

Bilancio del Bene Comune 2019-2022

**Hanns Engl Costruzione Stampi snc,
Bolzano / Italia**



HANNS ENGL Costruzione Stampi snc

Via Enzo Ferrari 13, I-39100 BOLZANO

Tel. 0471 202 994 - www.engl.it -- E-Mail: info@engl.it

Contenuti

PRESENTAZIONE DELL'AZIENDA:	5
A1 LA DIGNITÀ UMANA NELLA CATENA DI FORNITURA	6
ARGOMENTO:	6
Aspetto A1.1: Condizioni di lavoro e impatti sociali nella catena di fornitura	6
Aspetto negativo A1.2: Violazione della dignità umana nella catena di fornitura	8
A1 Potenziale di miglioramento:	8
A2 SOLIDARIETÀ E GIUSTIZIA NELLA FILIERA	8
ARGOMENTO:	8
Aspetto A2.1: Rapporti commerciali equi con i fornitori diretti	9
Aspetto A2.2: influenza positiva sulla solidarietà e l'equità lungo la catena di fornitura	9
Aspetto negativo A2.3: Sfruttamento del potere di mercato nei confronti dei fornitori	10
A2 Potenziale di miglioramento:	10
A3 SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE NELLA CATENA DI FORNITURA	10
ARGOMENTO:	10
Aspetto negativo A3.2: Impatti ambientali sproporzionatamente elevati nella catena di fornitura	12
A3 Potenziale di miglioramento:	12
A4 TRASPARENZA E CODECISIONE NELLA CATENA DI FORNITURA	12
ARGOMENTO:	12
Aspetto A4.1 Trasparenza e diritti di codecisione dei fornitori	12
Aspetto A4.2 Influenza positiva sulla trasparenza e sulla codecisione lungo la catena di fornitura	13
A4 Potenziale di miglioramento:	13
B1 ATTEGGIAMENTO ETICO NELLA GESTIONE DEI FONDI	15
ARGOMENTO:	15
Aspetto B1.1: Indipendenza finanziaria attraverso l'autofinanziamento	15
Aspetto B1.2: Finanziamento del debito per il bene comune	15
Aspetto B1.3: Comportamento etico dei partner finanziari esterni	16
B1 Potenziale di miglioramento:	16
B2 ATTEGGIAMENTO SOCIALE NEI CONFRONTI DEI FONDI	16
ARGOMENTO:	16
Aspetto B2.1: Uso solidale e orientato al benessere pubblico dei fondi	16
Aspetto negativo B2.2: Distribuzione iniqua dei fondi	17
B2 Potenziale di miglioramento:	17
B3 INVESTIMENTI SOCIO-ECOLOGICI E UTILIZZO DEI FONDI	17
ARGOMENTO:	17
Aspetto B3.1: Qualità ambientale degli investimenti	18
Aspetto B3.2: Investimenti per il bene comune	18
Aspetto negativo B3.3: Dipendenza da risorse ecologicamente discutibili	19
B3 Potenziale di miglioramento:	19
B4 PROPRIETÀ E CODECISIONE	19
ARGOMENTO:	19
Aspetto B4.1: Struttura proprietaria per il bene comune	19
Aspetto negativo B4.3: Acquisizione ostile	20
B4 Potenziale di miglioramento:	20
C1 DIGNITÀ UMANA SUL LAVORO E QUALITÀ DEL LAVORO	20
ARGOMENTO:	20
Aspetto C1.1 Cultura aziendale incentrata sui dipendenti	21

Aspetto C1.2: Promozione della salute e sicurezza sul lavoro.....	22
Aspetto C1.3: Pari opportunità e diversità.....	22
Aspetto negativo C1.4: Condizioni di lavoro disumane.....	23
C1 Potenziale di miglioramento:.....	23
C2 REDAZIONE DI CONTRATTI DI LAVORO	24
ARGOMENTO:.....	24
Aspetto C2.1: Struttura dei guadagni.....	24
Aspetto C2.2: Organizzazione dell'orario di lavoro.....	25
Aspetto C2.3: Organizzazione del rapporto di lavoro e conciliazione vita-lavoro.....	25
Aspetto negativo C2.4: strutturazione iniqua dei contratti di lavoro	26
C2 Potenziale di miglioramento:.....	26
C3 PROMOZIONE DI COMPORTAMENTI ECOLOGICI TRA I DIPENDENTI	27
Argomento:.....	27
Aspetto C3.1 Alimentazione durante l'orario di lavoro.....	27
Aspetto C3.2 Mobilità verso il posto di lavoro	27
Aspetto C3.3 Cultura organizzativa, sensibilizzazione alla progettazione ecologica dei processi	28
Aspetto negativo C3.4 Guida allo spreco/tolleranza di comportamenti non ecologici.....	29
C3 Potenziale di miglioramento:.....	29
C4 CO-DECISIONE INTERNA E TRASPARENZA	29
Argomento:.....	29
Aspetto C4.1: Trasparenza interna	29
Aspetto C4.2: Legittimazione dei manager.....	30
Aspetto C 4.3: Partecipazione dei dipendenti al processo decisionale.....	30
Aspetto negativo C4.4: Prevenzione del consiglio di fabbrica.....	31
C4 Potenziale di miglioramento:.....	31
D1 RELAZIONI ETICHE CON I CLIENTI.....	32
ARGOMENTO:.....	32
Aspetto D1.1: Comunicazione umana con i clienti.....	32
Aspetto negativo D1.3 Misure pubblicitarie non etiche.....	33
D1 Potenziale di miglioramento.....	34
D2 COOPERAZIONE E SOLIDARIETÀ CON LE ALTRE AZIENDE	34
ARGOMENTO:.....	34
Aspetto D2.1 Cooperazione con le cooperative	34
Aspetto D2.2 Solidarietà con i co-imprenditori.....	35
Aspetto negativo D2.3: Abuso di potere di mercato nei confronti delle coimprese.....	35
D2 Potenziale di miglioramento.....	36
D3 IMPATTO AMBIENTALE DELL'USO E DELLO SMALTIMENTO DI PRODOTTI E SERVIZI	36
ARGOMENTO:.....	36
D3.1 Rapporto costi-benefici ambientali di prodotti e servizi (efficienza e coerenza)	37
D3.2 Uso moderato di prodotti e servizi (sufficienza)	37
Aspetto negativo D3.3: Accettazione deliberata di impatti ambientali sproporzionati.....	38
D3 Potenziale di miglioramento.....	38
D4 PARTECIPAZIONE DEI CLIENTI E TRASPARENZA DEI PRODOTTI	FEHLER! TEXTMARKE NICHT DEFINIERT.
ARGOMENTO:.....	FEHLER! TEXTMARKE NICHT DEFINIERT.
Aspetto D4.1: Partecipazione dei clienti, sviluppo congiunto dei prodotti e ricerche di mercato... Fehler! Textmarke nicht definiert.	
Aspetto D4.2 Trasparenza del prodotto..... Fehler! Textmarke nicht definiert.	
Aspetto negativo D4.3: Mancata etichettatura delle sostanze pericolose	Fehler! Textmarke nicht definiert.
D4 Potenziale di miglioramento..... Fehler! Textmarke nicht definiert.	
E1 SIGNIFICATO E IMPATTO SOCIALE DI PRODOTTI E SERVIZI.....	FEHLER! TEXTMARKE NICHT DEFINIERT.

ARGOMENTO: FEHLER! TEXTMARKE NICHT DEFINIERT.
Aspetto E1.1: I prodotti e i servizi soddisfano i bisogni primari e soddisfano le esigenze di.. **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
buona vita **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
Aspetto E1.2: Impatto sociale di prodotti e servizi **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
Aspetto negativo E1.3: Prodotti e servizi disumani **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
E1 Potenziale di miglioramento **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

E2 CONTRIBUTO ALLA COMUNITÀ FEHLER! TEXTMARKE NICHT DEFINIERT.

ARGOMENTO: FEHLER! TEXTMARKE NICHT DEFINIERT.
Aspetto E2.1: Imposte e contributi sociali **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
Aspetto E2.2 : Contributi volontari al rafforzamento della comunità **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
E2 Potenziale di miglioramento **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

E3 RIDUZIONE DEGLI IMPATTI ECOLOGICI FEHLER! TEXTMARKE NICHT DEFINIERT.

ARGOMENTO: FEHLER! TEXTMARKE NICHT DEFINIERT.
Aspetto E3.1 Impatto assoluto / Gestione e strategia: **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
E3.2 Effetti relativi **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
Aspetto negativo E3.3: Violazione delle norme ambientali e impatti ambientali inappropriati **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
E3 Potenziale di miglioramento **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

E4 TRASPARENZA E CODECISIONE SOCIALE FEHLER! TEXTMARKE NICHT DEFINIERT.

ARGOMENTO: FEHLER! TEXTMARKE NICHT DEFINIERT.
Aspetto E4.1: Trasparenza **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
Aspetto E4.2: Co-determinazione sociale **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
Aspetto negativo E4.3: Promozione della mancanza di trasparenza e della deliberata disinformazione **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
E4 Potenziale di miglioramento **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

DESCRIZIONE DEL PROCESSO DI VALUTAZIONE TRA PARI FEHLER! TEXTMARKE NICHT DEFINIERT.

RISULTATO VALUTAZIONE FEHLER! TEXTMARKE NICHT DEFINIERT.

La nostra area verde sul tetto

Presentazione dell'azienda

HANNS ENGL WERKZEUGBAU O.H.G. è un'azienda metalmeccanica a conduzione familiare dal 1733. La sede dell'azienda a Bolzano/Alto Adige si trova a 80 km dal confine del Brennero ed è molto vicina all'uscita autostradale di Bolzano/Sud. Abbiamo iniziato a produrre utensili e calibri nel 1960. Nel 2000 l'azienda ha ottenuto la certificazione ISO9001. Nel 2008 abbiamo potuto trasferirci nella sede attuale.

Abbiamo un'esperienza decennale nella progettazione e costruzione di **stampi per la pressofusione di alluminio**. La nostra specialità in questo settore sono gli stampi per pezzi tecnici con requisiti di alta precisione. Produciamo anche stampi **a iniezione** di precisione per la **lavorazione di materiali termoplastici**. Nel corso degli anni abbiamo costantemente ampliato i nostri servizi.

Siamo stati in grado di ampliare continuamente la nostra gamma nel campo degli **indicatori di misura e di prova**. Abbiamo molti anni di esperienza nella progettazione e nel design di misuratori e misuratori di prova per le più importanti case automobilistiche. Otteniamo la soddisfazione dei nostri clienti grazie all'elevata precisione nell'esecuzione e al rispetto rigoroso delle scadenze.

Nel 2020, l'azienda contava 19 dipendenti e 2 apprendisti oltre al titolare.

Un prodotto del nostro predecessore



... e uno di oggi.

Siamo entrati in contatto con il movimento del bene comune nel 2011 e abbiamo redatto il nostro primo bilancio del bene comune. Il secondo bilancio del bene comune è stato redatto nel 2015. Siamo membri dell'associazione "Dachverein für Gemeinwohl-Ökonomie in Italien" e ci impegniamo a diffondere le idee dell'Economia del Bene Comune.

Il primo bilancio dei gas serra è stato realizzato nel 2018 nell'ambito dell'"Alleanza per il clima 2025", ora nota come "turn to zero". Da allora, il bilancio è stato aggiornato annualmente e il 100% delle emissioni di CO₂e è stato compensato.



Relazione dettagliata sull'interesse pubblico

A1 La dignità umana nella catena di fornitura

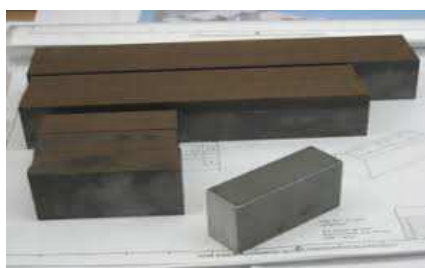
Argomento:

I prodotti e i servizi che un'azienda acquista sono associati a una serie di impatti sociali. Questi possono essere sia positivi che negativi. Le condizioni di lavoro di tutti i dipendenti lungo la catena di fornitura sono particolarmente importanti. Un'azienda è corresponsabile del benessere di tutte le persone, compresi i suoi fornitori e i fornitori a monte.

Aspetto A1.1: Condizioni di lavoro e impatti sociali nella catena di fornitura

L'attività dell'attrezzista è caratterizzata da un uso relativamente basso di materiali (<15%) e da un'alta percentuale di produzione interna, che relativizza l'importanza dei prodotti e dei servizi acquistati.

Le materie prime più importanti per i nostri prodotti sono acciaio, alluminio e grafite. Nella maggior parte dei casi, il cliente indica una marca specifica di acciaio, quindi non possiamo scegliere il fornitore. Tuttavia, l'acciaio è sempre prodotto in Europa. Nei casi in cui abbiamo libertà di scelta, selezioniamo il fornitore di materie prime principalmente in base ai seguenti criteri: Origine del prodotto dall'Europa, percorsi di consegna più brevi possibili.



Il 90% dei **fornitori** di semilavorati e parti standardizzate proviene dal nord Italia, dall'Austria e dalla Germania.

Gli strumenti di lavorazione vengono acquistati tramite le agenzie commerciali. Il rapporto prezzo/prestazioni è al centro dell'attenzione. Le vie di trasporto sono solo una considerazione secondaria nella decisione di acquisto. Questi prodotti non sono fabbricati a livello regionale.

Il continuo investimento in soluzioni tecniche innovative è fondamentale per la nostra sopravvivenza sul mercato. Le **macchine e i sistemi** vengono quindi selezionati in base ai seguenti criteri: Prestazioni tecniche, durata e manutenzione ridotta, prezzo, consumo energetico.

Elenco dei gruppi più importanti di prodotti e servizi acquistati e loro rilevanza

Prodotto/servizio acquistato	% della spesa totale per gli acquisti	Rischi sociali e ambientali rilevanti	Status quo + obiettivi (fattori presi in considerazione)	Potenziale (alternative di maggior valore, opportunità di esercitare influenza, ecc.)
Metalli	16%	Origine sconosciuta, salari di dumping, non conformità alle normative ambientali	Ci riforniamo solo da produttori europei, alcuni marchi sono specificati dai nostri clienti per motivi tecnici.	Poiché lo status quo è accettabile, non vediamo alcun potenziale in questo ambito.
Lavorazione di prodotti metallici semilavorati e finiti	31%	Origine sconosciuta, salari di dumping, non conformità alle normative ambientali	Ci riforniamo solo da produttori europei, in particolare da Italia e Germania.	Poiché lo status quo è accettabile, non vediamo alcun potenziale in questo ambito.
Elettricità	8%	Elettricità da fonti energetiche non rinnovabili	100% da energia idroelettrica	Nessuno
Manutenzione di macchine, sistemi e software	11%	Lunghi viaggi per i tecnici	Cerchiamo di lavorare in remoto, quando possibile, e di effettuare la manutenzione con il nostro personale.	Poiché lo status quo è accettabile, non vediamo alcun potenziale in questo ambito.
Carburante e manutenzione del	2%	Emissioni inutili di CO ₂ ,	Nonostante la nostra bassa partecipazione ai	Poiché lo status quo è accettabile, non vediamo

parco veicoli		inquinamento atmosferico	costi, prestiamo attenzione alla riduzione delle nostre emissioni di CO2	alcun potenziale in questo ambito.
---------------	--	--------------------------	--	------------------------------------

Elenco dei più importanti beni strumentali nel periodo di riferimento e loro rilevanza

Beni strumentali	Somma d'investimento	Rischi sociali e ambientali rilevanti	Status quo + obiettivi (fattori presi in considerazione)	Potenziale (alternative di maggior valore, opportunità di esercitare influenza, ecc.)
2018: forno SIB	€ 18.000	Origine sconosciuta, salari in dumping, non rispetto delle normative ambientali, consumo eccessivo di elettricità ,	I taly produttore, uso è due volte al mese, il consumo di energia responsabile, come tecnicamente necessario	Poiché lo status quo è accettabile, non vediamo alcun potenziale in questo ambito.
2018: fresatrice DMG	€ 380.000	Origine sconosciuta, salari in dumping, mancato rispetto delle normative ambientali, consumo eccessivo di elettricità	Produttore tedesco, il consumo di energia è un criterio subordinato, in quanto la qualità è al centro dell'attenzione, funzione per la riduzione del consumo di energia in modalità stand-by	Poiché lo status quo è accettabile, non vediamo alcun potenziale in questo ambito.
2018: Macchina per incisione laser ARENA	€ 20.000	Origine sconosciuta, salari in dumping, mancato rispetto delle normative ambientali, consumo eccessivo di elettricità	Produttore italiano, basso consumo energetico	Poiché lo status quo è accettabile, non vediamo alcun potenziale in questo ambito.
2019: Tornio DOOSAN	€ 94.000	Origine sconosciuta, salari di dumping, non conformità alle normative ambientali, eccessivo consumo di elettricità , lungo percorso di trasporto	Produttore della Corea del Sud, la scelta è stata fatta per motivi di costo, basso consumo energetico, trasporto via nave fino a Genova, poi via camion.	Poiché lo status quo è accettabile, non vediamo alcun potenziale in questo ambito.
2019: macchina per elettroerosione a filo GF	€ 170.000	Origine sconosciuta, salari in dumping, mancato rispetto delle normative ambientali, consumo eccessivo di elettricità	Produttore svizzero, basso consumo energetico	Poiché lo status quo è accettabile, non vediamo alcun potenziale in questo ambito.

