BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

VIPA

By VIPA buy better

By VIPA buy better

Bilancio di Sostenibilità
VIPA S.P.A.

VIPASPA.IT

Indice

Identità **6**

VIPA S.P.A.

VIPA nel mondo

Cultura e valori aziendali

Prodotti e servizi offerti

Governance e struttura organizzativa **12**

Il modello organizzativo

Il CDA

Modello di business

Analisi dei rischi

Codice etico

Certificazione di qualità

Il rapporto con gli stakeholder **20**

Analisi di materialità

Il personale dipendente

Analisi soddisfazione clienti

Sostenibilità ambientale **30**

Consumi energetici

Emissioni

Gestione dei rifiuti

Impianto fotovoltaico

Caldaia a biomassa

Altre iniziative

Sostenibilità e l'impatto sociale **36**

Associazioni ed enti benefici

Iniziative sul territorio

Obiettivi futuri

Codice indicatore GRI **40**

NOTA METODOLOGICA

Con il presente documento **Vipa S.p.A. intende illustrare e rendicontare le informazioni di natura non finanziaria relative all'anno 2023**. Il Bilancio Sociale è stato redatto in conformità alle direttive stabilite dal Decreto Ministeriale del 4 Luglio 2019, con un'attenzione particolare rivolta al futuro per cercare di allinearsi il più possibile alle imminenti normative europee che saranno introdotte nei prossimi anni.

La struttura utilizzata segue gli standard internazionali G.R.I. (Global Reporting Initiative, considerati una best-practice a livello internazionale) basati sulla versione disponibile del 2016 e integrati con gli aggiornamenti pubblicati. Il G.R.I. è un ente senza scopo di lucro nato con l'obiettivo di agevolare il processo di rendicontazione sociale per organizzazioni di ogni dimensione, settore e paese, fornendo chiari standard di riferimento. L'elenco completo degli standard utilizzati, completo di informativa, numero di pagina ed eventuale omissione, è riportato in una tabella riassuntiva a fine documento. L'adozione di una metodologia che segue le indicazioni fornite dal G.R.I. permette di seguire un modello molto diffuso e quindi validato. Nonostante sia una prima edizione, ciò consente di partire da un documento già ben strutturato e confrontabile con gli altri di realtà simili.
Tra i temi riportati dagli indici G.R.I, quelli che hanno un peso specifico maggiore sono quelli di coinvolgimento degli stakeholder, della materialità e della sostenibilità ambientale e sociale.

L'intento di VIPA nella realizzazione di questo documento è quello di raccontarsi, non solo tramite la sua storia e le attività che svolge ogni giorno, ma anche attraverso la propria sensibilità per tematiche come l'impatto ambientale e la sostenibilità sociale. VIPA si è dimostrata già proattiva al riguardo, avendo già attuato molti investimenti nell' utilizzo di energia pulita e avendo all'attivo varie iniziative di beneficenza, ma è consapevole che proprio grazie al Bilancio di Sostenibilità sarà capace di nuovi risultati. Il fine ultimo è infatti quello di restituire una fotografia dell'azienda che serva da punto di partenza per un processo di continuo miglioramento.
Alcuni obiettivi che VIPA si impegna a raggiungere sono:

- un **monitoraggio più attento e preciso sulla filiera**, tramite questionari che vadano ad indagare la sensibilità ai temi di sostenibilità ambientale e sociale anche agli agenti esterni all'azienda
- **la verifica dell'adozione di codici etici** da parte dei fornitori, ampliando il campione preso in considerazione per quest'anno
- l'adozione della normativa ISO 14001 per **la gestione degli impatti ambientali**
- **la sistematizzazione degli investimenti in ambito sociale,** tramite la definizione di un budget annuale e un responsabile interno

Anche se per questa prima edizione è stato ritenuto più opportuno mantenere la sua diffusione primariamente all'interno dell'azienda, i destinatari di questo documento sono tutti gli stakeholder. Non viene meno l'analisi degli **stakeholder esterni che sono stati coinvolti nell'analisi di materialità e nel calcolo di alcuni indici di soddisfazione**. Obiettivo futuro è quello di ottenere un documento progressivamente più analitico e fruibile per chiunque.

Lettera agli stakeholders

VIPA ha iniziato la sua storia nel 1970, quando Adelio Poppi ha trasformato una piccola attività di distribuzione di viti e bulloni in un'azienda capace di crescere fino a diventare una realtà internazionale. Oggi, a più di 50 anni di distanza, continuiamo a crescere e a svolgere un ruolo di primo piano nel mercato globale della commercializzazione di elementi di fissaggio, rimanendo fedeli ai valori che ci hanno guidato fin dall'inizio. **Il nostro successo si fonda sul riconoscimento del valore della Responsabilità Sociale d'Impresa**, che include la garanzia di un ambiente di lavoro sicuro e inclusivo, la promozione della ricerca continua e dell'innovazione, l'impegno per la riduzione dell'impatto ambientale e il mantenimento dei più elevati standard di qualità nei prodotti e nei servizi che offriamo.
Dietro ogni vite che immettiamo sul mercato, c'è una storia: la storia di chi ha contribuito alla nostra crescita, di chi lavora ogni giorno con passione e competenza per garantire la qualità dei prodotti che offriamo e di chi, affidandosi a noi, costruisce con le nostre soluzioni qualcosa di grande. **Sappiamo che gli articoli che distribuiamo non sono solo elementi di fissaggio**, ma componenti che permettono ai nostri clienti di realizzare idee capaci di migliorare il futuro. Che si tratti di un progetto di ingegneria all'avanguardia o di una piccola realizzazione quotidiana, ogni articolo ha il potenziale di fare la differenza.
Il nostro lavoro è quello di aiutare ogni cliente a trovare la vite ideale per il suo scopo, offrendo il miglior servizio e un'esperienza eccellente. Per questo, ci impegniamo a fornire **non solo articoli di alta qualità, ma anche soluzioni personalizzate** che rispondano alle esigenze specifiche di ogni cliente. **In questo modo, possiamo contribuire a costruire un futuro migliore.**
Siamo pienamente consapevoli della nostra responsabilità sociale: la qualità e la sicurezza degli articoli che distribuiamo consentono alle aziende di realizzare soluzioni capaci di migliorare la vita delle persone. Questa consapevolezza ci spinge ad andare oltre il singolo articolo, abbracciando un impegno etico che permea l'intera filiera.
Con l'aumento della complessità delle sfide che affrontiamo, dalla diversità dei mercati alle evoluzioni legislative e culturali, sentiamo l'esigenza di dotarci di strumenti che ci aiutino a navigare in questo contesto dinamico. Il Bilancio di Sostenibilità rappresenta un passo importante in questa direzione.
È un documento vivo, che riflette l'esperienza di oltre mezzo secolo e l'impegno continuo nell'adottare pratiche sostenibili e responsabili.
Dietro ogni vite c'è una storia, e questo è il tipo di storia che vogliamo costruire con i nostri partner e clienti.

Paolo Poppi,
Direttore generale

1 IDENTITÀ VIPA S.P.A.

La storia di VIPA inizia nel 1970, quando Adelio Poppi e sua moglie Leandrina Vaccari fondarono l'azienda. **Fin dall'inizio, l'obiettivo principale di VIPA fu quello di diventare un punto di riferimento nel settore della vendita all'ingrosso di viteria e bulloneria con una particolare attenzione alle esigenze dei clienti industriali**.

Nel corso degli anni, l'azienda ha dimostrato una **crescita costante** e significativa. Nel 1992/94, VIPA ha aperto uno stabilimento a Limidi di Soliera e circa dieci anni dopo, nel 2001, l'azienda ha trasferito e ampliato le proprie strutture a Rolo, consolidando ulteriormente la sua presenza nel mercato ed investendo in avanzate soluzioni tecnologiche per la logistica.

Il biennio 2005-2007 ha visto la **realizzazione del magazzino automatizzato con traslo elevatori**, un investimento importante nella modernizzazione delle operazioni di stoccaggio e gestione dei materiali che ha dimostrato l'impegno di VIPA per l'efficienza e l'ottimizzazione dei processi interni.

Nel 2009, VIPA ha aperto un primo ufficio all'estero, ampliando la sua **presenza internazionale**. Nel 2010, l'azienda ha realizzato una seconda palazzina dedicata al laboratorio qualità, all'area tecnica e alle conferenze. Inoltre, ha aperto filiali in Spagna (VIPA Fasteners Hispania) e in Francia (VIPA Fasteners France). Nello stesso anno, VIPA ha introdotto Vip@-SHOP, un sistema B2B che ha contribuito a semplificare e migliorare il processo di acquisto per i clienti.

Negli anni successivi, VIPA ha esteso ulteriormente la sua rete aprendo una filiale in Germania (VIPA Fasteners Deutschland GmbH) e una in Cina (VIPA Yancheng Trading Co.).

Il 2015 ha registrato successive espansioni con l'apertura dei magazzini di Forlì e Remanzacco (Udine), seguite nel 2017 dalle aperture di filiali a Padova e Torino e nel 2018 a Bari.

Il 2022 è stato un anno significativo: in concomitanza con l'inaugurazione del nuovo "magazzino 4.0" di Rolo, sono stati celebrati i 50 anni dalla fondazione dell'azienda. I festeggiamenti, rimandati a causa della pandemia, sono stati l'occasione per incontrare e confrontarsi con le istituzioni del territorio e dimostrare ancora una volta la voglia di VIPA di ripartire e migliorarsi costantemente. Tra i presenti vi erano il sindaco di Rolo Luca Nasi, il vicario della Diocesi Mons. Don Gildo Manicardi, e il direttore generale di Confcommercio Modena Alberto Crepaldi. Significativa anche la presenza del Presidente della regione Emilia-Romagna Stefano Bonaccini, che ha elogiato il successo di VIPA e la solidità dell'azienda nell'affrontare gravi crisi come quella pandemica, definendola come "un miracolo Emiliano Romagnolo" da prendere come esempio da seguire per le prossime generazioni.

Nel 2023 è stata aperta una nuova filiale in Romania e implementato un nuovo sistema di e-commerce VIP@-shop più innovativo e all'avanguardia.

Ad oggi, con oltre cinquant'anni di esperienza, VIPA si è affermata come un leader nel settore, offrendo una vasta gamma di prodotti di qualità e mantenendo un impegno costante verso l'innovazione e l'espansione internazionale.

1970 · Apertura prima sede Poppi Adelio e Vaccari Leandrina

1992/94 · Apertura stabilimento a Limidi di Soliera

2001 · Trasferimento e ampliamento a Rolo

2005 · Realizzazione della prima parte del magazzino automatizzato traslo elevatori

2007 · Realizzazione della seconda parte del magazzino automatizzato dotato di 7 traslo elevatori e di 15 baie di picking

2009 · Apertura ufficio in Repubblica Ceca

2010 · Realizzazione di una seconda palazzina dedicata al laboratorio qualità, all'area tecnica ed alle conferenze
· Apertura filiale in Spagna – VIPA Fasteners Hispania

2011 · Apertura filiale in Francia - VIPA Fasteners France
· Realizzazione di Vip@-SHOP, sistema B2B

2013 · Apertura filiale in Germania – VIPA Fasteners Deutschland GmbH

2014 · Apertura filiale in Cina – VIPA Yancheng Trading Co.

2015 · Apertura filiale a Forlì
· Apertura filiale a Remanzacco - Udine

2017 · Apertura filiale a Padova
· Apertura filiale a Torino

2018 · Apertura filiale Bari

2019 · VIPA 4.0: ampliamento e automazione magazzino a Rolo

2023 · Realizzazione della nuova versione di Vip@-SHOP, sistema B2B
· Apertura filiale in Romania– VIPA Romania

VIPA NEL MONDO

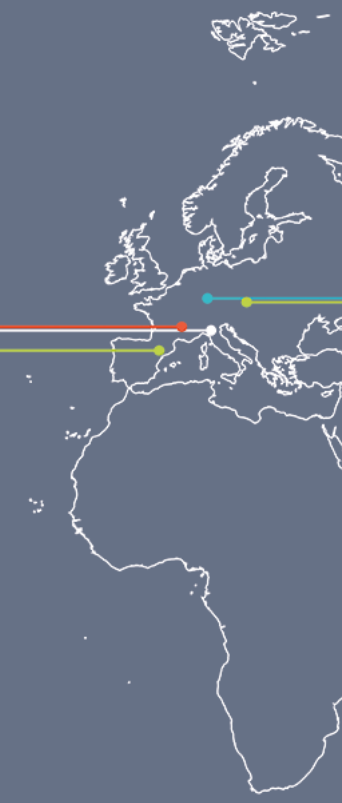
VIPA SpA.
Italy

SEDE LEGALE
Via Abetone, 20
41012 Carpi (MO), Italia
SEDE OPERATIVA
Via Cantonazzo, 20/22
42047 Rolo (RE), Italia
Tel.: +39 0522.65.89.00
Fax: +39 0522.65.89.11/22
info@vipafasteners.com

Vipa Fasteners
France
S.A.R.L.

