nostri clienti dei finanziamenti per vendite di arredo superiori ai 50.000.

Elenco delle tipologie di capitale di terzi	Assoluto (€) 2020	% sul totale del capitale esterno 2020
FONDO TFR	205.312	11,32%
Debiti verso fornitori	763.923	42,12%
Debiti verso banche	624.517	34,44%
Debiti verso Erario e Previdenza	87.910	4,85%
Debiti verso altri	131.908	7,27%
Totale	**1.813.570**	**100,00%**

Quota di capitale esterno (in % sul totale del capitale complessivo):

1.813.570€ (81,6%)

B.1 FINANZIAMENTO ETICO DELL'IMPRESA

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

L'APPROCCIO ETICO DI FINANZIATORI ESTERNI

Gli aspetti operativi dell'azienda vengono gestiti con 4 principali partner finanziari:

•

Banca San Giorgio. Non abbiamo scelto questo istituto Bancario perché meno caro sul mercato, ma perché è un istituto locale, oltre ad essere fornitore è anche cliente ed STL è un socio.
Si è creato un rapporto estremamente propositivo, non legato esclusivamente al denaro, ma di interesse reciproco sulla modalità di lavoro ed impegni sociali ed ambientali.
La Banca San Giorgio ha sostenuto il progetto Olivetti, è attiva in molti progetti di comunità e ha istituito Borse di Studio per i figli dei soci, incentivando la meritocrazie e la cultura.
•**Banca Intesa**. Siamo al corrente che questo istituto bancario ha acquisito molte banche, ma inizialmente era partita da banche locali, del territorio (armata)
•**Banco Popolare di Milano** ha acquisto la Banca Popolare di Verona. È una banca armata.
•**Monte dei Paschi.** È una banca armata.
•**PNB Paribas.** Dopo alcune vicissitudini nate con la società di leasing tedesca Grenke, abbiamo deciso di gestire le locazioni operative con PNB PARIBAS che copre indicativamente l'80%-90% delle operazioni di finanziaria.

La proprietà ha scelto di escludere invece la volksbank come partner finanziario.

Grazie al percorso dell'Economia del Bene Comune abbiamo scoperto il significato dell'espressione "banca armata" collegato agli istituti Bancari. Siamo venuti a conoscenza, proprio durante un incontro di preparazione al Bilancio Sociale che fanno parte di questa categoria Banca Intesa, BPM e MPS.

Indicatori probanti

Partner finanziario	Tipologia di partner finanziario	Prodotto finanziario	Volume 2020 (€)	Banche armate*
Banca San Giorgio	Banca	Finanziamento 2020-2023 (covid)	47.000	
Banca Intesa	Banca	Finanziamento 2020-2026 (covid)	250.000	x
Monte dei Paschi di Siena	Banca	Finanziamento 2020-2026 (covid)	200.000	x
Banco Popolare di Milano	Banca	Conto corrente	4.096	x
Anthea Brokers	Broker assicurativo	Assicurazioni	22.358	

ELENCO DELLE TIPOLOGIE DI CAPITALE DI TERZI E % SUL TOTALE DEL CAPITALE ESTERNO 2020

Fondo TFR: 205.312 € 11.32%

Debiti verso fornitori: 763.923€ 42.12%

Debiti verso banche: 624.517€ 34.44%

Debiti verso Erario e Previdenza 87.910€ 4.85%

Debiti verso altri 131.908€ 7.27%

B.1 FINANZIAMENTO ETICO DELL'IMPRESA

VERSO IL BENE COMUNE

Nel 2021 non sono previste richieste di finanziamento a terzi e si manterrà la policy di non distribuire gli utili.
L'obiettivo che ci poniamo è di avere una quota di capitale proprio almeno del 30%.

Grazie al percorso dell'economia del Bene Comune abbiamo preso coscienza che i partner finanziari sono dei fornitori a tutti gli effetti e la scelta di propendere per l'uno e per l'altro può essere attuata con gli stessi criteri di qualsiasi altro fornitore.
Solitamente gli istituti bancari trasmettono in maniera meno plateale gli impegni etici e ambientali che sviluppano o semplicemente sono meno sensibili e proiettati alla sostenibilità visto che il loro core business è il denaro.
Approfondiremo sicuramente l'argomento e chiederemo maggiori informazioni ai nostri partner finanziari per capire il loro approccio etico.
Ci prefiggiamo di fare scouting per valutare altre partnership che siano più in linea con il nostro percorso sostenibile (ad esempio. Banca Etica)

VALUTAZIONE AUTO/AUDIT	
B1.1 Autonomia finanziaria grazie all'autofinanziamento	1/1
B1.2 Fonti di finanziamento esterne orientate al bene comune	0/0
B1.3. L'approccio etico di finanziatori esterni	1/1

B.2 APPROCCIO EQUO E SOLIDALE NELL'UTILIZZO DEGLI UTILI

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

IMPIEGO DEGLI UTLI SOLIDALE E ORIENTATO AL BENE COMUNE

In STL non sono mai stati distribuiti gli utili. Gli utili vengono reinvestiti nell'azienda in modo da ridurre la sua esposizione finanziaria verso terzi e vengono in parte utilizzati per investimenti ritenuti strategici per l'organizzazione. Nello specifico, nel 2020 abbiamo sostituito 2 vecchi furgoni diesel con mezzi più performanti ed efficienti e abbiamo cambiato un generatore di calore con una soluzione a condensazione. Nel 2021 prevediamo di investire nel rinnovo delle vetrine del negozio con una conseguente riqualificazione energetica (stima investimento: 30.000 €) e nel cambio del centralino telefonico essenziale per una buona qualità della relazione con i nostri clienti beneficiando in termini di velocità nelle comunicazioni e tracciabilità delle stesse (stima investimento: 10.000 €)

Elenco e ammontare totale degli investimenti utili per il futuro aziendale

INVESTIMENTO 2021	VALORE (€)
Rinnovo delle vetrine del negozio	30.000
Cambio del centralino telefonico	10.000

Elenco degli investimenti strategici effettuati nel periodo di riferimento

INVESTIMENTO 2020	VALORE (€)
Sostituzione dei furgoni (Diesel Euro 6)	22.293
Sostituzione del generatore di calore con soluzione a condensazione	1.600

DISTRIBUZIONE INIQUA DEGLI UTILI

In STL non sono mai stati ridistribuiti gli utili

Utile del periodo di riferimento 77.047€

Dividendi pagati (in migliaia di EUR, in % del capitale sociale)
0

Ammontare totale delle immobilizzazioni al netto degli ammortamenti:
47.110€

VALUTAZIONE AUTO/AUDIT

B2.1 Impiego degli utili solidale e orientato al bene comune	10/10
B2.2. Distribuzione iniqua dei fondi (NEG)	0/0

B.3 INVESTIMENTI SOCIO-AMBIENTALI E IMPIEGO DEGLI UTILI

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

QIALITA' AMBIENTALE DEGLI INVESTIMENTI

STL progetta e realizza ambienti e il nostro lavoro ha sicuramente un valore che equivale al benessere che generiamo nelle persone che vivono e lavorano negli spazi che progettiamo e nell'ambiente che ci circonda.

Proprio per questa nostra attenzione professionale ci sentiamo ancor più motivati ad agire anche all'interno della nostra azienda, valutando anche il nostro impatto e studiando un piano di investimento che includa spese per il miglioramento dell'impatto ambientale.

In particolare nel 2020 abbiamo deciso di:
•sostituire i furgoni che utilizzano i tecnici e i montatori con furgoni sempre diesel, ma Euro 6. Siamo riusciti così, nel nostro piccolo, a limitare l'impatto ambientale, togliendo dalla strada furgoni Euro 3;
•sostituire il generatore di calore, preferendo la soluzione a condensazione. In questo modo la resa energetica sarà maggiore con minor emissione di gas e quindi limitato impatto ambientale.

Piano di investimento incluso il fabbisogno per il miglioramento ambientale (elenco degli investimenti, e valore in migliaia di EUR)

INVESTIMENTO 2021	VALORE (€)	INVESTIMENTO ECOLOGICO?	%Investimenti ecologici sul totale degli investimenti
Rinnovo delle vetrine del negozio con riqualificazione energetica	30.000	SI'	75%
Cambio del centralino telefonico	10.000	NO	
TOTALE INVESTIMENTI PREVISTI	40.000	DI CUI ECOLOGICI	75%

Spesa effettuata per il miglioramento ambientale nell'anno di riferimento

INVESTIMENTO 2020	VALORE (€)	INVESTIMENTO ECOLOGICO?	% investimenti ecologici sul totale degli investimenti
Sostituzione dei furgoni (Diesel Euro 6)	22.293	SI'	93%
Sostituzione del generatore di calore con soluzione a condensazione	1.600	SI'	7%
TOTALE INVESTIMENTI PREVISTI	23.893	DI CUI ECOLOGICI	100%

Investimenti ecologici sul totale degli investimenti
2020: 100%
2021: 75%

ANNO 2020
Rinnovo delle vetrine del negozio con riqualificazione energetica -

30.000 €

ANNO 2021
Sostituzione dei furgoni (Diesel euro 6)

B.3 INVESTIMENTI SOCIO-AMBIENTALI E IMPIEGO DEGLI UTILI

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

INVESTIMENTI ORIENTATI AL BENE COMUNE

Progetti di riforestazione
STL ha scelto di supportare il Progetto di Riforestazione in Madagascar e ad Enego (Luglio 2020) con la volontà di dare il proprio contributo concreto alla crescita forestale e dare la possibilità ad una vita dignitosa alle popolazioni indigene che curano gli alberi in Madagascar;

Sostegno al progetto ALL INCLUSION di Villa Angaran San Giuseppe
STL è attiva nella comunità e supporta associazioni che sono nate e cresciute nel territorio e soprattutto con cui abbiamo un legame e conosciamo modalità e obiettivi. Un esempio del nostro impegno è il nostro sostegno alla realtà Bassanese Villa Angaran San Giuseppe, in particolare al progetto ALL INCLUSION, donando 1.000 Euro per un arco temporale di 5 anni.L'iniziativa si propone nel corso del 2020-2021 di realizzare: opere architettoniche di riqualificazione energetica, di sicurezza dell'edificio, la realizzazione di un appartamento per disabilità, la trasformazione della vecchia biblioteca in uffici open space, l'ultimazione del progetto di restauro e trasformazione del giardino.Si vogliono creare ambienti belli e generatori di benessere per gli ultimi della società: persone colpite da forti disabilità, che soffrono di dipendenze, che vivono in situazioni precarie. Il nostro obiettivo è abbattere i muri attraverso il valore della differenza, promuovendo la diversità come occasione di incontro, unione e bellezza, grazie alla valorizzazione ambientale.

DIPENDENZA DA RISORSE CON RILEVANTE IMPATTO AMBIENTALE

Al momento STL è dipendente da fonti di energia fossile per quanto riguarda i mezzi commerciali e il riscaldamento delle sedi.

PROGETTO ALL INCLUSIONE- Villa Angaran

1.000 €

PROGETTO RIFORESTAZIONE STAMPI-PIANTI(Etifore Printreleaf)

1.560 €

VERSO IL BENE COMUNE

Per l'anno 2021:
•sostituzione dei serramenti esterni nello stabile di Marostica per diminuire il proprio impatto ambientale. Grazie ad un maggior isolamento termico, diminuirà la dispersione di calore dell'ambiente , rendendo meno gravoso l'emissione di gas da generatore di calore.
•dal secondo trimestre 2021, in occasione del 55° anniversario di attività, inserimento nel progetto di riforestazione in Madagascar i clienti con contratto a costo pagina (ALL-IN) con rilevazione automatica KDFM. Il nostro obiettivo è quello di contribuire al rinnovamento e l'estensione forestale e di divulgare questo messaggio ai nostri clienti, creando volontà ed interesse di universi all'iniziativa. Confidiamo che sempre più persone possano essere influenzate dai nostri gesti e che si crei una consapevolezza tale da smuovere il senso etico che risiede in ognuno di noi.

VALUTAZIONE AUTO/AUDIT	
B3.1. Qualità ambientale degli investimenti	3/3
B3.2 Investimenti orientati al bene comune	0/0
B3..3 Dipendenza da risorse con rilevante impatto ambientale	0/0

B.4 PROPRIETA' E CONDIVISIONE DELLE DECISIONI

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

STRUTTURA DELLA PROPRIETA' ORIENTATA AL BENE COMUNE

I proprietari di STL sono Lucia, Marco e Paolo Cuman e le loro quote societarie sono alla pari da dicembre 2020 e una parte delle quote sono di CVL (azienda immobiliare che gestisce gli immobili aziendali). La nostra azienda ha avuto un momento di grande crisi nel 2004, quando abbiamo scoperto di avere un responsabile amministrativo che svolgeva il proprio lavoro in modo non corretto. Ci siamo trovati davanti ad un bivio: chiudere l'azienda o rilanciarla, e abbiamo scelto di ripartire. In questo arco di tempo è anche avvenuto il cambio generazionale. Nostro papà è ancora molto presente in azienda ma il lavoro per lui è la sua unica passione.
Al momento non ci siamo fatti delle domande sul futuro di STL, forse ci sentiamo ancora giovani ma nei prossimi 5 anni ci sarà un cambio generazionale nei nostri collaboratori. Nelle nuove assunzioni sarà un tema che dovremmo considerare anche perchè non è detto che i figli degli attuali proprietari saranno interessati ad entrare in attività.

SCALATA OSTILE

Non sono in corso scalate ostili

PROPRIETA'

Cuman Marco
20%

Cuman Lucia
20%

Cuman Paolo
20%

A sua volta, CVL è di proprietà di Cuman Lucia, Marco, Paolo e Valentino in parti uguali (25%)

VERSO IL BENE COMUNE

Riflettere sul tema del cambio generazionale nella proprietà e nella definizione dei criteri per le nuove assunzioni.

VALUTAZIONE AUTO/AUDIT	
B4.1 Struttura di proprietà orientata al bene comune	0/0
B4.2. Scalata ostile (NEG)	0/0

C.1 DIGNITA' UMANA SUL LUOGO DI LAVORO

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

CULTURA ORGANIZZATIVA ORIENTATA AI COLLABORATORI

La nostra cultura aziendale si basa sulla valorizzazione dei collaboratori perché siamo convinti che le persone siano la linfa vitale che nutre e rafforza l'albero organizzativo aziendale. L'assetto aziendale è strutturato come sistema di gestione partecipata, nel quale i singoli componenti dell'Azienda gestiscono autonomamente e responsabilmente la definizione e il raggiungimento dei propri obiettivi e i metodi con i quali raggiungerli.Sono stati svolti molti percorsi orientati al Self-Management perché ognuno dei collaboratori di STL, grazie alla libertà di esprimere le proprie peculiarità, competenze e visioni riesce a contribuire maggiormente al miglioramento aziendali. In STL i membri del team sono responsabili collettivamente dei risultati. Le decisioni si prendono consensualmente, in modo tale che ogni membro possa assumersi la responsabilità individuale degli accordi presi. Il Self-Management è un mezzo e non un fine, tramite il quale incentivare talento, stimoli, autostima, per arrivare a realizzare al meglio la purpose aziendale.