Aspetto	Stato attuale e misure già attuate	Autovalutazione	Valutazione tra pari
Quali criteri vengono utilizzati per selezionare i fornitori?	Regionalità: I prodotti acquistati sono tutti di natura tecnica e gli aspetti tecnici sono al centro dell'attenzione. Vengono privilegiati i fornitori locali. Percorso di trasporto: Tuttavia, molti prodotti sono ordinati direttamente dal produttore da fornitori locali. Il percorso di trasporto è quindi lo stesso. Gli acquisti online vengono effettuati solo se la merce non può essere reperita localmente o se la ricerca richiede troppo tempo.	2	

	Solidarietà e giustizia: La maggior parte dei fornitori proviene dall'Europa. Il rischio è quindi limitato. Basso impatto ambientale: Il percorso di trasporto deve essere il più breve possibile.		
Come vengono valutati i rischi sociali nella catena di fornitura?	Non viene effettuata una valutazione sistematica. La maggior parte dei fornitori proviene dall'Europa. Non siamo a conoscenza dell'origine diretta dei prodotti provenienti da Paesi con una cattiva reputazione. Il rischio è quindi limitato.	3	
Come si controlla se i fornitori hanno violato la dignità umana?	Non vengono effettuati controlli.	0	
Come influenzate i fornitori per promuovere la dignità umana nei confronti dei loro gruppi di contatto?	Non abbiamo lanciato alcuna iniziativa in questo senso, ma non ne vediamo la necessità.	0	
Quali certificati hanno i prodotti acquistati?	Non esistono ancora certificati di sostenibilità per i prodotti del nostro settore.	n.d.	
Indicatori			
Quota di prodotti/servizi acquistati sul volume totale di acquisti in Forma della tabella	Percentuale di spesa per gli acquisti, vedi tabella precedente		
Percentuale di prodotti/servizi acquistati che sono prodotti in condizioni di lavoro equo e solidale sono stati prodotti	I servizi vengono acquistati solo in Europa centrale, in modo da garantire condizioni di lavoro eque. Riteniamo che almeno l'85% dei nostri prodotti sia realizzato in condizioni di lavoro eque.		

	Linea di base (0 punti)	Primi passi (1 punto)	Avanzato (2-3 punti)	Imparare (4-6 punti)	Esemplare (7-10 punti)
Autovalutazione			2		
Valutazione tra pari	0				

Aspetto negativo A1.2: Violazione della dignità umana nella catena di fornitura

Non vediamo rischi particolari nella catena di approvvigionamento della nostra azienda. Non riusciamo a individuare una percentuale significativa di prodotti eticamente rischiosi o discutibili.

	Linea di base (da 0 a 200 punti meno)
Autovalutazione	0
Valutazione tra pari	0

A1 Potenziale di miglioramento:

Redigere e inviare i questionari ai fornitori più importanti.

A2 Solidarietà e giustizia nella catena di fornitura

Argomento:

La vita economica odierna è caratterizzata da una concorrenza spietata, dalla ricerca dell'egoismo e da

un'attenzione particolare per il futuro.

massimizzare il potere di mercato e, nelle catene di fornitura globali, spesso attraverso pratiche di sfruttamento del lavoro.

Rapporti tra imprese e lavoratori. Nei rapporti con i fornitori diretti, le aziende responsabilità di un'interazione equa e solidale. Inoltre, ogni

Nell'ambito della sua capacità di esercitare un'influenza sulla catena di fornitura, l'azienda ha anche

Condividere la responsabilità di un'interazione equa e solidale tra tutti i soggetti coinvolti.

Aspetto A2.1: Rapporti commerciali equi con i fornitori diretti

Aspetto	Stato attuale e misure già attuate	Autovalutazione	Valutazione tra pari
Come vengono garantiti rapporti commerciali equi e leali con i fornitori diretti, in particolare attraverso la definizione delle condizioni di prezzo, pagamento e consegna, nonché nelle operazioni quotidiane?	Ci impegniamo a mantenere rapporti corretti con i nostri fornitori. La regola d'oro è: "Tratta gli altri come vorresti che gli altri trattassero te". Le trattative ostinate sui prezzi e sui termini di pagamento non sono usuali. Quando negoziamo i prezzi per progetti critici, cerchiamo di ottenere un atteggiamento cooperativo da parte del fornitore. Ciò avviene su base volontaria. Non abbiamo un particolare potere di mercato con nessuno dei nostri fornitori. Gli accordi vengono sempre rispettati. Non ci sono ritardi nei pagamenti.	7	
Quanto sono soddisfatti i fornitori delle condizioni di prezzo, pagamento e consegna?	Non ci sono riscontri negativi al riguardo, al di là della normale prassi di negoziazione.	7	
Quali misure vengono adottate per garantire che i fornitori ricevano una quota equa del valore aggiunto?	Una cooperazione equa e a lungo termine con la maggior parte dei fornitori importanti si traduce automaticamente in un giusto equilibrio tra dare e avere.	7	
Indicatori			
Durata media del rapporto commerciale con i fornitori	Circa 10 anni		
Rapporto stimato della quota di valore aggiunto tra aziende e fornitori	Circa l'85% del valore aggiunto viene generato all'interno della nostra azienda		

	Linea di base (0 punti)	Primi passi (1 punto)	Avanzato (2-3 punti)	Imparare (4-6 punti)	Esemplare (7-10 punti)
Autovalutazione					7
Valutazione tra pari				4	

Aspetto A2.2: influenza positiva sulla solidarietà e l'equità lungo la catena di approvvigionamento

Aspetto	Stato attuale e misure già attuate	Autovalutazione	Valutazione tra pari
Quali strategie adotta l'azienda per garantire rapporti equi e solidali tra tutti i soggetti coinvolti nella catena di fornitura all'interno della	Cerchiamo di prendere sempre in considerazione il prodotto o il fornitore che offre la maggiore garanzia.	4	

sua sfera di influenza?			
Quali misure adotta l'azienda lungo la catena di fornitura per richiedere e promuovere rapporti equi e solidali tra tutti i soggetti coinvolti?	Non ci sono misure corrispondenti	0	
In che modo l'azienda monitora e sanziona eventuali rischi e irregolarità al riguardo?	Non si sono ancora verificati incidenti tali da richiedere sanzioni.	n.d.	
Indicatori			
Percentuale di prodotti e materie prime acquistati con un'etichetta che riconosce la solidarietà e la giustizia	Non esistono ancora etichette per le categorie di prodotti in questione. Laddove esistono etichette, privilegiamo questi prodotti: Esempi: Telefono cellulare equo e solidale, elettricità verde.		
Percentuale di fornitori con cui è stato discusso il trattamento equo e solidale delle parti interessate o che sono stati selezionati su questa base	L'argomento non è stato discusso con i fornitori.		

	Linea di base (0 punti)	Primi passi (1 punto)	Avanzato (2-3 punti)	Imparare (4-6 punti)	Esemplare (7-10 punti)
Autovalutazione			3		
Valutazione tra pari	0				

Aspetto negativo A2.3: Sfruttamento del potere di mercato nei confronti dei fornitori

Non abbiamo potere di mercato con nessuno dei fornitori e non vi sono indicazioni che i fornitori possano soffrire a causa del nostro comportamento nei loro confronti.

	Linea di base (da 0 a 200 punti meno)
Autovalutazione	0
Valutazione tra pari	0

A2 Potenziale di miglioramento:

Non sono previsti miglioramenti specifici

A3 Sostenibilità ambientale nella catena di fornitura

Argomento:

Ogni azienda si confronta con gli impatti ambientali della catena di fornitura e li acquista insieme alle materie prime, ai prodotti e ai servizi che acquista. Le aziende sono quindi corresponsabili della sostenibilità ambientale della loro catena di fornitura. L'obiettivo è contribuire a ridurre l'impatto ambientale dell'intera catena di fornitura.

Le materie prime più importanti per i nostri prodotti e la quantità acquistata:

Anno	Materia	Quantità	Osservazione
------	---------	----------	--------------

	prima		
2019	Acciaio	18,3 t	Per ogni tonnellata di acciaio vengono prodotte 1,34 tonnellate di CO ₂ .
2019	Alluminio	5 t	Per ogni tonnellata di alluminio vengono prodotte 9,3 tonnellate di CO ₂ .

I **materiali ausiliari** più importanti per la nostra produzione e la quantità acquistata:

Anno	Materia prima	Quantità	Osservazione
2019	Concentrato di emulsione raffreddante	429 acc.	50% fossile, 50% sintetico
2019	Olio e lubrificanti	100 lt.	100% di origine fossile, per macchine e lavandini in erosione
2019	Grafite	110 kg	Per gli elettrodi
2019	Filo d'ottone	80 kg	Per l'erosione del filo, è riciclato al 100%.
2019	Utensili in carburo	150 kg	Per la lavorazione, è riciclato al 100%

Aspetto	Stato attuale e misure già attuate	Autovalutazione	Valutazione tra pari
Che tipo di energia, materiali e tecnologie vengono utilizzati nella produzione?	Energia: acquistiamo elettricità verde certificata (2019: 488.500 kWh) e produciamo noi stessi elettricità con il nostro impianto fotovoltaico (2019: 29.400 kWh). Utilizziamo il gas naturale per il riscaldamento (2019: 11.170 m ³) I materiali utilizzati per i nostri prodotti sono prevalentemente acciaio e alluminio. Nella produzione vengono utilizzate diverse tecnologie di lavorazione .	5	
Come si valutano i rischi ambientali nella catena di fornitura?	La ricerca sui prodotti più importanti ci permette di conoscere i loro rischi ecologici.	2	
Quali sono gli impatti ambientali dannosi nella catena di fornitura o con i prodotti acquistati?	La produzione di energia elettrica da fonte idroelettrica comporta il rischio di un eccessivo sfruttamento dei corsi d'acqua. Il metano è un gas dannoso per il clima quando viene rilasciato nell'atmosfera e la CO ₂ viene prodotta durante la combustione. Il tungsteno e il cobalto sono necessari per la produzione di metalli duri. L'estrazione del cobalto è considerata problematica.	3	
Quali criteri ecologici vengono presi in considerazione nella scelta dei prodotti e dei fornitori?	Compatibilità climatica, riciclabilità, bassa produzione di rifiuti, assenza di sostanze nocive	4	
Quali misure vengono adottate per ridurre l'impatto ambientale dei fornitori diretti e dell'intera catena di fornitura?	Non ci sono misure per questo	0	
Quali sono le differenze rispetto alla concorrenza in termini di acquisti ecologici?	Riteniamo di avere uno standard superiore alla media in confronto	4	

Indicatori			
Percentuale di prodotti/servizi acquistati che rappresentano un'alternativa superiore dal punto di vista ambientale	Stima del 10%		
Percentuale di fornitori che contribuiscono alla riduzione dell'impatto ambientale	Non abbiamo dati su questo		

	Linea di base (0 punti)	Primi passi (1 punto)	Avanzato (2-3 punti)	Imparare (4-6 punti)	Esemplare (7-10 punti)
Autovalutazione			3		
Valutazione tra pari		1			

Aspetto negativo A3.2: Impatti ambientali sproporzionatamente elevati nella catena di fornitura

Non siamo a conoscenza di impatti ambientali sproporzionati da parte dei fornitori.

	Linea di base (da 0 a 200 punti meno)
Autovalutazione	0
Valutazione tra pari	0

A3 Potenziale di miglioramento:

Riduzione del consumo di gas metano attraverso l'investimento in pompe di calore

A4 Trasparenza e codecisione nella catena di approvvigionamento

Argomento:

La trasparenza della catena di fornitura è un prerequisito fondamentale per una gestione etica degli acquisti, poiché solo ciò che è noto può essere gestito attivamente. Informazioni trasparenti sulla catena di fornitura garantiscono che anche altri gruppi di contatto possano rintracciare chi produce i prodotti e in quali condizioni. La trasparenza è anche la base per consentire ai fornitori di avere voce in capitolo nelle questioni che li riguardano.

Aspetto A4.1 Trasparenza e diritti di codecisione per i fornitori

Aspetto	Stato attuale e misure già attuate	Autovalutazione	Valutazione tra pari
Quali informazioni vengono rese disponibili ai fornitori e in che misura?	Informiamo per tempo i fornitori delle nostre esigenze, in modo che possano prenotare le capacità per noi ed evitare così inutili stress in termini di date di consegna. Su richiesta, pianifichiamo il nostro fabbisogno annuale con i fornitori.	6	
Come e in che misura i fornitori hanno voce in capitolo nelle situazioni e nelle aree rilevanti?	I fornitori ci comunicano entro quando hanno bisogno delle informazioni tecniche e dell'ordine da parte nostra, in modo da poter rispettare i termini di consegna. I problemi vengono discussi con i fornitori in modo orientato alla soluzione.	6	
Quanto sono soddisfatti i	Non ci sono stati commenti negativi da parte dei	6	

fornitori della politica di informazione e dei diritti di codecisione dell'azienda?	fornitori; al contrario, i nostri fornitori ci apprezzano molto come clienti.		
---	---	--	--

	Linea di base (0 punti)	Primi passi (1 punto)	Avanzato (2-3 punti)	Imparare (4-6 punti)	Esemplare (7-10 punti)
Autovalutazione				6	
Valutazione tra pari			3		

Aspetto A4.2 Influenza positiva sulla trasparenza e sulla codecisione lungo la catena di fornitura

Aspetto	Stato attuale e misure già attuate	Autovalutazione	Valutazione tra pari
Quale strategia persegue l'azienda per garantire un'interazione trasparente e partecipativa tra tutti gli stakeholder lungo la catena di fornitura nella sua sfera di influenza?	Non abbiamo contatti nella catena di fornitura oltre ai nostri fornitori diretti. Questo supererebbe di gran lunga le nostre capacità. Inoltre, siamo un fattore minuscolo rispetto agli attori della catena di fornitura.	0	
Quali misure adotta l'azienda lungo la catena di fornitura per richiedere e promuovere un'interazione trasparente e partecipativa tra tutte le parti coinvolte?	Non abbiamo preso alcuna iniziativa a questo proposito - vedi sopra	0	
In che modo l'azienda controlla e sanziona eventuali rischi e irregolarità al riguardo?	Non siamo a conoscenza di lamentele e, se ce ne fossero, sarebbe impossibile per noi influenzarle sulla nostra scala.	0	
Indicatori			
Percentuale di prodotti e materie prime acquistati con un'etichetta che tiene conto della trasparenza e della codecisione.	Non siamo a conoscenza di etichette con questo obiettivo nel nostro settore.		
Percentuale di fornitori con cui è stato discusso un approccio trasparente e partecipativo ai gruppi di stakeholder o che sono stati selezionati su questa base	Non abbiamo preso alcuna iniziativa a questo proposito - vedi sopra		

	Linea di base (0 punti)	Primi passi (1 punto)	Avanzato (2-3 punti)	Imparare (4-6 punti)	Esemplare (7-10 punti)
Autovalutazione	0				
Valutazione tra pari	0				

A4 Potenziale di miglioramento:

Redigere e inviare i questionari ai fornitori più importanti.