2, rue Marius Berliet
69720 Saint Bonnet de
Mure (Lyon) France
Tel. +33482910801
Fax +33482910800
www.vipafasteners.com
info@fr.vipafasteners.
com

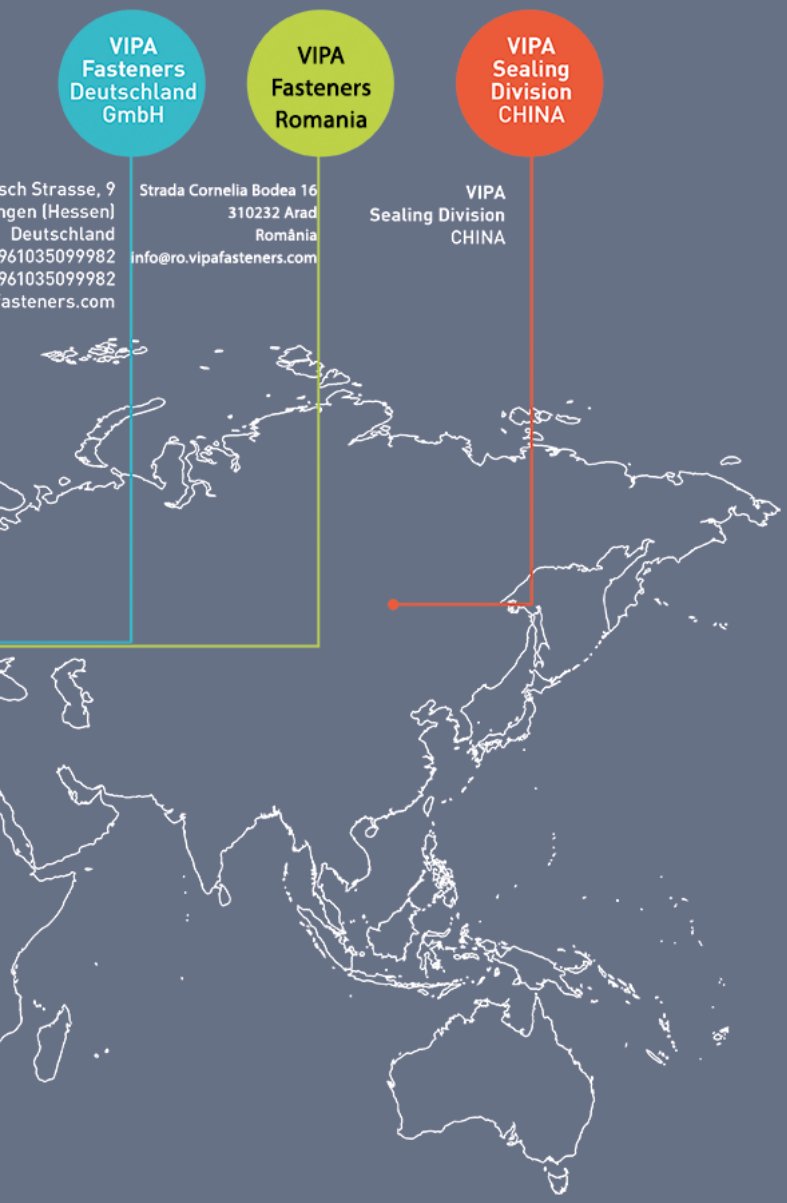
Robert Bo
63225 La
Tel: +4
Fax: +34
info@de.vipa



C/Cami de la Caseta 16
08185 Lliça de Vall
(Barcelona) España
Tel. +34938436549
Fax +3493843908
www.vipafasteners.com
info@es.vipafasteners.com

Vipa Hispania
S.L

La Sede operativa di VIPA S.p.A
è situata in via Cantonazzo,
20/22 – 42047 Rolo (RE), Italia.



VIPA possiede alcuni magazzini distribuiti sul territorio nazionale e si è espansa anche al di fuori dell'Italia, aprendo nuove filiali in Germania, Francia, Spagna, Romania e Cina.

1.3 Cultura e valori aziendali

Vision

Puntiamo a divenire il **riferimento** del mercato nazionale e internazionale degli **elementi di fissaggio**, fornendo ai nostri clienti una sempre più variegata gamma di prodotti di **qualità certificata** per ampie tipologie di applicazioni, nella maniera più semplice e veloce. Ci impegniamo a farlo con una forte attenzione alla sostenibilità ambientale e sociale, promuovendo **pratiche responsabili lungo tutta la catena** di approvvigionamento e adottando **soluzioni innovative** per ridurre l'impatto ambientale.

Mission

In forza di una profonda conoscenza del settore e di una **vasta gamma di prodotti** a disposizione, è nostro obiettivo **affiancare il cliente** durante tutto il processo di acquisto, supportandolo nella scelta dei prodotti più adatti, in ragione delle varie esigenze. Il tutto coadiuvato da un attento servizio al cliente e un **laboratorio qualità all'avanguardia** che si focalizza non solo sulla performance dei prodotti, ma anche sulla riduzione della loro impronta ecologica.

Per fare ciò VIPA è costantemente impegnata a:

- Implementare un **servizio logistico in grado di rispondere alle diverse esigenze**, riducendo al minimo l'inquinamento e ottimizzando le risorse utilizzate
- Adottare un **magazzino automatizzato** che verta a migliorare l'efficacia ed efficienza nell'evasione degli ordini, oltre a promuovere un ambiente di lavoro sostenibile
- Valorizzare il personale, assicurandosi di avere **professionisti appassionati** e competenti, promuovendo allo stesso tempo una cultura aziendale improntata alla sostenibilità e all'etica. Potenziare progressivamente il laboratorio di **controllo qualità**, adottando metodologie e processi sostenibili e ricercando un livello eccellente della merce

1.4 Prodotti e servizi offerti

VIPA SHOP

Vendita all'ingrosso on line di viteria, bulloneria e minuteria metallica per professionisti. È compreso il servizio di consegna che più si adatta alle esigenze del cliente. Catalogo consultabile al seguente link https://www.vipafasteners.com/.

ARTICOLI A DISEGNO

La lunga esperienza di VIPA permette di soddisfare le richieste dei clienti nell'ambito dei **particolari** a disegno, i quali possono essere **realizzati in diverse forme, materiali e forniture**. Il nostro esperto personale tecnico permette di offrire supporto e competenza nella fornitura di prodotti a disegno, reperiti sul mercato in conformità alle **specifiche tecniche concordate con il cliente**.

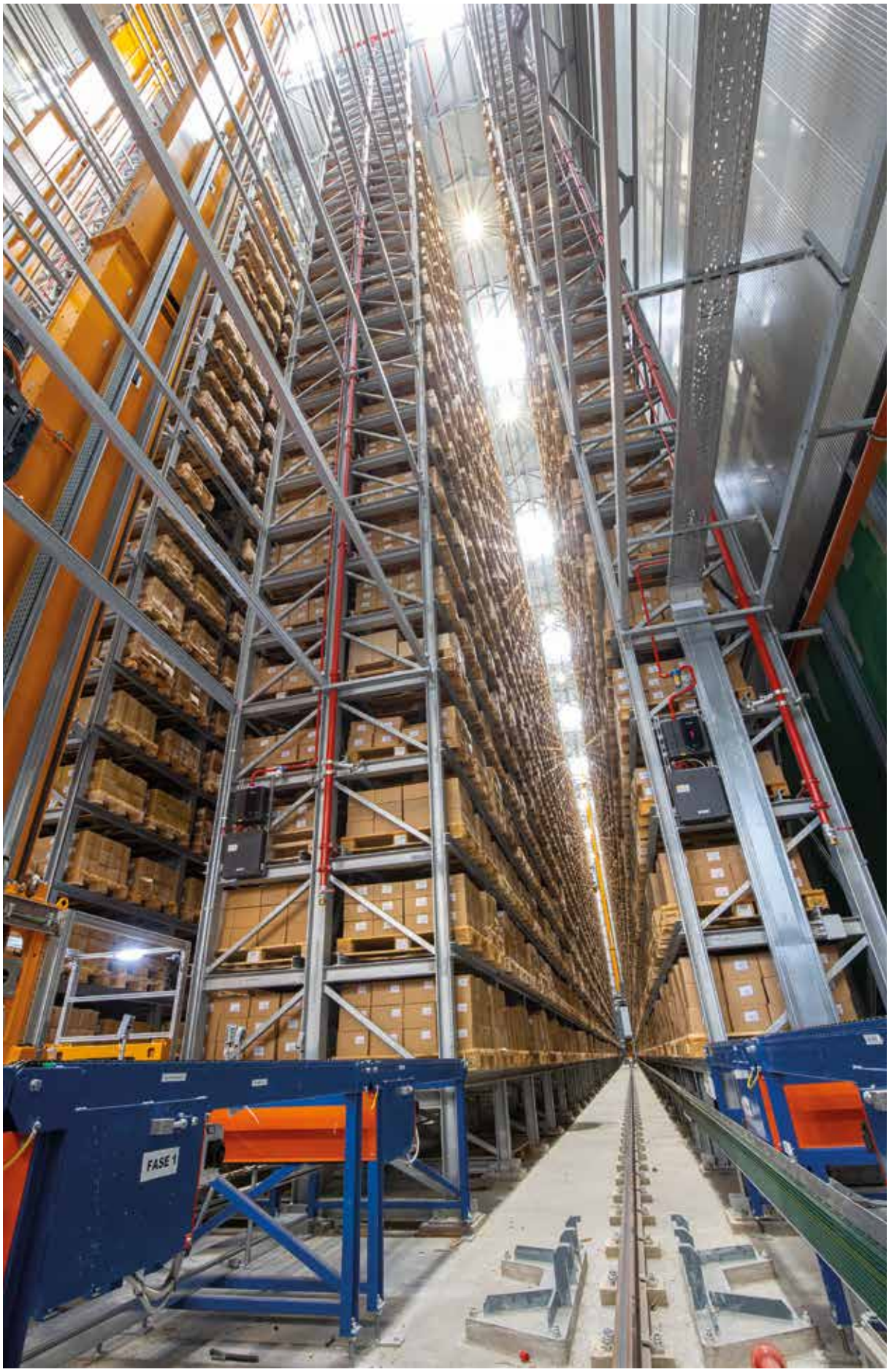
CONFEZIONAMENTO KIT

Il servizio Confezionamento Kit consente di **personalizzare il packaging** (buste e scatole) in relazione alle esigenze del nostro cliente con la realizzazione di etichette personalizzate contenenti testi e codici a barre necessari.

CONSULENZA KANBAN

Implementare un sistema kanban V-Lean di VIPA permette di **snellire l'attività d'approvvigionamento** di viteria e bulloneria e ottimizzare la gestione del magazzino: tutto questo si traduce in un importante risparmio di tempi e costi.

VIPA propone una forte partnership con il proprio cliente, offrendo un servizio di consulenza per l'implementazione della proposta personalizzata del sistema kanban V-Lean.


