



maregroup.it

Report di Sostenibilità

Anno 2022

Mare Group S.p.A.

Realizzato da

esg·view

THE SUSTAINABILITY AWARENESS JOURNEY



Report di Sostenibilità

Anno 2022





Profilo dell'organizzazione

GRI 2-1 • GRI 2-2 • GRI 2-6 • GRI 2-7 • GRI 2-12 • GRI 2-25 • GRI 3-3

Con sedi in Italia e all'estero, costanti investimenti in R&D, e oltre trecento addetti, Mare Group sta rivoluzionando il mercato dell'innovazione digitale rendendolo un business scalabile. Il Gruppo attua il trasferimento tecnologico dalle Grandi Imprese alle PMI, lavorando con le prime sulla ricerca e sull'innovazione più spinta e offrendo poi alle altre le stesse tecnologie, una volta validate, in maniera agile e flessibile e accompagnando l'offerta con le leve finanziarie e gestionali di volta in volta utili all'evoluzione delle aziende e allo sviluppo degli ecosistemi. La piattaforma DELFI.AI di Mare Group, grazie alla tecnologia Eureso e all'Intelligenza Artificiale, analizza il livello di innovazione delle aziende, individua il quadro competitivo e misura il potenziale migliorativo dell'introduzione di nuove tecnologie nei processi.

L'offerta di innovazione è quindi end to end e full-stack: parte dal fabbisogno, continua con la tecnologia ed arriva fino alla sua adozione e integrazione per l'Industria, le PMI e la Pubblica Amministrazione. Il CdA analizza costantemente le tendenze e orienta gli investimenti, la funzione R&D di gruppo fa crescere queste idee e le trasforma in tecnologie, servizi e prodotti, e il management dirige l'esecuzione del piano industriale per costruire un'offerta integrata e flessibile sui mercati.

I principali brand sono **Mare Consulting** che agevola lo sviluppo d'impresa e facilita la trasformazione digitale e tecnologica, individuando le leve più adatte allo sviluppo del business tra le opportunità previste dal contesto economico e finanziario, **Mare Digital**, l'anima digitale del gruppo, che implementa la visione dell'umanesimo tecnologico in molteplici campi applicativi sviluppando software e tecnologie come Extended Reality e Metaverso, Intelligenza Artificiale e Smart Data e **Mare Industrial**, focalizzata sulla progettazione ingegneristica e l'innovazione tecnologica dell'industria manifatturiera, con specializzazioni nella prototipazione, nell'automotive e nell'aeronautica. Mare Group ha un piano di crescita ambizioso per ampliare la propria offerta e i mercati anche sia con lo sviluppo tecnologico e la specializzazione del personale, sia con acquisizioni e fusioni mirate, sia con l'integrazione di prodotti e tecnologie di terze parti.

**L'azienda progetta/produce software che utilizzano le tecnologie
AI - Machine Learning o IoT.**



Report di Sostenibilità 2022



Realizzato da





Sommario

Profilo dell'organizzazione	p. 3
Lettera agli stakeholder	p. 6
Informazione di rendicontazione	p. 9
Mare Group e gli SDGs	p. 11
Comunicazione multicanale	p. 12
Stakeholder Engagement e Next Steps	p. 16
Ambiente	p. 25
People	p. 31
Network e Territorio	p. 37
Modello di Business e Innovazione	p. 41
Leadership e Governance	p. 45
Indice dei GRI	p. 47

Lettera agli stakeholder

GRI 2-22

Signori stakeholder,

è con piacere che annunciamo la prima edizione del bilancio di sostenibilità di Mare Group. Una scelta che testimonia sempre più la volontà del Gruppo di rendere chiari e trasparenti i propri valori all'insegna della sostenibilità del fare impresa.

Il 2022 è stato un anno pieno di sfide e di successi per il Gruppo, che, in termini dimensionali, è passato da 95 addetti al 31/12/2021 a 270 addetti al 31/12/2022, ha perfezionato la fusione per incorporazione di quattro aziende, ampliando la propria offerta nei segmenti della ingegneria di prodotto/processo, dello sviluppo di soluzioni ICT evolute per PMI e PA, delle tecnologie della Extended Reality per la fruizione immersiva ed interattiva dei beni culturali del nostro territorio, dell'Intelligenza Artificiale per lo sviluppo di algoritmi per l'analisi di dati in contesti eterogenei.