B1 Atteggiamento etico nella gestione delle risorse finanziarie

Argomento:

Un atteggiamento basato sui valori e sul bene comune, con l'etica finanziaria che ne deriva, comprende il denaro

solo come mezzo per le transazioni di pagamento e la moltiplicazione del denaro, non come fine in sé.

Richiede

Piuttosto, un modo di affrontarlo senza pressioni e nel rispetto della dignità umana.

Gli effetti delle forme di finanziamento e dei prodotti finanziari sugli interessi di tutte le parti coinvolte. sono esaminati criticamente.

Aspetto B1.1: Indipendenza finanziaria attraverso l'autofinanziamento

Aspetto	Stato attuale e misure già attuate	Autovalutazione	Valutazione tra pari
Come si garantisce una sufficiente copertura del rischio con i fondi propri?	L'azienda si asterrà da una rapida crescita.	9	
Quali modi diversi di generare fondi propri sono stati presi in considerazione?	La base per la generazione di capitale proprio è un'attività commerciale redditizia e allo stesso tempo un moderato prelievo di utili da parte degli azionisti. Entrambi i requisiti sono soddisfatti	9	
Indicatori			
Rapporto di capitale proprio	69,4% (2019)		
Rapporto medio di capitale proprio del settore	36% (secondo l'analisi del Marktspiegel 2020)		

	Linea di base (0 punti)	Primi passi (1 punto)	Avanzato (2-3 punti)	Imparare (4-6 punti)	Esemplare (7-10 punti)
Autovalutazione					9
Valutazione tra pari					7

Aspetto B1.2: Finanziamento del debito per il bene comune

Aspetto	Stato attuale e misure già attuate	Autovalutazione	Valutazione tra pari
Quali forme e proporzioni di finanziamento attraverso gruppi di contatto e/o banche etiche possono essere attuate o sono rilevanti?	Attualmente esiste ancora un contratto di locazione per l'edificio aziendale, che però scade nel 2023. Non si cercano ulteriori finanziamenti esterni	9	
Come sostituire i prestiti convenzionali e ridurre concretamente i rischi finanziari?	La consistenza del capitale proprio significa che non ci sono prestiti o rischi finanziari.	9	
Indicatori			
Rapporto di indebitamento	2019: 30,6% (media del settore =67% secondo l'analisi di mercato 2020)		
Finanziamento, suddiviso per tipo di finanziamento	Un contratto di leasing immobiliare		

	Linea di base (0 punti)	Primi passi (1 punto)	Avanzato (2-3 punti)	Imparare (4-6 punti)	Esemplare (7-10 punti)
Autovalutazione					9
Valutazione tra pari	1				

Aspetto B1.3: Comportamento etico dei partner finanziari esterni

Aspetto	Stato attuale e misure già attuate	Autovalutazione	Valutazione tra pari
Quali partner finanziari ha l'azienda?	Collaboriamo con la locale Cassa Raiffeisen di Bolzano (banca cooperativa) e ne siamo membri.	8	
Come valutare i partner finanziari in termini di orientamento etico e sostenibile?	La banca offre anche servizi finanziari etici (banca etica) e una parte dei suoi profitti è destinata alla società civile (ad esempio, sostegno ad associazioni e iniziative di beneficenza). Lo statuto della banca esclude la speculazione finanziaria. La Banca è membro della FEBEA a.i.s.b.l. (Federazione Europea delle Banche Etiche e Alternative).	8	
Indicatori			
Almeno tre partner finanziari principali: Banche e compagnie di assicurazione; istituto partner, prodotto finanziario e ambito di attività in ciascun caso (volume annuale).	- Contratto di leasing: con Raiffeisen Landesbank Südtirol - Assicurazione: con Raiffeisen Insurance Service (certificato B-Corp) - Conto corrente bancario: Cassa Raiffeisen Bolzano		

	Linea di base (0 punti)	Primi passi (1 punto)	Avanzato (2-3 punti)	Imparare (4-6 punti)	Esemplare (7-10 punti)
Autovalutazione					8
Valutazione tra pari			2		

B1 Potenziale di miglioramento:

Non sono previsti miglioramenti specifici

B2 Atteggiamento sociale nei confronti dei fondi

Argomento:

Un obiettivo centrale è quello di raggiungere l'equità nei confronti di tutti i gruppi di contatto. Le spese dell'azienda diventano "entrate" per i fornitori, i dipendenti e la società. Nell'utilizzo delle rimanenti eccedenze, l'attenzione è rivolta alla continuità e all'ulteriore sviluppo dell'azienda e alla creazione delle necessarie riserve di rischio. Le plusvalenze dovrebbero essere distribuite solo dopo aver effettuato sufficienti accantonamenti per il futuro.

Aspetto B2.1: Uso solidale e orientato all'interesse pubblico dei fondi

Aspetto	Stato attuale e misure già attuate	Autovalutazione	Valutazione tra pari
Quali spese future necessarie sono state identificate e in che misura è possibile	Questo ha permesso all'azienda di condurre le proprie attività fino ad oggi: - investimenti continui in processi e macchinari moderni e nella formazione dei dipendenti.	8	

coprirle e fare ulteriori accantonamenti per i rischi?	- I prodotti vengono continuamente migliorati "sul campo". - La fedeltà dei clienti esistenti viene coltivata attivamente (il cliente vuole essere convinto ancora e ancora). L'acquisizione di nuovi clienti è un problema solo sporadico, poiché non vogliamo crescere quantitativamente. - Lo sviluppo della struttura e della cultura organizzativa è in corso. - La digitalizzazione dei processi aziendali è stata fortemente spinta (sia nell'amministrazione che nella produzione - Industria 4.0). - I sistemi sono sottoposti a manutenzione continua - Si accelera l'evoluzione verso una maggiore sostenibilità e un'azienda neutrale dal punto di vista climatico. - Sono state iscritte delle riserve che possono compensare una temporanea diminuzione delle entrate.		
Quali rivendicazioni avanzano i proprietari nei confronti dei prelievi privati e su quali basi?	I prelievi privati sono sempre stati moderati e non hanno mai messo in pericolo l'azienda. L'azienda non ha quindi debiti bancari ed è finanziata con capitale proprio. Le richieste degli azionisti consistono in un adeguato compenso per le loro attività di amministratori delegati nella società	8	
Indicatori			
Figure chiave dell'azienda	Si è deciso di non pubblicare in questa sede i dati aziendali, in quanto non sono disponibili al pubblico.		

	Linea di base (0 punti)	Primi passi (1 punto)	Avanzato (2-3 punti)	Imparare (4-6 punti)	Esemplare (7-10 punti)
Autovalutazione					8
Valutazione tra pari				5	

Aspetto negativo B2.2: Distribuzione iniqua dei fondi

Non sono stati tagliati posti di lavoro e non sono stati distribuiti rendimenti sulle quote di capitale.

	Linea di base (da 0 a 200 punti meno)
Autovalutazione	0
Valutazione tra pari	0

B2 Potenziale di miglioramento:

Non sono previsti miglioramenti specifici

B3 Investimenti socio-ecologici e utilizzo dei fondi

Argomento:

La trasformazione in una società ecologicamente sostenibile richiede la considerazione degli aspetti ecologici in tutti gli investimenti, in particolare il riorientamento mirato dei flussi finanziari verso investimenti ecologicamente efficaci. Nei gruppi aziendali, gli investimenti devono essere considerati a livello di gruppo. Stabilire o mantenere sedi per trarre vantaggio da requisiti ecologici inferiori non corrisponde a un

atteggiamento orientato al bene comune. Gli investimenti possono essere effettuati anche direttamente in progetti socio-ecologici o tramite servizi finanziari. Gli effetti vanno spesso in entrambe le direzioni, sia dal punto di vista sociale che ecologico.
anche ecologici e possono quindi essere considerati insieme.

Aspetto B3.1: Qualità ambientale degli investimenti

Aspetto	Stato attuale e misure già attuate	Autovalutazione	Valutazione tra pari
Quali obiettivi di ristrutturazione del vostro sistema hanno un potenziale di miglioramento ecologico?	La sede dell'azienda è stata costruita di recente, nel 2008, e soddisfa lo standard B della casa clima.	5	
Quali fondi sono necessari per l'attuazione e quali programmi di finanziamento possono essere utilizzati?	Al momento non vediamo la necessità di investimenti in questo settore.	5	
Come si possono prendere in considerazione gli aspetti ambientali e sociali nelle decisioni di investimento?	Gli aspetti ecologici e sociali sono strategicamente importanti per il futuro della nostra azienda e vengono quindi presi in considerazione dai proprietari insieme ai dipendenti.	5	
Quali sono le ristrutturazioni specifiche che sono state o saranno effettuate?	Prima del periodo di riferimento erano già state attuate ampie misure: La sede dell'azienda è stata ricostruita nel 2008 e soddisfa lo standard di casa clima B. Installazione di un impianto fotovoltaico nel 2009, per cui non sono necessari ulteriori investimenti importanti a questo proposito.	5	
Indicatori			
Piano di investimento comprensivo dei requisiti di ristrutturazione ecologica	100.000 euro nei prossimi 2-3 anni		
Realizzazione della ristrutturazione ecologica (in migliaia di euro e in %)	Nessuno nel 2019-2020		

	Linea di base (0 punti)	Primi passi (1 punto)	Avanzato (2-3 punti)	Imparare (4-6 punti)	Esemplare (7-10 punti)
Autovalutazione				5	
Valutazione tra pari				5	

Aspetto B3.2: Investimenti per il bene comune

Aspetto	Stato attuale e misure già attuate	Autovalutazione	Valutazione tra pari
In che misura l'azienda partecipa a forme di finanziamento solidale per progetti socio-ecologici?	Siamo fondamentalmente scettici nei confronti degli investimenti al di fuori della nostra azienda. Siamo orgogliosi di realizzare un valore aggiunto concreto nella nostra professione e rifiutiamo l'idea di "generare" nuovo denaro con il denaro. Il denaro è solo un mezzo per	7	

	raggiungere un fine. Per questo motivo utilizziamo il resto del denaro in azienda e non altrove.		
Dove si ottengono le informazioni sull'impatto socio-ecologico previsto dei progetti o dei fondi di sostenibilità offerti?	Vedi sopra	7	
Indicatori			
Progetti finanziati (in migliaia di euro; % dell'investimento)	Nessuno, usiamo il resto del denaro nell'azienda e da nessun'altra parte.		
Investimenti del fondo (in migliaia di euro; % dell'investimento)	Nessuno, vedi sopra		

	Linea di base (0 punti)	Primi passi (1 punto)	Avanzato (2-3 punti)	Imparare (4-6 punti)	Esemplare (7-10 punti)
Autovalutazione					7
Valutazione tra pari	0				

Aspetto negativo B3.3: Dipendenza da risorse ecologicamente discutibili

Non sono state utilizzate risorse ecologicamente discutibili da cui dipendiamo. L'obiettivo è quello di eliminare gradualmente i combustibili fossili entro il 2030.

	Linea di base (da 0 a 200 punti meno)
Autovalutazione	0
Valutazione tra pari	0

B3 Potenziale di miglioramento:

Per l'impianto di riscaldamento è previsto il passaggio graduale dal gas metano alle pompe di calore.

B4 Partecipazione e codecisione

Argomento:

Un'azienda prospera grazie a un senso comune di attività imprenditoriale, alla conseguente visione condivisa del futuro e a una buona collaborazione. Ciò si ottiene soprattutto attraverso il processo decisionale comune, la co-creazione e quindi la corresponsabilità - idealmente attraverso la co-imprenditorialità. Questo obiettivo può essere sostenuto da una forma giuridica adeguata che faciliti l'acquisizione o il trasferimento di quote di proprietà nel senso di una vera e propria co-imprenditorialità. La partecipazione di altri stakeholder può rafforzare la comunità e rendere più resiliente l'ulteriore sviluppo dell'azienda.

Aspetto B4.1: Struttura proprietaria per il bene comune

Aspetto	Stato attuale e misure già attuate	Autovalutazione	Valutazione tra pari
Chi sono i proprietari, quali quote detengono, quali diritti, obblighi e responsabilità hanno?	L'azienda è di proprietà di Johannes Engl e di suo padre Hanns Engl ed è organizzata come società in nome collettivo, il che significa che i soci sono responsabili con tutti i loro beni. I proprietari considerano loro dovere gestire l'azienda in modo efficace e a prova di futuro, al fine di fornire ai dipendenti un posto di lavoro sicuro, sano e significativo. Allo stesso tempo, i proprietari si riservano il diritto di sviluppare	0	

	l'azienda secondo i loro valori e le loro idee e di vivere bene grazie ai loro guadagni, limitando il rischio per il patrimonio familiare.		
Come vengono garantiti principi decisionali trasparenti per tutti i proprietari e come vengono preparati i nuovi proprietari a questi compiti?	Come famiglia, prendiamo insieme le decisioni strategiche. I nuovi proprietari, ad esempio i nuovi membri della famiglia, saranno preparati per i loro compiti attraverso una formazione tecnica/commerciale e valoriale/di leadership quando sarà il momento.	0	
Come viene promossa l'espansione e l'ampliamento della struttura proprietaria?	Non è previsto un ampliamento dei proprietari	0	
Come si è sviluppato l'assetto proprietario negli ultimi anni e come viene garantito il cambiamento?	Non ci sono state modifiche	0	
Indicatori			
Distribuzione del capitale proprio: (struttura del capitale proprio in %, in ogni caso da 0 a 100 %) Imprenditori Dirigenti Dipendenti Clienti Fornitori Investitori di capitale	Famiglia imprenditoriale: 100%		

	Linea di base (0 punti)	Primi passi (1 punto)	Avanzato (2-3 punti)	Imparare (4-6 punti)	Esemplare (7-10 punti)
Autovalutazione	0				
Valutazione tra pari	0				

Aspetto negativo B4.3: Acquisizione ostile

Ad oggi non sono state effettuate e non sono previste acquisizioni.

	Linea di base (da 0 a 200 punti meno)
Autovalutazione	0
Valutazione tra pari	0

B4 Potenziale di miglioramento:

Non sono previsti miglioramenti specifici

C1 Dignità umana sul posto di lavoro e qualità del lavoro

Argomento:

La pratica della dignità umana si riflette in una cultura aziendale orientata al dipendente e basata su rispetto, apprezzamento e fiducia. La diversità nella forza lavoro è vista come un'opportunità e utilizzato. Viene creato un ambiente di lavoro che favorisce la salute. Le persone sono al centro e non è visto come un fattore di produzione.