Per incentivare costantemente la gestione auto partecipata fissiamo degli incontri settimanali(tactical meeting) e mensili più strutturati e affiancati da un moderatore, nei quali viene dato ampio spazio al confronto sui progetti in corso o da sviluppare.
Ognuno dei partecipanti è libero di dare la propria visione o di proporre la propria soluzione perché ogni idea genera possibilità di evoluzione e di conoscenza. La condivisione costante e graduale ci aiuta a lavorare insieme e aiutarci, se necessario, in modo che nessuno si senta solo e abbandonato a se stesso. la collaborazione e la condivisione deve essere alimentata tutti i giorni in maniera programmatica e organizzata perché STL crede che l'ambiente di lavoro diventa condizionante: si trasferisce una modalità, si contaminano i più giovani così da scoprirne i talenti e le propensioni. Certamente, a livello caratteriale, alcuni sono più pronti e altri meno, ma la cultura e il " dare l'esempio" diventano condizionamenti quotidiani che fanno la differenza.

L'errore non viene visto con ansia o terrore, ma viene condiviso e affrontato assieme, cercando di supportare la persona, se dovesse essere necessario.
L'errore, se affrontato nella maniera giusta può essere input di miglioramento e i consigli migliori possono arrivare anche dalle persone più inaspettate.

E' stato molto interessante analizzare questo aspetto nel percorso dell'Economia del Bene Comune perché hanno preso la parola i veri protagonisti: i collaboratori.

Turn-over collaboratori:
2019: 0 entrati e 0 usciti
2020: 1 entrato e 1 uscito

Appartenenza media all'azienda: 17 anni

Formazione
Corsi: 20 h all'anno

C.1 DIGNITA' UMANA SUL LUOGO DI LAVORO

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

CULTURA ORGANIZZATIVA ORIENTATA AI COLLABORATORI

A seguire alcune delle loro considerazioni:

Luca: *Senza rispetto non si può fare nulla. Poche volte mi sono sentito un dipendente da quando lavoro qui.*
Le persone sono messe davanti al business, senza discriminazioni di genere. C'è libertà di fare scelte in autonomia perché alla base c'è fiducia, riposta e ripagata che però deve continuamente essere alimentata.

Ilary: *portiamo in azienda anche la persona, non solo il lavoratore. Portiamo tutto noi stessi quindi deve esserci assoluto rispetto e comprensione. La fiducia è essenziale per il percorso di Self-Management e per garantire l'autonomia. Il confronto non è sempre sereno, come è normale che sia , ma viene promosso benessere e confronto civile e rispettoso.*

Lucia: *La nostra operatività è pressante e stressante. Cerchiamo comunque di arrivare sereni tutte le mattine e aprire una nuova pagina.*
Anche la proprietà contribuisce all'operatività e non sono mai stati ipotizzati degli uffici separati per permetterci di lavorare con e tra i collaboratori. E' importantissimo Costruire un "noi" solido.

Nicola: *sento di confrontarmi con dei colleghi e non con dei titolari. Nella gestione mi sento molto libero di organizzare il mio lavoro comunque rimanendo nel confronto. C'è tanto lavoro, ma mi sento in una prateria, libero di poter esplorare da solo le mie possibilità. L'errore non viene evitato, ma spesso mi capita di chiedere scusa al cliente.*

Naturalmente il confronto può creare momenti di grande condivisione e serenità o può generare conflitti. Ma più condividiamo, più ci conosciamo. Il Tactical meeting è il momento giusto per chiedere e questo scioglie molte problematiche o tensioni generate dalla troppa pressione accumulata.

Chi vive STL riconosce che esiste un ruolo tacito di cura del conflitto, assegnato ad una persona che, per sue caratteristiche personali, risulta vivere questo ruolo in modo naturale. Ci siamo quindi chiesti: "Che cosa succederebbe se questa persona non ci fosse?"

Su alcune tensioni si andrebbe in negativo e ci si dovrebbe impegnare maggiormente per risolverli. Ad oggi, non si vede la stessa predisposizione in altre persone di STL, quindi la sua assenza diventerebbe una carenza. E' proprio anche dal desiderio di curare meglio questo aspetto e di esplicitare ruoli informali e dati per scontati che la proprietà ha intrapreso negli ultimi anni un percorso di revisione interna focalizzato soprattutto sulla redistribuzione delle mansioni e sulla definizione dei ruoli.

C.1 DIGNITA' UMANA SUL LUOGO DI LAVORO

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

PROMOZIONE DELLA SALUTE E DELLA SICUREZZA SUL LUOGO DI LAVORO

STL commercia attrezzature e arredamenti per ufficio, fornendo ai clienti il servizio di general contractor.
I rischi o danni alla salute sono diversi per l'area design e l'area tecnologia.

Sintesi dei principali rischi legati all'attività di fornitura di arredo e impiantistica (pavimenti sopraelevati, controsoffitti e pareti divisorie) per ambienti di lavoro:
•lavoro di ufficio: rischi derivanti dal lavoro al videoterminale (disturbi muscolo-scheletrici, cefalee, disturbi alla vista). A questo si aggiunge lo stress fisico e psicologico del lavoro correlato.
•uscite presso clienti: la guida di mezzi aziendali può esporre a rischi stradali.
•Gli addetti al montaggio che gestiscono le mansioni tipiche "del cantiere" (posa in opera di pareti in cartongesso, pareti divisorie in vetro e realizzazione di vetrofanie, posa in opera di pavimentazione, la realizzazione di piccoli interventi di tinteggiatura e il montaggio arredi e strutture) incorrono in rischi definiti meccanici (ad esempio lo schiacciamento, il taglio, la caduta o lo scivolamento).
Gli installatori del reparto arredo effettuano anche movimentazioni manuali di carichi (rischi fisici), guidano automezzi (rischi stradali) e sono esposti ad agenti fisici (in particolare l'esposizione a rumore, alle vibrazioni meccaniche e il microclima). Inoltre, potrebbero entrare in contatto con con altre attività svolte in cantiere di cui non abbiamo il totale controllo.

Rischi attività di fornitura di attrezzature e materiali di consumo per l'ufficio o l'assistenza tecnica su stampanti e multifunzione o software:
• utilizzo dei mezzi di trasporto (furgoni o carrello elevatore) con eventuali rischi incidenti stradali
•movimentazione manuale dei carichi
•rischi meccanici tipici dell'attività (es. schiacciamento, taglio, inciampo, scivolamento etc)
•interferenze con le attività in cui si va ad operare l'assistenza tecnica o l'installazione di attrezzature come problematiche già esistenti come sbalzi di temperatura, inquinamento atmosferico, inquinamento acustico..
•lo stress lavoro correlato e il rischio biologico.

Giorni di malattia
2019: 2,93
2020: 4,42

Numero e gravità infortuni in azienda
2019: 1 (Indice di gravità: 8)
2020: 0

C.1 DIGNITA' UMANA SUL LUOGO DI LAVORO

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

PROMOZIONE DELLA SALUTE E DELLA SICUREZZA SUL LUOGO DI LAVORO

Formazione e certificazioni
STL assicura ai collaboratori la **formazione relativa alla salute e alla sicurezza sul lavoro**, in particolare per quanto riguarda la formazione sulla sicurezza, inclusi i rischi specifici e gli aggiornamenti, il corso di primo soccorso e antincendio (5 addetti), il corso per la patente del muletto (3 addetti) e il corso per RSPP (3 addetti), quest'ultimo sostenuto anche se non obbligatorio, perchè in alcuni casi ci viene richiesto da clienti in fase di cantiere, soprattutto nel settore arredo.

Inoltre, STL ha ottenuto la certificazione ISO 9001 sia per multifunzioni e stampanti sia per registratori telematici e la certificazione sulla Movimentazione Manuale Carichi (MMC).
E' stata fatta una valutazione dei rischi per quanto riguarda rumore e vibrazioni sia nel reparto design che in quello tecnologia. Il rischio per la salute risulta limitato a pochi strumenti di lavoro.
Esiste anche una valutazione dei rischi per il sollevamento pesi. Per evitare danni alla salute in tal senso da qualche anno abbiamo installato il saliscale.
Infine, abbiamo redatto il Piano Operativo di Sicurezza (POS) per l'edilizia, anche se non obbligatorio, dal momento che ci è stato richiesto in alcuni cantieri di clienti.

La salute e la sicurezza durante la pandemia
L'emergenza pandemica del COVID-19 ha sicuramente inasprito le misure di sicurezza all'interno dell'azienda e si è cercato di attuare tutte le misure possibili per limitare il contagio, in particolare:
•
E' stato identificato un COVID manager per supervisionare in maniera programmatica le misure di sicurezza;
•Abbiamo adottato le linee guida più restrittive possibile per il nostro settore, oltre gli obblighi di legge;
•Tutti i collaboratori sono stati dotati di DPI richiesti dalla normativa o superiori rispetto a quanto richiesto per la nostra tipologia di attività come, ad esempio, le visiere consegnate ai tecnici del reparto assistenza tecnica.

Benefit a favore dei collaboratori:
A fine anno rimborso spese di 1€ al giorno in buoni carburante. Nel 2020, al posto della cena aziendale che non si è potuta fare, buono spesa da 50€.

C.1 DIGNITA' UMANA SUL LUOGO DI LAVORO

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

DIVERSITA E PARI OPPORTUNITA'

STL valuta le persone sulla base delle loro competenze e propensioni e non sul loro genere.
In fase di assunzione i candidati vengono selezionati in base al loro background lavorativo, all'interesse che manifestano per la nostra tipologia di attività, al loro modo di esprimersi e di comunicare e alla volontà di informarsi sui temi di attualità, cultura e sostenibilità. Non c'è alcuna discriminazione di genere sulla scelta, ma spesso è intrinseca nel tipo di lavoro da svolgere (ad esempio, tecnici, manutentori, ...).
Grazie al libero confronto e all'autonomia della propria mansione si valorizzano capacità e si scoprono talenti che non dipendono dal genere, ma dalla persona.
I primi momenti in azienda sono dedicati alla richiesta delle preferenze, a comprendere la miglior soluzione per supportare inclinazioni personali e non sprecare le capacità, perché la persona, uomo o donna che sia, è una risorsa preziosa.
Ogni persona in STL è unica e irripetibile perchè il suo ruolo la contraddistingue e non è replicato in altre figure in azienda.
Ogni collaboratore contribuisce al senso e alla purpose aziendale in maniera assolutamente differente, personale e rilevante.. necessaria.
Ognuno si sente protagonista, sia nei meriti che naturalmente nelle responsabilità , della sua mansione e del raggiungimento dell'obiettivo comune, insomma strade diverse ma unica meta dove ritrovarsi e identificarsi.
Al momento, non abbiamo l'obbligo di accogliere persone con disabilità perché il nostro organico conta 14 persone. In futuro, accoglieremo di buon grado collaboratori disabili dedicandogli uno spazio adeguato e soddisfacente.
Supportiamo l'associazione Women For Freedom (WfF): un'organizzazione umanitaria indipendente e imparziale nata per lottare contro la discriminazione e lo sfruttamento delle donne e dei bambini soprattutto in condizioni di emergenza, disagio e povertà. Il supporto avviene attraverso alcune donazioni. In cambio, riceviamo pacchi natalizi e fiori per la festa della donna che distribuiamo ai nostri collaboratori, oltre che i calendari a brand WfF e STL che utilizziamo come gadget da regalare ai nostri clienti.
Da una parte, la donazione permette a Women For Freedom di realizzare i propri progetti, dall'altra contribuiamo direttamente alla diffusione dei valori e dei principi dell'associazione presso collaboratori e clienti.

Permessi di paternità/maternità:
2019: 1416 ore
2020: 128 ore
Numero nuovi assunti / turn over in base alle dimensioni
0 nuovi assunti 2019 e 1 nuovo assunto 2020

SCOMPOSIZIONE DIPENDENTI PER GENERE:

M:14
F:4

SCOMPOSIZIONE DIPENDENTI TIPOLOGIA DI CONTRATTO:

Tempo indeterminato: 17
tempo determinato :1

SCOMPOSIZIONE DIPENDENTI PER FASCE D'ETÀ':

18-35: 4
36-50: 9
51+:5

SCOMPOSIZIONE DIPENDENTI PER LIVELLO ISTRUZIONE:

Licenza media: 0

Diploma: 17

Laurea: 1

SCOMPOSIZIONE DIPENDENTI PER NAZIONALITA':

Italiani : 18

C.1 DIGNITA' UMANA SUL LUOGO DI LAVORO

VERSO IL BENE COMUNE

Per la ricerca e volontà di un maggior equilibrio sarebbe sicuramente utile valutare ulteriori percorsi di allenamento per competenze trasversali per riallineare i ruoli e organizzare al meglio sia la direzione che l'intero assetto operativo.
L'azienda si evolve e anche l'organizzazione aziendale deve evolvere con essa. Proprio per questo ci impegneremo ad essere ancora più puntuali nel valutare eventuali corsi di formazione confrontandoci con il team e capendo assieme le migliori strade da percorrere.
Il feedback dei collaboratori è importante e capita spesso che non venga esplicitato volontariamente. Rimane tacito finchè non si innescano conflitti o discussioni. Consideriamo opportuno organizzare ogni trimestre o semestre dei questionari anonimi per verificare il grado di benessere delle persone, lasciando spazio ad annotazioni a eventuali problematiche o, perché no, consigli, nuove idee...

STL è sempre stata molto puntuale sugli obblighi legati alla formazione sulla sicurezza al lavoro. Nella maggioranza delle situazioni vengono sentiti come un obbligo e non si frequentano in maniera attenta e partecipata. Potrebbe essere interessante stimolare i nostri consulenti dando consigli su modalità di formazione più coinvolgenti e accattivanti per attrarre maggiormente l'attenzione, vista la rilevanza che la salute e la sicurezza ha a livello aziendale.