FASE 1

2 GOVERNANCE E STRUTTURA ORGANIZZATIVA

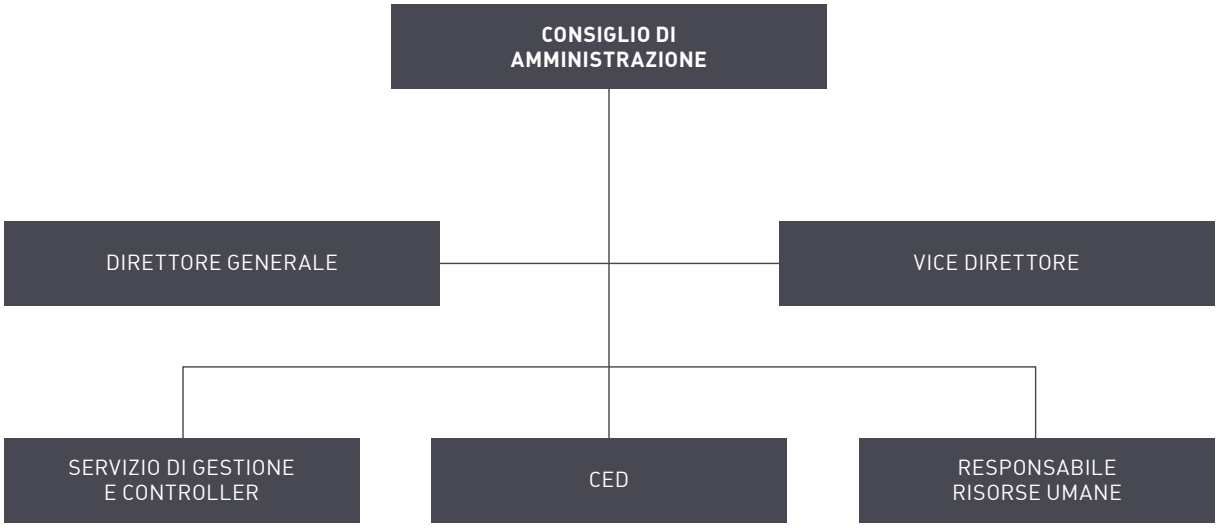
2.1 Il modello organizzativo

VIPA SPA opera in un contesto aziendale complesso, essendo la società madre di un gruppo in rapida espansione. In qualità di leader di un gruppo di rilievo, l'azienda si è distinta per la sua costante disponibilità di prodotti di qualità, oltre alla rapidità e flessibilità dei suoi servizi. Orientata verso soluzioni innovative come il kanban e forniture personalizzate, **l'azienda si sta sempre più specializzando nell'industria e nel servizio diretto al consumatore**.
L'obiettivo di VIPA è quello di offrire un prodotto con la maggior qualità possibile mantenendo un prezzo competitivo. Per fare ciò, ricerca e instaura rapporti di fornitura anche con soggetti extraeuropei.

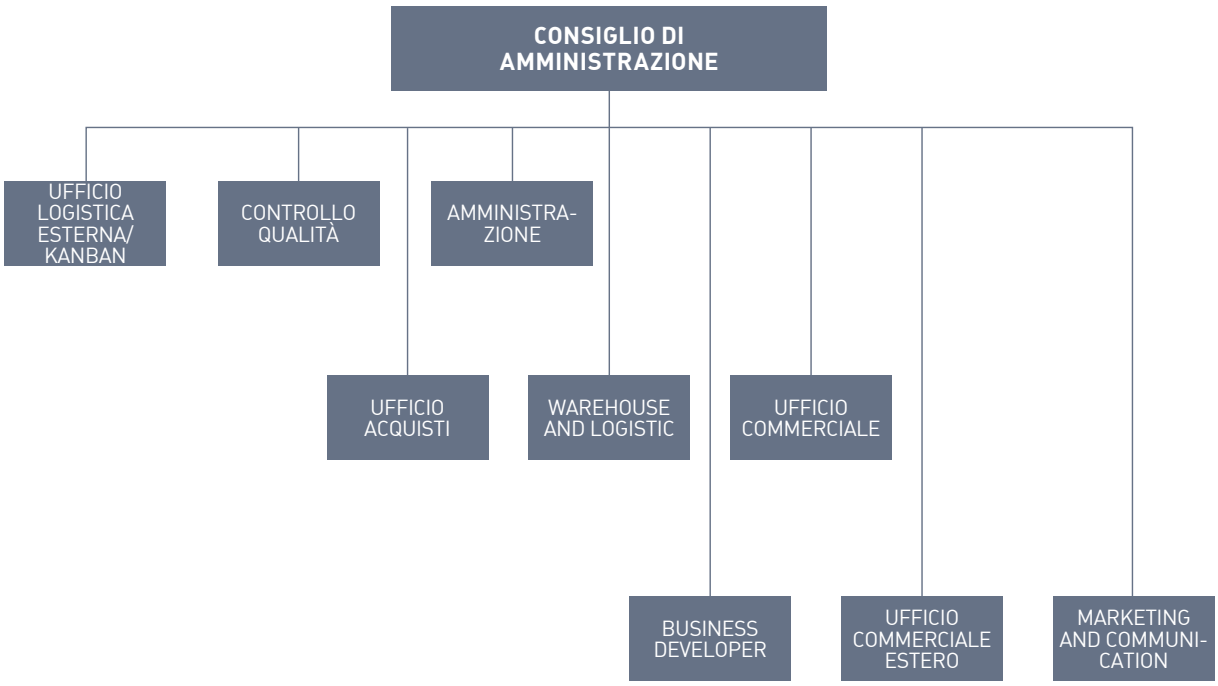
2.2 Il consiglio di amministrazione

Il CDA è composto dalla moglie del fondatore, Vaccari Leandrina e dai figli Paolo e Vilson Poppi che ricoprono rispettivamente i ruoli di **Direttore Generale e Vice Direttore.**
Rispondono in modo diretto al CDA:
• la figura del Controller di Gestione,
• il Centro Elaborazione Dati,
• il Responsabile delle Risorse umane.

A supporto del CDA è stato poi introdotto nel 2024 un **comitato endoconsiliare per la sostenibilità sociale ed ambientale**.

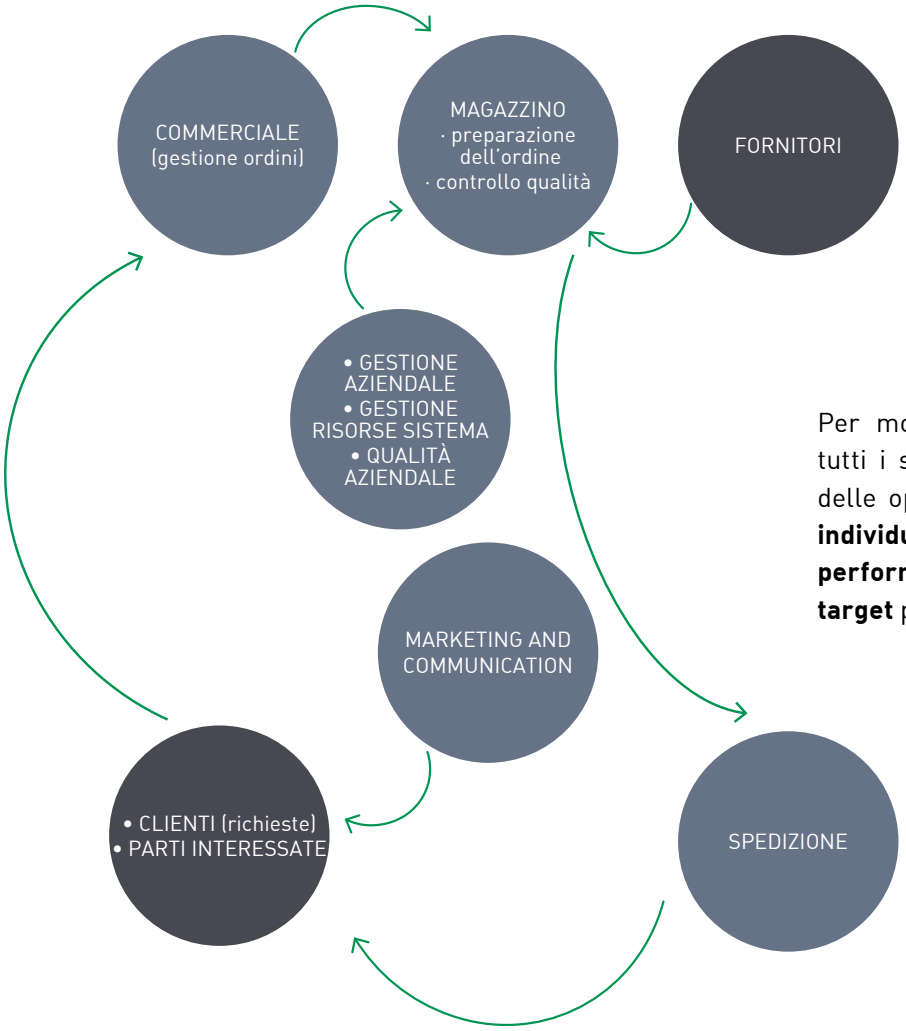


Vanno a completare l'organigramma aziendale il Business Developer, l'Ufficio acquisti, l'Ufficio logistica esterna e kanban, la divisione Marketing and Communication, la divisione Warehouse and logistic, il Controllo qualità, l'Amministrazione, l'Ufficio commerciale e commerciale estero. **La specializzazione per aree funzionali garantisce un corretto e competente presidio di tutte le attività ad alto valore aggiunto per il cliente.**



2.2 Modello di business

Il modello di business di **VIPA S.p.A.si basa** sull'**offerta di prodotti e servizi complementari che rispondono alle esigenze del mercato**. L'azienda si impegna costantemente nel miglioramento continuo e nell'analisi dei propri processi al fine di aumentare l'efficacia e soddisfare sempre meglio le richieste dei clienti.
Una parte fondamentale della strategia aziendale è rappresentata dalla crescita del gruppo VIPA GROUP, di cui VIPA S.p.A. rappresenta il vertice. A seguito delle numerose acquisizioni, VIPA ha sviluppato la capacità di integrare in maniera efficiente i nuovi soggetti all'interno del gruppo, creando delle nuove sinergie che favoriscono sia l'azienda che i clienti. Questo lavoro di integrazione garantisce al contempo sia l'efficienza dei processi produttivi che la massima attenzione alle esigenze dei clienti.



Per monitorare l'andamento di tutti i suoi reparti e l'efficienza delle operazioni svolte, **VIPA ha individuato degli indicatori di performance e si è imposta dei target** per ogni indice.

Come si può notare, nel 2022 la maggior parte degli indicatori ha raggiunto il target desiderato con buoni risultati, isolati valori però sono sotto gli obiettivi sperati. Questi numeri indicano a VIPA le aree in cui ricercare un maggior margine di miglioramento e indica dove l'azienda deve indirizzare i suoi sforzi economici ed organizzativi nei prossimi anni. **La revisione di questi indicatori è in corso per meglio incorporare gli impatti sociali e ambientali**. Infatti, nel 2023 tutti gli indicatori sono migliorati, avvicinandosi o superando anche gli obiettivi che non erano ancora stati raggiunti nell'anno precedente.

INDICATORE	OBIETTIVO	2022	2023
Indicatori comuni a tutte le funzioni aziendali			
Aumento fatturato (kg)	>= 10%	-12,43%	10,73%
ROS	>= 12%	7,56%	18,66%
Fidelizzazione clienti	>= 95%	95,60%	95,92%
Nuovi clienti	>= 5%	5,00%	6,10%
Ufficio commerciale			
Puntualità inserimento righe ordine	>= 85%	76,48%	59,81%
Precisione inserimento righe ordine	>= 99,95%	99,95%	99,94%
Ufficio acquisti			
Puntualità fornitori	>= 60%	51,82%	44,56%
Disponibilità materiale	>= 75%	82,98%	87,44%
Qualità			
Puntualità inserimento contestazioni	>= 90%	76,64%	80,34%
Logistica			
Righe ordine di vendita consegnate in tempo	>= 75%	66,05%	68,56%
Precisione preparazione ordini	>= 99,5%	99,72%	99,76%
Marketing			
Incremento vendite B2B in kg	> 15%	-8,99%	26,53%
Amministrazione			
Puntualità inserimento righe fatture passive	>= 85%	72,40%	92,99%
Puntualità registrazione incassi fatture	99%	99,64%	99,80%

2.3 Analisi dei rischi

Durante la pianificazione del Sistema Qualità, VIPA ha implementato una strategia di Gestione del Rischio che punta a **minimizzare l'effetto negativo delle principali incertezze legate al business**, attraverso adeguate politiche di gestione e mitigazione. I risultati di tale processo hanno portato all'identificazione e la formalizzazione delle principali risposte ai diversi tipi di rischio al fine di prevenire e/o limitare gli effetti generati dall'accadimento degli eventi rischiosi. **Il Modello dei rischi adottato si articola per tutti i processi** e assegna un punteggio di "Indice di rischio" alle categorie di rischio identificate. L'indice è determinato dal prodotto tra la probabilità che l'evento rischioso si avveri, il danno, ovvero l'effetto che questo evento può causare, e la gravità degli effetti del rischio considerato. Questi tre valori possono assumere un punteggio che va da 1 a 5: **il livello di priorità minima sarà quindi 1, mentre il massimo possibile 125**. Nella tabella riassuntiva sottostante sono stati riportati i principali rischi identificati da VIPA per ogni categoria, con annesse azioni preventive.