Aspetto C1.1 Cultura aziendale incentrata sul dipendente

Aspetto	Stato attuale e misure già attuate	Autovalutazione	Valutazione tra pari
Quali misure e processi per una cultura aziendale orientata ai dipendenti sono già stati installati?	Le responsabilità sono definite nelle descrizioni delle mansioni. Gli apprendisti vengono formati in modo continuativo Le condizioni di lavoro precarie sono deliberatamente evitate. I dipendenti ricevono un premio di fedeltà aziendale e un premio di produttività, il cui importo si basa sul successo dell'azienda. Le ferie e i permessi sono organizzati in base alle esigenze dei dipendenti, le necessità familiari (ad esempio la malattia dei figli) sono prese in seria considerazione e coordinate con le esigenze della produzione. I dipendenti possono contattare informalmente il proprio responsabile di linea in caso di dubbi o richieste. L'orario di lavoro giornaliero è flessibile, in modo da poter utilizzare anche i trasporti pubblici. Ci sono orari di lavoro speciali per i singoli dipendenti a causa della cura dei bambini.	6	
Come vengono gestiti gli errori e i conflitti in azienda?	Quando si verificano problemi ed errori, l'attenzione è sempre rivolta alla ricerca costruttiva di strategie di prevenzione e non alla questione della colpa.	6	
Come si promuovono l'auto-organizzazione e la responsabilità personale?	L'attenzione è rivolta all'indipendenza di ciascun individuo. Ciò è promosso da misure organizzative che consentono ai dipendenti di organizzare il proprio lavoro in modo autonomo. Vengono attuati molti suggerimenti dei dipendenti	8	
Indicatori			
Tasso di fluttuazione	<1,5 (numero di partenze/organico x 100)		
Durata media del servizio	17 anni La durata del rapporto con l'azienda è superiore alla media.		
Numero di domande (non richieste)	circa 8 / anno		
Numero e regolarità delle indagini sulla soddisfazione lavorativa e sull'esperienza della cultura aziendale	Non vengono effettuate indagini regolari. Tuttavia, il tasso di fluttuazione è molto basso.		
Opportunità di sviluppo offerte e utilizzate (professionali e personali) in ore per dipendente	Sono state utilizzate in media 16 ore all'anno (incluso AZUBIS).		

	Linea di base (0 punti)	Primi passi (1 punto)	Avanzato (2-3 punti)	Imparare (4-6 punti)	Esemplare (7-10 punti)
Autovalutazione				6	
Valutazione tra pari				6	

Aspetto C1.2: Promozione della salute e sicurezza sul lavoro

Aspetto	Stato attuale e misure già attuate	Autovalutazione	Valutazione tra pari
Quali misure sono state implementate per promuovere la salute e la sicurezza sul lavoro e come vengono valutate?	La salute e la sicurezza sul lavoro hanno una priorità molto alta. Le misure di miglioramento sono pianificate annualmente e la loro attuazione viene verificata esternamente (secondo il sistema UNI INAIL). Tutte le postazioni di lavoro sono caratterizzate da illuminazione ergonomica, aria condizionata e accessibilità in tutta l'azienda. I dipendenti hanno accesso a una lounge e a una terrazza verde sul tetto.	6	
Quali sono i problemi o i danni alla salute che potrebbero colpire i dipendenti e quali sono le misure adottate per proteggerli?	Tutti i fattori di rischio sono stati registrati e valutati nell'analisi dei rischi e, se necessario, sono state definite misure di protezione. Il sistema è molto dettagliato, in quanto la legislazione italiana è molto severa in materia. La qualità dell'aria sul posto di lavoro è garantita dalla ventilazione controllata. Sono stati misurati i campi elettromagnetici.	8	
Indicatori			
Tasso di salute/malattia	<1,5 (numero di partenze/organico x 100)		
Numero ed entità degli infortuni sul lavoro	2018-2020: Nessun incidente industriale		
Servizi sanitari utilizzati dai dipendenti	Non sono state presentate offerte nel settore della salute		

	Linea di base (0 punti)	Primi passi (1 punto)	Avanzato (2-3 punti)	Imparare (4-6 punti)	Esemplare (7-10 punti)
Autovalutazione					7
Valutazione tra pari				5	

Aspetto C1.3: Pari opportunità e diversità

Aspetto	Stato attuale e misure già attuate	Autovalutazione	Valutazione tra pari
Che ruolo ha la diversità nell'assunzione e nel rapporto con i dipendenti e quali accordi o misure aziendali sono già in atto?	Abbiamo deliberatamente assunto collaboratori con un background migratorio Esiste una diversità linguistica tra i dipendenti. Tuttavia, la lingua madre gioca un ruolo nelle opportunità di sviluppo dei singoli dipendenti, poiché la lingua ufficiale dell'azienda è il tedesco.	3	
In quali aree i (potenziali) dipendenti potrebbero sentirsi svantaggiati e cosa si sta facendo al riguardo?	La percentuale di donne nelle professioni tecniche è pari a =0 (ma non ci sono nemmeno candidature di donne). Nessuna persona con disabilità è	0	

	attualmente occupata La lingua aziendale è il tedesco. I dipendenti la cui lingua madre è l'italiano. I dipendenti di madrelingua che non parlano sufficientemente il tedesco hanno minori opportunità di promozione. Purtroppo, la volontà di imparare la lingua è scarsa.		
Esiste un piano per le pari opportunità? I dipendenti sono soddisfatti dell'attuazione di questo piano? Come vengono gestite le violazioni?	Non esiste ancora un piano per l'uguaglianza	0	
Indicatori			
Distribuzione demografica dei dipendenti dell'azienda in relazione alle dimensioni della diversità	C'è diversità linguistica tra i dipendenti Tedesco: 16, Italiano: 6		
Programmi per la diversità utilizzati: contenuto e numero di ore per dipendente	Non sono state fatte offerte		
Diversità sociale dell'ambiente	Non specificato		
Numero di mesi di congedo di paternità/maternità	Finora non c'è stato alcun congedo di paternità.		
Numero di nuove assunzioni/flussi suddivisi per dimensione	2019/2020: 1 nuova assunzione, nessun dipendente in uscita		

	Linea di base (0 punti)	Primi passi (1 punto)	Avanzato (2-3 punti)	Imparare (4-6 punti)	Esemplare (7-10 punti)
Autovalutazione			2		
Valutazione tra pari			2		

Aspetto negativo C1.4: Condizioni di lavoro disumane

Tutte le condizioni di lavoro soddisfano gli standard desiderati e sono superiori alla media. Non ci sono reclami.

	Linea di base (da 0 a 200 punti meno)
Autovalutazione	0
Valutazione tra pari	0

C1 Potenziale di miglioramento:

- Sondaggio sulla soddisfazione dei dipendenti
- Migliore distribuzione delle responsabilità grazie all'introduzione di team leader
- L'uso efficace dei dispositivi di protezione individuale contro il rumore deve essere valutato come parte del premio di rendimento, motivando così i dipendenti.

C2 Redazione di contratti di lavoro

Argomento:

I contratti di lavoro regolano la collaborazione tra l'organizzazione e i dipendenti. Il L'organizzazione e l'allocazione di risorse quali guadagni, tempo, sicurezza o equilibrio ha hanno un'influenza considerevole sulla volontà di esibirsi, sul senso di sicurezza e sulla Benessere dei dipendenti. La struttura personalizzata dei contratti di lavoro a L'obiettivo dichiarato è quello di garantire ai dipendenti un elevato grado di autodeterminazione.

Aspetto C2.1: Organizzazione dei guadagni

Aspetto	Stato attuale e misure già attuate	Autovalutazione	Valutazione tra pari
Come viene remunerata l'organizzazione per i servizi resi e quanto sono trasparenti le condizioni sottostanti?	Il servizio è remunerato in ore Gli straordinari vengono compensati con permessi o pagati con un premio per gli straordinari. La gestione di queste condizioni è nota a tutti È previsto un premio di produttività come incentivo alle prestazioni per l'intero team. Non ci sono contratti a tempo indeterminato e non c'è lavoro temporaneo in azienda. Non ci sono contratti di lavoro a tempo determinato	6	
Come fa l'organizzazione a garantire che tutti i dipendenti ricevano un "salario vivibile" in linea con il costo della vita regionale?	Tutti i dipendenti sono pagati al di sopra del salario concordato collettivamente. Anche senza fare straordinari, la retribuzione è sufficiente.	6	
Quali possibilità ci sono nell'organizzazione di determinare i guadagni in modo auto-organizzato?	Al momento non ci sono opzioni per questo	0	
Indicatori			
Spread interno nella retribuzione	Il rapporto tra retribuzione minima e massima è in media di 1:3 (calcolato sugli equivalenti a tempo pieno).		
Guadagni mediani	Le retribuzioni mediane (stipendio annuo lordo, compresi i bonus) sono state le seguenti 2019: L'importo lordo di € 3.119 corrisponde a 2.245 euro netti 2019: 39.261 (stipendio annuo lordo) 2020: 31.319 Stipendio annuo lordo		
"Guadagni vivibili" in funzione del luogo di residenza	È garantito un salario vivibile, poiché abbiamo una sola sede a Bolzano/Italia e la retribuzione è regolata da contratti collettivi.		

	Linea di base (0 punti)	Primi passi (1 punto)	Avanzato (2-3 punti)	Imparare (4-6 punti)	Esemplare (7-10 punti)
Autovalutazione				4	
Valutazione tra pari				6	

Aspetto C2.2: Organizzazione dell'orario di lavoro

Aspetto	Stato attuale e misure già attuate	Autovalutazione	Valutazione tra pari
Come vengono registrate le ore di lavoro nell'organizzazione e come vengono distribuiti i carichi di lavoro?	Le ore di lavoro sono registrate da un orologio. Vengono adottate misure organizzative per ottenere un utilizzo equilibrato del personale e delle capacità delle macchine. L'obiettivo è garantire che i dipendenti non debbano fare straordinari. A tal fine, si è investito molto nella tecnologia di automazione che consente alle macchine di lavorare senza la presenza di personale. In caso di guasti, i dipendenti possono intervenire sul sistema da casa. Ciononostante, alcuni dipendenti fanno regolarmente straordinari, anche se in un caso superano solo il 10% delle ore lavorative settimanali. È possibile che le ore supplementari lavorate siano compensate. Sebbene sia insolito per il settore, in azienda non si lavora a turni.	5	
Che ruolo hanno gli straordinari nel successo dell'organizzazione?	Gli straordinari vengono utilizzati come riserva per compensare le fluttuazioni della situazione degli ordini. Non si lavora il sabato, la domenica e i giorni festivi. In linea di principio, l'organizzazione è concepita in modo tale che gli straordinari siano un'eccezione.	5	
Come si possono ampliare le opportunità di partecipazione sociale dei dipendenti?	Le serate gratuite a partire dalle 16:30 e i fine settimana gratuiti garantiscono la partecipazione. Non ci sono obblighi ad hoc per i dipendenti che possano entrare in conflitto con gli impegni privati.	4	
Quali possibilità ci sono nell'organizzazione di determinare l'orario di lavoro in modo auto-organizzato?	Le richieste di ferie per motivi personali dei dipendenti vengono accolte con generosità.	4	
Indicatori			
Orario di lavoro settimanale definito a livello aziendale	40 ore		
Ore di lavoro straordinario effettivamente prestate	2018: 786 ore 2019: 714 ore 2020: 340 ore		

	Linea di base (0 punti)	Primi passi (1 punto)	Avanzato (2-3 punti)	Imparare (4-6 punti)	Esemplare (7-10 punti)
Autovalutazione				4	
Valutazione tra pari				4	

Aspetto C2.3: Organizzazione del rapporto di lavoro e conciliazione vita-lavoro

Aspetto	Stato attuale e misure già attuate	Autovalutazione	Valutazione tra pari
Quali sono i modelli di lavoro offerti dall'organizzazione?	Vengono offerti tempo pieno, tempo parziale e pensionamento parziale.	6	
Quali sono le misure adottate dall'organizzazione per garantire l'equilibrio tra lavoro e vita privata?	Sebbene sia insolito per il settore, in azienda non si lavora a turni. Non si lavora il sabato, la domenica e i giorni festivi. Non ci sono obblighi ad hoc per i dipendenti che possono entrare in conflitto con gli impegni privati: il tempo libero può quindi essere pianificato. Il periodo di vacanza può essere scelto in modo relativamente libero per poterlo coordinare con altre persone o membri della famiglia (massimo 3 settimane alla volta, eccetto MA dall'Africa). In generale, gli orari di lavoro sono organizzati in modo molto flessibile per consentire ai dipendenti di tenere conto delle esigenze familiari. Anche gli stessi imprenditori organizzano il proprio orario di lavoro in modo flessibile, per conciliare le esigenze della famiglia con la vita lavorativa e per dare loro stessi l'esempio1.	6	
			
Indicatori			
Numero di dipendenti con modelli di lavoro individuali	4 da 20		
Elenco di tutti i possibili modelli di lavoro	Part-time		

	Linea di base (0 punti)	Primi passi (1 punto)	Avanzato (2-3 punti)	Imparare (4-6 punti)	Esemplare (7-10 punti)
Autovalutazione				6	
Valutazione tra pari				5	

Aspetto negativo C2.4: strutturazione iniqua dei contratti di lavoro

Non ci sono contratti di lavoro sleali nell'azienda.

	Linea di base (da 0 a 200 punti meno)
Autovalutazione	0
Valutazione tra pari	0

C2 Potenziale di miglioramento:

L'argomento deve essere discusso con un dipendente che tende a fare molti straordinari e si devono adottare misure (riduzione dell'orario di lavoro e un ufficio a domicilio parziale).

C3 Promozione di comportamenti ecologici tra i dipendenti

Argomento:

Le aziende per il bene comune sono moltiplicatori chiave per rafforzare la consapevolezza ecologica dei dipendenti. Ecco perché la funzione di modello e la politica di incentivazione delle aziende sono così importanti.

Promuovere la consapevolezza e il comportamento ecologico nella vita lavorativa quotidiana dei dipendenti gioca un ruolo fondamentale.

Aspetto C3.1 Alimentazione durante l'orario di lavoro

Aspetto	Stato attuale e misure già attuate	Autovalutazione	Valutazione tra pari
Quale valore attribuisce l'azienda all'origine ecologica e regionale dei suoi alimenti sul posto di lavoro e come si manifesta nella pratica quotidiana?	I dipendenti possono pranzare in diversi ristoranti nelle vicinanze e possono quindi scegliere i piatti da soli. L'azienda contribuisce in gran parte al costo del pranzo. Non vengono fatte raccomandazioni sulla scelta del cibo.	0	
Esiste una cucina/un impianto di cottura o una consegna (catering, ad esempio direttamente dalla fattoria, cesto di frutta)?	C'è un salone con cucina Vengono fatti sporadici tentativi di sensibilizzazione dei dipendenti (ad esempio attraverso le arance del commercio equo e solidale, che sono disponibili per essere portate via).	1	
Indicatori			
Percentuale di catering da fonti biologiche	Non conosciuto		

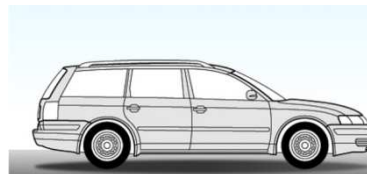
	Linea di base (0 punti)	Primi passi (1 punto)	Avanzato (2-3 punti)	Imparare (4-6 punti)	Esemplare (7-10 punti)
Autovalutazione	0				
Valutazione tra pari		1			

Aspetto C3.2 Mobilità verso il luogo di lavoro

Aspetto	Stato attuale e misure già attuate	Autovalutazione	Valutazione tra pari
Quali mezzi di trasporto utilizzano i dipendenti per raggiungere il posto di lavoro?	Viene utilizzato un mix di tutti i mezzi di trasporto: Auto, moto, ciclomotore, autobus, bicicletta, a piedi.	1	
Quali sono le possibilità per i dipendenti di rendere il loro viaggio verso il lavoro più ecologico?	Ciò dipende da molti fattori, quali: buoni collegamenti con i trasporti pubblici per il luogo di residenza, situazione familiare, distanza del luogo di residenza dal luogo di lavoro.	0	
Quali incentivi offre l'azienda per un comportamento di mobilità più attento all'ambiente? anche quando si viaggia per lavoro?	Orari di lavoro flessibili e orari regolari facilitano l'utilizzo dei trasporti pubblici da parte di tutti. Per i viaggi di lavoro poco frequenti, si privilegia sempre l'opzione di viaggio più sostenibile, se possibile.	3	

Indicatori			
Percentuale di spostamenti in auto, con i mezzi pubblici, in bicicletta o a piedi	Il 27% degli spostamenti viene effettuato con i mezzi pubblici, in bicicletta o a piedi.		