Queste operazioni sono inserite nel quadro del piano industriale di gruppo Mare Wave incentrato sullo sviluppo del framework strategico Service Company, della quale nel 2022 è stato effettuato il primo rilascio ufficiale sul web, tramite la piattaforma Delfi.ai.

E proprio nel solco di questo percorso, che significa crescita, innovazione, tecnologia, creazione di valore, abbiamo ritenuto naturale aggiungere un tassello, simbolico quanto strategico, che ne riassume l'elemento unificatore, dei nostri valori e della nostra visione: la sostenibilità.

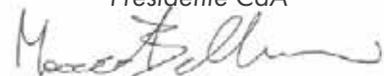
Sostenibilità del nostro modello di business, economico-finanziaria certo, ma anche e soprattutto inclusiva, attenta alle tematiche ambientali, alle ricadute sul territorio, alle direzioni dello sviluppo. Con questa visione, abbiamo acquisito in organico sessantasei figure femminili, erogato cinquantamila ore di formazione del personale, sviluppato strumenti e metodologie per gestire l'innovazione dei processi per l'azienda e per i clienti, utilizzato strumenti di lavoro agile per una migliore gestione del tempo e delle esigenze dei collaboratori, adottato politiche di incentivo alla raccolta differenziata di rifiuti presso tutte le nostre sedi, alla ottimizzazione della gestione del parco auto e dell'utilizzo di energia.

Sostenibilità che indirizza una parte importante dei nostri investimenti in R&S, dallo sviluppo di soluzioni per il controllo qualità nel settore manifatturiero finalizzati alla produzione "zero difetti-zero scarti" allo sviluppo di architetture innovative in materiali compositi per i veicoli del futuro alimentati da idrogeno.

Tanto altro c'è da fare. Ma la strada della sostenibilità sociale, di genere, di governance è tracciata. Mare Group la percorrerà con convinzione ed entusiasmo, credendo fermamente nei valori di fondo che ne motivano la scelta e nei benefici a medio lungo termine che ne verranno.

Marco Bellucci

Presidente CdA





“

Nel nostro percorso, che significa crescita, innovazione, tecnologia, creazione di valore, abbiamo ritenuto naturale aggiungere un tassello, simbolico quanto strategico, che ne riassume l'elemento unificatore, dei nostri valori e della nostra visione: la sostenibilità.

Marco Bellucci

Presidente di Mare Group





Informazioni di rendicontazione

GRI 2-3 • GRI 2-4 • GRI 2-5

La società pubblica i propri risultati relativamente alla **sostenibilità ambientale e sociale all'interno di un apposito report**, a partire dal 2022 e con cadenza annuale. Nel periodo di rendicontazione non si è reso necessario procedere a riformulazione delle informazioni contenute nel report dell'anno precedente.

Il Report di Sostenibilità è stato redatto in conformità ai **GRI Sustainability Reporting Standards**, definiti nel 2016 dal Global Reporting Initiative (GRI Standards) e aggiornati al 2021, in associazione con il **Sustainability Accounting Standards Board (SASB)** per la definizione dei temi materiali. La rendicontazione in oggetto è stata sottoposta a revisione dal revisore designato CRIF/CRIBIS in base ai principi ed alle indicazioni contenuti nell'**ISAE3000** (International Standard on Assurance Engagement 3000 - Revised) dell'**International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB)**.

Il presente report di sostenibilità è redatto con riferimento ai GRI da ESG-VIEW (www.esg-view.com)

La presente dichiarazione è pubblicata sul sito di **Mare Group**, all'indirizzo www.maregroup.it. È possibile richiedere informazioni alla mail info@maregroup.it.

La rendicontazione è stata effettuata sulla base del questionario somministrato a **Mare Group** in data 28/03/2023 da Synesgy ed è relativa al periodo 01/01/2022-31/12/2022.

- ✓ **GRI Sustainability Reporting Standards**
- ✓ **Sustainability Accounting Standards Board (SASB)**
- ✓ **ISAE3000 International Auditing and Assurance Standard Board**

SDGs: obiettivi ONU di sviluppo sostenibile



Il **25 settembre del 2015** i governi di **193 Paesi membri dell'ONU** hanno firmato l'**Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile**.