ATTIVITÀ	RISCHIO	PRIORITÀ	AZIONI PREVENTIVE
Commerciale	Redazione offerte: • errore redazione offerta Inserimento ordini: • rispondere in ritardo e perdere il cliente • non rispettare una data di consegna	Min 3 Max 48	• Indicatore commerciale da controllare, e se non raggiunto definire azione con la direzione • Verifica e conferma del cliente per accettazione e controllo dell'offerta prima di passare a ordine
Approvvigionamento	Gestione conto lavoro: • mandare il materiale errato a far lavorare Riordino per scorta magazzino: • rimanere senza materiale	Min 4 Max 48	• È il resp. commerciale che in base alle richieste / ordini invia il materiale • Il resp. lavorazioni esterne verifica che il materiale in invio sia corretto • Programma che segnala il sotto scorta all'uff acquisti con un riordino previsto anticipato di 3 mesi
Magazzino	Controlli qualità: • fornire un articolo non conforme Preparazione degli ordini: • errore nella preparazione ordine di un articolo • mancato invio di un articolo	Min 4 Max 36	• Le modalità per gestire tale possibilità sono indicate nelle procedure dei controlli • esiste un indice: in caso di errore arriva un allarme visibile a tutte le funzioni
Spedizioni	Predisposizione spedizioni: • sbagliare il cliente per invio materiale Ricezione arrivi e resi: • perdita materiale arrivato	Min 3 Max 12	• Gestione tramite codici a barre e udc
Marketing	Ampliamento categorie vendute e rete commerciale: • non essere competitivi sul mercato • avere aree non coperte	Min 6 Max 12	• Effettuare analisi di mercato
Gestione aziendale	Definizione budget aziendali e risorse Gestione emergenze: • non avere risorse per una adeguata gestione post emergenza	Min 9 Max 100	• Assicurazione credito clienti, assicurazione stabile con voci quali terremoto o altre catastrofi
Gestione risorse	Errori dovuti alla mancata formazione	Min 12 Max 27	• Ruoli dei formatori ben chiari e definiti
Sistema qualità	Definizione trattamento Non Conformità (NC): • non gestire le NC Definizione documentazione di sistema: • mancanza di aggiornamento documentale/normativo	Min 6 Max 32	• Esiste una specifica procedura per la gestione delle NC e valutazione problemi • Iscrizione all'organo tecnico UNI per essere sempre informati sulle modifiche normative

2.4 Codice etico

Per VIPA il rispetto delle leggi vigenti è un presupposto imprescindibile. **Attribuiamo molta importanza ad alcuni valori che regolano i rapporti interpersonali all'interno dell'azienda e tra l'azienda e i propri partner**. Fiducia reciproca, integrità, onestà e correttezza, sia internamente all'azienda che nei confronti degli interlocutori esterni, sono principi profondamente ancorati nella cultura aziendale del Gruppo VIPA che affonda le proprie radici nella cultura d'imprenditoria familiare che l'ha originata e gestita con particolare attenzione ai collaboratori e ai partner commerciali.

Questi valori costituiscono anche la base dei rapporti con i nostri fornitori. **Il codice etico definisce le regole e i valori condivisi e ricercati da tutti gli attori coinvolti nella nostra catena del valore**. Decidendo di somministrare questo documento VIPA prende coscienza del proprio ruolo sociale e di conseguenza di monitorare anche quello dei propri fornitori per contribuire ad una sana crescita economica in tutti i paesi in cui opera.

Il codice etico formulato da VIPA si divide in tre sezioni: la prima dedicata ai diritti umani, la seconda all'ambiente e l'ultima alla condotta etica.

La sezione sui diritti umani copre una serie di diritti fondamentali dei lavoratori:
- rispetto della dignità umana
- divieto del lavoro minorile
- tutela dei lavoratori più vulnerabili
- diritto alla libertà di riunione e associazione
- adeguatezza delle condizioni di lavoro
- sicurezza sul lavoro
- orario di lavoro e retribuzione adeguati

La seconda sezione invece riguarda l'impatto ambientale:
- riduzione di ogni tipo di emissione inquinante
- corretto impiego e trattamento delle risorse idriche
- smaltimento e riciclo dei rifiuti
- gestione di prodotti chimici e sostanze pericolose
- utilizzo responsabile delle risorse naturali

Riguardo la condotta etica si richiede:
- contrasto alla corruzione e alla concorrenza sleale
- non utilizzo di fonti di finanziamento illecite
- rispetto della normativa doganale e in materia di controllo delle esportazioni
- protezione e sicurezza dei dati

La maggior parte dei più grandi fornitori di VIPA si trovano nel continente asiatico, dove purtroppo esistono ancora luoghi di lavoro in cui queste condizioni non sono completamente rispettate. **Tramite questo codice etico si chiede ai fornitori d'investire nella continua revisione dei propri processi** per progressivamente uniformarsi ai valori concordati.

2.5 Certificazione di qualità

VIPA ha istituito ed implementato negli anni con continui miglioramenti un **sistema di gestione della qualità in linea con i criteri della norma ISO 9001** al fine di:
Dimostrare **competenza** nella fornitura di prodotti e servizi conformi alle richieste dei clienti e ai requisiti legali e regolamentari vigenti

- Migliorare la soddisfazione del cliente tramite l'implementazione efficace del sistema e dei processi di **miglioramento continuo**, garantendo il rispetto delle richieste specificate dai clienti e delle normative vigenti
- Fornire uno **standard qualitativo** per mantenere e migliorare costantemente l'efficacia e l'efficienza delle operazioni.

VIPA adotta il principio della gestione per processi per raggiungere in modo efficace ed efficiente i suoi obiettivi. Questo app**roccio assicura la comprensione e il costante soddisfacimento dei requisiti, la valutazione dei processi in base al loro valore aggiunto, il conseguimento di prestazioni efficaci dei processi e il miglioramento continuo degli stessi tramite l'analisi dei dati e delle informazioni disponibili.**

L'azienda segue l'approccio PLAN-DO-CHECK-ACT, con particolare attenzione al Risk-Based Thinking come strumento preventivo.
I processi sono descritti nelle Procedure Qualità e per ognuno sono definiti:

- gli input richiesti e gli outputs attesi
- la sequenza e le interazioni dei processi
- i criteri, i metodi (incluse misurazioni e indicatori di prestazioni) e modalità di controllo dei processi
- le risorse necessarie e le modalità per garantire la loro disponibilità
- compiti e responsabilità assegnate
- rischi ed opportunità e piano di implementazione delle azioni per affrontarli
- metodi per monitorare, misurare e valutare i processi e, se necessario, le modifiche da adottare per raggiungere i risultati attesi
- opportunità per il miglioramento del processo e del sistema di gestione per la qualità

Per mantenere i propri processi efficienti è necessario adattarli e migliorarli di conseguenza ai cambiamenti dell'ambiente in cui opera. Per questo VIPA propone anche un'analisi dell'ambiente interno ed esterno all'azienda con le esigenze e le aspettative che ogni parte interessata può portare.

PARTI INTERESSATE		ESIGENZE/ASPETTATIVE
Ambiente interno		
Proprietà	**Alta Direzione Soci**	Gestione e governo dell'azienda. Incremento fatturato e profitti, crescita, raggiungimento risultati attesi relativi al sistema Qualità, Ambiente e Sicurezza. Controllo sul miglioramento dell'efficienza gestionale. Controllo sulla prevenzione all'accadimento di eventi negativi con ripercussioni sui lavoratori (infortuni), sia sull'ambiente e le comunità locali, eventualmente causa di conseguenze a danno dell'azienda dal punto di vista materiale (sanzioni, rimborso danni) e immateriale (caduta di immagine). Controllo sul rispetto della conformità normativa al fine di evitare un eventuale fermo dell'attività da parte delle autorità di controllo.
Personale	**Dipendenti e collaboratori a tutti i livelli**	Coinvolgimento e consapevolezza, comunicazione, formazione, informazione, addestramento. Definizione ruoli e responsabilità, buon clima aziendale. Riconoscimenti adeguati e coinvolgimento nella crescita aziendale. Sicurezza sul lavoro e rispetto degli obblighi di conformità.
Gruppo	**Tutte le aziende del gruppo**	Gestione e governo dell'azienda in collaborazione con le altre aziende. Competenza e definizione di responsabilità nei ruoli interaziendali. Trasparenza nelle comunicazioni.

Ambiente esterno		
Clienti	**In generale tutti i clienti dell'azienda**	Qualità dei prodotti e del servizio, controllo e sicurezza dei prodotti, innovazione nella gamma di prodotti offerti, informazioni chiare ed attendibili (vedi schede tecniche ed etichette), buon rapporto qualità/prezzo, condizioni di trasporto, rispetto delle consegne, garanzie di tracciabilità e rintracciabilità, capacità di risposta alle emergenze, personale qualificato, puntualità, disponibilità ad accogliere le richieste/esigenze, gestione prodotti speciali.
Fornitori	**Fornitori di materiale e servizio**	Chiarezza nella definizione delle caratteristiche del prodotto richieste e nella definizione delle esigenze. Continuità ed efficienza del rapporto commerciale. Correttezza commerciale. Tempistiche di richiesta adeguate. Riconoscimento della qualità del prodotto fornito. Disponibilità del personale.
Banche		L'esigenza consiste nella solidità e affidabilità dell'azienda.
Assicurazioni		Valutazione dei rischi residui e affidabilità dell'azienda.
Enti di controllo	**INAIL – INPS ecc.**	Disponibilità e competenza delle figure aziendali/responsabili di processo coinvolti nell'attività oggetto di verifica. Trasparenza nella comunicazione. Rispetto obblighi di conformità.
Comunità locale		Impatto ambientale positivo e controllato del prodotto e del servizio offerto, sicurezza delle attività svolte nel sito e possibilità di impiego nella realtà di riferimento. Rispetto degli obblighi di conformità.

Tramite **audit interni e riesami della direzione a intervalli pianificati**, VIPA mantiene aggiornati l'analisi ambientale, l'analisi dei rischi e l'insieme delle operazioni di controllo qualità. Ciò permette all'azienda di ottimizzare i propri processi produttivi e garantire al contempo prodotti e servizi di qualità mantenendo comunque un buon livello di efficienza.

3 IL RAPPORTO CON GLI STAKEHOLDER

Con il termine **stakeholder** si intendono una serie di individui, gruppi o organizzazioni che direttamente o indirettamente sono coinvolti nelle attività dell'azienda, influenzandone i risultati o essendo influenzati dagli stessi. Questi soggetti contribuiscono, in diversi modi, al raggiungimento degli obiettivi aziendali e si distinguono come **figure fondamentali che VIPA vuole costantemente monitorare e coinvolgere**. Gli stakeholder si possono dividere in due categorie:

STAKEHOLDER INTERNI	STAKEHOLDER ESTERNI
Lavorano direttamente per l'azienda e partecipano attivamente alla sua gestione	Coloro che indirettamente contribuiscono allo svolgimento delle operazioni dell'azienda

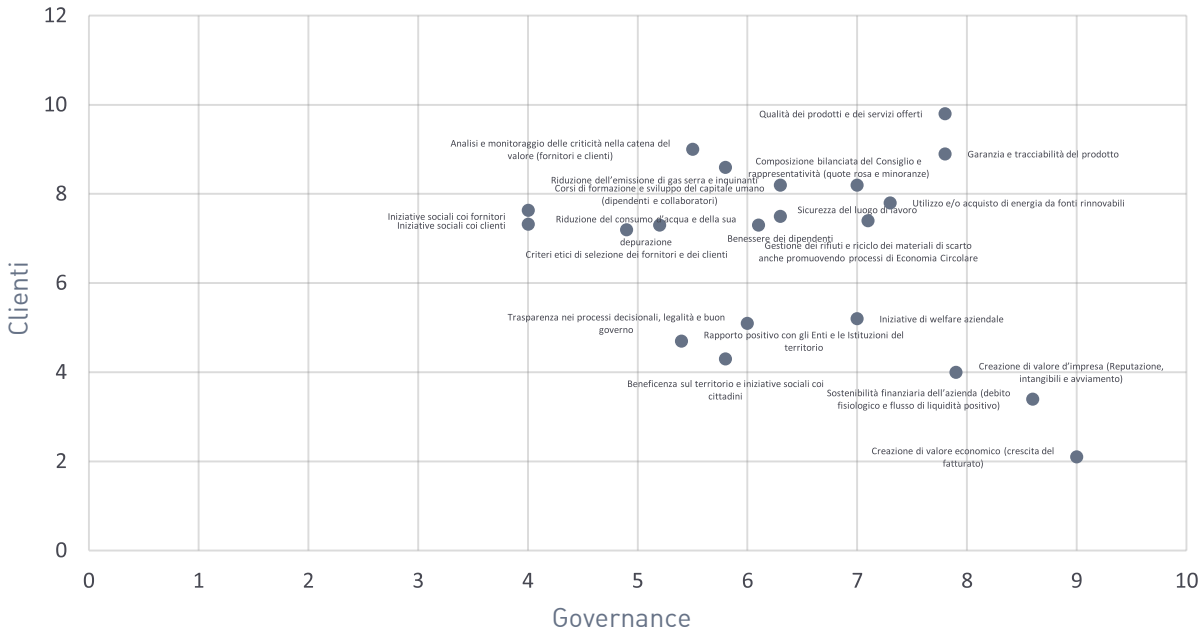
Gli stakeholder interni comprendono quindi la Governance e il personale dipendente mentre la categoria più ampia degli stakeholder esterni comprende i fornitori, i clienti, gli investitori, gli enti e le Istituzioni locali, la comunità ecc. Per entrambe le categorie verranno presentati i principali stakeholder e le loro caratteristiche.
L'analisi dello stakeholder engagement origina dall'analisi di materialità, con la quale si mettono a confronto le percezioni degli stakeholder esterni ed interni rispetto a una serie di temi materiali cari all'azienda.