Dal punto di vista delle pari opportunità non evidenziano miglioramenti perchè STL non è discriminante né in fase di inserimento di un nuovo collaboratore, né nella gestione operativa delle persone già presenti.
Potrebbe essere interessante valutare figure femminili all'interno del reparto assistenza dove non sono mai state presenti, ma per ora non ci sono mai arrivate candidature femminili per questo tipo di mansione.

VALUTAZIONE AUTO/AUDIT	
C1.1 Cultura organizzativa orientata ai collaboratori	4/5
C1.2 Promozione della salute e sicurezza sul luogo di lavoro	6/6
C1.3. Diversità e pari opportunità	7/7
C1.4. Condizioni di lavoro inadeguate	0/0

C.2 WELFARE AZIENDALE E AUTODETERMINAZIONE DELLE CONDIZIONI CONTRATTUALI

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

STRUTTURAZIONE DELLA RETRIBUZIONE

A livello contrattuale, per i nuovi inserimenti si decide normalmente un periodo di prova con un'agenzia interinale al quale segue, se l'età lo consente, un contratto di apprendistato al termine quale si passa al contratto indeterminato in linea con il CCNL che viene aggiustato con il tempo a livello di remunerazione, verificando sempre ruoli e mansioni.
In STL c'è sempre stato ascolto verso eventuali necessità personali e obiezioni e si cerca, per quanto possibile, di arrivare ad un punto di incontro.
I collaboratori non conoscono nel dettaglio la remunerazione dei loro colleghi. In ogni caso, si cerca di non fare differenze nella retribuzione, soprattutto tra lavoratori con la stessa mansione, in modo da non generare tensioni o conflitti.
Il lavoro è considerato in ottica di percorso di crescita professionale che porta di conseguenza scatti e aumenti anche a livello remunerativo.

Nel 2020, in piena pandemia da COVID-19, STL ha deciso di supportare i propri collaboratori sottoscrivendo una polizza assicurativa che garantisce un rimborso delle spese sanitarie e una diara per eventuali ricoveri ospedalieri e ha anticipato la cassa integrazione per alcuni collaboratori.

ORGANIZZAZIONE DELL'ORARIO DI LAVORO

La scelta dell'orario di lavoro è condizionata dal nostro settore di appartenenza più che da una policy aziendale.
I nostri clienti sono le imprese (per reparto office&IT, arredo contract, visual solution), i negozi e la ristorazione (sistemi di cassa, arredo contract). Dobbiamo quindi adattarci agli orari di ufficio standard per agevolare la comunicazione con i nostri clienti e garantire un servizio di consulenza e affiancamento puntuale e di qualità.
Di conseguenza, non sempre c'è una perfetta conciliazione tra la vita personale e il lavoro.
In azienda si cerca comunque di ascoltare le esigenze dei collaboratori, cercando le soluzioni più adeguate per incentivare la flessibilità di orari, quando necessario e possibile.
Diversi collaboratori hanno orari diversi a seconda delle proprie esigenze che possono essere legate alla famiglia, allo studio o alla lontananza dal luogo di lavoro.
Gli installatori del reparto arredo contract si organizzano per iniziare presto il mattino e finire la giornata alle 16.00 e lavorano anche in pausa pranzo, come hanno esplicitamente richiesto in modo da poter gestire la famiglia o curarsi dei propri hobby. Per rendere possibile questo orario lavorativo ci siamo organizzati per gestire anticipatamente il passaggio di consegne a fine giornata. Per quanto possibile, cercheremo di mantenere questa modalità anche se non sempre agevola e migliora il lavoro in azienda per una asimmetria di orari con gli altri settori.

Orario settimanale definito a livello aziendale:

Tecnici: 8-12 e 14-18 dal lunedì al venerdì (40 ore)

Montatori: 7.30-13 e 13.30-16.00 dal lunedì al venerdì (40 ore)

Commerciali: 8.30-12.30 e 14.30-18.30 dal lunedì al venerdì (40 ore)

Progettista: 8.30-12.30 e 14-18 dal lunedì al venerdì (40 ore)

Marketing: 9-13 e 14.30-18.30 dal lunedì al venerdì (40 ore)

Fatturazione: 8.30-12.30 e 14.30-18.30 dal lunedì al mercoledì e giovedì e venerdì 14-15.45

Amministrazione: 8.30-13 e 14-17.30

.

C.2 WELFARE AZIENDALE E AUTODETERMINAZIONE DELLE CONDIZIONI CONTRATTUALI

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

STRUTTURAZIONE DELLA RETRIBUZIONE

Nell'area amministrativa tempi e scadenze sono dettate dalle normative. Ogni collaboratore lavora in autonomia e ha la responsabilità di portare a termine il proprio lavoro nelle tempistiche richieste, evitando il più possibile assenze in momenti che potrebbero mettere in difficoltà l'organizzazione.
La flessibilità di orari, oltre a creare benessere ai collaboratori aiutandoli nell'organizzazione dei propri impegni personali, crea anche un vantaggio all'azienda in quanto riusciamo a restare a disposizione dei clienti per un arco temporale maggiore lungo la giornata.
Anche le ferie sono decise in autonomia da parte dei collaboratori per poi essere condivise con la proprietà per verificare eventuali sovrapposizioni con altri colleghi.
Si possono programmare 2 settimane consecutive e, se richieste per tempo e non recano problemi all'azienda, possono essere fatte in qualsiasi momento dell'anno.

Straordinari effettivi:
221,5 ore

Tecnici: lavoro al sabato in situazioni di urgenza

100% CONTRATTI FULL TIME

VERSO IL BENE COMUNE

Per la particolarità della nostra attività, che agisce su più settori, non siamo riusciti ad identificare CCNL specifici in grado di valorizzare al massimo i nostri collaboratori, dando loro anche maggiore flessibilità. Ci impegniamo a proseguire la ricerca in tal senso.

VALUTAZIONE AUTO/AUDIT	
C2.1 Strutturazione della retribuzione	6/6
C2.2 Organizzazione dell'orario di lavoro	7/7
C2.3. Organizzazione del rapporto di lavoro e e Work Life Balance	7/7
C2.4. Strutturazione ingiusta dei contratti di lavoro	0/0

C.3 PROMOZIONE COMPORTAMENTO ECOLOGICO DEI COLLABORATORI

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

L'ALIMENTAZIONE DURANTE L'ORARIO DI LAVORO

In STL è presente un'area relax dedicata principalmente alla "pausa caffè" e provvista anche di frigorifero e microonde.
E' presente un distributore di bevande calde nel quale sono caricati solo bicchieri di plastica 100% riciclabili e un boccione di acqua.
E' stata consegnata una borraccia a tutti i collaboratori così da poterla utilizzare per innumerevoli volte eliminando di fatto l'uso dei bicchieri di plastica.

La direzione è convinta che uscire dall'ufficio nella pausa pranzo aiuti a passare momenti più distesi e mangiare più serenamente, lontani da pressioni o pensieri lavorativi. Si incentiva, quindi, l'uscita dei collaboratori durante la pausa pranzo, limitando il più possibile quelle all'interno dell'ufficio.
Siamo in fase di ristrutturazione dell'area relax, aumentando gli elettrodomestici e inserendo una piccola cucina per supportare i collaboratori che, per motivi di urgenze lavorative, hanno la necessità di gestire la pausa pranzo in ufficio, garantendo così maggior comfort e benessere.

presente un distributore di bevande calde nel quale sono caricati solo bicchieri di plastica 100% riciclabili e un boccione di acqua.

Non è presente una mensa aziendale

MOBILITA' VERSO IL POSTO DI LAVORO

I collaboratori vivono quasi tutti vicini alla sede aziendale. La maggior parte di essi compie il tragitto in auto.
Come già analizzato al punto C2.2 , all'interno della realtà aziendale sono presenti diversi orari di lavoro per assecondare il più possibile le esigenze dei collaboratori. Proprio per questo e per la provenienza da zona diverse non è possibile organizzare il car pooling.
I tecnici del reparto di assistenza sono provvisti di mezzo aziendale con il quale partono direttamente da casa per andare dai clienti in modo da efficientare i tragitti. Inoltre, grazie al nostro strumento per il monitoraggio dei dispositivi dei nostri clienti da remoto (KDFM), ci è possibile pianificare i rifornimenti per razionalizzare i costi di consegna e quindi i viaggi presso di essi.

Gli spostamenti vengono fatti in automobile

.

C.3 PROMOZIONE COMPORTAMENTO ECOLOGICO DEI COLLABORATORI

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

CULTURA ORGANIZZATIVA , SENSIBILIZZAZIONE ALL'ORGANIZZAZIONE ECOLOGICA DEI PROCESSI

Abbiamo iniziato da poco a lavorare ad una cultura aziendale della sostenibilità che coinvolga in maniera esplicita l'intera organizzazione. Abbiamo deciso di partire da alcuni progetti concreti, prima di integrare la sostenibilità tra i nostri valori e nella nostra purpose.
Per prima cosa, ci siamo attivati per compensare il nostro impatto ambientale. Il 17 Ottobre 2020 abbiamo coinvolto tutti i nostri collaboratori in una gita ad Enego dove abbiamo piantato 100 alberi così da contribuire alla riforestazione dopo il disastro di Vaia. Oltre ad essere un'azione concreta e di impatto diretto, l'evento ci ha permesso di rafforzare la consapevolezza ambientale dei nostri collaboratori.
Insieme a due guide abbiamo camminato nei boschi di quest'area ricca di storia e poi, dopo aver condiviso un ottimo pranzo, tutti insieme abbiamo piantato gli alberi. E' stato un momento molto emozionante e coinvolgente.
Fino ad oggi l'aspetto della sostenibilità non è mai stato indagato in maniera programmatica in fase di assunzione.

VERSO IL BENE COMUNE

Non avendo una mensa aziendale siamo limitati nelle possibilità di miglioramento relative alla scelta di distribuzione di prodotti ecologici-locali. Possiamo ripensare invece le bevande che vengono erogate dal distributore automatico, prediligendo la scelta di prodotti equo solidali.
Il distributore è già fornito di bicchieri di plastica totalmente riciclati, ma potrebbe essere una soluzione ancora più sostenibile dotarsi di contenitori che possano essere riutilizzati evitando l'usa e getta.
Proprio per questo abbiamo pensato di acquistare da un'artista locale delle tazze in vetro personalizzate con il nome di ogni collaboratore. Così facendo, limiteremo maggiormente il nostro impatto ambientale e supporteremo un'attività locale.
Ci stiamo interrogando su alcune modalità legate al welfare aziendale che possano supportare determinati mezzi di trasporto personali, cercheremo informazioni più precise e capiremo se può essere una strada percorribile.
Come prima cosa, dovremmo capire meglio quanto sono sentiti questi temi a livello personale, così da attivare percorsi di consapevolezza e formazione adeguati. Tale indagine potrà essere svolta attraverso momento di confronto 1:1. Inoltre, dovremmo prestare attenzione a rendere più partecipi di questo percorso quei collaboratori che, per tipologia di mansione, non lo stanno vivendo (ad esempio perchè lavorano principalmente fuori sede).
Per quanto riguarda il processo di selezione, desideriamo inserire domande rispetto a passioni e interessi per capire meglio valori persona inclusi quelli legati al rispetto per l'ambiente. Per il 2021 abbiamo programmato un miglioramento del distributore di bevande perché possa somministrare bevande calde bio. Per diminuire ancor più il nostro impatto, abbiamo scelto di utilizzare bicchieri di vetro personalizzati con il nome di ognuno dei collaboratori e commissionati da un artigiano locale.

VALUTAZIONE AUTO/AUDIT	
C3.1 L'alimentazione durante l'orario di lavoro	1/1
C3.2 mobilità verso il posto di lavoro	1/1
C3.3. Cultura organizzativa, sensibilizzazione all'organizzazione ecologica dei processi	2/2
C3.4. Tolleranza di comportamenti non ecologici (NEG)	0/0

C.4 ACCESSIBILITA' ALLE INFORMAZIONI, AUTO-ORGANIZZAZIONE

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

TRASPARENZA IN AZIENDA

In STL c'è ampia condivisione delle informazioni per garantire a tutti i collaboratori di poter realizzare il proprio lavoro in maniera ottimale.
Non si riscontrano problemi sulla trasparenza di dati. Se un dato non risulta accessibile può essere richiesto e viene messo a disposizione tempestivamente. All'interno del server sono inserite cartelle nominate in base alla persona di competenza o alla tipologia di progetto e sono consultabili da tutti i collaboratori, senza restrizioni.
I dati aziendali relativi ai clienti sono organizzati e gestiti da un gestionale.
Non esistono aree esclusive e ogni collaboratore è provvisto di proprie credenziali per effettuare l'accesso. Non ci sono aree esclusive, eccetto in laboratorio per questione privacy sulla gestione delle assistenze.
Una volta all'anno, dopo la chiusura del bilancio, viene organizzato un incontro a cui sono invitati a partecipare tutti i collaboratori e durante il quale viene mostrato l'andamento dell'azienda.
Partecipiamo tutti al successo aziendale grazie al nostro lavoro e il confronto sui risultati raccolti durante l'anno aiuta ad incentivare la trasparenza, la responsabilizzare e la valorizzazione del lavoro di ognuno.
Non siamo ancora provvisti di CRM. Ad oggi, il limite all'accessibilità no dato dalla volontà ma dagli strumenti a disposizione

LEGITTIMAZIONE DEI DIRIGENTI

La figura del dirigente non è affine alla nostra logica aziendale.
Ci sono sicuramente dei punti di riferimento per "anzianità" ed "esperienza" lavorativa che, in caso di assenza della proprietà, sono presi come punti di riferimento per supervisione e coordinamento.
Non vengono date a tutti le chiavi e i codici della sede operativa perché la fiducia si guadagna con il tempo grazie alla relazione e all'esperienza.

Cerchiamo di vivere il concetto del "buon padre di famiglia" : portiamo in azienda la stessa cura che riserviamo per la vita personale.

.

Grado trasparenza dati critici
100%

Se un dato non risulta accessibile può essere richiesto e viene messo a disposizione tempestivamente.

La figura del dirigente non è affine alla nostra logica aziendale.