Un programma d'azione approvato dall'Assemblea Generale dell'ONU, che include 17 specifici Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile, inquadrati all'interno di un programma d'azione più vasto che prevede un totale di 169 target o traguardi.

I 17 Goals impegnano governi e nazioni ma anche ogni singola impresa. I principi ESG sono la declinazione di quanto le imprese devono fare.

Environmental

- ✓ Dipendenza da combustibili fossili
- ✓ Impronta idrica elevata
- ✓ Complicità nella deforestazione
- ✓ Smaltimento dei rifiuti

Social

- ✓ Conflitti con le comunità locali
- ✓ Attenzione alla sicurezza e alla salute dei dipendenti
- ✓ Tutela delle diversità
- ✓ Corretti rapporti interpersonali tra i dipendenti

Governance

- ✓ Bonus sproporzionati rispetto agli stipendi dei dipendenti
- ✓ Coinvolgimento in scandali legati alla corruzione
- ✓ Apertura di filiali offshore allo scopo di eludere il fisco

Mare Group e gli SDGs

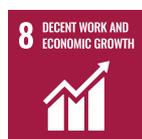
Il questionario Synesgy ha permesso a Mare Group Italia di mappare le materialità ed i temi nell'ambito della sostenibilità, ponendo così in evidenza i fatti più rilevanti realizzati nell'anno di rendicontazione considerato e fornire ai propri stakeholder un quadro immediato, ma soprattutto certificato – poiché risponde a parametri internazionalmente riconosciuti – della propria attività.

Il percorso di consapevolezza avviato ha portato all'evidenziazione di un percorso virtuoso da parte di Mare Group e testimoniato dalla concordanza delle sue azioni con 7 dei 17 parametri SDGs (Sustainable Development Goals) riconosciuti dalle Nazioni Unite.



7 - AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY

Integrare nel proprio ciclo produttivo soluzioni a basso impatto grazie all'utilizzo di fonti energetiche sostenibili.



8 - DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH

Promuovere un'occupazione piena e produttiva, condizioni di lavoro dignitose ed incentivare una crescita economica duratura.



9 - INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE

Infrastrutture resistenti, industrializzazione sostenibile e innovazione.



12 - RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION

Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo.



13 - CLIMATE ACTION

Promuovere azioni, a tutti i livelli, per combattere i cambiamenti climatici.



16 - PEACE, JUSTICE AND STRONG INSTITUTIONS

Promuovere società pacifiche e inclusive per lo sviluppo sostenibile, fornire accesso alla giustizia per tutti e costruire istituzioni efficaci, responsabili e inclusive a tutti i livelli.



17 - PARTNERSHIP FOR THE GOALS

Rafforzare i mezzi di attuazione degli obiettivi e rinnovare il partenariato mondiale per lo sviluppo sostenibile.

La tracciatura delle tematiche grazie a Synesgy e alle 26 materialità, riconducibili agli ambiti ESG, sulla base di questa emersione, ha avviato un vero e proprio percorso di consapevolezza che coinvolge, attraverso più canali di comunicazione, tutti gli stakeholder.



Comunicazione Multicanale

Comunicazione multicanale

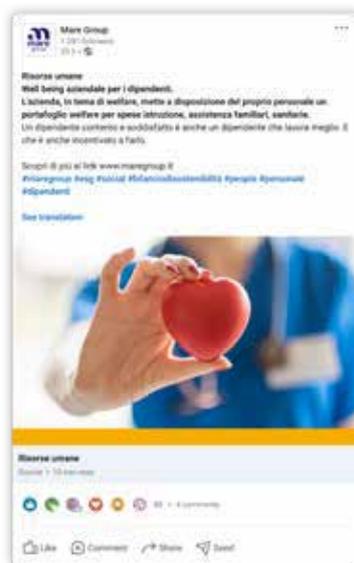
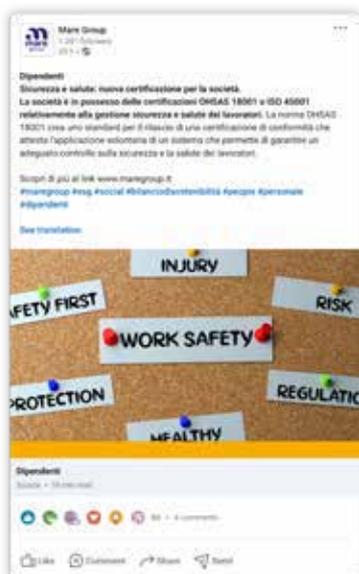
L'attività di **comunicazione multicanale basata sull'emersione** effettuata attraverso il questionario Synesgy ha permesso la realizzazione di un piano di comunicazione e condivisione dei seguenti contenuti:

Post LinkedIn suddivisi per ambiti

AMBIENTE



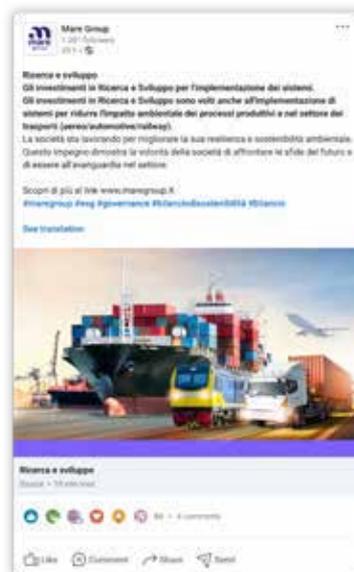
PEOPLE

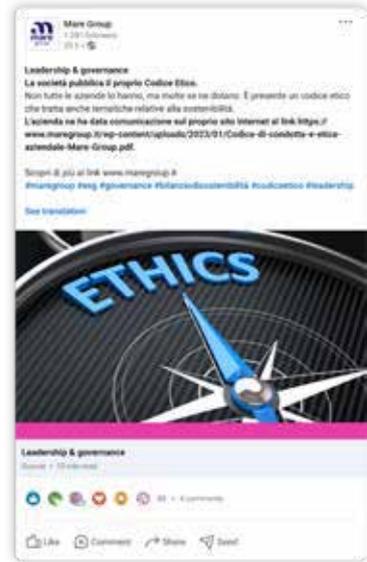
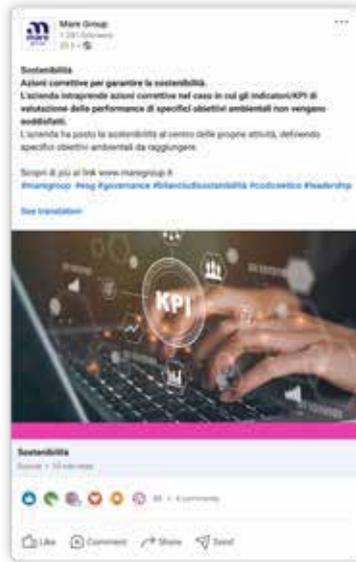
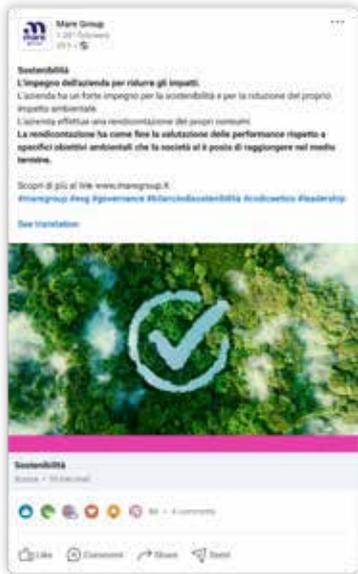