	Linea di base (0 punti)	Primi passi (1 punto)	Avanzato (2-3 punti)	Imparare (4-6 punti)	Esemplare (7-10 punti)
Autovalutazione			2		
Valutazione tra pari			2		



Aspetto C3.3 Cultura organizzativa, sensibilizzazione alla progettazione ecologica dei processi

Aspetto	Stato attuale e misure già attuate	Autovalutazione	Valutazione tra pari
Come si può descrivere la cultura aziendale in termini di aspetti ecologici?	Ci concentriamo sulle tre dimensioni della sostenibilità (ecologica, sociale ed economica). Registrando la nostra impronta alimentare di CO2 e compensando le emissioni residue, adempiamo alla nostra responsabilità e siamo un modello nel nostro settore.	5	
Che ruolo hanno i temi ecologici nei programmi di formazione continua e nel reclutamento del personale?	Non sono state avviate misure al riguardo	0	
Quali misure di sensibilizzazione vengono adottate in questo contesto?	Abbiamo chiesto a tutti i dipendenti di calcolare la loro impronta alimentare privata di CO2. L'offerta è stata ampiamente accettata	3	
Quale strategia persegue l'azienda per quanto riguarda il comportamento ecologico dei dipendenti (anche in vista dell'applicazione nella vita privata)?	Non esiste una strategia per questo	0	
Indicatori			
Consapevolezza della politica aziendale in materia di comportamento ecologico in %.	Il 27% degli spostamenti viene effettuato con i mezzi pubblici, in bicicletta o a piedi.		
Grado di accettazione, grado di utilizzo della gamma di servizi ecologici da parte dei dipendenti in %.	Non c'è un'offerta speciale		

	Linea di base (0 punti)	Primi passi (1 punto)	Avanzato (2-3 punti)	Imparare (4-6 punti)	Esemplare (7-10 punti)
Autovalutazione				4	
Valutazione tra pari			3		

Aspetto negativo C3.4 Guida agli sprechi/tolleranza di comportamenti non ecologici

La perfezione nel comportamento ecologico non esiste nemmeno nella nostra azienda, ma il comportamento ecologico è chiaramente favorito in tutti i settori e questo viene comunicato anche in questo modo

	Linea di base (da 0 a 200 punti meno)
Autovalutazione	0
Valutazione tra pari	0

C3 Potenziale di miglioramento:

Informazione e promozione della motivazione dei dipendenti a favore di una mobilità più ecologica verso il luogo di lavoro

C4 Co-decisione interna e trasparenza

Argomento:

L'azienda o l'organizzazione è un luogo di partecipazione attiva e di coinvolgimento per tutti. Dipendenti. Tutti i dipendenti possono contribuire con le loro idee, suggerimenti o impulsi. e quindi assumersi una responsabilità comune e contribuire al benessere dell'azienda. Il L'identificazione con l'azienda o con l'organizzazione aumenta e la saggezza dei molti diventa utilizzato.

Aspetto C4.1: Trasparenza interna

Aspetto	Stato attuale e misure già attuate	Autovalutazione	Valutazione tra pari
Quali dati sono accessibili ai dipendenti e in quale forma?	Ci impegniamo a garantire che tutti i dipendenti abbiano accesso ai dati di cui hanno bisogno per svolgere il proprio lavoro. Tutti i dati rilevanti sono accessibili nel sistema ERP. Esistono diversi diritti di accesso. A tutti i dipendenti vengono fornite periodicamente informazioni sull'andamento delle vendite, del valore aggiunto e della produttività, nonché sulla situazione reddituale Forma qualitativa (scarso, medio-buono, ottimo) Ogni sei mesi viene pubblicato un rapporto sul premio di produttività. Esiste una valutazione annuale degli obiettivi di qualità in conformità alla norma ISO9001 e dei dati sulle emissioni di CO2.	3	
Quanto è facile o difficile per i dipendenti accedere ai dati? Quali sono i dispositivi fisici, ostacoli intellettuali o di altro tipo? E perché?	Le informazioni sono scritte in due lingue e presentate o visualizzate in una forma adeguata.	3	
Quali dati critici o essenziali non sono liberamente accessibili ai dipendenti? Perché?	Le informazioni sugli stipendi, le cifre esatte dei guadagni non sono pubblicate. Le disposizioni sulla protezione dei dati sono rispettate	0	
Che cosa si fa per garantire che i dati finanziari possano essere facilmente compresi da tutti i dipendenti?	Il significato dei termini più importanti è illustrato nelle comunicazioni.	2	
Indicatori			

Grado di trasparenza dei dati critici ed essenziali (valutazione in %)	40%		

	Linea di base (0 punti)	Primi passi (1 punto)	Avanzato (2-3 punti)	Imparare (4-6 punti)	Esemplare (7-10 punti)
Autovalutazione			2		
Valutazione tra pari			2		

Aspetto C4.2: Legittimazione dei dirigenti

Aspetto	Stato attuale e misure già attuate	Autovalutazione	Valutazione tra pari
Come vengono selezionati i manager e da chi? Sono nominati dall'alto o eletti dal basso?	La nostra azienda ha gerarchie molto piatte: Amministratore delegato - Direttore di produzione - Dipendenti Non possiamo riferire sulla nomina dei dirigenti nella pratica, poiché le nomine attuali risalgono a diversi decenni fa.	0	
Quali opportunità di partecipazione hanno i membri del team? Perché o perché no?	Attualmente, non esistono opportunità dirette di partecipazione alla selezione dei dirigenti.	0	
Quali misure seguono il feedback dei dipendenti sulle loro prestazioni? Dirigenti?	Non esiste un sistema per fornire feedback ai manager	0	
Indicatori			
Percentuale di manager che sono stati consultati/discussi/co-progettati/co-decisi dai propri dipendenti sono legittimati	Non ci sono dati su questo		

	Linea di base (0 punti)	Primi passi (1 punto)	Avanzato (2-3 punti)	Imparare (4-6 punti)	Esemplare (7-10 punti)
Autovalutazione	0				
Valutazione tra pari	0				

Aspetto C 4.3: Co-decisione dei dipendenti

Aspetto	Stato attuale e misure già attuate	Autovalutazione	Valutazione tra pari
A quali decisioni possono partecipare i dipendenti e come (maggioranza democratica o consenso)?	Per principio, nessuna decisione viene presa sopra le teste delle persone interessate, ma sempre con il loro coinvolgimento. Nel caso degli investimenti, chiediamo il parere delle persone interessate dalla misura e incorporiamo i loro suggerimenti nella decisione.	3	
In quale forma i dipendenti possono contribuire con le loro idee, suggerimenti o impulsi?	Siamo un'azienda a conduzione familiare con rapporti diretti tra la direzione e i dipendenti. I suggerimenti possono essere comunicati in modo informale direttamente ai manager di linea, in	6	

	forma scritta e verbale.		
Qual è la vostra esperienza in materia di trasparenza e partecipazione dei dipendenti?	L'accettazione dei dipendenti è fondamentale per il successo delle misure e delle decisioni strategiche. Per la maggior parte dei dipendenti è importante avere voce in capitolo su come vengono attuate le misure e i cambiamenti.	3	
Che cosa si sta facendo in azienda per dare ai dipendenti maggiori responsabilità e essere in grado di prendere decisioni?	Fornendo informazioni attraverso il sistema ERP, otteniamo una maggiore auto-organizzazione tra i dipendenti, che contribuisce in modo significativo alla soddisfazione e alla motivazione degli stessi.	4	
Indicatori			
Percentuale di manager che sono stati consultati/discussi/co-progettati/co-decisi dai propri dipendenti sono legittimati	Non ci sono dati su questo		

	Linea di base (0 punti)	Primi passi (1 punto)	Avanzato (2-3 punti)	Imparare (4-6 punti)	Esemplare (7-10 punti)
Autovalutazione				4	
Valutazione tra pari				4	

Aspetto negativo C4.4: Prevenzione del consiglio di fabbrica

Un consiglio di fabbrica non è né sensato né usuale per le dimensioni della nostra azienda (circa 20 dipendenti).

	Linea di base (da 0 a 200 punti meno)
Autovalutazione	0
Valutazione tra pari	0

C4 Potenziale di miglioramento:

- C4.1: Organizzare informazioni estese sulla performance aziendale
- C4.2: Indagine sulla soddisfazione dei dipendenti nei confronti dei dirigenti nell'ambito di un'analisi di soddisfazione
- C 4.3: Migliorare il processo di codecisione dei dipendenti introducendo i team leader

D1 Relazione etica con il cliente it

Argomento:

I clienti sono visti come partner alla pari, i contatti sono stabiliti su un piano di parità e l'intento principale è il benessere e la soddisfazione ottimale delle esigenze del cliente. Le relazioni etiche con i clienti comprendono anche la rinuncia alle vendite o ai profitti, se ciò è nell'interesse del cliente. Non sono nell'interesse del cliente: la pubblicità sleale, il whitewashing, l'occultamento, la pressione all'acquisto.



In quanto fornitore dell'industria, i clienti della nostra azienda sono esclusivamente aziende, non privati o consumatori finali. Il potere di mercato spetta chiaramente ai clienti, poiché noi eseguiamo gli ordini solo su preventivo o su ordinazione.

Aspetto D1.1: Comunicazione umana con i clienti

Nella nostra azienda vengono praticati valori fondamentali come la trasparenza, l'onestà e la considerazione per il reale beneficio del cliente. Siamo fornitori dell'industria. Questo tipo di clienti è per sua natura concentrato sul reale beneficio di un prodotto. Per la maggior parte, lavoriamo per clienti abituali che riforniamo da molti anni. Quando vendiamo, ci concentriamo sempre sul rapporto a lungo termine con il cliente. I valori con cui operiamo sono noti a tutti i dipendenti che hanno contatti con i clienti.

Aspetto	Stato attuale e misure già attuate	Autovalutazione	Valutazione tra pari
Come vengono acquisiti i nuovi clienti e come vengono seguiti i clienti abituali?	I nuovi clienti vengono di solito acquisiti attraverso le raccomandazioni di altri clienti, tramite il sito web o le fiere. I clienti abituali devono essere continuamente "convinti" dalla qualità dei prodotti e dei servizi e dalle corrette pratiche commerciali. Tutti i clienti rilevanti vengono intervistati annualmente in merito alla loro soddisfazione.	6	
Come fa l'azienda a garantire che i vantaggi per i clienti abbiano la precedenza sui propri obiettivi di vendita?	I clienti si aspettano soluzioni innovative e convenienti. Non è insolito per noi offrire ai clienti un'alternativa più economica se siamo convinti dei vantaggi per il cliente.	6	
Come vengono gestite le richieste e i reclami dei clienti e come viene garantito un approccio pragmatico?	I requisiti dei clienti vengono comunicati nell'area tecnica principalmente attraverso le specifiche, che vengono rispettate meticolosamente. I reclami vengono registrati in conformità alla norma ISO 9001, le misure correttive/le correzioni vengono avviate gratuitamente e, se possibile, vengono adottate misure di miglioramento per evitare errori in futuro.	8	
Indicatori			
Panoramica dei budget per il marketing, le vendite e la pubblicità: spese per misure e campagne	Spese di marketing, vendita e pubblicità: 2019: € 8.767 2020: € 3.623		
Tipo di pagamento per i dipendenti delle vendite: componenti fisse e legate	La maggior parte delle vendite viene effettuata dal titolare stesso. Non ci sono elementi salariali legati alle vendite		

alle vendite in %			
Obiettivi di vendita interni all'azienda: sì/no	Esiste un obiettivo generale di vendita annuale per l'azienda, ma non obiettivi per le singole attività e funzioni.		

	Linea di base (0 punti)	Primi passi (1 punto)	Avanzato (2-3 punti)	Imparare (4-6 punti)	Esemplare (7-10 punti)
Autovalutazione				6	
Valutazione tra pari				6	

Aspetto D1.2: Accessibilità

Aspetto	Stato attuale e misure già attuate	Autovalutazione	Valutazione tra pari
Quali sono le barriere che influenzano l'acquisto e l'utilizzo di prodotti e servizi?	Non ci sono barriere per quanto riguarda i nostri clienti, a condizione che la loro affidabilità creditizia sia data e che il loro comportamento nei pagamenti sia in ordine.	3	
Quali gruppi di clienti svantaggiati sono considerati un gruppo target?	Le start-up e le piccole imprese ricevono una consulenza gratuita e, se necessario, vengono messe in contatto con i contatti più adatti.	3	
In che modo i clienti svantaggiati possono accedere e utilizzare più facilmente i prodotti/servizi?	C'è una cultura dell'"aiuto" quando ci viene richiesto	3	
Come si garantisce che le aziende più piccole e orientate alla comunità ricevano almeno le stesse condizioni e servizi dei grandi clienti?	Tutti i clienti vengono trattati allo stesso modo. Gli accordi presi vengono rispettati, indipendentemente dalla rilevanza del cliente. Vengono eseguite anche le riparazioni che hanno un basso impatto sul fatturato.	5	
Indicatori			
Quota di vendite in % del portafoglio prodotti acquistati da gruppi di clienti svantaggiati.	Quota di vendita in % dei clienti con fatturato annuo < 20.000 euro 2019: 68% (47 clienti in totale, 32 clienti con vendite <20.000 euro) 2020: 76% (38 clienti in totale, 29 clienti con vendite <20.000 euro)		

	Linea di base (0 punti)	Primi passi (1 punto)	Avanzato (2-3 punti)	Imparare (4-6 punti)	Esemplare (7-10 punti)
Autovalutazione			3		
Valutazione tra pari			3		

Aspetto negativo D1.3. Misure pubblicitarie non etiche

Non esistono misure pubblicitarie critiche che vadano oltre una homepage informativa, informazioni neutre sul prodotto, istruzioni per l'uso o trasferimento di conoscenze.

	Linea di base (da 0 a 200 punti meno)
--	---------------------------------------

Autovalutazione	0
Valutazione tra pari	0

D1 Potenziale di miglioramento

Per il momento non sono previsti miglioramenti concreti

D2 Cooperazione e solidarietà con le altre imprese

Argomento:



La cooperazione e la solidarietà con le altre imprese si basano su una atteggiamento di apprezzamento e comportamento all'altezza degli occhi nei confronti di altre aziende. La competizione è vista e praticata come una sfida sportiva in modo trasparente e rispettoso e non come una soppressione ostile.