C.4 ACCESSIBILITA' ALLE INFORMAZIONI, AUTO-ORGANIZZAZIONE

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

CONDIVISIONE DELLE DECISIONI DA PARTE DEI LAVORATORI

Le decisioni solitamente vengono prese dalla proprietà e dalle persone più vicine al tema per competenza.
L'input iniziale viene condiviso dalla proprietà e vengono coinvolte le persone con con ruoli interessanti per il progetto da sviluppare.
Questo processo è portato avanti in modo molto naturale, il confronto è alla base di ogni decisione e c'è assoluta volontà da parte della proprietà di ascoltare le opinioni dei collaboratori che gestiscono il lavoro legato alla decisione da prendere.
E' infatti impossibile innescare un cambiamento senza coinvolgere chi poi lo deve implementare. Periodicamente, in genere ogni 3 mesi, vengono organizzati dei "tactical meeting" in presenza del consulente esterno che ha il ruolo del moderatore e ci aiuta a rispettare tutte le regole per un confronto rispettoso e generativo."Tactical meeting" nei quali sono invitati tutti i rappresentanti delle varie aree aziendale (un referente per ogni reparto) e in questo contesto tutte le persone possono esprimersi, descrivendo i loro disagi o tensioni, possono chiedere chiarimenti, raccontare delle esperienze che ritengono significative per il gruppo, proporre nuove idee. Dopo il primo momento di check-in (tutti ci prepariamo al momento che stiamo per vivere), si redige un calendario della giornata e si parte. Ci sono delle regole di convivenza che si devono rispettare, ad esempio si aspetta il proprio turno, ma quando hai la parola puoi chiedere quello che vuoi a una persona o a tutto il team, senza fretta e senza ansia.
Così facendo si verificano i compiti assegnati, si aggiorna il team sull'avanzamento dei progetti, si possono esprimere tensioni e bisogni e suggerire nuove idee e punti di vista. Abbiamo visto che facendo questo tipo di incontri si sta tutti meglio e dopo un po' di esperienze ci sentiamo più tranquilli. Il susseguirsi degli incontri ci permette di essere sinceri, di non avere paura, di aiutarci. Questo per me è la base per un buon *welfare.*
In azienda siamo una ventina di persone e risulta difficile coinvolgere sempre tutti.
Questo purtroppo porta, in alcuni casi, a non coinvolgere persone che potrebbero dare una visione interessante, magari fuori dal coro, essendo esterni al tema trattato. Proprio per questo si sottolinea sempre che ogni persona può sentirsi libera di dare il proprio contributo anche se non è stata resa partecipe in prima battuta del progetto, ma ne è venuta a conoscenza da altri collegi o in altre occasioni.

C.4 ACCESSIBILITA' ALLE INFORMAZIONI, AUTO-ORGANIZZAZIONE

VERSO IL BENE COMUNE

Nel corso degli anni si sono cercate soluzioni per agevolare e automatizzare la visualizzazione e l'analisi delle informazioni, trovando delle difficoltà nella scelta del software più indicato alla nostra tipologia di attività. Vi sarebbe la necessità di sviluppare un software personalizzato, ma questo richiede un investimento economico non indifferente. Siamo alla ricerca di un CRM e di un software per la gestione dell'assistenza tecnica che possano rispondere alle nostre esigenze ad un prezzo accessibile.
Un passo ulteriore che potrebbe risultare molto utile è un software di Business intelligence per l'analisi automatica dei dati. In questo modo potremmo analizzare in maniera automatica i dati e generare delle vere e proprie statistiche mirate sulla base delle nostre richieste. Le elaborazioni ci farebbero risparmiare moltissimo tempo e ci aiuterebbero nella gestione delle strategie commerciali e marketing.

Siamo consapevoli che serve più attenzione verso chi è spesso presso al cliente e quindi vive meno le dinamiche aziendali in sede. Le persone che lavorano maggiormente presso i clienti, cioè i tecnici dell'assistenza e i montatori, sono estremamente importanti perché ci rappresentano e hanno la possibilità di interagire maggiormente con il cliente in situazioni che non coinvolgono direttamente la vendita o l'approccio commerciale. Il loro approccio deve essere valorizzato e indirizzato alla disponibilità e alla formazione perché ha impatto sulla relazione con cliente e apre a nuove opportunità.
I Tecnici devono essere continuamente stimolati perché non hanno l'abitudine a condividere e a confrontarsi per trovare nuove soluzioni. E' stato verificato che c'è bisogno di chiedere esplicitamente.
Un discorso molto simile è fatto in relazione ai montatori del reparto arredo contract. Stiamo valutando più strade e strategie relazionali per inserire maggiormente questi collaboratori nella visione commerciale e comunicativa dell'azienda, facendoli sentire parte non solo a livello operativo, ma anche nell'aspetto decisionale che mette in moto poi l'azione che svolgono tutti i giorni.

L'obiettivo che ci prefiggiamo nel breve periodo è quello di organizzare tactical meeting strutturati e facilitati da un moderatore, così da coinvolgere le persone che non sono normalmente ascoltate in maniera continuativa. In questo modo riteniamo di poter contribuire positivamente anche all'autostima delle persone in quanto possono sentirsi ascoltate e partecipi nelle dinamiche aziendali.
Sarebbe interessante turnare i partecipanti ai tactical meeting così che pian piano ogni persona sia ascoltata. Fino ad ora, non sono stati invitati tutti i collaboratori solo per questioni organizzative, non per mancanza di volontà.
Siamo assolutamente convinti che coinvolgere persone diverse possa aiutarci ad avere visioni nuove.

VALUTAZIONE AUTO/AUDIT	
C4.1 Trasparenza in azienda	6/6
C4.2 Legittimazione dei dirigenti	0/0
C4.3. Condivisione delle decisioni da parte dei lavoratori	6/6
C4.4. Impedimento del consiglio aziendale	0/0

D.1 RELAZIONI ETICHE CON I CLIENTI

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

RELAZIONI ETICHE CON I CLIENTI

Oggi STL, con l'avvenuto passaggio generazionale, comunica con il cliente in questo modo:
1.comprendere (ascoltare il bisogno),
2.informare,
3.dare il tempo al cliente di analizzare la proposta
Il fine è di instaurare relazione win-win che si basano sul rispetto, sull'amicizia, rafforzando i rapporti nel tempo.
Il cliente è per noi un collaboratore!
Non vogliamo replicare la modalità martellante e poco rispettosa che veniva adottata dalla vecchia generazione. Il cliente che acquista per sfinimento pretende condizioni particolari e nel lungo periodo genera un rapporto poco conveniente per noi. La trattativa che lascia il tempo di pensare ci permette di far digerire al cliente le nostre condizioni. Il senso è informare il cliente e lasciarlo pensare, al contrario indurre una firma veloce e sbrigativa crea sempre e solo incomprensioni.
Il focus deve essere sulla vendita trovando una soluzione al cliente che risolva le sue esigenze e problematiche. La contrattazione crea disagio e incomprensioni. Inoltre non vogliamo instillare la componente della paura o dell'inganno per determinare la scelta. Queste sono le modalità per NON essere più richiamati.
Il cliente è l'investimento che facciamo per il nostro futuro aziendale. Senza clienti un'azienda non esiste. Il nostro desiderio è di riuscire a creare un equilibrio e una buona relazione nel tempo con il cliente che si traduce in buone condizioni (prezzo e pagamento). Il nostro settore ha delle basse marginalità ma nel tempo abbiamo capito che il nostro punto di forza è il servizio, soprattutto post vendita. Le nostre condizioni sono eque, in linea con la concorrenza, ma cerchiamo di differenziarci sulla qualità del servizio che offriamo.
Nel tempo abbiamo fidelizzato un numero molto importante di clienti, in particolare nel settore degli RT Registratori Telematici e nei sistemi di stampa. Anche nell'arredo abbiamo forniture che si ripetono nel tempo ma la tipologia di prodotto ci impone di cercare sempre nuovi clienti. Il problema che ci troviamo spesso a dover affrontare è il cambio generazionale.
In genere non amiamo subire una trattativa e siamo disposti a dire di no a ordini con condizioni che non ci permettono di lavorare al meglio. In fondo STL deve avere le condizioni minime per garantire un futuro alle sue persone.Per comunicare con i nostri clienti utilizziamo molti strumenti sia tradizionali come il contatto fisico su appuntamento, il telefono e il passaparola e sia digitali come il sito, completamente rivisto nel 2020, i social (facebook, instagram e linkedin in fase di potenziamento), le newsletter o email mirate su un target di cliente. La comunicazione è sempre gentile e non promuove sempre e solo un prodotto o un servizio ma dà informazioni, conoscenza, cultura. Non ci piacciono i modi aggressivi che spesso subiamo e stiamo ben attenti nel non far vivere ai clienti clienti la stessa esperienza negativa.

Sviluppo sito web
8.354 €

39% del totale delle spese per marketing e comunicazione

Costi di gestione sito e social, newsletter, e-commerce ...
2.044 €

10% del totale delle spese per marketing e comunicazione

Consulenza strategica marketing
4.218 €

20% del totale delle spese per marketing e comunicazione

D.1 RELAZIONI ETICHE CON I CLIENTI

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

RELAZIONI ETICHE CON I CLIENTI

Con i potenziali clienti cerchiamo di farci conoscere mettendo in campo i nostri valori e la nostra purpose evitando una comunicazione puramente commerciale e offrendo una consulenza gratuita per dare informazioni e per fare cultura.

Non abbiamo procedure standard per rispondere ai feedback dei clienti, ma non riceviamo molti reclami. Se sono di carattere amministrativo (comunque pochissimi in quanto stabiliamo dall'inizio in modo chiaro le condizioni del contratto), se ne occupa l'amministrazione.
Talvolta ci sono reclami sull'assistenza delle multifunzione per quanto riguarda i servizi non inclusi, come, ad esempio, le assistenze software (sebbene nei contratti sia ben esplicitato, ma il cliente spesso non ci fa caso). Abbiamo analizzato e valutato di proporre ai clienti dei nuovi tipi di contratti che includano anche questo tipo di servizio.
Da un'indagine fatta da un'azienda esterna due anni fa, è emerso che i clienti ci riconoscono soprattutto la celerità nelle risposte.

La comunicazione che abbiamo con il cliente è diretta, non avendo degli intermediari commerciali. In questo modo, non avendo filtri, riusciamo a trasmettere la nostra conoscenza in maniera trasparente e con lo scopo di creare informazione e cultura nel cliente che potrà quindi scegliere in maniera consapevole.

Biglietti da visita, cartelline, blocchi, quaderni post rebranding , abbigliamento per reparto tecnico..
6.818 €

32% del totale delle spese per marketing e comunicazione

TOTALE BUDGET DESTINATO A COMUNICAZIONE E MARKETING

21.343 €

Spese per comunicazione e marketing in % degli acquisti totali: 1,2%

Spese per comunicazione e marketing in % del fatturato: 0,7%

Numero collaboratori impegnati in marketing, comunicazione e vendite: 6

D.1 RELAZIONI ETICHE CON I CLIENTI

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

ASSENZA DI BARRIERE

Mappatura delle barriere
Per quanto riguarda i nostri prodotti e i nostri possibili clienti riscontriamo barriere di diversi tipi:
1.prezzo. Se un prodotto è di qualità e dura nel tempo costa di più di un prodotto analogo. Questo problema lo sentiamo forte in particolare per i prodotti visual (monitor display e touch) e per le poltrone ergonomiche.
2.tipologia di cliente. Negli enti pubblici, in particolare nelle scuole, c'è una mentalità del massimo ribasso e non c'è sana concorrenza.
3.Prodotti molto tecnologici poco sfruttati: spesso i nostri clienti acquistano tecnologia che sfrutteranno al 50% del suo potenziale. La formazione iniziale che facciamo purtroppo non è sufficiente.
4.Conoscenze e competenze per utilizzare i prodotti tecnologici: ognuno con il suo specifico funzionamento, il cambio di apparecchiature può rappresentare un disagio per alcune persone

Prodotti accessibili per la disabilità fisica
Nei prodotti Visual proponiamo sempre un supporto su ruote elettrificabile che può essere alzato e abbassato a seconda della persona che lo dovrà usare e può essere spostato molto facilmente anche da una persona in sedia a rotelle. Abbiniamo alla proposta dei monitor, dei sistemi di videoconferenza semplici e poco costosi che permettono il collegamento ad una riunione o ad una lezione.
Nell'arredo proponiamo scrivanie alzabili/abbassabili.

Prodotti uguali per facilitarne l'utilizzo
Nel caso delle multifunzioni e delle stampanti cerchiamo di proporre prodotti uguali per i vari uffici o filiali per non creare disagi alle persone che si spostano da un ufficio all'altro.

Accessibilità economica
I nostri prodotti sono di qualità e durano nel tempo. Spesso questi prodotti sono anche più costosi, ma cerchiamo di supportare il cliente con soluzioni di noleggio o pagamenti dilazionati. Questo è un servizio molto utilizzato.
Un servizio aggiuntivo che facciamo sempre in modo gratuito è la consegna al piano dei nostri prodotti.

Finanziamento/ noleggio: verso la maggior parte dei nostri clienti

numero di clienti che accedono ai servizi finanziari in un anno: 56

Valore economico dei contratti di servizi finanziari stipulati con i clienti 2020: 148.886,44 €

D.1 RELAZIONI ETICHE CON I CLIENTI

VERSO IL BENE COMUNE

•Necessità di tradurre progetti presenti sul sito in brochure per i clienti ma attendiamo l'ultimazione del Bilancio del Bene Comune per avere le idee chiare su come procedere
•Customer care: non abbiamo una policy dichiarata rispetto a entro quanto tempo il cliente vada richiamato (in modo informale al momento cerchiamo di richiamare entro la giornata)

Desideriamo capire come migliorare la possibilità di acquisto per i privati (es: sedia ergonomica). Forse c'è solo la necessità di fare cultura e contrastare un mercato che genera prodotti rifiuto che fanno male alla salute delle persone e all'ambiente. Dobbiamo spiegare che una sedia

VALUTAZIONE AUTO/AUDIT	
D1 1 Relazioni etiche con i clienti	7/7
D1.2 Assenza di barriere	6/6
D1.3.. Attività marketing e comunicazione non etiche (NEG)	0/0

D.2 COOPERAZIONE E SOSTEGNO RECIPROCO TRA I CONCORRENTI

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

COOPERAZIONE CON I CONCORRENTI

Generalmente, definiamo concorrenti solo soggetti davvero vicini a noi a livello territoriale, altrimenti li percepiamo come colleghi. Capita di sentirsi e scambiarsi opinioni, ma se siamo troppo vicini territorialmente è molto più difficile.
Con alcuni vicini ci sono "regole non dette" per cui noi non andiamo nella loro zona e viceversa.