NETWORK E TERRITORIO

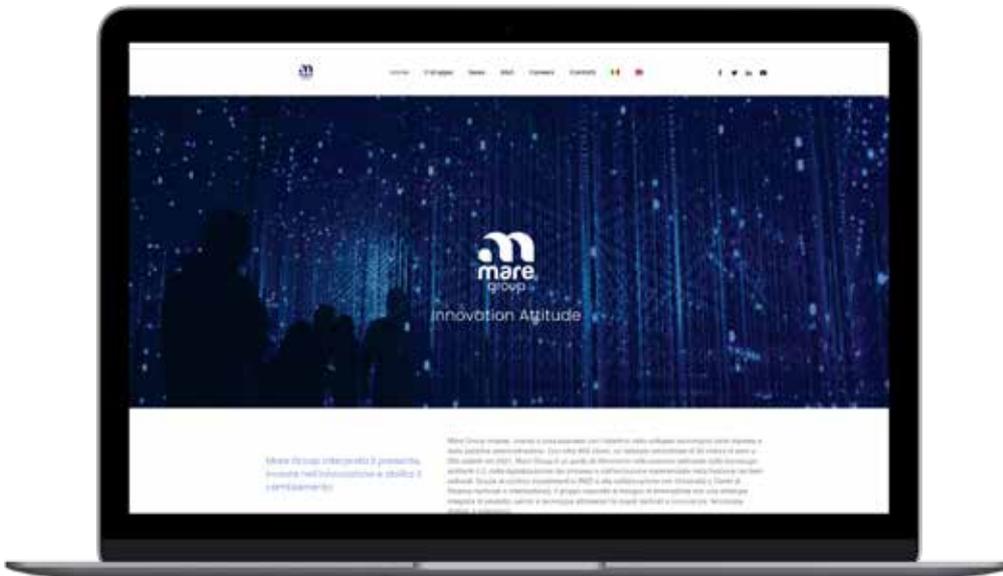


MODELLO DI BUSINESS E INNOVAZIONE





Landing page



Scan QRCode





Stakeholder Engagement e next steps

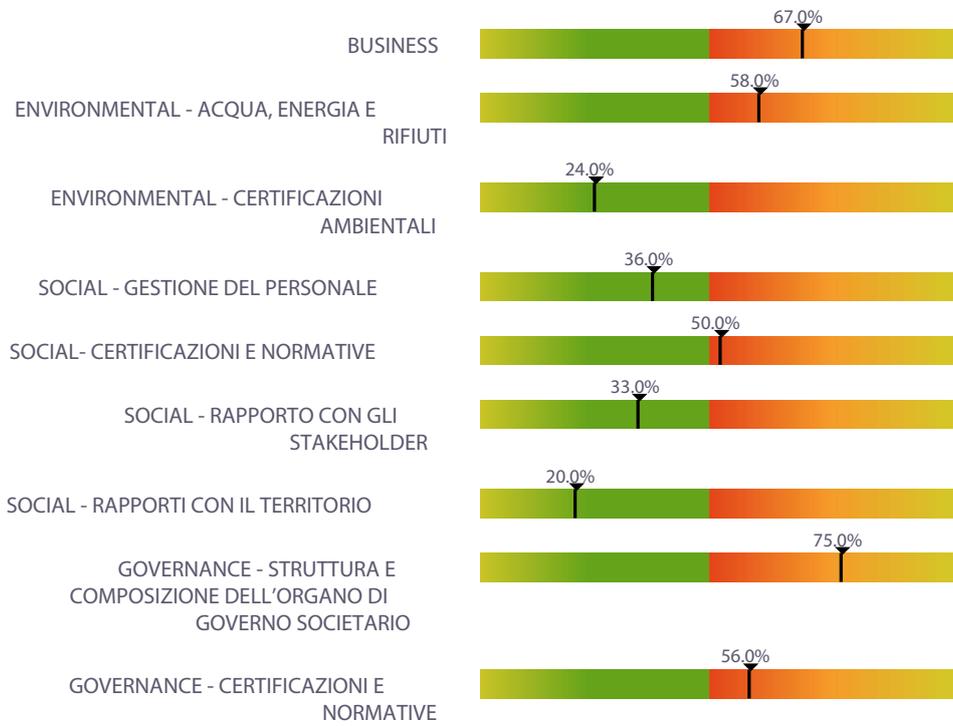
GRI 2-29

Lo score Synesgy di Mare Group





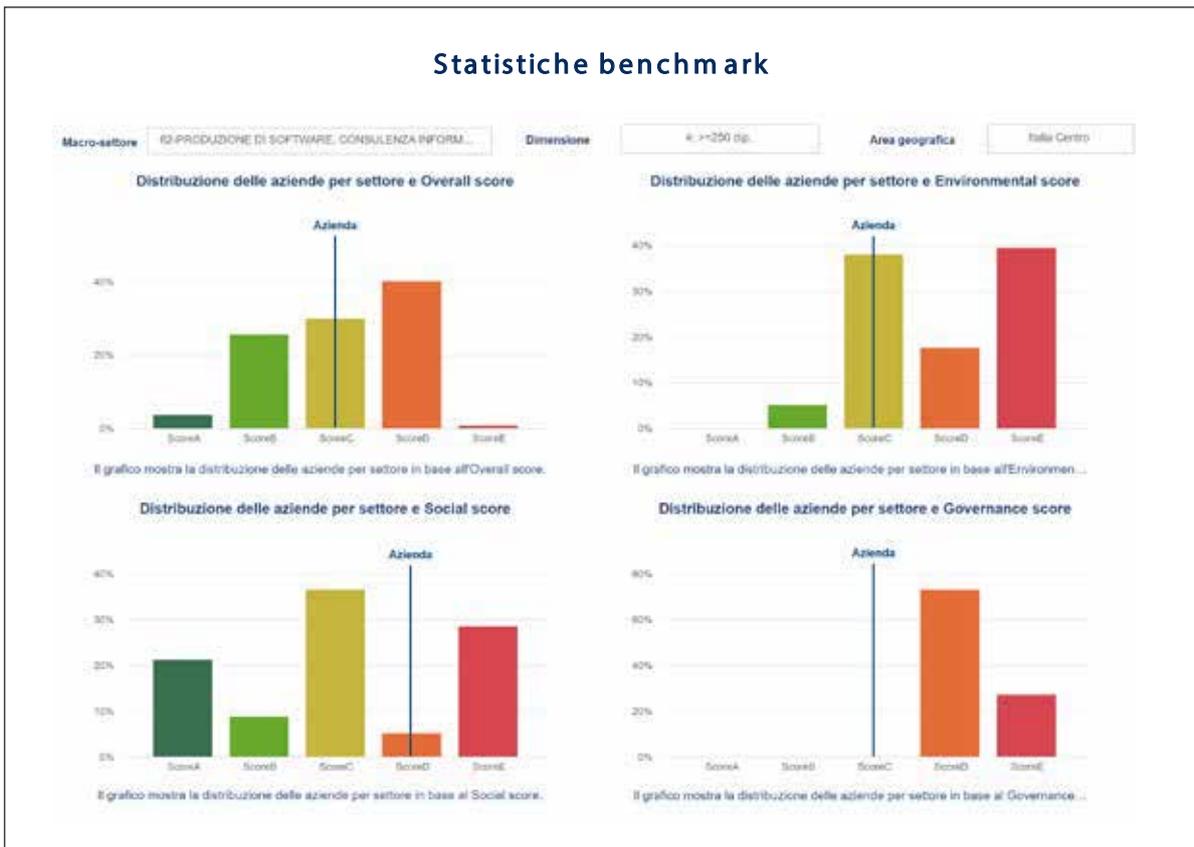
Distribuzione su aree tematiche



Perché è stato importante per Mare Group compilare il questionario Synesgy?

- ✓ Ha permesso all'azienda di creare un circolo virtuoso con i propri clienti, fornitori e tutti gli stakeholder
- ✓ Si appoggia su di una piattaforma che permette la raccolta dei dati in pochi istanti
- ✓ È un questionario utilizzabile in tutti i circuiti bancari riconosciuti, poiché basato su criteri di misurazione internazionali (GRI)
- ✓ Viene realizzato da CRIF, player riconosciuto a livello internazionale
- ✓ I dati vengono condivisi in tempo reale

Il Benchmark di Mare Group



Il benchmark illustrato nelle immagini pone in evidenza il posizionamento di Mare Group rispetto alle aziende di pari dimensione, operanti nel settore produzione di software, consulenza informatica nell'area Italia Centro.

La suddivisione è riferita ai diversi parametri di sviluppo ESG definiti dallo stesso score, ossia Environmental, Social e Governance.

L'analisi di benchmark permette all'azienda di valutare il proprio posizionamento sia in termini generali, sia in termini di singola tematica ESG, nell'ottica della media del settore: il risultato è un posizionamento mediamente buono rispetto alle aziende concorrenti.

Grazie ad un potenziamento delle prestazioni ESG e ad un'attività di stakeholder engagement mirata, sarà possibile ottenere un riposizionamento migliorativo rispetto al presente report.

L'obiettivo dello Stakeholder Engagement

L'obiettivo di rafforzare un **modello di business sostenibile** comporta, oltre al presidio e miglioramento degli impatti ambientali e sociali, anche l'esigenza di **dialogo e confronto con gli stakeholder**.