Aspetto D2.1 Cooperazione con le cooperazioni

Aspetto	Stato attuale e misure già attuate	Autovalutazione	Valutazione tra pari
Quali aziende stanno già collaborando e quali sono gli obiettivi perseguiti?	La nostra azienda mantiene un dialogo aperto con altre imprese, anche dello stesso settore. Non esistono cooperazioni istituzionalizzate	1	
Con quali aziende e in quali settori si cercherà di collaborare in futuro?	Non sono previste collaborazioni istituzionalizzate	0	
In quali aree le conoscenze e le informazioni vengono condivise con altre aziende?	Siamo attivamente coinvolti nell'associazione professionale dei meccanici e degli attrezzisti dell'Alto Adige (presidenza) e nell'associazione industriale tedesca VDWF (gruppo di lavoro sulla sostenibilità). Sulla nostra homepage rendiamo note le tecnologie con cui lavoriamo... Su richiesta vengono organizzate visite guidate, spesso anche per altre aziende dello stesso settore.	6	
Quali misure per aumentare gli standard del settore sono state attuate o sono in programma?	Ci impegniamo a migliorare la formazione degli apprendisti e lo scambio di esperienze tra le aziende, nonché l'orientamento sostenibile del nostro settore.	6	
Indicatori			
Quanto tempo e/o risorse vengono investiti in prodotti o servizi creati in collaborazione?	Nessun dato disponibile		
Quale percentuale di tempo/fatturato viene spesa/realizzata attraverso la cooperazione con le seguenti aziende	Aziende che si rivolgono allo stesso gruppo target (anche a livello regionale): nessuna Aziende dello stesso settore che si rivolgono a un gruppo target regionale diverso: nessuna Aziende dello stesso settore nella stessa regione, con un gruppo target diverso: nessuna		
In quali dei seguenti settori è coinvolta l'azienda?	a) Cooperazione con le iniziative della società civile per aumentare gli standard ecologici/sociali/qualitativi del settore: presidenza dell'associazione professionale LVH (ad esempio, standard per la formazione degli apprendisti).		

	b) Contributo attivo all'innalzamento degli standard legali all'interno del settore (lobbying responsabile): nessuno. c) Collaborazione a iniziative volte a innalzare gli standard ecologici/sociali/qualitativi del settore: Patto per il futuro per l'Alto Adige (area della sostenibilità), Alleanza per il clima 2025 (area dei gas serra), VDWF (gruppo di lavoro sulla sostenibilità).		
--	--	--	--

	Linea di base (0 punti)	Primi passi (1 punto)	Avanzato (2-3 punti)	Imparare (4-6 punti)	Esemplare (7-10 punti)
Autovalutazione				4	
Valutazione tra pari				4	

Aspetto D2.2 Solidarietà con le altre imprese

Aspetto	Stato attuale e misure già attuate	Autovalutazione	Valutazione tra pari
In quali ambiti l'azienda è solidale con altre aziende e fornisce un aiuto altruistico?	Se per motivi tecnici non siamo in grado di evadere un ordine da soli, trasmettiamo al cliente, se possibile, i dati di altre aziende della regione. Siamo lieti di aiutare su richiesta di altre aziende, di trasmettere informazioni e di organizzare tour della nostra azienda.	1	
Indicatori			
Quanti lavoratori o ore di lavoro sono stati trasferiti alle aziende?	Nessun dipendente è stato trasferito ad altre società.		
Quanti ordini sono stati trasferiti alle co-aziende?	Trasmissione di informazioni e contatti per circa 6 ordini su un totale di circa 200.		
Qual è l'ammontare dei finanziamenti o degli ordini che sono stati trasferiti alle aziende?	Non sono stati emessi ordini per sostenere le coimprese.		

	Linea di base (0 punti)	Primi passi (1 punto)	Avanzato (2-3 punti)	Imparare (4-6 punti)	Esemplare (7-10 punti)
Autovalutazione		1			
Valutazione tra pari			2		

Aspetto negativo D2.3: Abuso di potere di mercato nei confronti delle co-imprese

Aspetto	Stato attuale e misure già attuate	Autovalutazione	Valutazione tra pari
In quali settori l'azienda potrebbe disturbare, bloccare o danneggiare altre aziende?	Non siamo a conoscenza di alcun potere di mercato di questo tipo.	N.D.	
Che ruolo ha nel conquistare quote di mercato e come viene affrontato l'obiettivo della	Non siamo orientati alla crescita in senso monetario, né siamo leader di mercato.	N.D.	

leadership di mercato?			
Indicatori			
Se viene fatto un confronto valutativo (migliore/peggiore o nell'USP) con la prestazione e il offerte da parte di altre aziende nella comunicazione?	no		
Se viene utilizzata una strategia di prezzi di dumping per almeno un prodotto o servizio seguito?	no		
Vengono stipulati accordi di prezzo segreti o occulti con altre aziende?	no		
La massimizzazione della quota di mercato a scapito di altre aziende, di clienti o di produttori ancorati alla strategia aziendale?	no		
Se si ottengono numerosi brevetti per idee di prodotti propri che non vengono perseguiti o utilizzati dall'azienda stessa e che non violano i brevetti di altre aziende del settore, si può fare affidamento su un'azienda che non è in grado di offrire un servizio di assistenza tecnica. potrebbe o dovrebbe bloccare ulteriori sviluppi/ricerche/innovazioni?	no		

	Linea di base (da 0 a 200 punti meno)
Autovalutazione	0
Valutazione tra pari	0

D2 Potenziale di miglioramento

Per il momento non sono previsti miglioramenti concreti

D3 Impatto ecologico dell'uso e dello smaltimento di prodotti e servizi

Argomento:

L'uso e lo smaltimento di prodotti e servizi ha spesso un impatto ecologico negativo, che dovrebbe essere minimizzato il più possibile. In particolare, si tratta degli effetti che clienti e consumatori subiscono in seguito all'utilizzo (consumo di energia, emissioni, ecc.) fino allo smaltimento del prodotto. riciclaggio o smaltimento finale.

D3.1 Rapporto costi-benefici ecologici di prodotti e servizi (efficienza e coerenza)

Aspetto	Stato attuale e misure già attuate	Autovalutazione	Valutazione tra pari
In che misura l'azienda è consapevole del effetti ecologici attraverso l'utilizzo e la Smaltimento di prodotti e servizi conosciuto?	I nostri prodotti sono costituiti per il 95% da metalli riciclabili (acciaio, alluminio), che hanno un valore e vengono quindi riciclati dai clienti al termine della loro vita utile.	6	
Quanto è grande l'impatto ecologico della Prodotti e servizi, in termini assoluti e rispetto alle alternative esistenti con benefici simili?	I nostri prodotti sono caratterizzati da un'elevata qualità, che ha un impatto significativo sulla durata dei prodotti. Grazie all'elettricità verde e a un impianto fotovoltaico, manteniamo la nostra impronta ecologica inferiore agli standard del settore.	5	
Quali strategie e misure vengono utilizzate per ridurre l'impatto ambientale causato dall'uso e dallo smaltimento di prodotti e servizi?	L'utilizzo dei nostri prodotti è chiaramente definito dai processi industriali del cliente e non può essere influenzato da noi. I nostri prodotti devono essere conformi alle specifiche del cliente e quindi abbiamo poco margine di manovra.	3	
In che modo la riduzione dell'impatto ecologico Effetti per quanto riguarda l'uso e lo smaltimento dei prodotti e dei servizi nella Il modello di business è stato preso in considerazione?	Il riciclaggio dei prodotti e la separazione dei metalli sono facilitati dal fatto che non vengono utilizzati giunti adesivi o saldati, ma tutto è avvitato.	3	

	Linea di base (0 punti)	Primi passi (1 punto)	Avanzato (2-3 punti)	Imparare (4-6 punti)	Esemplare (7-10 punti)
Autovalutazione				5	
Valutazione tra pari				5	

D3.2 Uso moderato di prodotti e servizi (sufficienza)

Aspetto	Stato attuale e misure già attuate	Autovalutazione	Valutazione tra pari
In che misura la sufficienza o l'uso moderato sono ancorati nel modello di business?	I nostri prodotti sono attrezzature per la produzione in serie e sono quindi progettati per un'elevata produzione e per una durata di vita più lunga possibile. La durata è rigorosamente monitorata dal cliente. Il prodotto è progettato per il massimo utilizzo; un "utilizzo moderato" non ha senso in un processo di produzione.	6	
In che misura l'azienda Affrontare la sufficienza e	Finora nessuna controversia	0	

uso moderato dei prodotti e servizi si svolgono?			
Quali strategie e misure vengono utilizzate per consumo moderato e uso sufficiente di prodotti e servizi?	L'"utilizzo moderato" non ha senso in un processo di produzione.	n.d.	
Quali prodotti e servizi sono destinati o supportano un uso moderato?	Il servizio di riparazione invece di una nuova produzione ha senso dal punto di vista economico ed ecologico e viene suggerito anche ai clienti.	4	
In che misura la comunicazione del Azienda con clienti e consumatori per promuovere un uso moderato?	Finora nessuna controversia	n.d.	

	Linea di base (0 punti)	Primi passi (1 punto)	Avanzato (2-3 punti)	Imparare (4-6 punti)	Esemplare (7-10 punti)
Autovalutazione			3		
Valutazione tra pari			3		

Aspetto negativo D3.3: Accettazione deliberata di impatti ecologici sproporzionati

I nostri prodotti non hanno un'obsolescenza programmata, in quanto sono progettati per la massima durata possibile, anche in base alle richieste dei clienti. In alcuni casi, sono addirittura richieste e garantite quantità minime di produzione degli utensili.

	Linea di base (da 0 a 200 punti meno)
Autovalutazione	0
Valutazione tra pari	0

D3 Potenziale di miglioramento

Per il momento non sono previsti miglioramenti concreti

D4 Partecipazione dei clienti e trasparenza dei prodotti

Argomento:

La partecipazione dei clienti può fornire informazioni sui miglioramenti eco-sociali e sostenibili dei prodotti, sulle innovazioni dei prodotti e dei servizi e sul futuro sviluppo del mercato di vendita. I clienti possono comunicare le loro esperienze direttamente all'azienda o condividerle tra loro, aumentando così la loro influenza.

Aspetto D4.1: Partecipazione dei clienti, sviluppo congiunto dei prodotti e ricerca di mercato

Aspetto	Stato attuale e misure già attuate	Autovalutazione	Valutazione tra pari
Quali opzioni e diritti specifici di co-determinazione sono concessi ai clienti e come vengono comunicati?	A causa della natura del settore, il cliente ha un forte diritto di codecisione, in quanto sviluppiamo e produciamo i nostri prodotti per conto del cliente.	7	
Vengono recepiti gli impulsi dei clienti per il miglioramento socio-ecologico di prodotti e servizi o vengono sviluppati insieme ai clienti prodotti e servizi con un maggiore impatto sulla sostenibilità?	Se disponibili, vengono registrati gli impulsi dei clienti. Non intraprendiamo sviluppi propri in direzione della sostenibilità, poiché il nostro margine di manovra è molto limitato.	1	
Qual è l'obiettivo delle ricerche di mercato?	Monitoriamo il mercato alla ricerca di nuovi sviluppi e tendenze e partecipiamo attivamente a confronti e competizioni di settore. In questo contesto, svolgiamo un ruolo attivo nell'assicurare che gli aspetti della sostenibilità siano inclusi in questi confronti di settore, contribuendo così a sensibilizzare l'intero settore.	8	
Indicatori			
Percentuale di innovazioni di prodotto e di servizio che sono il risultato dell'impulso dei clienti.	70% (stima)		
Numero di innovazioni di prodotti e servizi con miglioramenti socio-ecologici creati con il coinvolgimento dei clienti.	nessuno		

	Linea di base (0 punti)	Primi passi (1 punto)	Avanzato (2-3 punti)	Imparare (4-6 punti)	Esemplare (7-10 punti)
Autovalutazione				6	
Valutazione tra pari				6	

Aspetto D4.2 Trasparenza del prodotto

Aspetto	Stato attuale e misure già attuate	Autovalutazione	Valutazione tra pari
Quanto sono pubbliche e trasparenti le informazioni sui prodotti? In che misura sono indicati tutti gli ingredienti e le informazioni ecologicamente rilevanti?	I nostri prodotti non sono standard, ma soluzioni personalizzate per il cliente - pertanto non è possibile pubblicare informazioni sui prodotti valide in generale.	N.D.	
Quali informazioni sui prezzi lungo la catena del valore sono riportate?	L'85% del valore aggiunto viene creato all'interno dell'azienda, quindi questo aspetto è irrilevante	N.D.	
Cosa si sa dell'entità degli oneri socio-ecologici causati dai prodotti e servizi non inclusi nei prezzi (la cosiddetta esternalizzazione)?	Il 90% del valore aggiunto viene creato all'interno dell'azienda, pertanto questo aspetto è irrilevante	6	
Indicatori			
Percentuale di prodotti con ingredienti etichettati (in % delle vendite).	95% (i componenti principali dei prodotti sono i metalli)		
Percentuale di prodotti e servizi con componenti di prezzo pubblicate (in % del totale). vendite).	nessuno		
Entità dei costi esternalizzati di prodotti e servizi.	Non ci sono indagini interne su questo		

	Linea di base (0 punti)	Primi passi (1 punto)	Avanzato (2-3 punti)	Imparare (4-6 punti)	Esemplare (7-10 punti)
Autovalutazione				5	
Valutazione tra pari				6	

Aspetto negativo D4.3: Mancata etichettatura delle sostanze pericolose

Aspetto	Stato attuale e misure già attuate	Autovalutazione	Valutazione tra pari
I prodotti contengono sostanze nocive per i clienti o per l'ambiente? Ci sono effetti collaterali dannosi quando si usano i prodotti?	I nostri prodotti sono realizzati in acciaio o alluminio. Questi materiali non contengono sostanze nocive che potrebbero essere rilasciate nell'ambiente.	N.D.	
Indicatori			
Percentuale di prodotti con sostanze pericolose o rischi di utilizzo non trasparenti per il pubblico sono dichiarati (in %	I nostri prodotti sono realizzati in acciaio o alluminio. Questi materiali non contengono sostanze pericolose o rischi di utilizzo non dichiarati pubblicamente in modo trasparente.		

delle vendite).			
-----------------	--	--	--

	Linea di base (da 0 a 200 punti meno)
Autovalutazione	0
Valutazione tra pari	0

D4 Potenziale di miglioramento

Per il momento non sono previsti miglioramenti concreti

E1 Significato e impatto sociale di prodotti e servizi

Argomento:

Lo scopo di un'azienda di interesse pubblico è quello di offrire esclusivamente prodotti e produrre o offrire servizi che contribuiscano attivamente al bene comune.

Ciò significa che sono necessari per una vita fisicamente e mentalmente sana e semplice (sufficiente) e sono prodotti nel modo più socialmente accettabile ed ecologico possibile.

Inoltre, le organizzazioni non profit offrono soluzioni per le maggiori sfide del futuro.

umanità, ad esempio la lotta alla povertà, l'alimentazione di qualità per tutte le persone, l'istruzione, La salute e la soluzione dei mali sociali.

Aspetto E1.1: I prodotti e i servizi soddisfano i bisogni primari e soddisfano le esigenze di buona vita

I nostri prodotti sono utilizzati principalmente per soddisfare il bisogno fondamentale di mobilità. L'85% dei nostri prodotti sono mezzi di produzione per l'industria automobilistica (di cui circa il 40% per i veicoli commerciali come camion e autobus e il 35% per le automobili), mentre il 15% è destinato alle infrastrutture del gas e dell'acqua. A nostro avviso, il progresso tecnico nell'industria automobilistica e dei trasporti è vantaggioso per la società, ma gran parte del "progresso" e dei perfezionamenti tecnici sono puro lusso e non sono realmente necessari. L'eccesso di trasporti comporta gravi rischi ecologici.