MULTIFUNZIONI E RETAIL

Sharp e OKCopy, nostri fornitori di multifunzioni e stampanti, credono molto nel fare gruppo tra dealers e organizzano viaggi al raggiungimento dei target. Queste sono delle ottime occasioni per incontrare e scambiare idee ed esperienze con altri rivenditori.
C'è sempre un po' di paura nel raccontare ciò che ci distingue (es: attenzione a impatto ambientale, CSR, …).
Con i concorrenti che ci somigliano in stile ed etica non è difficile dividersi i territori e scambiare buone pratiche. Riportiamo un esempio di collaborazione che ha funzionato e che verrà replicata in futuro anche in altre situazioni. *Nell'ultimo periodo, un nostro cliente cliente storico aveva la necessità di acquistare un macchinario 4.0. Noi da soli non saremmo stati in grado di garantire una buona qualità nel servizio di fornitura e di post vendita. Abbiamo così deciso di rivolgerci ad un "concorrente" vicino a noi che da sempre tratta prodotti di questo tipo. Abbiamo così fatto un atto di fiducia e abbiamo condotto la trattativa insieme, noi per la parte commerciale e loro per la parte tecnica.* Negli ultimi anni siamo usciti dalla nostra zona storica di lavoro (la provincia di Vicenza) perchè qualche nostro cliente importante ha sedi lavorative in tutto il Veneto e in parte in Trentino. Abbiamo così creato delle collaborazioni con il rivenditore più vicino alla sede del nostro cliente, che va a fare l'assistenza al posto nostro per conto nostro. Nel tempo è diventato uno standard e non ci poniamo più la distanza come un problema. In questo momento collaboriamo con circa una quindicina di rivenditori in particolare in Veneto, Lombardia, Trentino Alto Adige e Emilia Romagna. Riusciamo a svolgere questa pratica sia per il mondo dei sistemi di stampa sia per il retail.

ARREDO

Come contract, ci affidiamo a molte collaborazioni con professionisti esterni, molte delle quali durano nel tempo, per la qualità del loro lavoro e per comunanza valoriale.
STL si occupa del rapporto con il cliente, fa l'analisi dei bisogni, crea il progetto, individua prodotti e servizi necessari per risolvere le necessità del cliente e spesso vengono coinvolti molti professionisti: elettricista, idraulico, montatore, muratore, pittore. Ci è capitato di coinvolgere anche architetti o interior designer per cliente che desiderano voleva un concept e una direzione artistica, senza dover gestire nulla. Noi ci occupiamo della logistica e della gestione del cantiere mettendo insieme e coordinando tutti gli attori. Le buone collaborazioni sono vitali per la soddisfazione del cliente, nostra e delle nostre persone.

Abbiamo così creato delle collaborazioni con il rivenditore più vicino alla sede del nostro cliente, che va a fare l'assistenza al posto nostro per conto nostro.

11.223€ spesi per assistenze che sono state fatte a nome nostro da concorrenti in altri territori in modo da avvantaggiare le imprese di territorio e diminuire l'impatto ambientale nel 2020

D.2 COOPERAZIONE E SOSTEGNO RECIPROCO TRA I CONCORRENTI

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

LA SOLIDARIETA' CON I CONCORRENTI

La solidarietà con i concorrenti non è una prassi nel mondo profit ma occasionalmente ci è capitato. Ad esempio, abbiamo supportato un'impresa in fase di startup.
Qualche anno fa un'azienda di software fondata da 2 soci che lavoravano in impresa informatica che era stata venduta si sono trovati senza lavoro. Ci hanno chiesto se potevamo dargli una mano fornendogli alcuni prodotti perché come nuova azienda non avevano accesso a fidi bancari. Lo abbiamo fatto molto volentieri e per un periodo siamo stati una sorta di banca. Purtroppo è mancato un riconoscimento nel lungo periodo ma se ci dovesse essere nuovamente occasione le rifaremo volentieri.

VALUTAZIONE AUTO/AUDIT	
D2 1 Cooperazione con i concorrenti	4/4
D2.2 Solidarietà con i concorrenti	1/1
D2.3.3. Abuso di posizione dominante sul mercato nei confronti dei concorrenti	0/0

D.3 IMPATTO AMBIENTALE DELL'UTILIZZO E DEL FINE DEI PRODOTTI E SERVIZI

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

RAPPORTO COSTO/BENEFICI AMBIENTALI DI PRODOTTI E SERVIZI(EFFICIENZA E CIRCOLARITA')

Mappatura degli impatti ambientali reali e potenziali conosciuti e le nostre soluzioni

ARREDO

MATERIALE / PRODOTTO	IMPATTI E RISCHI AMBIENTALI	LE NOSTRE SOLUZIONI
Legno	Gestione forestale non sostenibile in fase di estrazione della materia prima	La maggior parte dei nostri prodotti sono certificati FSC
Vernici	Tossicità, impatto ambientale nella produzione e nello smaltimento	Vernici ad acqua
Vernici collanti	Presenza di formaldeide (rischi ambientali e per la salute umana)	Il 98% dei nostri prodotti sono formaldeide free
Plastica	Materia prima da fonti non rinnovabili Riciclabilità della risorsa	Non sono ancora attive soluzioni a riguardo
Prodotto	Impatti legati allo smaltimento	Al momento non abbiamo informazioni a riguardo.

RETAIL

MATERIALE / PRODOTTO	IMPATTI E RISCHI AMBIENTALI	LE NOSTRE SOLUZIONI
Registratori di cassa	Smaltimento	C'è un obbligo fiscale di smaltimento in quanto contengono la memoria del fatturato del cliente. Nella maggior parte dei casi STL si occupa del ritiro del registratore, della lettura fiscale che deve essere conservata per 10 anni a carico del cliente e poi procede con lo smaltimento affidato a società specializzate.
Scontrino	La carta è di tipo chimico e non può essere gettata nella raccolta carta, ma nel non riciclabile	STL non può fare nulla a tal riguardo
Scontrino telematico	Consumo energetico nella fase di emissione dello scontrino	/

Molti dei prodotti che proponiamo, sia nell'area design che tecnologia, sono provvisti di certificazioni sociali e ambientali (es. The Eco Declaration, Blue Angel, …) e di schede tecniche che esplicitano informazioni su diversi aspetti:

1. % di formaldeide
2. % di legno certificato FSC
3. consumo di energia elettrica
4. emissioni di polveri sottili

D.3 IMPATTO AMBIENTALE DELL'UTILIZZO E DEL FINE DEI PRODOTTI E SERVIZI

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

RAPPORTO COSTO/BENEFICI AMBIENTALI DI PRODOTTI E SERVIZI(EFFICIENZA E CIRCOLARITA')

PRODOTTI VISUAL

MATERIALE / PRODOTTO	IMPATTI E RISCHI AMBIENTALI	LE NOSTRE SOLUZIONI
Materie prime (metalli, terre rare, ...)	Impatto ambientale in fase di estrazione (modifica del paesaggio, emissioni)	Non abbiamo informazioni sull'impatto reale di questa fase del ciclo di vita
Schermo	Impatto ambientale dello smaltimento a fine vita (possibilità di recupero delle componenti, gestione di materiali tossici tipici dei RAEE, ...)	Non abbiamo informazioni sull'impatto reale di questa fase del ciclo di vita

MULTIFUNZIONE + POST-VENDITA (ASSISTENZA, TONER...)

MATERIALE / PRODOTTO	IMPATTI E RISCHI AMBIENTALI	LE NOSTRE SOLUZIONI
Multifunzione	L'uso è una delle fasi del ciclo di vita più impattante in termini di consumo energetico	Non sappiamo se i brand da noi scelti sono i migliori, ma i consumi energetici sono in linea con il livello tecnologico raggiunto oggi. Tenere aggiornato il parco tecnologico permette di ridurre al minimo l'impatto ambientale negativo in termini di consumi energetici ed emissioni, oltre che di aumentare l'efficienza organizzativa.
Consumabili (toner, tamburi, matrici, ...)	I consumabili vanno periodicamente cambiati per usura. Impatto dello smaltimento.	Suggeriamo l'acquisto di toner di lunga durata (ovvero i toner che contengono più grammi di polvere) Smistiamo i materiali da smaltire e li conferiamo correttamente
Multifunzione	Emissioni di polveri sottili durante l'uso	Se richiesti dal cliente, applichiamo ulteriori filtri rispetto a quelli già presenti. Proponiamo purificatori dell'aria. Non sappiamo se i brand da noi scelti sono i migliori. Ma il livello di emissioni è in linea con il livello tecnologico raggiunto oggi. Tenere aggiornato il parco tecnologico permette di ridurre al minimo l'impatto ambientale negativo in termini di consumi energetici ed emissioni, oltre che di aumentare l'efficienza organizzativa.
Cartucce	Inquinamento ambientale in fase di smaltimento	Informiamo il cliente sul corretto smaltimento I nostri fornitori ancora non prevedono il refill delle cartucce originali
Multifunzione	Lo smaltimento di una multifunzione può avere un impatto ambientale importante. Il cliente che decide di agire in autonomia rappresenta un rischio in quanto non sempre è correttamente informato	Offriamo il servizio di ritiro dell'usato. Quando termina il contratto una macchina può essere: i) acquistata dal cliente (in questo caso lo smaltimento resta a suo carico) ii) rinoleggiata iii) ricondizionata iv) smaltita (STL sostiene i costi dello smaltimento presso un'azienda certificata) Non abbiamo mai svolto un'indagine sugli smaltitori presenti sul mercato per valutare se agiscono in modo simile o se alcuni sono in grado di garantire un tasso di riciclabilità maggiore o un impatto ambientale minore.
Carta	Gestione forestale non sostenibile in fase di estrazione della materia prima	Certificazione FSC Progetto "Stampi-Pianti" (si veda descrizione sotto)
Viaggi per assistenza	Emissioni di gas serra e polveri sottili	I viaggi dei nostri tecnici sono efficientati grazie alla consulenza telefonica e all'uso della tecnologia KDFM (si veda descrizione sotto)

D.3 IMPATTO AMBIENTALE DELL'UTILIZZO E DEL FINE DEI PRODOTTI E SERVIZI

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

RAPPORTO COSTO/BENEFICI AMBIENTALI DI PRODOTTI E SERVIZI (EFFICIENZA E CIRCOLARITA')

Nei prodotti e servizi legati alle MULTIFUNZIONI siamo riusciti a mettere in atto delle strategie che ci permettono di attenuare gli impatti e che hanno migliorato la nostra organizzazione e il servizio che forniamo ai nostri clienti.

SERVIZIO KDFM
Con questo servizio le attrezzature, collegate in rete, inviamo un alert per informarci dello stato della macchina e del toner (in genere circa 15 giorni prima che finisca). In questo modo possiamo organizzare le consegne al meglio, ottimizzando i viaggi dei tecnici senza sprechi. Evitando la consegna urgente evitiamo ansia e stress e non dobbiamo andare apposta dal cliente. Inoltre, il cliente non resterà fermo nella sua operatività e non dovrà avere troppe scorte.
Nei prodotti Sharp il toner si espelle in modo automatico quando è esaurito. Questo è molto importante perché abbiamo la certezza che viene usato fino all'ultimo granello. Il cliente deve avere la scorta in casa altrimenti per noi sarebbe impossibile essere da lui in quel preciso momento.

PROPOSTA PAY FOR PAGE
Con questa formula di acquisto o noleggio si garantisce al cliente una riduzione degli sprechi in termini di energia elettrica e di utilizzo di cartucce semplicemente riducendo il numero delle apparecchiature e ottimizzando le stampe. Per informazioni più complete e precise vi riportiamo il link: Ambiente - STL Design&Tecnologia (stl-srl.it)

STAMPI-PIANTI
Da settembre 2020, in collaborazione con Print Relief, per ogni 8.333 pagine che vengono stampate all'interno degli uffici di STL viene piantato un albero in Madagascar.
Nel 2021 ci piacerebbe immaginare di riuscire a sviluppare questo progetto coinvolgendo più clienti possibili.

LA NOSTRA RESPONSABILITÀ NELLO SMALTIMENTO
Diversi anni fa abbiamo studiato attentamente la legge sulla gestione dei rifiuti e abbiamo chiesto la consulenza dell'associazione artigiani e del nostro responsabile sicurezza per essere certi che il nostro modo di agire fosse corretto rispetto alla legge vigente, molto complessa e talvolta poco chiara. Così ci siamo iscritti all'Albo dei gestori ambientali e abbiamo ottenuto l'abilitazione per il trasporto, con i nostri mezzi, dei rifiuti (cartucce, carta-cartone, polistirolo. …) che vengono smaltiti da società autorizzate, in questo modo siamo certi del corretto conferimento.

Azioni concrete per ridurre l'impatto ambientale dei nostri prodotti e servizi:

SERVIZIO KDFM

PROGETTO PAY FOR PAGE

STAMPI-PIANTI

SMALTIMENTO

D.3 IMPATTO AMBIENTALE DELL'UTILIZZO E DEL FINE DEI PRODOTTI E SERVIZI

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

UTILIZZO MODERATO DI PRODOTTI E SERVIZI (SUFFICIENZA)

Curarci del nostro impatto ambientale passa anche dalla scelta di prodotti durevoli e di qualità, che non debbano essere sostituiti di frequente e dall'offerta di una serie di servizi che vanno a ridurre l'impatto, creare cultura ed eliminare gli sprechi.
Nel visual abbiamo scelto di non vendere le LIM (lavagne interattive multimediali) perchè durano poco e funzionano male. Vendiamo monitor display e touch di qualità con garanzia 3 anni espandibile fino a 5. Sono più costosi, si fa più fatica a venderli ma avranno almeno 10 anni di vita prima di risultare obsoleti.

Con il progetto *PayForPage* analizziamo il numero di multifunzioni necessarie in base alla tipologia e alle dimensioni dell'azienda, nella maggior parte delle analisi nella nuova proposta vengono inserite un numero minore di dispositivi rispetto alla situazione iniziale. Si garantisce una maggiore efficiente e la riduzione dell'impatto ambientale e sociale:
•riduzione di $C0_2$, polveri sottili e energia elettrica,
•trasmettiamo delle buone pratiche come l'uso del fronte-retro e della stampa in bianco e nero di default, utilizzo di carta certificata, stampare solo se necessario evitando gli sprechi,
•aumento del benessere nel luogo di lavoro grazie al miglioramento dei processi documentali e dell'aria che le persone respirano.

Con lo sviluppo del progetto stampi-pianti vorremmo piantare un albero ogni 8.333 pagine stampare mettendo in atto una sorta di conpensazione.
Le sedute che proponiamo hanno una garanzia di 5 anni.