3.1 Analisi di materialità

Il principio di materialità costituisce un pilastro essenziale nell'elaborazione del Bilancio Sociale. Secondo gli Standard GRI, la materialità definisce il contenuto del Bilancio Sociale insieme alla inclusività degli stakeholder, al contesto di sostenibilità e alla completezza. Tale principio richiede che ogni organizzazione includa i temi che riflettono gli impatti economici, ambientali e sociali rilevanti e che influenzano significativamente le valutazioni e le decisioni degli stakeholder. **La determinazione dei temi da includere nella rendicontazione, cioè i temi materiali, avviene considerando due parametri: uno interno, legato all'azienda stessa, e uno esterno, legato agli stakeholder con i quali essa interagisce**.

In questo caso sono stati intervistati i membri del **CDA e i responsabili di funzione** che fanno a capo direttamente ad esso, per un campione totale di 15 individui all'interno dell'azienda. Ad ognuno di essi è stato chiesto di dare un valore da 1 (poco significativo) a 10 (molto significativo) per ognuno dei seguenti temi. Per "significatività" si intende sia l'importanza che si attribuisce al tema stesso, che la frequenza con cui si affronta quel tema nello svolgimento del proprio lavoro.
Il campione esterno è rappresentato da circa 20 tra i principali **clienti di VIPA**.
Il livello di significatività è rappresentato dalla:
1. presenza/assenza degli stessi argomenti/temi richiesti nel questionario CdA
2. richiesta di informazioni di sintesi su come viene gestito il tema
3. richiesta di dati quantitativi sul tema
4. richiesta di policy approvate dalla governance per la gestione del tema
5. richiesta di esemplificazione degli strumenti di monitoraggio e verifica sul tema

La rappresentazione sottoforma di matrice permette di confrontare la differente percezione tra i due gruppi rispetto ai temi trattati. Infatti, sull'asse orizzontale sono riportati i valori del gruppo interno, mentre sull'asse verticale quelli del gruppo esterno. In questo modo, VIPA è in grado di individuare dove ci soni le maggiori differenze e intervenire in modo da allinearsi con le aspettative degli stakeholder esterni.

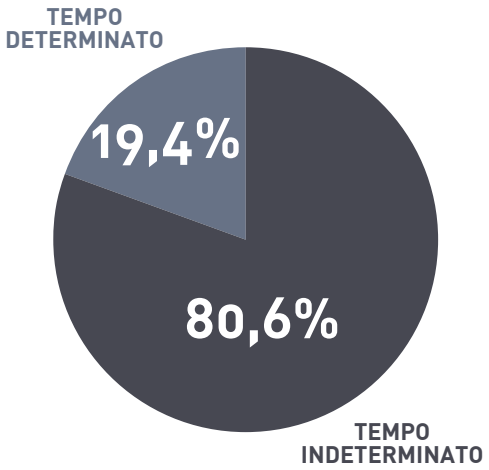


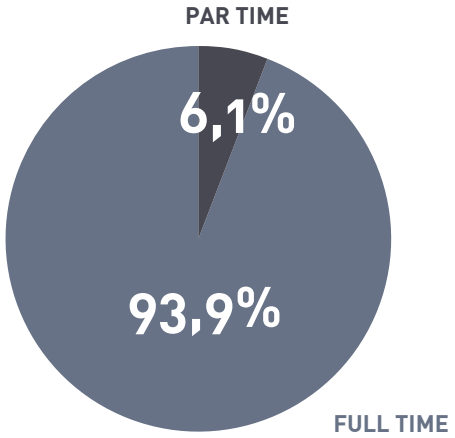
In quanto prima edizione del bilancio alcuni dei rispondenti hanno riportato una scarsa conoscenza di alcuni temi, in particolare alcuni punteggi bassi sono riferibili a temi scarsamente affrontati nella loro routine lavorativa. Questa circostanza rappresenta per VIPA un interessante e sfidante punto di partenza che porta all'attenzione dei vertici aziendali e delle prime linee manageriali **temi nuovi ed attuali che progressivamente dovranno entrare nel modello di business per mantenerlo al passo con i tempi e le sfide contemporanee**. Nella tabella sottostante vengono riportati i valori medi per tema divisi tra Governance e clienti: in questo modo è più facile apprezzare le differenze. Difatti si nota come ci siano alcuni temi che sono più cari alla Governance rispetto ai clienti e viceversa. Le maggiori divergenze si trovano nei temi riguardanti l'andamento economico dell'azienda: ovviamente questi sono molto significativi per la Governance e invece lo sono molto poco per i clienti. Dall'altra parte, i clienti sono più interessati rispetto alla Governance ad aspetti ambientali e sociali, con un voto in media di 2 o 3 punti superiore. Grazie a questi risultati VIPA intende portare l'attenzione anche su questi nuovi temi ed argomenti che risultano di maggiore importanza per gli stakeholder esterni, andando a ridurre il gap tra la visione interna della Governance e gli interessi del clienti.

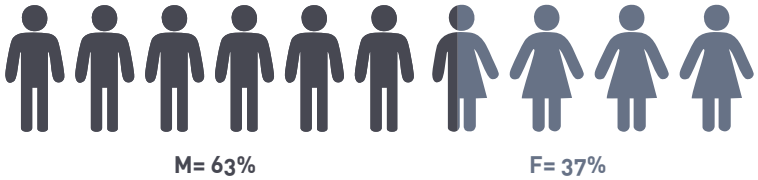
CATEGORIA	TEMA	VOTO MEDIO GOVERNANCE	VOTO MEDIO CLIENTI
Aspetti economici e finanziari			
	Creazione di valore economico (crescita del fatturato)	9	2,1
	Sostenibilità finanziaria dell'azienda (debito fisiologico e flusso di liquidità positivo)	8,6	3,4
	Creazione di valore d'impresa (Reputazione, intangibili e avviamento)	7,9	4
Impatto ambientale			
	Utilizzo e/o acquisto di energia da fonti rinnovabili	7,3	7,8
	Gestione dei rifiuti e riciclo dei materiali di scarto anche promuovendo processi di Economia Circolare	7,1	7,4
	Riduzione dell'emissione di gas serra e inquinanti	6,3	8,2
	Riduzione del consumo d'acqua e della sua depurazione	6,1	7,3
Impatto sociale			
	Beneficenza sul territorio e iniziative sociali coi cittadini	5,8	4,3
	Rapporto positivo con gli Enti e le Istituzioni del territorio	5,4	4,7
	Iniziative sociali coi fornitori	4	7,5
	Iniziative sociali coi clienti	4	7,3
Governance			
	Trasparenza nei processi decisionali, legalità e buon governo	6	5,1
	Composizione bilanciata del Consiglio e rappresentatività (quote rosa e minoranze)	5,8	8,6
Clienti e fornitori			
	Qualità dei prodotti e dei servizi offerti	7,8	9,8
	Garanzia e tracciabilità del prodotto	7,8	8,9
	Analisi e monitoraggio delle criticità nella catena del valore (fornitori e clienti)	5,5	9
	Criteri etici di selezione dei fornitori e dei clienti	4,9	7,2
Dipendenti			
	Sicurezza del luogo di lavoro	7	8,2
	Iniziative di welfare aziendale	7	5,2
	Benessere dei dipendenti	6,3	7,5
	Corsi di formazione e sviluppo del capitale umano (dipendenti e collaboratori)	5,2	7,3

3.2 Personale dipendente

La forza lavoro di VIPA S.p.a conta più di 130 persone, ed è composta per il 47% da operai e il restante 53% da impiegati.
VIPA dimostra un grande impegno nel valorizzare i propri dipendenti, offrendo loro contratti stabili e che prevedono bonus e programmi di welfare aziendale. Infatti, più dell'80% ha un contratto a tempo indeterminato e solo il 13% percepisce il salario base previsto per la categoria di appartenenza.
Le ore di formazione svolte in un anno sono in media 19 per gli operai e 15 per gli impiegati

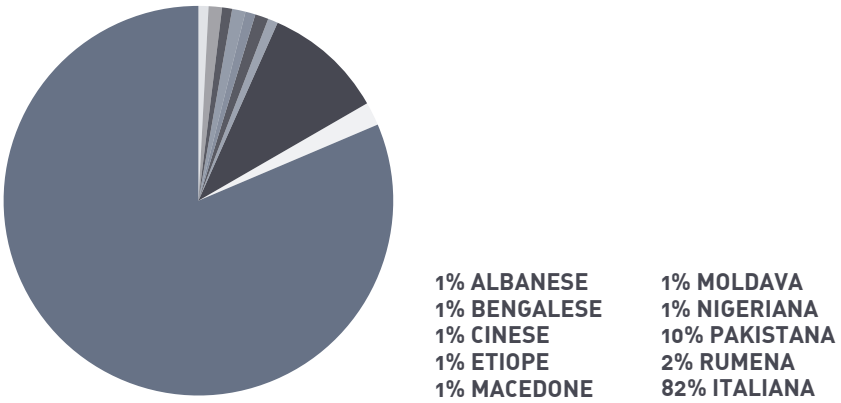




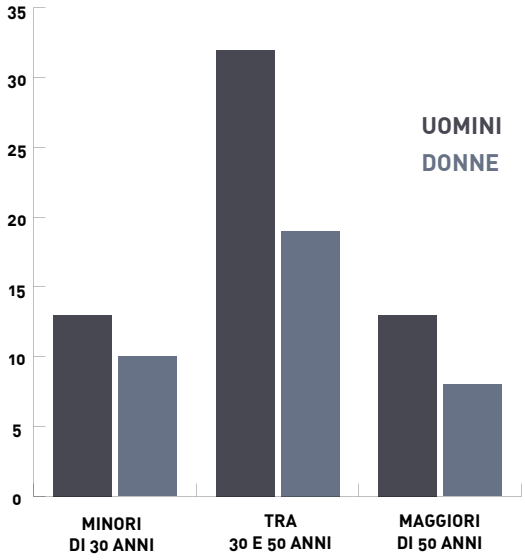


Degna di nota è l'alta presenza di donne all'interno di VIPA che ammonta a circa il 37% dei dipendenti totali, un dato che è ben sopra la media delle altre aziende nel settore e che indica un **atteggiamento manageriale inclusivo e attento alla parità di genere**. In aggiunta a ciò, l'azienda nello scorso anno ha concesso più di 3500 ore di congedo per maternità.