Tutti i nostri prodotti e quelli dei nostri clienti sono in grado di soddisfare i bisogni primari delle persone, con l'avvertenza che non possiamo garantire l'utilizzo finale dei prodotti da parte del consumatore finale.

I prodotti dei nostri clienti contribuiscono a soddisfare questi bisogni umani fondamentali:

1. sostegno alla vita/salute/benessere: La mobilità di merci e persone e le infrastrutture per l'approvvigionamento di acqua e gas sono un elemento fondamentale della nostra società.

6. svago/ricreazione: mobilità individuale (per esempio, andare in vacanza) permette a molte persone di prendersi una pausa dalla vita quotidiana e può renderle felici

9. libertà/autonomia: la mobilità individuale offre molte opportunità di lavoro e di incontro.

(I bisogni fondamentali secondo l'economista Maximilian Max-Neef - "Sviluppo a misura d'uomo"→

https://de.wikipedia.org/wiki/Manfred_Max-Neef)

Aspetto	Stato attuale e misure già attuate	Autovalutazione	Valutazione tra pari
Quali dei nove bisogni fondamentali (vedi sotto) soddisfano i prodotti e i servizi dell'azienda?	Tipo di beneficio in % del fatturato: Bisogni soddisfatti: Bisogni di base: 50%, status symbol/lusso: 50%. La mobilità individuale, il trasporto delle merci e le infrastrutture soddisfano i bisogni fondamentali delle persone. Servizio di sviluppo: ... delle persone: 20%, della terra/biosfera: 20%. Lo sviluppo di soluzioni tecniche innovative serve	2	

	allo sviluppo delle persone e del pianeta. Purtroppo, molti sviluppi positivi di vengono annullati da effetti di rimbalzo. Risolve i problemi sociali o ecologici in base agli obiettivi di sviluppo delle Nazioni Unite: 10%. Esiste il rischio elevato che i prodotti dei nostri clienti, e quindi il nostro prodotto, causino più problemi di quanti ne risolvano. Vantaggi dei prodotti/servizi: Prestazione multipla o prestazione singola: 100%. Inibizione o pseudo-beneficio: 0% Vantaggio negativo: 0%		
Quali sono i prodotti e i servizi di lusso che sono perlopiù "solo" per le persone che hanno bisogno di un'assistenza tecnica? proprio status e attraverso prodotti più economici e che consumano meno risorse. e servizi della vita semplice o buona?	Circa il 30% di questi sono componenti installati in veicoli di fascia alta.	1	
In che modo i prodotti e i servizi servono alla crescita personale e alla salute delle persone?	0%	0	
Quali problemi sociali o ecologici (regionali o globali) sono causati da prodotti e servizi risolti o ridotti al minimo?	Alcuni prodotti dei nostri clienti sono progettati per ridurre il consumo di carburante dei veicoli.	1	
Indicatori			
Quota del tipo di prestazione in % del fatturato totale: Esigenze soddisfatte: ○ Bisogni di base (... %) ○ Status symbol o lusso (... %) Serve allo sviluppo ... ○ del popolo (... %) ○ della terra/biosfera (... %) Risolve problemi sociali o ecologici secondo gli obiettivi di sviluppo delle Nazioni Unite (... %) ● Vantaggi dei prodotti/servizi: ○ Prestazione multipla o prestazione singola (... %) ○ Inibizione o pseudo-	I nostri prodotti sono destinati a questi mercati: 80% automotive, 20% infrastrutture Esigenze di base soddisfatte (mobilità, trasporti, infrastrutture: 60%) Status symbol/luogo (auto di lusso): 40% Al servizio dello sviluppo delle persone: 100%. Risolve problemi sociali o ecologici: (sviluppo della mobilità elettrica, condotte idriche): 20% Uso multiplo o singolo: 100%.		

beneficio (... %) ○ Beneficio negativo (... %)			
---	--	--	--

	Linea di base (0 punti)	Primi passi (1 punto)	Avanzato (2-3 punti)	Imparare (4-6 punti)	Esemplare (7-10 punti)
Autovalutazione		1			
Valutazione tra pari		1			

Aspetto E1.2: Impatto sociale di prodotti e servizi

Non abbiamo alcuna influenza diretta sull'effetto dei prodotti dei nostri clienti, in quanto realizziamo solo risorse di produzione per singole parti di essi.

Aspetto	Stato attuale e misure già attuate	Autovalutazione	Valutazione tra pari
In che modo i prodotti e i servizi contribuiscono a rafforzare la comunità nella vita privata e professionale?	Non è possibile rispondere a questa domanda nel nostro caso	n.d.	
Quali gruppi di interesse vengono raggiunti da attività esterne all'azienda? Attraverso quali misure?	I nostri prodotti non raggiungono gruppi di interesse diversi dai nostri clienti. Tuttavia, siamo coinvolti in gruppi di lavoro per rafforzare la sostenibilità nel nostro settore e nella nostra regione e condividiamo le nostre conoscenze ed esperienze pratiche, tra l'altro, nelle conferenze.	3	
Che effetto concreto hanno le misure sulla società - dalla conoscenza al cambiamento di atteggiamento, dal cambiamento delle motivazioni comportamentali al cambiamento dello stile di vita?	In qualità di pionieri del settore in materia di sostenibilità, stiamo portando avanti un processo di riflessione e, auspicabilmente, anche un cambiamento di comportamento. Il nostro concetto di "produzione sostenibile di utensili" è stato pubblicato in diverse interviste/articoli su riviste in Germania e in Italia.	5	
Indicatori			
Tipo e numero di attività/misure all'anno	5		
Numero di persone raggiunte, ad esempio lettori e visitatori	>1000 (stima)		

	Linea di base (0 punti)	Primi passi (1 punto)	Avanzato (2-3 punti)	Imparare (4-6 punti)	Esemplare (7-10 punti)
Autovalutazione				4	
Valutazione tra pari		1			

Aspetto negativo E1.3: Prodotti e servizi disumani

Aspetto	Stato attuale e misure già attuate	Autovalutazione	Valutazione tra pari
Quali sono gli effetti	Rifiutiamo gli ordini dell'industria delle armi.	n.d.	

negativi diretti e indiretti dei prodotti e dei servizi sulla vita e sulla salute degli esseri viventi?	Non produciamo utensili per il PVC. I nostri prodotti non sono disumani.		
Che impatto hanno sulla libertà umana e sulla biosfera del nostro pianeta?	Non esistono prodotti che non abbiano un impatto sulla biosfera. Non siamo a conoscenza di alcun effetto disumano.	n.d.	
Indicatori			
Quota delle vendite dei prodotti e servizi non etici qui elencati	0%		
percentuale di clienti che producono o vendono tali prodotti	Non siamo a conoscenza di attività di questo tipo da parte dei nostri clienti, 0%.		

	Linea di base (da 0 a 200 punti meno)
Autovalutazione	0
Valutazione tra pari	0

E1 Potenziale di miglioramento

Per il momento non sono previsti miglioramenti concreti

E2 Contributo alla comunità

Argomento:

Ogni azienda o organizzazione opera in un ambiente sociale e in un contesto sociale. una comunità sociale. La comunità (costituita da organizzazioni statali e della società civile) fornisce importanti basi per l'attività imprenditoriale. D'altro canto, la società si aspetta anche che tutti diano un contributo adeguato al mantenimento e all'ulteriore sviluppo di queste strutture. Oltre alle tasse e alle imposte prescritte dalla legge, esiste un'ampia gamma di servizi materiali e immateriali che le organizzazioni forniscono e che quindi promuovono o danneggiano la comunità.

Aspetto E2.1: Imposte e contributi sociali

Aspetto	Stato attuale e misure già attuate	Autovalutazione	Valutazione tra pari
Qual è il contributo materiale diretto dell'azienda alla sicurezza della comunità?	Tutte le tasse sono pagate in Italia. Non utilizziamo paradisi fiscali	6	
Quale sostegno materiale diretto riceve l'azienda dalla comunità?	Riceviamo contributi dalla Provincia Autonoma di Bolzano per investimenti materiali. Questi sono pubblicati nell'imprinting della nostra homepage.	3	
Qual è il contributo materiale indiretto dell'azienda attraverso la creazione di posti di lavoro e le relative imposte e tasse?	Sosteniamo i dipendenti che aderiscono al fondo pensione integrativo regionale PENSPLAN. A causa dell'alta percentuale di manodopera coinvolta nella creazione del prodotto, sono indirettamente sostenute elevate imposte sui salari; quota media dei costi per le imposte sui salari e i contributi sociali dei dipendenti: 28%.	5	

Indicatori			
Fatturato	Fatturato medio: 3 milioni di euro		
Indice di tassazione netta	Rapporto fiscale netto: 1,995		

	Linea di base (0 punti)	Primi passi (1 punto)	Avanzato (2-3 punti)	Imparare (4-6 punti)	Esemplare (7-10 punti)
Autovalutazione				4	
Valutazione tra pari	Non applicabile				

Aspetto E2.2 : Contributi volontari al rafforzamento della comunità

La nostra azienda dona ogni anno circa lo 0,5% del suo fatturato a cause benefiche. I destinatari delle donazioni sono: Caritas, Cassa Rurale di Emergenza, Aiuto senza Frontiere, Alba Onlus, Accademia d'Archi di Bolzano.

Aspetto	Stato attuale e misure già attuate		Autovalutazione	Valutazione tra pari
Quanto denaro, risorse e lavoro effettivo viene speso per l'impegno sociale volontario dell'azienda?	La nostra azienda dona ogni anno circa lo 0,5% del fatturato a cause benefiche. I destinatari delle donazioni sono: Caritas, Cassa Rurale di Emergenza, Aiuto senza Frontiere, Accademia d'Archi di Bolzano, Casa della Solidarietà di Bressanone.		4	
Come si può valutare il beneficio personale di queste misure rispetto al beneficio sociale?	I benefici sociali superano di gran lunga i costi. Non utilizziamo queste donazioni a scopo pubblicitario.		5	
Quali cambiamenti duraturi producono le attività di volontariato dell'azienda o si limitano ad alleviare i sintomi?	Le donazioni in denaro sostengono principalmente progetti per alleviare i sintomi. L'impegno sociale, invece, lavora per ottenere un cambiamento duraturo.		5	
Quanto sono ben radicati questi argomenti? Quale esperienza ha già maturato l'azienda in merito? Quanto è stabile l'impegno?	L'impegno è stabile. Lavoriamo con le organizzazioni che ricevono le donazioni da almeno 5 anni o più.		4	
Qual è la strategia o la visione complessiva del volontariato?	Sosteniamo l'impegno volontario dei nostri dipendenti sotto forma di orari di lavoro flessibili (ad esempio per partecipare a riunioni, attività di volontariato).		2	
Indicatori				
Servizi monetari e di volontariato per la comunità	Anno 2018: € 7.075 Anno 2019: € 7.150 Anno 2020: € 4.585			

	Linea di base (0 punti)	Primi passi (1 punto)	Avanzato (2-3 punti)	Imparare (4-6 punti)	Esemplare (7-10 punti)
Autovalutazione				4	

Valutazione tra pari			3		
----------------------	--	--	---	--	--

Aspetto negativo E2.3: elusione fiscale illegittima

Come azienda familiare con una sola sede in Italia, paghiamo tutte le tasse in Italia e non pratichiamo alcuna elusione fiscale illegittima o moralmente riprovevole. Siamo orgogliosi di poter dare un contributo adeguato alla comunità sotto forma di tasse.

	Linea di base (da 0 a 200 punti meno)
Autovalutazione	0
Valutazione tra pari	0

Aspetto negativo E2.4: Mancanza di prevenzione della corruzione

Il problema non esiste. Tutte le decisioni commerciali sono trasparenti e il 90% di esse sono prese dal proprietario stesso. Rifiutiamo qualsiasi tipo di corruzione.

	Linea di base (da 0 a 200 punti meno)
Autovalutazione	0
Valutazione tra pari	0

E2 Potenziale di miglioramento

Per il momento non sono previsti miglioramenti concreti

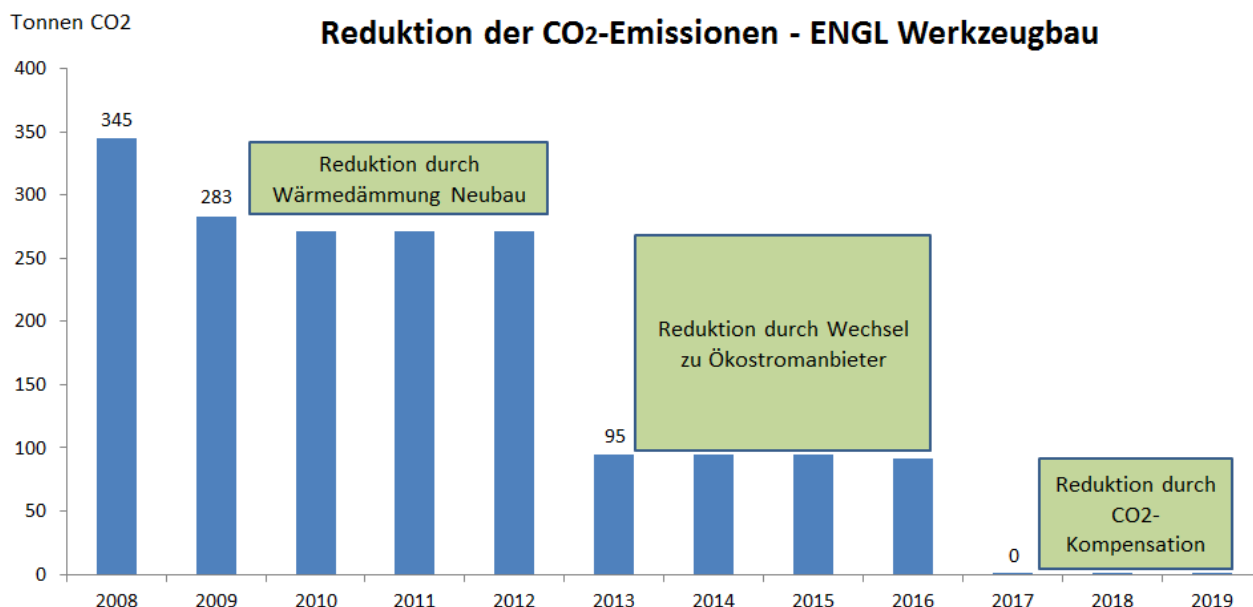
E3 Riduzione dell'impatto ecologico

Argomento:

Modificando i processi interni di produzione, lavorazione e distribuzione, le aziende possono e le relative riduzioni dell'impatto ecologico hanno un ruolo importante da svolgere. contribuire in modo significativo a contrastare la trasgressione dei confini planetari. Nel I processi interni tra l'accettazione dei prodotti preliminari da parte della fornitori e la consegna dei prodotti ai clienti. Il Il design del prodotto può contribuire a ridurre questi effetti

Aspetto E3.1 Impatto assoluto / Gestione e strategia:

In azienda cerchiamo di non sprecare alcuna risorsa. I rifiuti vengono costantemente separati all'interno dell'azienda, il materiale di imballaggio viene differenziato e riutilizzato ove possibile. L'edificio è stato costruito secondo lo standard "CasaClima B". Questo ci permette di risparmiare sull'energia per il riscaldamento e il raffreddamento. Ci sforziamo di evitare i costi di smaltimento mantenendo costantemente il lubrificante di raffreddamento sulle macchine. Il 10% del nostro consumo di elettricità è prodotto dal nostro impianto fotovoltaico, mentre il resto proviene da energia idroelettrica certificata. L'uso delle telecomunicazioni consente di evitare, per quanto possibile, i viaggi di lavoro su lunghe distanze. I viaggi in treno sono preferiti ai viaggi in aereo o ai lunghi spostamenti in auto. Il consumo di acqua è basso. Il consumo di carta è stato costantemente ridotto negli ultimi anni. Dal 2017 siamo membri dell'"Alleanza per il clima 2025", misuriamo la nostra impronta alimentare di CO₂, ci concentriamo sulla riduzione della nostra impronta ecologica e compensiamo le emissioni rimanenti attraverso un progetto di protezione del clima Gold Standard. Dal 2008 le emissioni di CO₂ sono state ridotte grazie a diverse misure. Siamo considerati un pioniere nel nostro settore .