D.3 IMPATTO AMBIENTALE DELL'UTILIZZO E DEL FINE DEI PRODOTTI E SERVIZI

VERSO IL BENE COMUNE

E' meglio cambiare una multifunzione ogni 5 anni per garantire la migliore tecnologia possibile in termini di emissioni e consumo energetico o utilizzare la macchina fino alla fine? Desideriamo ricercare studi LCA esistenti o svilupparne uno in modo da chiarire questo aspetto.
•Sottoscriveremo un accordo commerciale e di comunicazione FSC per dare ancora più forza alla necessità di utilizzare carta certificata.
•Dalla survey ai fornitori è emerso che diversi fornitori hanno sviluppato analisi LCA di alcuni o tutti i loro prodotti, che sono dotati di un servizio di ritiro prodotti a fine vita e che hanno informazioni rispetto all'utilizzo circolare di alcune o tutte le componenti. Desideriamo approfondire questi aspetti in modo da usufruire al meglio di questi dati e informazioni per:

1. migliorare l'informazione verso i clienti;
2. scegliere più consapevolmente i nostri prodotti in linea con il desiderio di contribuire a minimizzare l'impatto ambientale;
3. sviluppare nuovi servizi e migliorare il nostro modello di business dal punto di vista ambientale.

•Vorremmo interrogarci su cosa succede alle macchine e alle cartucce che portiamo a smaltimento. Organizzeremo una visita in un centro di smaltimento o faremo delle ricerche per capire se esistono delle certificazioni.
•Cercheremo le informazioni che ci permetteranno di capire se è più sostenibile la carta certificata FSC o la carta riciclata.
•LIM: stiamo cercando di capire come gestire il loro smaltimento e proporre il servizio di smaltimento al nostro cliente che decide di sostituirle con dei monitor display o touch
•MFC e STAMPANTI: cercheremo i diversi certificati e riconoscimenti per modello e li integreremo nella proposta commerciale (es. The Eco Declaration, Blue Angel, …)

Desideriamo ricercare studi LCA esistenti o svilupparne noi stessi in modo da comprendere più a fondo l'impatto ambientale lungo tutto il ciclo di vita dei prodotti proposti ai clienti e informarli in maniera più accurata.

Vorremmo capire meglio (analisi LCA) dove si verifica la maggior parte dell'impatto di questo tipo di macchinario (produzione - uso - smaltimento) per capire qual è la politica migliore da pdv ambientale. Vorremmo conoscere meglio come viene gestito lo smaltimento delle multifunzione e se e quanto le sue componenti possono essere inserite in meccanismi di economia circolare e riciclo.

VALUTAZIONE AUTO/AUDIT	
D3 1 Rapporto costi/benefici ambientali di prodotti e servizi (efficienza e circolarità)	3/3
D3.2 Utilizzo moderato di prodotti e servizi (sufficienza)	4/4
D3.3. Accettazione intenzionale dell'impatto ecologico spropositato (NEG)	-10/-10

D.4 CO-PROGETTAZIONE E TRASPARENZA DELLE INFORMAZIONI SU PRODOTTI E SERVIZI

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

PARTECIPAZIONE DEI CLIENTI, CO-PROGETTAZIONE DEI PRODOTTI E RICERCHE DI MERCATO

Cerchiamo un dialogo continuo con il cliente e quando non riusciamo ad averlo è causa di grande frustrazione.
Il cliente ha la possibilità di dialogare con noi in molti modi: e-mail, telefono, sito, social, …fissando un appuntamento.
I clienti hanno bisogno di un contatto personale, di capire e di conoscere chi è la persona che hanno davanti. Solo così si può instaurare un rapporto di fiducia. Il cliente è parte attiva della progettazione e della creazione di una proposta, a partire dalla fase di ascolto di bisogni e necessità.
In genere, non facciamo preventivi se non abbiamo prima conosciuto il cliente e tantomeno inviamo il preventivo via e-mail. Chiediamo sempre un incontro per spiegare i ragionamenti e le riflessioni che sono state fatte per arrivare alla proposta. Solo così si possono sciogliere incomprensioni e avere un vero confronto. Così facendo si fa co-progettazione e si arriva insieme al progetto finale.
Di seguito un esempio di piena partecipazione del cliente su un progetto di arredo contract. Dopo la prima analisi delle esigenze in fase di sopralluogo, creiamo un progetto in autocad. Il cliente viene presso la nostra sede e, grazie all'utilizzo di monitor touch da 75", condividiamo il progetto e valutiamo insieme la distribuzione degli spazi, i prodotti inseriti, … . Con il progetto aggiornato si definiscono finiture, colori, …. l'armonia degli spazi, definendo il concept.

TRASPARENZA DEI PRODOTTI

Nelle nostre proposte dettagliamo il costo di ogni singolo articolo e alleghiamo le brochure che la casa madre ci mette a disposizione. Alle volte sono disponibili solo in inglese soprattutto per i prodotti tecnologici.
Al momento sono indicate solo le caratteristiche tecniche e non sono presenti informazioni a livello ambientale e della salute, se non quelle obbligatorie per legge. Le informazione sono presenti nei siti internet dei fornitori, ma sono difficili da trovare e al momento non le forniamo ai nostri clienti in quanto il processo è troppo difficile e complesso.
Al momento non comunichiamo le scelte di sostenibilità dei nostri fornitori.

Vorremmo mettere in atto una modalità per rendere trasparenti le informazioni come quando acquistiamo un prodotto al supermercato.

D.4 CO-PROGETTAZIONE E TRASPARENZA DELLE INFORMAZIONI SU PRODOTTI E SERVIZI

VERSO IL BENE COMUNE

Stiamo valutando nuovi modi e strumenti digitali per avere un contatto costante, continuo ed efficace con il cliente e stiamo pensando di inserire una nuova figura in azienda che faccia da ponte tra quello che è stato fatto finora in modo tradizionale e la necessità di mettere in atto una trasformazione digitale.
Desideriamo elaborare modalità e strumenti per valutare il livello di soddisfazione del cliente e il livello di efficacia dei nostri prodotti (es.: benessere in un ufficio dopo l'installazione del nuovo arredo), a partire dalla strutturazione di alcune domande da porre al cliente sotto forma di intervista. L'idea è di creare dei piccoli video con la realizzazione o la ristrutturazione dell'ambiente lavorativo e l'intervista. Questi video potrebbero essere utili al nostro cliente per raccontare il suo percorso e a noi per ispirare nuovi clienti.
La conoscenza più approfondita sia dei nostri clienti sia dei clienti prospect ci permetterà di capire se altri prodotti possono entrare nella nostra filiera direttamente o presentando i clienti ai nostri fornitori per migliorare la qualità e l'impatto ambientale dei prodotti, per far capire ai fornitori le tendenze o semplicemente la voglia dei nostri clienti di mettere in atto una trasformazione negli acquisti non orientati sono al prezzo ma anche all'impatto che producono.

Desideriamo migliorare l'informazione verso i clienti riguardo alle caratteristiche delle macchine in ambito salute.
Questo tipo di percorso sarà complesso:
1. per la difficoltà nel reperire le informazioni (sarà necessario l'aiuto dei nostri fornitori)
2. perché aumenterà la documentazione da fornire al cliente. A tal proposito ipotizziamo di creare un QRcode da inserire nelle offerte o un'etichetta da applicare alla macchina al momento dell'installazione così tutte le informazioni saranno sempre disponibili.
Vorremmo infatti mettere in atto una modalità per rendere trasparenti le informazioni come quando acquistiamo un prodotto al supermercato.

Desideriamo inoltre informare i clienti a priori sul corretto smaltimento dei prodotti/servizi.

VALUTAZIONE AUTO/AUDIT	
D4 1 Partecipazione dei clienti, co-progettazione dei prodotti e ricerca di mercato	5/5
D4.2 Trasparenza dei prodotti	3/3
D4.3. Assenza di indicazione sulle sostanze pericolose (NEG)	0/0

E.1 SENSO E IMPATTO DEI PRODOTTI E SERVIZI SULLA SOCIETA'

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

PARTECIPAZIONE DEI CLIENTI, CO-PROGETTAZIONE DEI PRODOTTI E RICERCHE DI MERCATO

La purpose di STL è offrire conoscenza, cultura e accompagnamento per creare luoghi in cui vivere e lavorare nel benessere e nella bellezza, al passo coi tempi, per una vita migliore!
I nostri prodotti devono essere belli ma soprattutto conformi a caratteristiche di qualità e durabilità. Il nostro intento è garantire il benessere delle persone con un basso impatto ambientale. La nostra proposta è mirata alle esigenze del cliente e alla volontà di migliorare la qualità di vita e di lavoro dei suoi collaboratori, oltre che a limitare gli sprechi.
Analizzando tutte le categorie di prodotti e servizi che proponiamo ai nostri clienti possiamo dire che i nostri prodotti possono essere di supporto a bisogni umani legati alla salute e al benessere, alla sicurezza, alla relazione, alla comprensione e all'empatia, alla partecipazione, al tempo libero, alla creatività, all'identità alla libertà e all'autonomia.

Salute e benessere:
•offriamo purificatori e sanificatori dell'aria per gli uffici,
•proponiamo multifunzioni e stampanti con una tecnologia avanzata in modo da ridurre al minimo le emissioni e prestiamo attenzione al luogo dove queste vengono installate preferendo luoghi con una buona aerazione
•offriamo sedute ergonomiche e arredi di qualità il più possibile certificati con basso uso di formaldeide e dipinti con vernice all'acqua.
•offriamo pannelli fonoassorbenti in grado di migliorare l'impatto acustico generando ambiente meno rumorosi e senza rimbombi
•progettiamo ambienti di lavoro piacevoli

Sicurezza
•Offriamo computer e software dotati di antivirus
•Prestiamo attenzione alla cancellazione dei dati prima dello smaltimento delle multifunzione
•Offriamo distruggidocumenti per eliminare informazioni sensibili in modo semplice ed economico

Relazione, comprensione ed empatia
•I nostri servizi di post-vendita si basano su una relazione personale e di cura verso il cliente e i suoi bisogni: il supporto è tanto tecnico quanto morale.

Partecipazione:
•Offrendo prodotti e assistenza nell'utilizzo dei Registratori Telematici contribuiamo alla corretto pagamento delle tasse e quindi al sostentamento del nostra Paese contribuendo alla salvaguardia del bene comune. Siamo consapevoli che questo concetto, proprio perchè è imposto, è molto difficile da trasmettere e da far comprendere e accettare.
•Gli apparecchi visual permettono di aumentare il livello di partecipazione e di condivisione, garantendo un'ottima qualità di comunicazione con chi segue da remoto, facendolo sentire come se fosse presente fisicamente.

Quota dei prodotti e servizi venduti nel 2020 che rispondono a questa tipologia di bisogno come quota del fatturato:

Salute e benessere

59%

Sicurezza

60%

Relazione, comprensione ed empatia

30%

Partecipazione

44%

E.1 SENSO E IMPATTO DEI PRODOTTI E SERVIZI SULLA SOCIETA'

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

PARTECIPAZIONE DEI CLIENTI, CO-PROGETTAZIONE DEI PRODOTTI E RICERCHE DI MERCATO

Tempo libero:
•progettiamo e realizziamo aree relax che sono pensate per garantire alle persone uno spazio adeguato per rilassarsi e fare un pausa durante la giornata lavorativa. Studiamo le luci, i colori, le sedute, inseriamo elementi ludici e di gioco. Consigliamo l'installazione di pareti verdi o la collocazione di piante per dare maggiore ossigenazione allo spazio e per simulare un avvicinamento alla natura.

Creatività:
•Stampanti, multifunzioni e carta sono alleate dell'attività creativa in quanto sono dispositivi che permettono di dare concretezza alle idee tramite la stampa. La stampa stimola odori e sensi, la carta genera emozioni!
•I monitor touch permettono di sperimentare nuovi modi di lavorare insieme e fa vivere ai partecipanti una vera esperienza. Le soluzioni software che si possono utilizzare e integrare sono moltissime e danno spazio a qualsiasi nuova idea. L'interazione è molto facilitata e mette sullo stesso piano (con le stesse possibilità) persone con diverse capacità cognitive e fisiche.

Identità:
•Lo stile è fondamentale per costruire o valorizzare l'identità aziendale, trasmettendo i propri pensieri, valori e la purpose.

Libertà e autonomia:
•al momento dell'installazione i nostri tecnici fanno formazione alle persone che utilizzeranno i dispositivi in base alle richieste e alle conoscenze del cliente. La formazione è molto importante perché rende anche il cliente autonomo e libero di utilizzare il dispositivo, limitando piccole problematiche che potrebbero influire negativamente dello sviluppo del proprio lavoro.
•Tutti i progetti di arredo nascono dal confronto e dalla condivisione delle idee e delle esigenze con il cliente, il nostro valore aggiunto sta nel creare un progetto che permetterà alle persone di svolgere il proprio ruolo in piena libertà e autonomia in una logica di massima flessibilità. Sempre di più l'ambiente si deve adattare alla crescita e all'evoluzione del cliente senza la necessità di stravolgere e snaturare lo spazio.
•Con i sistemi gestionali i clienti sono pienamente autonomi nella consultazione e nell'analisi delle informazioni senza limiti di tempo e da remoto.
•Avere a disposizione un sistema di stampa nel proprio ambiente di lavoro permette di lavorare in autonomia e libertà senza dover recarsi in copisteria.

Quota dei prodotti e servizi venduti nel 2020 che rispondono a questa tipologia di bisogno come quota del fatturato:

Creatività

26%

identità

33%

libertà e autonomia

81%

E.1 SENSO E IMPATTO DEI PRODOTTI E SERVIZI SULLA SOCIETA'

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

PARTECIPAZIONE DEI CLIENTI, CO-PROGETTAZIONE DEI PRODOTTI E RICERCHE DI MERCATO

Con i nostri prodotti e servizi possiamo contribuire alla realizzazione dell'Agenda 2030, in particolare per gli obiettivi 3 (salute e benessere), 8 (lavoro dignitoso e crescita economica); 9 (industria innovazione e infrastrutture), 11 (Città e comunità sostenibili), 12 (Produzione e consumo responsabili) e 15 (Vita sopra la terra).