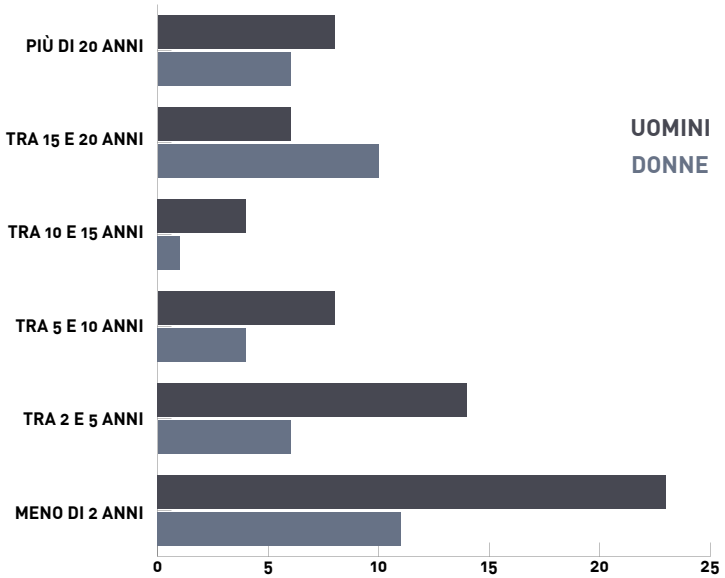
La grande maggioranza degli assunti è di nazionalità italiana di cui circa il 75% nati nelle province limitrofe. Sono comunque presenti in buon numero lavoratori di origine pakistana, rumena e albanese.



In questa sezione viene analizzata più nel dettaglio la forza lavoro di VIPA. Il grafico sottostante riporta la divisione dei dipendenti per fasce d'età e per sesso. Si può notare come la maggior parte sia concentrata nella fascia centrale tra i 30 e i 50 anni (circa il 52%, più della metà),mentre le due fasce esterne. contengono quasi la stessa percentuale: 23% per i lavoratori minori di 30 anni e 25% per quelli maggiori di 50 anni. Inoltre **la disparità tra i due sessi diminuisce man mano che si scende con l'età**, passando da una differenza del 38% nell'ultima fascia a solo il 16% nella fascia più giovane.

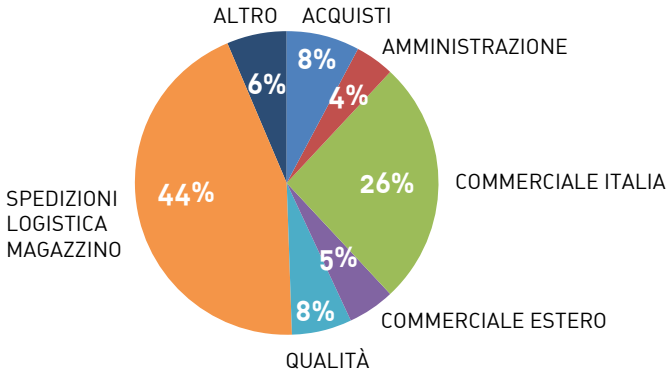


Nel grafico seguente invece vengono messi a confronto gli anni d'esperienza in azienda, sempre divisi per sesso. Negli ultimi due anni VIPA ha affrontato una serie di nuove assunzioni che ora arriva al 34% del totale. Nuove assunzioni che fanno fronte alla necessità di maggiore forza lavoro derivante dalle acquisizioni fatte negli ultimi anni. Questo dato non appare negativo se confrontato con quello dei lavoratori con più di 10 anni di esperienza, che risulta alla pari con quello precedente, e rappresenta quel gruppo di dipendenti che ha interiorizzato i valori e la cultura aziendale e che è in grado di insegnare queste conoscenze alla nuova forza lavoro. **VIPA dimostra quindi di avere un buon turnover dei dipendenti, riuscendo a trasmettere anche il proprio know-how aziendale**.



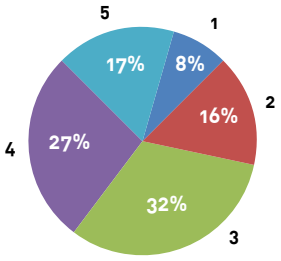
VIPA per il suo **programma di welfare aziendale** di base si affida al Fondo Est, mentre prevede l'assegnazione di ulteriori **premi in denaro tramite la società benefit TreCuori**. Quest'ultima permette di creare dei premi su misura da assegnare ai dipendenti dopo il raggiungimento di determinati obiettivi. Il dipendente potrà poi spendere il proprio buono nei vari fornitori disponibili sul sito di TreCuori. Per il momento le cifre coinvolte non sono molto elevate, ma l'impegno di VIPA è quella di aumentarle nel tempo di pari passo alla redditività aziendale.

Un'altra iniziativa intrapresa nel 2023 riguarda un **questionario somministrato da VIPA ai suoi dipendenti riguardante il clima nel luogo di lavoro e la loro soddisfazione**.
La prima parte del questionario riguarda l'adeguatezza e la pulizia dell'ambiente di lavoro e le mansioni svolte, mentre la seconda indaga il clima e le relazioni tra colleghi e superiori.
Si sono avute in totale 77 risposte, così distribuite nei vari reparti:

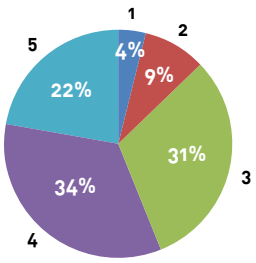


Vengono riportate ora le distribuzioni delle risposte alla prima sezione del questionario.
I dipendenti potevano assegnare un grado di soddisfazione che va da 1 a 5 per ogni domanda.

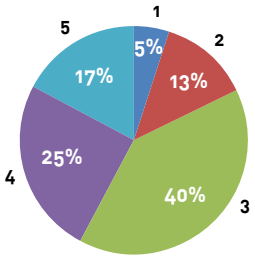
1) Sei soddisfatto/a dell'organizzazione degli uffici/ambienti e della pulizia nell'ambiente di lavoro?



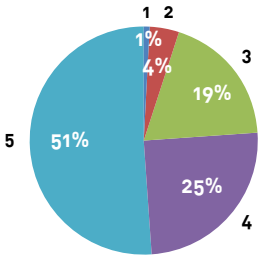
2) Sei soddisfatto/a delle attrezzature e dei dispositivi forniti per lavorare?



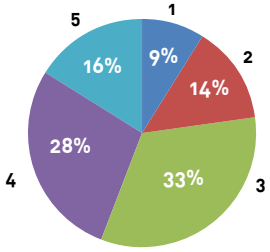
3) In relazione alle tue competenze e mansioni, ritieni di essere adeguatamente formato/a dall'azienda?



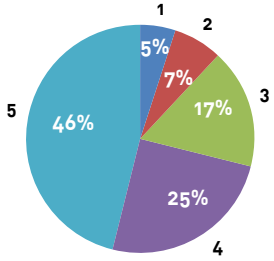
4) In relazione alle tue competenze e mansioni, sei soddisfatto/a del lavoro che ti è stato assegnato?



5) In relazione alle tue competenze e mansioni, ritieni di essere ben retribuito/a per le tue prestazioni di lavoro?



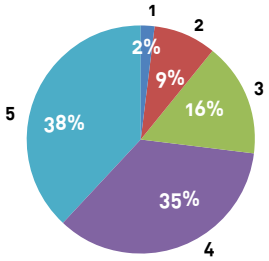
6) Sei soddisfatto/a degli orari di lavoro?



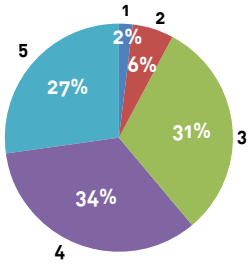
Si può notare dalle risposte che **in media i dipendenti di VIPA sono molto soddisfatti dell'ambiente e delle condizioni di lavoro**. Se prendiamo i valori quattro e cinque come soddisfatto/a e molto soddisfatto/a il valore medio di soddisfazione si aggira attorno all'55% con un massimo di 75,3% nella domanda 4 "In relazione alle tue competenze e mansioni, sei soddisfatto/a del lavoro che ti è stato assegnato?" e un minimo di 41,6% nella domanda 5 "In relazione alle tue competenze e mansioni, ritieni di essere ben retribuito/a per le tue prestazioni di lavoro?" e nella domanda 3 "In relazione alle tue competenze e mansioni, ritieni di essere adeguatamente formato/a dall'azienda?".

Passando ora alla seconda parte del questionario le domande sono state le seguenti:

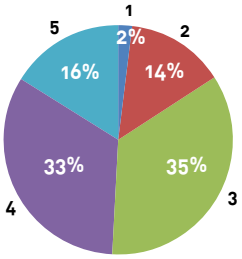
1) Ritieni che il clima aziendale fra colleghi nel tuo reparto sia sereno?



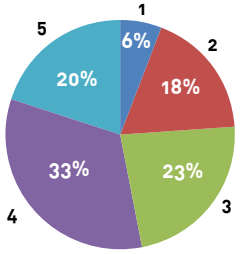
2) Ritieni che sia facile relazionarsi con i tuoi superiori?



3) Ritieni che le tue proposte ai tuoi superiori siano adeguatamente considerate?



4) Ritieni che i tuoi colleghi di reparto abbiano un carico di lavoro adeguato e ben distribuito?



Anche in questo caso il livello di soddisfazione generale è molto alto, con una media di 59% e un massimo di 72,8% alla domanda "Ritieni che il clima aziendale fra colleghi nel tuo reparto sia sereno?" e un minimo di 48,1% per la domanda "Ritieni che le tue proposte ai tuoi superiori siano adeguatamente considerate?".

Si può concludere che l'ambiente e il clima di lavoro presso VIPA originino un luogo accogliente e sereno in cui le persone possano convivere ed è anche un luogo sicuro e adatto allo svolgimento delle mansioni lavorative. **Sono emerse anche delle criticità**: VIPA si impegna a migliorare questi aspetti e a tenerne conto per i progetti futuri.

3.3 Analisi soddisfazione clienti

Nel 2022, VIPA ha deciso di valutare l'**andamento della soddisfazione clienti** tramite un questionario sui maggiori clienti che coprono il 10% del fatturato totale di VIPA, per un totale di **circa 300 rispondenti**.
L'analisi è stata fatta su queste quattro macroaree di particolare interesse per i clienti:

- Commerciale
- Prodotti e servizi
- Logistica
- Assistenza post vendita

i seguito sono riportate le domande poste: per ognuna di esse è stato chiesto di dare un valore da **1 (poco/non soddisfatto) a 5 (pienamente/molto soddisfatto)**. Sono poi state riordinate in ordine decrescente di soddisfazione

DOMANDA	VALORE MEDIO
Il materiale è stato consegnato in perfette condizioni?	4,6
La gamma dei servizi offerti (Kanban, VIPA Shop ecc) vi sembra completa, risponde alle vostre necessità ed è qualitativamente buona?	4,325
Come giudica complessivamente il servizio/prodotto offerto dalla VIPA?	4,3
Se chiama VIPA, le rispondono gentilmente e la mettono subito in contatto con la persona giusta?	4,25
La merce è stata consegnata nei tempi concordati?	4,25
La gamma e disponibilità dei prodotti offerti vi sembra completa, risponde alle vostre necessità ed è qualitativamente buona?	4.175
Un eventuale reclamo viene evaso con prontezza e con sua piena soddisfazione ?	4.075
E' soddisfatto della consulenza offerta dal nostro servizio commerciale?	4.025

L'analisi ha riportato un grado di soddisfazione medio molto elevato con un picco di 4,6 in risposta alla domanda "Il materiale è stato consegnato in perfette condizioni?" e un valore minimo di 4,025 per la domanda "È soddisfatto della consulenza offerta dal nostro servizio commerciale?". Questi **valori** sono **indubbiamente positivi** e dimostrano un'elevata soddisfazione dei clienti, risultato raggiunto anche grazie a uno dei punti di forza di VIPA, ovvero il suo magazzino.
Ai clienti è stato chiesto anche di dare dei suggerimenti liberi se avessero voluto. La maggior parte di questi riguardano il miglioramento del packaging protettivo e una maggiore cura dei corrieri nel trasporto delle merci. VIPA ha fatto tesoro di questi consigli ed ha già avviato una **campagna di sensibilizzazione** dei corrieri sulla gestione della merce a loro affidata da Vipa.

Altri indicatori utili a misurare le performance di VIPA rispetto ai rapporti che ha con i propri stakeholder esterni sono riportati nell'audit svolto da SGS nel 2022. In particolare, è stata **misurata l'efficienza del magazzino** nel gestire gli ordini in entrata (merce ricevuta dai fornitori) e gli ordini in uscita (spedizioni e vendite).