Aspetto	Stato attuale e misure già attuate	Autovalutazione	Valutazione tra pari
Quali sono gli impatti ambientali negativi del processi operativi di produzione e di lavoro? In particolare, la seguente definizione Categorie di impatto standard e relativi fattori scatenanti	Di seguito sono riportati i punti di punteggio (WP) secondo la tabella del manuale		

da notare			
Emissioni rilevanti per il clima (CO ₂ , N ₂ O, CH ₄ , ...)	Circa 90t GHG/anno = circa 5t/dipendente	3 WP	
Particolato ed emissioni inorganiche	Nessuno	-1 WP	
Emissioni di clorofluorocarburi (Assottigliamento dello strato di ozono)	Nessuno	0 WP	
Emissioni che contribuiscono all'acidificazione o alla formazione di ozono (NO _x , SO _x , CO ₂)		0 WP	
Radiazioni ionizzanti	Nessuno	0 WP	
Emissione o utilizzo di sostanze tossiche	Uso molto ridotto di sostanze tossiche, nessuna emissione	0 WP	
Fertilizzazione in agricoltura (eutrofizzazione)	n.d.	0 WP	
Consumo di suolo	basso	0 WP	
Consumo di acqua e minerali (esaurimento delle risorse)	basso	0 WP	
Quali dati sugli impatti ambientali, le emissioni, il rumore, i rifiuti, i beni di consumo e il consumo di energia, acqua ed elettricità (conti ambientali) rilevanti per la rispettiva azienda sono raccolti e pubblicati?	Tutti i dati rilevanti sull'impatto ambientale vengono raccolti e inclusi nell'impronta di carbonio.	8	
Indicatori			
I conti ambientali rilevanti devono essere riportati in base al settore di attività dell'azienda.	Il bilancio dei gas serra è pubblicato sulla homepage.		
Numero di punti di valutazione	2 WP → esemplare		

Emissioni di gas serra per categoria:

2019		2020	
Scope 1		Scope 1	
	CO ₂ in t		CO ₂ in t
Brennstoffe	26,46	Brennstoffe	38,92
Fuhrpark	12,42	Fuhrpark	7,79
Kältemittel	-	Kältemittel	-
Scope 2		Scope 2	
Strom	7,33	Strom	5,65
Fernwärme	-	Fernwärme	-
Scope 3		Scope 3	
Dienstreisen	0,11	Dienstreisen	-
Mitarbeiteranfahrt	20,56	Mitarbeiteranfahrt	21,36
Papier und Drucks.	0,12	Papier und Drucks.	0,07
Elektronik	1,24	Elektronik	2,57
Wasserverbrauch	0,41	Wasserverbrauch	0,19
Abfall	5,77	Abfall	5,77
Verpflegung	17,70	Verpflegung	12,32
Auslieferung	-	Auslieferung	-
Gesamt (gerundet)	92	Gesamt (gerundet)	95
THG pro Mitarbeitenden (Tonnen)		THG pro Mitarbeitenden (Tonnen)	
4,84		5,00	

Valutazione dei maggiori cambiamenti tra il 2019 e il 2020:



L'aumento del gas metano è dovuto alle condizioni climatiche meno favorevoli nel 2020, la diminuzione del parco veicoli è dovuta alla riduzione dei chilometri percorsi (anch'essa legata alla corona), la riduzione del consumo di energia elettrica è dovuta alla minore produzione nel 2020 (potrebbe quindi aumentare di nuovo), l'aumento dell'elettronica è una normale fluttuazione (nuovo server), la diminuzione del catering è dovuta alla

riduzione dei pasti legata alla corona (chiusure temporanee e chiusura di ristoranti).

	Linea di base (0 punti)	Primi passi (1 punto)	Avanzato (2-3 punti)	Imparare (4-6 punti)	Esemplare (7-10 punti)
Autovalutazione					9
Valutazione tra pari					9

E3.2 Effetti relativi

Aspetto	Stato attuale e misure già attuate	Autovalutazione	Valutazione tra pari
Quanto è grande l'impatto ecologico della Processi di produzione rispetto al Standard industriale o stato dell'arte?	Siamo coinvolti in modo significativo nello sviluppo di standard industriali (gruppo di lavoro in seno alla VDWF (Associazione dei costruttori tedeschi di utensili e stampi) e consultazione da parte della WBA (Accademia degli utensili di Aquisgrana)).	9	

Quanto è grande l'impatto ecologico della Processi di produzione a confronto Co-imprenditori nello stesso settore di attività o nella stessa regione?	L'impatto dei nostri processi produttivi è sicuramente inferiore alla media del settore. Siamo considerati un'azienda all'avanguardia nel nostro settore. Nell'industria, la misurazione dell'impatto ambientale e un piano d'azione non sono ancora lo standard, ma l'eccezione.	9	
Indicatori			
Valori comparativi rilevanti per i conti ambientali o i parametri di impatto (cfr. E3.1) nel settore o nella regione.	Non ci sono ancora dati comparativi del settore. Siamo coinvolti nello sviluppo di benchmark industriali come parte della nostra appartenenza alla "Genossenschaft Marktspiegel Werkzeugbau".		

	Linea di base (0 punti)	Primi passi (1 punto)	Avanzato (2-3 punti)	Imparare (4-6 punti)	Esemplare (7-10 punti)
Autovalutazione					9
Valutazione tra pari					8

Aspetto negativo E3.3: Violazione delle norme ambientali e inquinamento ambientale inappropriato

Aspetto	Stato attuale e misure già attuate	Autovalutazione	Valutazione tra pari
Quali sono le licenze operative e i relativi requisiti degli operatori e sono rispettati?	Esiste un elenco di tutte le leggi e i regolamenti pertinenti (adempimento del requisito ISO9001:2015), i rischi delle sostanze pericolose sono stati valutati (in conformità alla legislazione vigente in materia di sicurezza sul lavoro) Non ci sono requisiti specifici per la nostra azienda.	n.d.	
Come viene monitorata la conformità alle leggi e ai regolamenti pertinenti? Sono rispettate o ci sono violazioni note della legge?	Non ci sono violazioni legali note	n.d.	
Quali controversie esistono con altri soggetti interessati (iniziative della società civile, ONG, ecc.)?	Non ci sono controversie di questo tipo	n.d.	

	Linea di base (da 0 a 200 punti meno)
Autovalutazione	0
Valutazione tra pari	0

E3 Potenziale di miglioramento

- Sviluppo di una strategia per l'eliminazione graduale dei combustibili fossili e il raggiungimento della neutralità climatica entro i tempi stabiliti dalla Provincia di Bolzano / Italia / UE
- Motivare i dipendenti a recarsi al lavoro in modo più rispettoso dell'ambiente

E4 Trasparenza e codeterminazione sociale

Argomento:

La trasparenza e la codecisione sociale hanno lo scopo principale di evitare che il pubblico venga danneggiato da decisioni basate sulla mancanza di informazioni e fatti disponibili, su uno scambio di argomentazioni inadeguato o sulla mancanza di opportunità di partecipazione da parte degli interessati. Il loro scopo è quello di promuovere una coesistenza utile alla vita in una società illuminata, democratica, aperta e pluralista. I gruppi di contatto interessati sono residenti, autorità locali, organizzazioni critiche senza scopo di lucro, generazioni future e natura (= ambiente; animali, piante, biodiversità, paesaggi).

Aspetto E4.1: Trasparenza

Aspetto	Stato attuale e misure già attuate	Autovalutazione	Valutazione tra pari
Quali informazioni importanti o critiche vengono registrate per i gruppi di contatto sociale?	Internamente, i dipendenti vengono informati sull'andamento dell'attività di un anno sotto forma di fatturato, situazione degli ordini, dati sulla produttività, costi per errori e reclami, importo del premio di produttività, strategia aziendale.	3	
In quale forma viene riportato	Internamente, sotto forma di riunione o di bacheca. Esterno: Prepariamo un rapporto dettagliato sul benessere dei cittadini	9	
Il rapporto è sottoposto a revisione critica da parte di un organismo indipendente?	Il rapporto è stato esaminato da una valutazione inter pares	5	
Quanto è facilmente accessibile al pubblico il rapporto?	Il rapporto di AR e il rapporto di audit sono pubblicati sulla homepage.	9	
Indicatori			
Pubblicazione di una relazione sul bene comune o di una relazione sociale equivalente. Segnalazione	Sarà pubblicato sul sito web		

	Linea di base (0 punti)	Primi passi (1 punto)	Avanzato (2-3 punti)	Imparare (4-6 punti)	Esemplare (7-10 punti)
Autovalutazione				6	
Valutazione tra pari				5	

Aspetto E4.2: Co-determinazione sociale

Non c'è alcun interesse da parte dei gruppi di contatto esterni per la co-determinazione nell'azienda, né è rilevante. Saremo lieti di rispondere a qualsiasi futura richiesta in merito.

La co-determinazione dei dipendenti, invece, è incoraggiata. I suggerimenti vengono raccolti, valutati e i dipendenti ricevono un feedback. Nel caso di cambiamenti e decisioni che riguardano direttamente i dipendenti, questi ultimi vengono coinvolti in anticipo nel processo decisionale.

Aspetto	Stato attuale e misure già attuate	Autovalutazione	Valutazione tra pari
Come possono i cittadini entrare in dialogo e partecipare a un processo aperto, di	Teoricamente attraverso richieste di informazioni alla direzione. I cittadini non sono interessati alla nostra azienda relativamente piccola.	3	

potere e di scambio di argomenti senza sanzioni partecipare?			
In che modo i gruppi di stakeholder sociali possono perseguire interessi legittimi nei confronti della azienda rappresentata?	Il pubblico non è interessato alla nostra azienda relativamente piccola.		
Come vengono documentati i risultati del dialogo e come vengono incorporati nel programma di lavoro? decisionale?	Finora non si è verificata una situazione simile		
Indicatori			
Percentuale di codecisione da parte dei gruppi di contatto (in % di decisioni pertinenti, per in base al grado di co-determinazione)	Finora non si è verificata una situazione simile		

	Linea di base (0 punti)	Primi passi (1 punto)	Avanzato (2-3 punti)	Imparare (4-6 punti)	Esemplare (7-10 punti)
Autovalutazione			3		
Valutazione tra pari	Non applicabile				

Aspetto negativo E4.3: Promozione di una mancanza di trasparenza e di una deliberata disinformazione

Non viene diffusa alcuna disinformazione, tutte le informazioni interne ed esterne sono veritiere e non viene praticato il green-washing.

	Linea di base (da 0 a 200 punti meno)
Autovalutazione	0
Valutazione tra pari	0

E4 Potenziale di miglioramento

Per il momento non sono previsti miglioramenti concreti

Descrizione della valutazione tra pari

Bernhard Oberrauch è stato incaricato come consulente per la valutazione inter pares. La valutazione è stata condotta insieme alle aziende TriadeBio (commercio al dettaglio) e Hotel Drumlerhof in due incontri (10 ore in totale).

Ci sono state discussioni vivaci e talvolta molto emotive sui criteri di valutazione dei singoli punti. Abbiamo deciso di pubblicare nella relazione sia la nostra autovalutazione che la valutazione dei pari. Le differenze talvolta significative tra l'autovalutazione iniziale e la valutazione finale del gruppo di pari sono in gran parte dovute alla valutazione del consulente Bernhard Oberrauch. Abbiamo deliberatamente lasciato queste differenze così come sono, poiché ciò dimostra che il processo di valutazione è stato condotto in modo molto serio e più che approfondito.

Questo è già il nostro terzo bilancio EC. Tuttavia, siamo rimasti sorpresi dal notevole impegno richiesto per un nuovo bilancio ECG. Tuttavia, siamo felici di non aver rinunciato a questo sforzo.

Desideriamo ringraziare i due partner paritari per il prezioso scambio e il sig. Bernhard Oberrauch per il suo appassionato impegno nell'interpretare i contenuti del manuale GWÖ.

Bolzano, 30 novembre 2022

Risultato della valutazione

329 punti su 1000 punti possibili

Peer-Zertifikat MATRIX 5.0 (Bewertung in einer Peer-Gruppe)

Unternehmen, Berichtszeitraum: **Hanns Engl Werkzeugbau OHG, I-39100 Bozen; 2019-2022**

Die weiteren Teilnehmer: Hotel Drumlerhof, TriadeBio GmbH

Moderator*in: Oberrauch Bernhard, IT-39100 Bozen. Die Moderator*in hat an der Bewertung teilgenommen.

Dieses Dokument bestätigt das Ergebnis und den Peer-Evaluierungsprozess, der zwischen einer Gruppe von Unternehmen ausgehend von einer Selbstbewertung stattfand. Für die Erstellung dieses Dokuments werden keine beweiskräftigen Dokumente verlangt. Die an der Gruppenbewertung teilnehmenden Unternehmen haben das Ergebnis ihrer Selbstbewertungen in einem Prozess des Vergleichs ihrer eigenen, am Gemeinwohl orientierten Strategien und Maßnahmen gegenseitig validiert. Es ist zu beachten, dass die Ergebnisse der Gruppenbewertung von den Ergebnissen eines externen Audits abweichen können.

Weitere Informationen zur Matrix, zu den Themen und Aspekten und zum Auditsystem finden Sie unter: www.ecogood.org www.febc.eu oder www.economia-del-bene-comune.it

Gesamt-Punkte Gruppenbewertung:

329/1000

Peer-Testat gültig bis 30.12.2024

Werte	Menschenwürde	Solidarität & Gerechtigkeit	Ökologische Nachhaltigkeit	Transparenz & Mitentscheidung	Gesamt-Punkte nach Berührungsgruppen
A) Lieferant*innen	A1 Menschenwürde in der Zulieferkette	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette	A 12% (Punkte 22/191)
	0% (Punkte 0/48)	20% (Punkte 10/48)	10% (Punkte 7/71)	20% (Punkte 5/24)	
B) Eigentümer*innen & Finanzpartner*innen	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	B4 Eigentum und Mitentscheidung	B 27% (Punkte 59/215)
	30% (Punkte 14/48)	50% (Punkte 24/48)	30% (Punkte 21/71)	0% (Punkte 0/48)	
C) Mitarbeitende	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz	C 33% (Punkte 63/192)
	40% (Punkte 19/48)	50% (Punkte 24/48)	20% (Punkte 10/48)	20% (Punkte 10/48)	
D) Kund*innen & Mitunternehmen	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz	D 47% (Punkte 100/215)
	50% (Punkte 24/48)	30% (Punkte 14/48)	40% (Punkte 19/48)	60% (Punkte 43/71)	
E) Gesellschaftliches Umfeld	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	E2 Beitrag zum Gemeinwesen	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung	E 45% (Punkte 86/192)
	10% (Punkte 5/48)	30% (Punkte 14/48)	90% (Punkte 43/48)	50% (Punkte 24/48)	
Gesamt-Punkte nach Werten	1 26% (Punkte 62/240)	2 36% (Punkte 86/240)	3 35% (Punkte 100/286)	4 34% (Punkte 82/239)	

Dachverein für Gemeinwohl-Ökonomie in Italien
Die Vorsitzende: dott.ssa Lidia Di Vece

Moderatorin:

Bernhard Oberrauch