OBIETTIVO DI SVILUPPO SOSTENIBILE	TARGET	ATTIVITÀ' STL	INDICATORI 2020
3	3.9 Entro il 2030, ridurre sostanzialmente il numero di decessi e malattie da sostanze chimiche pericolose e da inquinamento e contaminazione di aria, acqua e suolo	Proponiamo arredi a basso contenuto di formaldeide Proponiamo sanificatori aria per renderla più respirabile Proponiamo pannelli fonoassorbenti per inquinamento acustico Proponiamo multifunzioni di ultima generazione più efficienti in termini di emissioni Proposta di aggiungere ulteriori filtri ozono per ridurre le emissioni di polveri sottili del toner	98% dei nostri arredi 2 sanificatori venduti per un valore totale di 1.117,00 € 86 pannelli fonoassorbenti venduti (di diverse tipologie e dimensioni) pari al valore di 16.645,87 € Indicatore assente Desideriamo arrivare a calcolare il miglioramento dell'impatto ambientale delle macchine di ultima generazione rispetto a quelle installate 5 anni fa. 20-25 filtri venduti
8	8.2 Raggiungere livelli più elevati di produttività economica attraverso la diversificazione, l'aggiornamento tecnologico e l'innovazione, anche attraverso un focus su settori ad alto valore aggiunto e settori ad alta intensità di manodopera	Proponiamo arredo e tecnologia che rendono il lavoro produttivo e dignitoso	230 Sistemi di stampa per 23 nuovi clienti e 178 contratti a costo pagina 214 forniture di arredo con una media di importo di 4.680 € ciascuna
8	8.3 Promuovere politiche orientate allo sviluppo che supportino le attività produttive, la creazione di lavoro dignitoso, l'imprenditorialità, la creatività e l'innovazione, e favorire la formalizzazione e la crescita delle micro, piccole e medie imprese, anche attraverso l'accesso ai servizi finanziari	Reperimento di strumenti finanziari per il pagamento dei nostri servizi	- numero di clienti che accedono ai servizi finanziari in un anno: 56 - valore economico dei contratti di servizi finanziari stipulati con i clienti 2020: 148.886,44 €
9	9.4 Entro il 2030, aggiornare le infrastrutture e ammodernare	Innovazione e tecnologia	Indicatore assente Desideriamo arrivare a

E.1 SENSO E IMPATTO DEI PRODOTTI E SERVIZI SULLA SOCIETA'

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

PARTECIPAZIONE DEI CLIENTI, CO-PROGETTAZIONE DEI PRODOTTI E RICERCHE DI MERCATO

	le industrie per renderle sostenibili, con maggiore efficienza delle risorse da utilizzare e una maggiore adozione di tecnologie pulite e rispettose dell'ambiente e dei processi industriali, in modo che tutti i Paesi intraprendano azioni in accordo con le loro rispettive capacità	(videoconferenze, visual, ...) Tenere aggiornato il parco tecnologico permette di ridurre il proprio impatto negativo ambientale e sulla salute e di aumentare l'efficienza organizzativa	calcolare il miglioramento dell'impatto ambientale delle macchine di ultima generazione rispetto a quelle installate 5 anni fa.
11	11.6 Entro il 2030, ridurre l'impatto ambientale negativo pro capite delle città, in particolare riguardo alla qualità dell'aria e alla gestione dei rifiuti	Assistenza a distanza Ottimizzazione dei viaggi da parte del customer service Tecnologia KDFM (si veda sezione D3.1)	N. di assistenze risolte in teleassistenza (indicatore al momento assente)
12	12.5 Entro il 2030, ridurre in modo sostanziale la produzione di rifiuti attraverso la prevenzione, la riduzione, il riciclaggio e il riutilizzo	Tecnologia KDFM (si veda sezione D3.1) Gli apparecchi Sharp espellono il toner quando esaurito Noleggio delle multifunzione anzichè acquisto. Multifunzioni ritirate a fine contratto Progetto «Pay for page» (si veda sezione D3.1)	58 modelli Sharp della nuova serie MX3061 e MXM3061 venduti Nel 2020 sono state ricondizionate e riproposte a noleggio 28 macchine. Abbiamo circa 190 macchina a noleggio presso i clienti. Garanzia di risparmio 15-20% per il cliente [Dato da case madri]
15	15.2 Entro il 2020, promuovere l'attuazione di una gestione sostenibile di tutti i tipi di foreste, fermare la deforestazione, promuovere il ripristino delle foreste degradate e aumentare notevolmente la riforestazione a livello globale 15.4 Entro il 2030, garantire la conservazione degli ecosistemi montani, compresa la loro biodiversità, al fine di migliorare la loro capacità di fornire prestazioni che sono essenziali per lo sviluppo sostenibile	Scelta di carta e arredi certificati FSC	100% carta certificata FSC venduta ai clienti La maggior parte degli arredi certificati FSC

Categorie di clienti

imprese produttive in ambito industriale
17%

negozi al dettaglio
10%

studi di professionisti
6%

vendita e riparazione auto
5%

Banche e assicurazioni
4%

Edilizia
3%

Ristorazione e hotel
3%

E.1 SENSO E IMPATTO DEI PRODOTTI E SERVIZI SULLA SOCIETA'

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

IMPATTO DEI PRODOTTI E SERVIZI SULLA SOCIETA'

Come già descritto nella sezione E1.1, attraverso i nostri prodotti e servizi desideriamo offrire conoscenza, cultura e accompagnamento per creare luoghi in cui vivere e lavorare nel benessere e nella bellezza, al passo coi tempi, per una vita migliore. Portiamo avanti questo nostro proposito anche facendoci portavoce della cultura olivettiana della bellezza e dell'impresa di comunità organizzando mostre ed eventi culturali a riguardo e contribuendo, quindi a "rafforzare gli impegni per proteggere e salvaguardare il patrimonio culturale e naturale nel mondo" (SDG 11.4).
All'ultimo progetto avvenuto tra il 2018 e il 2019 a Bassano del Grappa è stata organizzata una mostra e una serie di eventi collaterali: reading, workshop, bookshop, spettacoli teatrali e un seminario. Abbiamo registrato: 5.904 visitatori tra cui 624 studenti e 43 docenti alla mostra, 200 studenti e 60 insegnanti alle lezioni olivettiane, 1090 persone tra cittadini e studenti agli spettacoli teatrali, 3609 persone presenti al seminario, 30 negozi hanno allestito alla vetrina a tema. In negozio, nella nostra sede di Marostica abbiamo installato un Videowall (4 monitor display da 60'') grazie al quale veicoliamo messaggi commerciali ma soprattutto video legati alla sostenibilità ambientale e sociale (video su inquinamento causato dalla cattiva gestione della plastica, sfruttamento di uomini donne e bambini in alcune tipologie di lavoro ex abbigliamento).
Prediligiamo video che mostrano la bellezza della natura per comunicare il messaggio legato all'importanza di preservarla e curarla.

VERSO IL BENE COMUNE

In futuro, ci piacerebbe riuscire a contribuire anche all'obiettivo di sviluppo sostenibile 4 (Educazione di qualità), facendo entrare i nostri prodotti visual nelle scuole ed espandere la nostra contribuzione all'obiettivo 15 (vita sulla Terra) abbinando le pagine stampate alla riforestazione anche per i nostri clienti.

OBIETTIVO DI SVILUPPO SOSTENIBILE	TARGET	ATTIVITÀ' STL
4	4.a Costruire e adeguare le strutture scolastiche in modo che siano adatte alle esigenze dei bambini, alla disabilità e alle differenze di genere e fornire ambienti di apprendimento sicuri, non violenti, inclusivi ed efficaci per tutti	Didattica attiva e collaborativa (ideazione di modalità di mettere la persona al centro nell'utilizzo di questi strumenti)
15	15.1 Entro il 2020, garantire la conservazione, il ripristino e l'uso sostenibile degli ecosistemi di acqua dolce terrestri e nell'entroterra e dei loro servizi, in particolare le foreste, le zone umide, le montagne e le zone aride, in linea con gli obblighi derivanti dagli accordi internazionali	Abbinare le pagine stampate alla riforestazione anche per i clienti

Sebbene i nostri prodotti siano utili e a supporto delle persone, ci mancano ancora diverse informazioni, specialmente per i prodotti in ambito tecnologico, per comprendere a fondo i loro impatti diretti e indiretti sull'ambiente e sulle persone.

VALUTAZIONE AUTO/AUDIT	
E1 1 Prodotti e servizi soddisfano i bisogni umani fondamentali e contribuiscono ad una buona vita	3/3
E1.2 Impatto dei prodotti e servizi sulla società	6/6
E1.3. Prodotti e servizi non etici (NEG)	0/0

E.2 CONTRUBUTO PER LA COLLETTIVITA'

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

IMPOSTE E ONERI SOCIALI

STL paga regolarmente le tasse alla collettività e i contributi ai propri collaboratori.
In occasione della pandemia, STL ha ricevuto alcuni aiuti a fondo perduto da parte dello Stato.

CONTRIBUTI VOLONTARI A FAVORE DELLA COLLETTIVITA'

STL paga regolarmente le tasse alla collettività e i contributi ai propri collaboratori.
In occasione della pandemia, STL ha ricevuto alcuni aiuti a fondo perduto da parte dello Stato.

Crediamo fortemente che l'impresa sia parte integrante di una comunità e che possa contribuire ad essa in varie forme.
In particolare Lucia Cuman è orgogliosa di avere l'opportunità di trasferire conoscenza e esperienze vissute in azienda e nei suoi impegni sociali durante interventi in università, associazioni, incontri organizzati da comuni, professionisti ecc..
Sono spesso state toccate tematiche come le pari opportunità, sostenibilità ambientale e sociale, organizzazione compartecipata e strategia aziendale ecc..
Da sempre supportiamo progetti in ambito sociale di cui condividiamo i valori.
Prediligiamo progetti continuativi e che ci coinvolgono. Generalmente non facciamo donazioni una tantum se non in casi particolari.

I principali progetti a cui attualmente diamo il nostro contributo sono:
Progetto All-Inclusion con Villa Angaran San Giuseppe
La Villa di proprietà dei Gesuiti e per ordine di Papa Francesco è stata messa a disposizione degli ultimi. Rete Pictor ha ricevuto l'incarico di coordinare e organizzare al meglio questo complesso immobiliare. La Villa deve essere ristrutturata per la riqualificazione energetica e per esser accogliente e adatta alle persone che ci vivono e ci vivranno. Per fare questo è stato chiesto un aiuto ad un gruppo di cittadini e di imprese bassanesi. Partecipando agli incontri condividiamo il progetto comunitario portando idee, impressioni e consulenze. E' un'intrapresa comunitaria.
Gli imprenditori del gruppo hanno potuto scegliere se dare un contributo economico, il quale non era obbligatorio. Il progetto è partito nel 2020 e durerà in totale 5 anni.

FATTURATO 2020
3.056.324 €

Imposte sul reddito 2020
24.823 €

Salari lavoratori
367.442 €

Contributi previdenziali e imposte sui salari per i lavoratori 2020
92.221 €

Sovvenzioni e incentivi 2020

Contributi Covid:

9.851 €

6.731 € (decreto rilancio)

4.147 €

(Bonus sanificazione, DPI e affitti)

Imposta sui salari/Salari *100
25%

E.2 CONTRUBUTO PER LA COLLETTIVITA'

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

CONTRIBUTI VOLONTARI A FAVORE DELLA COLLETTIVITA'

Associazione Women for Freedom
Women for Freedom è un'associazione che ha lo scopo di aiutare donne e bambini in gravi difficoltà in Italia e in molti Paesi del mondo (Nepal, Camerum, Bolivia, …). Durante l'anno sono diverse le occasioni in cui sosteniamo WfF nelle sue iniziative di autofinanziamento, acquistando i panettoni per i pacchi di Natale per i nostri collaboratori, i calendari con la nostra personalizzazione come gadget che regaliamo ai nostri clienti, le piantine per la festa della Donna per tutti i nostri collaboratori (perché anche gli uomini hanno una donna speciale al quale regalare un fiore!). Inoltre, STL si è fatta carico dei costi di stampa della pubblicazione Concrete Freedom sviluppata per portare avanti il valore della libertà abbinata all'arte e alla bellezza.

Progetti di Riforestazione
Nell'anno 2020 abbiamo aderito a due progetti di riforestazione:
1.in collaborazione con ETIFOR - progetto WOW Nature abbiamo piantato 100 alberi a Enego sull'Altopiano di Asiago, zona molto colpita dalla tempesta Vaia
2.in collaborazione con Print Relief per ogni 8.333 pagine che vengono stampate all'interno degli uffici di STL viene piantato un albero in Madagascar

Essere coinvolti nei progetti ci permette di sapere dove vanno i soldi e di monitorare i risultati. Lucia Cuman è diventata nel 2020 vice presidente di Women For Freedom e fa parte del gruppo di imprenditori coinvolti in Villa.

PROGETTI CONCLUSI E LORO IMPATTI

Gara di Golf
Per 10 anni, fino al 2019, abbiamo organizzato gare di golf per promuovere e far conoscere la nostra azienda ad una nicchia di potenziali clienti. Le buche di gioco sono 18. Nella 19° buca abbiamo organizzato una gara a parte di patting in green, tutti i giocatori potevano partecipare liberamente anche più di una volta e per ogni giro lasciavamo una donazione. La raccolta fondi era destinata ad un progetto dell'associazione WomenForFreedom.

Associazione Elle22
Infine, grazie all'evento culturale sulla figura di Adriano Olivetti da noi organizzato nel 2018-2019, nel 2020 è nata l'associazione Elle22 con lo scopo di diffondere la cultura olivettiana sul territorio.