PROCESSO	RISULTATO 2022	OBIETTIVO 2023
Acquisto merci		
Disponibilità materiale	82%	85%
Precisione preparazione ordini	99,72%	99,50%
Vendite		
Puntualità inserimento ordine	76,78%	85%
Precisione inserimento ordine	99,95%	99,95%
Spedizione		
Precisione preparazione ordini	99,72%	99,50%
Ordini consegnati in tempo	66,05%	75%

Tali percentuali, che sono sicuramente positive, indicano anche la **volontà di VIPA di puntare sempre più a ottimizzare i propri processi** a favore dei propri clienti e fornitori.
Questi risultati uniti all'analisi di soddisfazione dei clienti dimostrano l'impegno costante dell'azienda nel soddisfare i bisogni e le aspettative dei propri stakeholder. Nella visione d'insieme composta da tutti i portatori d'interesse dell'organizzazione, VIPA svolge un ruolo attivo di miglioramento collettivo: mirare all'efficienza e alla qualità dei propri prodotti e servizi non è utile solamente all'azienda stessa, ma anche a tutti i suoi stakeholder.

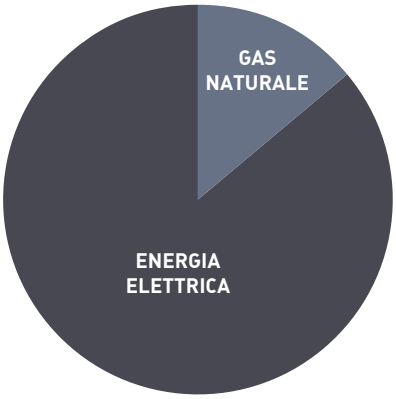
4 SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

Nel periodo attuale le tematiche legate all'ambiente sono diventate sempre più rilevanti, tant'è che non ci si limita più a ridurre solamente la propria impronta ecologica, ma anzi **si cerca di avere un impatto positivo sull'ambiente**. È questo il concetto alla base della sostenibilità ambientale che VIPA, attraverso il suo operato, sposa appieno.
In questo capitolo infatti verranno analizzati i consumi, i rifiuti prodotti e la carbon footprint dell'azienda, ma non solo. Verranno riportate anche tutte le iniziative già in atto, come la **realizzazione di un impianto fotovoltaico o il riutilizzo dei rifiuti e degli scarti**, e gli impegni futuri volti a ridurre l'impatto ambientale di VIPA.

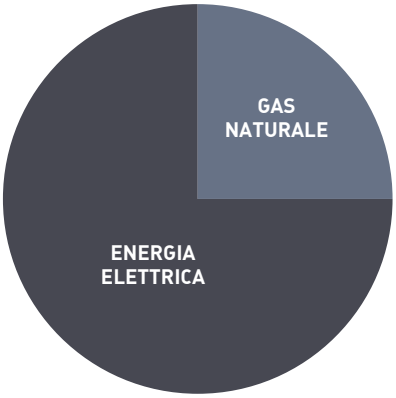
4.1 Consumi energetici

I consumi annuali sono stati reperiti tramite le bollette e suddivisi tra energia elettrica e gas naturale. L'energia elettrica viene consumata principalmente per il funzionamento del magazzino automatizzato e, a seguire, per l'illuminazione degli spazi, per l'alimentazione delle postazioni degli uffici, nei vari processi produttivi e per la climatizzazione, mentre il gas naturale viene utilizzato quasi unicamente per il riscaldamento.
Di seguito viene riportato il confronto tra consumo e costo delle due fonti sul totale negli ultimi due anni.

RAPPORTO CONSUMI NEL 2022

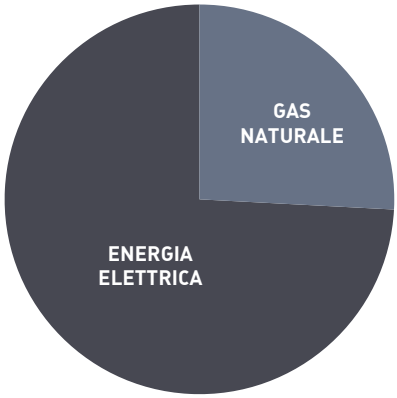


RAPPORTO COSTI NEL 2022

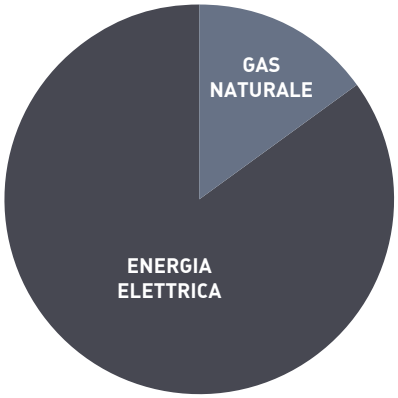


	CONSUMI	COSTI
ENERGIA ELETTRICA	1.167.776,00 (kWh)	151.065,46 €
GAS NATURALE	41.084,00 (Smc)	51.265,13 €

RAPPORTO CONSUMI NEL 2023



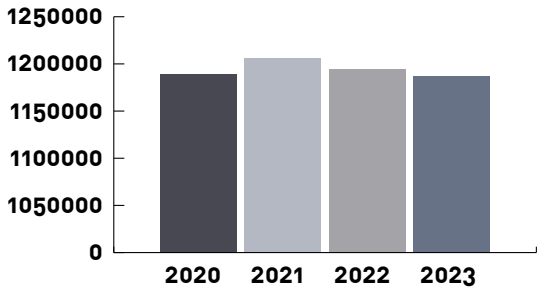
RAPPORTO COSTI NEL 2023



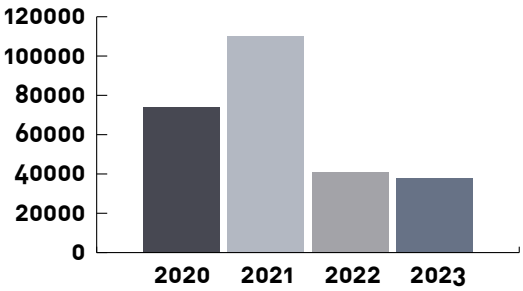
	CONSUMI	**COSTI**
ENERGIA ELETTRICA	1.124.210,00 (kWh)	225.773,00 €
GAS NATURALE	37.970,00 (Smc)	32.708,15 €

In questo grafico viene analizzato l'andamento dei consumi, divisi per fonte, degli ultimi quattro anni: si nota come l'**utilizzo sia di elettricità che di gas è in diminuzione** rispetto agli anni precedenti. Da evidenziare che durante il 2020, a causa delle restrizioni dovute alla pandemia, un buon numero di dipendenti ha lavorato in smart working, riducendo i consumi per quell'anno. Il fatto che lo scorso anno si siano raggiunti dei livelli di consumo uguali, per l'elettricità, e molto inferiori, per il gas naturale, dimostra un grande miglioramento dell'azienda sotto l'aspetto dell'**efficientamento energetico**.

ENERGIA ELETTRICA (Kwh)



GAS NATURALE (smc)



4.2 Emissioni

Nell'ambito dei consumi energetici gli indici GRI prevedono il **calcolo delle emissioni di gas serra prodotte per stimare la carbon footprint dell'azienda.**
I consumi energetici vengono divisi in tre categorie o "Scope":

- **Scope 1**: comprende tutte le **emissioni dirette** prodotte dall'azienda nei suoi processi produttivi
- **Scope 2**: le emissioni risultanti dalla generazione **di elettricità acquistata o acquisita**, riscaldamento, raffreddamento e vapore consumato da un'organizzazione.
- **Scope 3: tutte le emissioni indirette prodotte da fonti esterne all'azienda**, ma collocate a monte o a valle della sua catena del valore.
- Per una questione di disponibilità di dati, in questa prima edizione verranno calcolate le emissioni di gas serra solo per lo Scope 1 e 2, che sono comunque le categorie più rilevanti nel valore totale dell'azienda. Le stime sono state calcolate **utilizzando il "Greenhouse gas emissions calculation tool" del GHG Protocol** un'istituzione che si occupa di elaborare questo genere di framework riconosciuti a livello globale.

	CONSUMO (KWh)	FONTE	EMISSIONI CO_2 (TONNELLATE)
SCOPE 1	405.899,3	Gas naturale	73,56
SCOPE 2	1.124.210	Energia elettrica acquistata	0

Lo Scope 1 è stato calcolato solo in base al consumo interno all'azienda: per stime più precise anche sulla flotta di veicoli si provvederà nelle prossime edizioni. Nello scorso anno per questa categoria sono state prodotte circa 73,56 tonnellate di CO_2.

Per lo Scope 2 invece le emissioni sono approssimabili a zero. Questo perché il fattore di emissione per l'energia elettrica in Europa è vicino allo zero grazie a specifiche misure di compensazione e l'aumento dell'utilizzo di energia da fonti rinnovabili.

4.3 Gestione dei rifiuti

Le linee di condotta adottate da VIPA riguardo la gestione dei rifiuti sono molto stringenti con un focus sulla minimizzazione degli sprechi.
Svolgendo principalmente la funzione commerciale di snodo tra i produttori di viteria e bulloneria e i clienti finali, si è da tempo **focalizzata sul packaging**, implementando alcune soluzioni innovative. Per i clienti che usufruiscono anche del servizio KANBAN di VIPA vengono impiegati dei **contenitori di plastica standardizzati** per tipologia di prodotto che, a seguito dell'utilizzo del cliente, vengono riconsegnate in fabbrica dove verranno riutilizzate per una nuova consegna. L'utilizzo di questi contenitori standardizzati e riutilizzabili permette di velocizzare il processo di preparazione dell'ordine e soprattutto azzera i rifiuti dovuti all'imballaggio. Nel caso in cui non si usufruisca di questo servizio viene utilizzato principalmente il cartone, anche se **VIPA sta da tempo spingendo i propri clienti ad utilizzare soluzioni più sostenibili**. Infatti, ogni etichetta presenta un QR code che riporta le indicazioni per il corretto smaltimento dell'imballaggio.

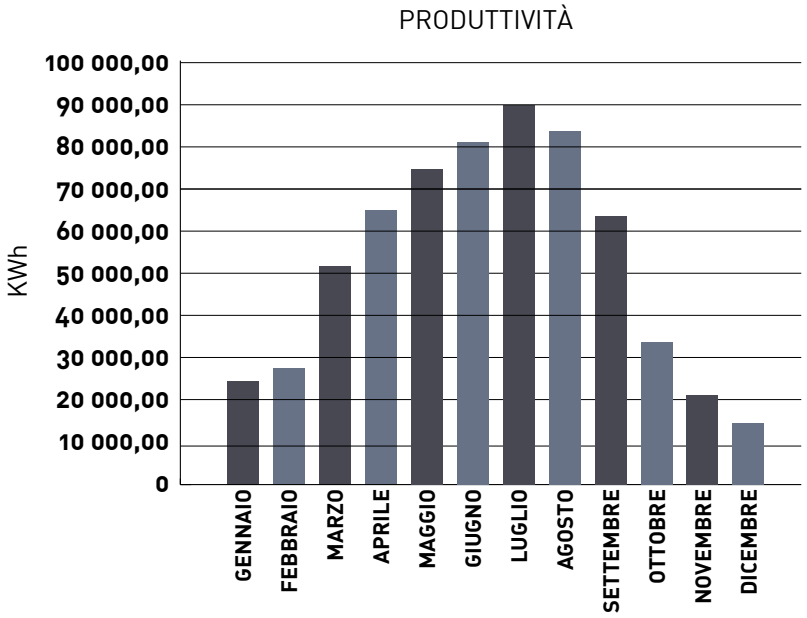
Nel 2023 sono state prodotte 44 tonnellate di rifiuti, tutti conferiti poi ad apposite strutture adibite al recupero o allo smaltimento degli stessi. Vengono così divisi:

STRUTTURA	ATTIVITÀ	QUANTITÀ (IN KG)
BALZANELLI S.R.L	Lavorazione carta da macero	22.130
REGGIANI ROTTAMI	Recupero rottami ferrosi	11.180
ALIPLAST	Riciclo materie plastiche	7.380
IREN AMBIENTE	Centro di raccolta rifiuti	3.440

Dopo una serie di lavorazioni e smistamento dei rifiuti nelle varie strutture **solo una minima parte finisce in un centro di raccolta (il 7,8%) mentre il restante viene riutilizzato e riciclato**.

4.4 Impianto fotovoltaico

A fronte di un cospicuo investimento, **durante il 2023 VIPA ha installato sul proprio tetto un totale di 954 pannelli fotovoltaici**, con una potenza di picco di produzione di 524 KWp.



Secondo le stime fatte l'impianto sarebbe in grado di produrre 639.904 kWh all'anno, che attualmente coprirebbe ben il 54% del fabbisogno annuale, consentendo anche all'azienda di risparmiare nell'acquisto dell'energia più di 80.000 € all'anno.

4.5 Caldaia a biomassa

Nel 2023 VIPA si è mossa con degli importanti investimenti anche per quanto riguarda la questione dei consumi legati al riscaldamento dei locali. Ha infatti aggiornato la vecchia caldaia in quanto non più a norma e **installato due nuove caldaie a biomassa più potenti della precedente, capaci di generare una potenza massima di 499 kW**. Nei piani di lavoro rientra anche l'acquisto e bonifica di un magazzino adiacente che era in disuso.

Non è la prima volta che VIPA si dimostra lungimirante sotto questo punto di vista: già più di una decina di anni fa ha provveduto alla costruzione di un impianto geotermico che però non è mai stato utilizzato appieno a causa della conformazione troppo argillosa del terreno. Uno degli obiettivi futuri è infatti quello di modernizzare l'impianto e portarlo a piena funzione.

4.6 Altre iniziative

Nel suo impegno nel rispetto della sostenibilità ambientale, abbiamo cercato un fornitore che avesse soluzioni green di compensazione: **VIPA ha deciso di sostenere l'organizzazione PrintReleaf**, una piattaforma online per la riforestazione planetaria che misura la quantità utilizzata di carta e toner delle aziende e converte tale consumo in alberi che saranno piantati in uno dei siti attivi per il ripopolamento forestale.
PrintReleaf offre diversi progetti a cui aderire, ognuno di essi prevede la riforestazione di zone a rischio a causa del cambiamento climatico. L'iniziativa scelta da VIPA è situata in Tanzania, nelle zone limitrofe al Kilimangiaro: a causa del surriscaldamento climatico i ghiacciai si stanno ritraendo sempre di più, diminuendo drasticamente la disponibilità d'acqua per la popolazione e la vegetazione.
PrintReleaf non si limita solo a piantare alberi, ma cerca di ridurre l'impatto negativo dell'uomo anche tramite la formazione delle comunità native su temi come l'agricoltura sostenibile.

Il certificato ufficiale rilasciato da PrintReleaf riassume tuti i dati e il contributo di VIPA a sostegno di questo progetto.

5 SOSTENIBILITÀ E IMPATTO SOCIALE

In questo capitolo si affronta il tema della sostenibilità nella sua dimensione "sociale". È necessario quindi introdurre la definizione di **Valutazione di Impatto Sociale (VIS)**, intesa come valutazione qualitativa e quantitativa, nel breve, medio e lungo termine, degli effetti delle attività svolte dall'ente in esame sulla comunità e sul territorio di riferimento (legge 106/2016).

Secondo gli standard di rendicontazione GRI, la sostenibilità sociale riguarda gli impatti di un'organizzazione sulle persone con cui entra in contatto. Interagendo in maniera attiva con la comunità, VIPA ha la possibilità di rilevare l'impatto che il suo operato ha nel miglioramento delle condizioni sociali e del territorio.

Per la redazione di questo bilancio si è divisa la sostenibilità sociale principalmente in due aree:

- Associazioni ed enti benefici
- Iniziative sul territorio locale

Le due aree corrispondono a categorie di stakeholder interni ed esterni a cui VIPA ritiene importante rivolgersi.

5.1 Associazioni ed enti benefici

L'ufficio vendite estere e quello di marketing e comunicazione si impegnano a sensibilizzare e trovare iniziative benefiche da sostenere e coinvolgere nelle proprie attività. In particolare, nel 2023 è stata colta l'occasione di preparare delle strenne natalizie per i clienti in collaborazione con due associazioni. Un importo di quasi 8.000 € è stato devoluto alle seguenti iniziative:

- Il contributo alla fondazione Caritas è stato utilizzato per l'acquisto dei prodotti alimentari tramite l'Emporio Cinquepani di Carpi, che si impegna nel sostegno alimentare delle persone in difficoltà economica
- Un'erogazione liberale è invece stata devoluta alla missione di Suor Anna Tommasi, impegnata nello stato del Malawi tramite il Centro Missionario di Carpi: le donazioni contribuiscono all'acquisto di farina e alimenti per i bambini degli asili costruiti sempre grazie al Centro Missionario

5.2 Iniziative sul territorio

VIPA è da sempre molto presente nelle iniziative locali culturali e sportive, in particolare quelle del comune di Rolo in cui si trova la sede principale.
Ha sovvenzionato l'associazione ROLOinFESTA, un'organizzazione di volontariato che si occupa della promozione e organizzazione di eventi per la valorizzazione e conoscenza delle tradizioni del territorio. Inoltre ha sostenuto economicamente anche la Parrocchia di San Zenone.
VIPA è uno dei maggiori finanziatori della squadra di calcio locale, l'A.C. Rolo, avendo devoluto la cifra di 75.000 € e di cui un membro de CDA, Poppi Vilson, è co-presidente.
Sempre in ambito calcistico VIPA è sponsor anche del Bologna F.C., del Parma Calcio, dell'A.C. Reggiana e del Carpi F.C., mentre supporta anche la squadra di pallavolo Volley Prata.
VIPA è presente anche nell'ambiente scolastico, avendo all'attivo una serie di accordi con gli istituti superiori della provincia. Nel 2022 ha accolto 3 ragazzi provenienti dall'Istituto Meucci di Carpi e 1 dall'Istituto Einaudi di Correggio che hanno svolto le ore previste di PCTO presso lo stabilimento di Rolo di VIPA. Nel 2023 invece, ci sono stati 2 stagisti entrambi provenienti dall'istituto Vallauri di Carpi.

5.3 Obiettivi futuri

L'**obiettivo** di un documento come il **bilancio sociale** non è solo quello di raccontare l'azienda nelle accezioni di sostenibilità sociale e ambientale, ma anche **quello di stimolare un continuo processo di miglioramento**. Per questa prima edizione del bilancio la riflessione congiunta tra management, consulenti e dipendenti ha permesso a VIPA di definire la situazione di partenza e le iniziative ambientali e sociali già in atto sono numerose, tuttavia, VIPA è pronta ad investire maggiormente in questa direzione in stretta collaborazione con tutti i propri stakeholder.

INIZIATIVE IN CORSO	OBIETTIVI FUTURI DI MIGLIORAMENTO
Governance	
Prima edizione del bilancio sociale per uso principalmente interno	Successive edizioni migliorate e co- progettate con gli stakeholder esterni
Adozione della norma ISO 9001	Adozione della norma ISO 14001 per la gestione degli impatti ambientali
Prima edizione dell'analisi di materialità con confronto tra governance e clienti	Analisi di doppia materialità (interna ed esterna) aggiornata ed estesa ad un campione più ampio
Codice etico	
Richiesta di adozione di un codice etico a più livelli per i principali fornitori	Adozione progressiva del codice etico da parte di tutti i fornitori in forme via via più sfidanti e ambiziosi in merito agli impatti sociali ed ambientali
INIZIATIVE ATTUALI	**OBIETTIVI FUTURI DI MIGLIORAMENTO**
Rapporto con gli stakeholder	
Questionari di analisi di soddisfazione dei clienti e dipendenti	Aggiornamento dei questionari e riproposizione a campioni più ampi
Monitoraggio dei fornitori della filiera tramite sondaggi su temi di sostenibilità sociale e ambientale	Indagine più ampia e precisa su tutta la filiera, tramite la collaborazione con società specializzate
Sostenibilità ambientale e sociale	
Installazione dell'impianto fotovoltaico e nuova centrale a biomassa	Soddisfazione del restante fabbisogno energetico acquistando sempre più energia prodotta da fonti rinnovabili
Utilizzo di materiali d'imballaggio riciclabili e /o riutilizzabili	Incentivare clienti e fornitori ad utilizzare solo materiali riciclabili
Stime delle emissioni di Scope 1 e 2	Sistematizzazione dei contributi definendo un budget aziendale e un responsabile interno
Vari contributi economici a iniziative sociali e del territorio	Sistematizzazione dei contributi definendo un budget aziendale e un responsabile interno

CODICE INDICATORE GRI	PAGINA
102-1 Nome dell'organizzazione	Pag. 6
102-2 Attività, marchi, prodotti e servizi	Pag. 10
102-3 Luogo della sede principale	Pagg. 8-9
102-4 Luogo delle attività	Pagg. 8-9
102-5 Proprietà e forma giuridica	Pag. 6
102-6 Mercati serviti	Pagg. 8-9
102-7 Dimensione dell'organizzazione	Pagg. 8-9
102-8 Informazioni sui dipendenti e sugli altri lavoratori	Pag. 24-25
102-12 Iniziative esterne	Pagg. 35-36-37
102-13 Adesione ad associazioni	Pagg. 35-37
102-18 Struttura della governance	Pagg. 12-13
102-40 Elenco dei gruppi di stakeholder	Pagg. 19-20
102-42 Individuazione e selezione degli stakeholder	Pag. 20-21
102-43 Modalità di coinvolgimento degli stakeholder	Pagg. 21-22-23 e 36-37-38
102-44 Temi e criticità chiave sollevati	Pagg. 22-23
102-47 Elenco dei temi materiali	Pag. 23
102-54 Dichiarazione sulla rendicontazione in conformità ai GRI Standard	Pag. 3
102-55 Indice dei contenuti GRI	Pagg. 38-39
301-2 Materiali di ingresso riciclati utilizzati	Pag. 33
301-3 Prodotti recuperati e i relativi materiali di confezionamento	Pag. 33
302-1 Consumo di energia interno all'organizzazione	Pagg. 30-31
302-2 Consumo di energia esterno all'organizzazione	Pag. 32
302-4 Riduzione del consumo di energia	Pag.34

305-1 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) dirette	Pag. 32
305-2 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette da consumi energetici	Pag. 32
305-3 Altre emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette	Per questa edizione non sono state rendicontate
305-7 Ossidi di azoto, ossidi di zolfo e altre emissioni nell'aria rilevanti	Pag. 32
306-1 Generazione di rifiuti e impatti significativi correlati ai rifiuti	Pag. 33
306-2 Gestione di impatti significativi correlati ai rifiuti	Pag. 33
306-3 Rifiuti generati	Pag. 33
306-4 Rifiuti non conferiti in discarica	Pag. 33
306-5 Rifiuti conferiti in discarica	Pag. 33
401-1 Assunzioni di nuovi dipendenti e avvicendamento dei dipendenti	Pagg. 34-35
403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Pag. 16
403-2 Identificazione del pericolo, valutazione del rischio e indagini sugli incidenti	Pag. 16
403-3 Servizi per la salute professionale	Pag. 26
403-6 Promozione della salute dei lavoratori	Pag. 26
403-7 Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e di sicurezza sul lavoro direttamente collegati da rapporti di business	Pag. 16
403-8 Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e di sicurezza sul lavoro	Pag. 26
405-1 Diversità negli organi di governance e tra i dipendenti	Pagg. 12-24-25
413-2 Operazioni con rilevanti impatti effettivi e potenziali sulle comunità locali	Pag. 37
416-1 Valutazione degli impatti sulla salute e sulla sicurezza di categorie di prodotti e servizi	Pag. 16
416-2 Episodi di non conformità relativamente agli impatti su salute e su sicurezza di prodotti e servizi	Pag. 16
417-1 Requisiti relativi all'etichettatura e informazioni su prodotti e su servizi	Pag. 18

By VIPA buy better

Dal 1970 leader nella fornitura di viteria e bulloneria. 5 sedi nel mondo, magazzini diffusi sul territorio, oltre 75.000 articoli disponibili nell'ampio magazzino automatizzato.

Sede Legale: Via Abetone, 20 41012 Carpi (MO) Italia
Sede Operativa: Via Cantonazzo, 20/22 42047 Rolo (RE) Italia
T. +39 0522.65.89.00 F. +39 0522.65.89.11/22
Email: info@vipaspa.it vipaspa.it
P. Iva: 00007080369 CF: 00007080369 Numero REA MO–160574