CONTRIBUTI VOLONTARI ALLA COMUNITA' 2020

Contributi volontari a Women For Freedom
7.670 €

Contributi ad associazione sportiva
500 €

Piantumazione alberi
1.560 €

Progetto ALL INCLUSION-Villa Angaran San Giuseppe
1.000 €

Donazione di un toner all'associazione "Corale Gioventù incantata"

65 €

TOTALE: 10.735 €

E.2 CONTRUBUTO PER LA COLLETTIVITA'

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

MANCATA PREVENZIONE DELLA CORRUZIONE

STL ha conseguito il Rating di Legalità con 2 stellette, pertanto dichiara che:
•Né i proprietari, né altri soggetti rilevanti, né l'impresa stessa sono destinatari di misure di prevenzione e/o cautelari, sentenze/decreti penali di condanna, sentenze di patteggiamento per reati tributari, penali e di mafia vari
•L'impresa non è commissariata né condannata per illeciti antitrust, salute e sicurezza sul lavoro, obblighi retributivi, contributivi, assicurativi, fiscali verso dipendenti e lavoratori
•non sono presenti dichiarazioni dei redditi mendaci, provvedimenti di revoca a finanziamenti pubblici, mancato pagamento di imposte e tasse e provvedimenti sanzionatori ANAC
•Riesce a tracciare i pagamenti e le transazioni per un ammontare superiore alla soglia di legge

VERSO IL BENE COMUNE

•Iniziare a pensare a nuove forme di aiuto e impatto sociale rispetto alle forme abituali. (Es: focalizzare quali ultimi vogliamo aiutare, prenderci cura degli oceani, ad esempio, con iniziative di raccolta della plastica, …)
•Maggiore bilanciamento iniziative di impatto sociale e ambientale
•Far conoscere maggiormente i progetti finanziati sia all'interno di STL sia verso l'esterno
•Rendere più sistematica la proposta di prestito al mondo no-profit di multifunzioni/stampanti o trovare nuove forme di aiuto (es. consegna toner in donazione all'associazione Coro Gioventù Incantata

VALUTAZIONE AUTO/AUDIT	
E2 1 Imposte e oneri sociali	0/0
E2.2 Contributi volontari a favore della collettività	3/3
E2.3 Evasione ed elusione fiscale (NEG)	0/0
E2.4 Mancata prevenzione della corruzione (NEG)	0/0

E.3 RIDUZIONE DELL'IMPATTO AMBIENTALE

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

IMPATTI ASSOLUTI / MANAGEMENT & STRATEGIA

STL non è un'azienda produttiva e ha i tipici impatti ambientali di un ufficio, legati soprattutto ai consumi energetici.
A tal proposito, nel 2020 abbiamo sostituito il generatore di calore con una soluzione a condensazione con un impatto positivo anche in termini di efficientamento energetico.
Inoltre, abbiamo rinnovato il nostro parco di furgoni aziendali passando dal Diesel Euro 3 al Diesel Euro 6.
Da settembre 2020 abbiamo aderito ad un progetto di riforestazione che ci permette di compensare le pagina stampate nei nostri uffici piantando l'equivalente in alberi. Dall'inizio del progetto abbiamo stampato 63.969 pagine, equivalenti a 7,68 alberi (8.333 pagine= 1 albero).

Indicatori probanti

Conto ambientale	udm	quantità
Emissioni di gas a effetto serra (CO_2, N_2O, CH_4, cfc)	Kg di CO2eq	Al momento stima emissioni di CO2 (NON eq): 56.19 tonnellate nel 2020
Trasporti (e relativo equivalente CO_2)	Km o Kg	Al momento non sono misurati i km percorsi in un anno
Consumo di benzina (e relativo equivalente CO_2)	litri o Kg	Stima: 18.401 litri
Consumo di corrente (e relativo equivalente CO_2)	kWh o Kg	2020: 1180 Kwh 0,399 tonnellate di emissioni di CO_2
Consumo di gas (e relativo equivalente CO_2)	kWh o Kg	2020: 3250 m³ 6,419 tonnellate di emissioni di CO_2

Consumo da carta: 63.969 pagine stampate da inizio progetto riforestazione a settembre

=

7,68 alberi piantati(8.333 pagine equivalgono ad un albero)

Consumo di acqua piovana e acqua potabile
65 m³

E.3 RIDUZIONE DELL'IMPATTO AMBIENTALE

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

CONSEGUENTE AMBIENTALI RELATIVE

Abbiamo definito un ruolo dedicato alla gestione dei rifiuti. In STL tutto il materiale (carta, cartone, plastica, vetro, polistirolo, legno, ...cartucce) viene differenziato e smaltito in maniera normata. Negli uffici utilizziamo solo lampadine a basso consumo. Tutte le multifunzione e stampanti vanno in risparmio energetico se non vengono utilizzate e si riattivano quando una persona si avvicina.

VERSO IL BENE COMUNE

•Iniziare a misurare i chilometri percorsi con i mezzi aziendali
•Rinnovo delle vetrine del negozio con cambio degli infissi e conseguente efficientamento energetico.
•cambio del fornitore di energia elettrica che utilizza almeno il 40% da Fonti Rinnovabili.

VALUTAZIONE AUTO/AUDIT	
E3 1 Impatti assoluti / Management & Strategia	1/1
E3.2 Conseguenze ambientali relative	1/1
E3.3 Violazioni della legislazione ambientale e impatto ambientale eccessivo (NEG)	0/0

E.4 TRASPARENZA E CONDIVISIONE SOCIALE DELLE DECISIONI

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

TRASPARENZA

Abbiamo sempre avuto timore di raccontare quello che stavamo facendo perché il rischio di essere troppo autoreferenziali non fa parte del nostro stile.
Con il percorso EBC abbiamo anche appreso di non avere piena consapevolezza del nostro impatto.
Quando abbiamo rifatto il sito per la prima volta abbiamo provato a raccontare i nostri progetti perchè la concretezza ci aiuta a narrare i nostri valori uscendo dall'autoreferenzialità. Portare degli esempi concreti e realizzati ci fa essere più sereni e sicuri.
Un esempio sono i progetti di riforestazione, di cui abbiamo parlato solo dopo che avervi aderito, preferiamo non comunicare dei proclami, delle intenzioni ma solo cose già successe.
La filosofia di comunicazione di STL è e rimane: comunichiamo quello che realmente facciamo! Vogliamo essere da esempio, per veicolare il concetto del "Business che fa bene".
Proprio per questo abbiamo dedicato all'Economia del Bene Comune una sezione ampia del nostro sito e ben visibile e accessibile dall'HomePage che racchiude i focus principali di intervento: ambiente, comunità e persone.
La pagina principale dedicata al movimento deve ancora essere completata in quanto attendiamo di "concludere" questo percorso iniziale per poter inserire informazioni che siano precise e trasparenti e che rispecchino realmente quanto stiamo facendo per non alimentare per nessuna ragione il greenwashing.

La filosofia di comunicazione di STL è e rimane: comunichiamo quello che realmente facciamo! Vogliamo essere da esempio, per veicolare il concetto del "Business che fa bene".

CONDIVISIONE SOCIALE DELLE DECISIONI

I cittadini possono comunicare con noi attraverso il nostro sito, i social, scrivendoci una e-mail o semplicemente chiamandoci al telefono. Non ci capita abitualmente ma se se ci succederà saremo molto felici di rispondere alla domande che ci verranno poste.
Siamo prima di tutto persone quindi ci domandiamo che impatto hanno le nostre decisioni sul nostro ambiente e sulla nostra salute. Siamo noi stessi fruitori dei nostri prodotti/servizi.

PROMOZIONE DI POCA TRASPARENZA E INFORMAZIONI CONSAPEVOLMENTE ERRATE

Non forniamo consapevolmente informazioni errate e desideriamo lavorare per approfondire e conoscere gli impatti dei nostri prodotti di cui ancora non siamo a conoscenza.

VALUTAZIONE AUTO/AUDIT	
E4 1 Trasparenza	3/3
E4.2 Condivisione sociale delle decisioni	1/1
E3.3 Promozione di poca trasparenza e informazioni consapevolmente errate (NEG)	0/0

MATRICE DEL BENE COMUNE – AUTO VALUTAZIONE

PUNTEGGIO 318 / 1000

Group evaluation MATRICE 5.0 (Valutazione in gruppo peer)

Azienda: STL Srl con sede in Via Cecchin, 1 - Marostica (VI)
Altri partecipanti: Indaco Team, Monteverde Cooperativa Sociale
Moderatore: dott.ssa Stella Catto

L'ECONOMIA DEL BENE COMUNE
Un modello economico che ha futuro

Il presente documento attesta il risultato e l'avvenuta valutazione reciproca tra un gruppo di aziende, partendo da un'auto-valutazione. Ai fini di questa attestazione non vengono richiesti documenti probanti: le imprese partecipanti alla valutazione di gruppo hanno validato reciprocamente i risultati delle autovalutazioni di ciascuna azienda, in un processo di raffronto delle proprie politiche e azioni orientate al Bene Comune. Si precisa che i risultati della valutazione tra pari possono differire da quelli risultanti da un audit esterno.
Per ulteriori informazioni sulla matrice, sui temi ed aspetti e sul sistema audit si consulti: www.economia-del-bene-comune.it

Punteggio complessivo group evaluation:
318/1000

Attestato valido fino al: 12/05/2023

Valore / Portatore d'interesse	Dignità umana	Solidarietà & giustizia	Sostenibilità ecologica	Trasparenza & condivisione delle decisioni	Punteggio complessivo per PORTATORE DI INTERESSE
A) Fornitori	A1 La dignità umana lungo la filiera	A2 Solidarietà e giustizia nella filiera	A3 Sostenibilità ecologica nella filiera	A4 Trasparenza e condivisione delle decisioni lungo la filiera	Punteggio 75/341 (22 %)
	(Punteggio -20)	(Punteggio 27/68) 40%	(Punteggio 41/136) 30%	(Punteggio 27/68) 40%	
B) Proprietari & partner finanziari	B1 Atteggiamento etico nell'impiego del denaro	B2 Atteggiamento sociale nell'impiego del denaro	B3 Investimenti socio-ecologici e impiego del denaro	B4 Proprietà e condivisione delle decisioni	Punteggio 52/136 (38%)
	(Punteggio 2/23) 10%	(Punteggio 45/45) 100%	(Punteggio 5/23) 20%	(Punteggio 0/45) 0%	
C) Collaboratori	C1 La dignità umana sul posto di lavoro	C2 Welfare aziendale, retribuzione e organizzazione del lavoro	C3 Promozione del comportamento ecologico dei collaboratori	C4 Condivisione delle decisioni e trasparenza in azienda	Punteggio 82/182 (45%)
	(Punteggio 27/45) 60%	(Punteggio 32/45) 70%	(Punteggio 5/45) 10%	(Punteggio 18/45) 40%	
D) Clienti & concorrenti	D1 Relazioni etiche con la clientela	D2 Cooperazione e solidarietà con i concorrenti	D3 Impatto ecologico dell'utilizzo e dello smaltimento di prodotti e servizi	D4: Partecipazione dei clienti e trasparenza dei prodotti	Punteggio 68/182 (38%)
	(Punteggio 27/45) 60%	(Punteggio 14/45) 30%	(Punteggio 9/45) 20%	(Punteggio 18/45) 40%	
E) Contesto sociale	E1 Senso e impatto dei prodotti e servizi sulla società	E2 Contributo per la collettività	E3 Riduzione dell'impatto ecologico	E4 Trasparenza e condivisione sociale delle decisioni	Punteggio 41/159 (26%)
	(Punteggio 23/45) 50%	(Punteggio 5/23) 20%	(Punteggio 5/45) 10%	(Punteggio 9/45) 20%	
Punteggio complessivo per VALORE	Punteggio 59/227 (26%)	Punteggio 123/227 (54%)	Punteggio 64/295 (22%)	Punteggio 73/250 (29%)	

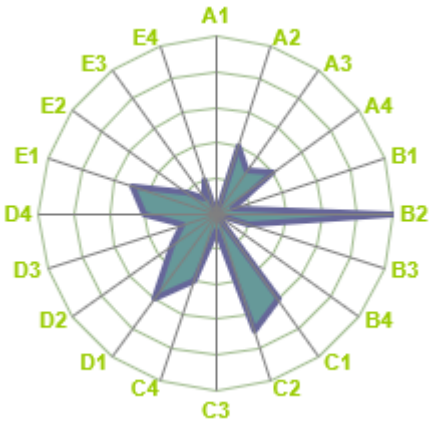
Federazione per l'Economia del Bene Comune in Italia
Il Presidente pro tempore: dott.ssa Lidia Di Vece

Moderatore: dott.ssa Stella Catto

stl design e tecnologia

L'ECONOMIA DEL BENE COMUNE
Un modello economico che ha futuro

STELLA DEI TEMI

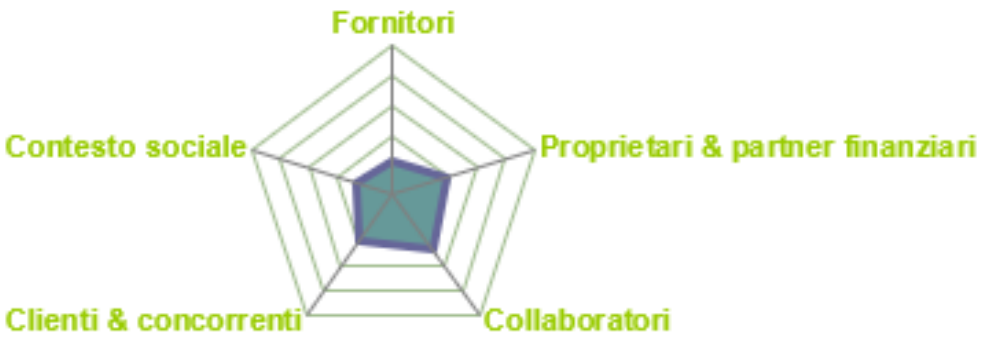


QUADRO DEL BILANCIO				
A1	-20	di	68	
A2	27	di	68	**40 %**
A3	41	di	136	**30 %**
A4	27	di	68	**40 %**
B1	2	di	23	**10 %**
B2	45	di	45	**100 %**
B3	5	di	23	**20 %**
B4	0	di	45	**0 %**
C1	27	di	45	**60 %**
C2	32	di	45	**70 %**
C3	5	di	45	**10 %**
C4	18	di	45	**40 %**
D1	27	di	45	**60 %**
D2	14	di	45	**30 %**
D3	9	di	45	**20 %**
D4	18	di	45	**40 %**
E1	23	di	45	**50 %**
E2	5	di	23	**20 %**
E3	5	di	45	**10 %**
E4	9	di	45	**20 %**
SOMMA	**318**	**di**	**1000**	**32 %**

STELLA DEI VALORI

QUADRO DEL BILANCIO				
Dignità umana	59	di	227	**26 %**
Solidarietà & giustizia	123	di	227	**54 %**
Sostenibilità ambientale	64	di	295	**22 %**
Trasparenza & cogestione	73	di	250	**29 %**
SOMMA	**318**	**di**	**1000**	**32 %**

STELLA DEGLI STAKEHOLDER



QUADRO DEL BILANCIO				
Fornitori	75	di	341	**22 %**
Proprietari & partner finanziari	52	di	136	**38 %**
Collaboratori	82	di	182	**45 %**
Clienti & concorrenti	68	di	182	**38 %**
Contesto sociale	41	di	159	**26 %**
SOMMA	**318**	**di**	**1000**	**32 %**

PER STL E' IMPORTANTE MIGLIORARE INSIEME A VOI

Saremo felici di rispondere alle eventuali domande e ricevere vostro feedback sul nostro Bilancio del Bene Comune!

Contattaci all'indirizzo info@stl-srl.it

stl
design e tecnologia

L'ECONOMIA
DEL BENE COMUNE
Un modello economico che ha futuro