La capacità di comprensione e valutazione dei bisogni e delle aspettative degli stakeholder assume particolare rilievo nell'ottica della **condivisione di un valore comune** orientato al miglioramento dell'impatto, della **qualità e dell'efficienza dei servizi aziendali** e, contestualmente, del **benessere degli stakeholder** che direttamente o indirettamente si rapportano alla società.

Grazie all'attività di ascolto/confronto nei confronti di diversi portatori di interesse ed attori locali, è possibile creare le condizioni per orientare le **strategie di sostenibilità della società** stessa, definendo obiettivi nell'interesse comune.

Next Steps: workshop e survey

Al fine di **migliorare il proprio score**, portandolo **da "C" ad "B" entro un anno e da "B" ad "A" entro il 2025**, sarà fondamentale per Mare Group muoversi in due direzioni: da un lato, grazie al questionario Synesgy, attivare una serie di azioni per il miglioramento del proprio asset organizzativo e, dall'altro, attivare un vero e proprio percorso di stakeholder engagement.

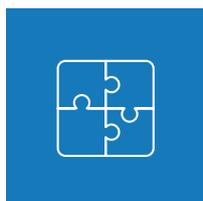
Sotto quest'ultimo punto di vista, infatti, sarà fondamentale per Mare Group individuare i propri stakeholder, nonché il livello di coinvolgimento in considerazione delle funzioni e degli strumenti di confronto e dialogo ed attivare insieme a loro un percorso di ascolto/confronto mediante survey, prevedendo, a tal scopo, l'avvio di un'attività di pianificazione delle azioni di engagement.

A partire da quanto rilevato attraverso il questionario, infatti, l'azienda ha avviato la propria fase di **"emersione"**. A seguire da tale fase, mediante un **workshop che coinvolge l'ESG manager, CFO, COO, Marketing e Comunicazione**, ha ora la possibilità di definire:



Mappatura

Mappatura stakeholder, target dell'attività di awareness e individuazione/integrazione dei target SDGs selezionati dall'azienda.



Valutazione

Valutazione dell'importanza degli stakeholder da parte del Board e assegnazione del livello di rischio.



Tracciatura

Tracciatura delle tematiche e delle 26 materialità, riconducibili agli ambiti ESG su cui l'azienda ha già attivato la comunicazione ed azioni prioritarie.

Dalla prima selezione degli stakeholder e dall'individuazione delle tematiche ritenute prioritarie da Mare Group, sarà possibile realizzare una prima **survey** al fine di confrontare la percezione di importanza del Board sulle suddette tematiche con quella degli stakeholder individuati.

La compilazione delle survey da parte degli stakeholder, permetterà la generazione di **mappe di materialità**, la cui analisi, sia come dato aggregato, quanto come dato differenziato per singolo cluster di stakeholder, consentirà di guidare l'attività di stakeholder engagement e, di conseguenza, la comunicazione dell'azienda nei prossimi anni, al fine di creare valore condiviso tra tutto l'ecosistema aziendale in tema di sostenibilità ambientale, sociale ed economica e migliorare di conseguenza il proprio score.

I dati di scollamento tra le priorità del Board e quelle degli stakeholder forniranno infatti le direttrici per i temi materiali sui quali l'Azienda dovrà indirizzare le proprie attività di comunicazione nel futuro e che le permetteranno di migliorare il proprio score.



Le azioni consigliate da Synesgy



Business e governance aziendale

- Predisporre un report contenente i risultati aziendali relativamente alla sostenibilità ambientale e sociale.
- Aumentare la presenza femminile negli organi di governo societari.
- Applicare un sistema per la gestione dell'energia.



Acqua, energia e rifiuti

- Prediligere fornitori di energia elettrica che producano prevalentemente da fonti rinnovabili.
- Valutare di dotarsi di impianti per la produzione di energia da fonti rinnovabili.
- Misurare le emissioni aziendali relative all'inquinamento atmosferico per comprendere il proprio impatto ambientale e individuare le opportune azioni di miglioramento.

Certificazioni Ambientali

- Adottare la certificazione ISO 50001 sui sistemi di gestione dell'energia.
- Adottare strumenti di valutazione dell'impatto ambientale, quali Life Cycle Assessment, Carbon Footprint, Water Footprint, Environmental Product Declaration, EcoLabel, Registrazione EMAS.
- Valutare la possibilità di ottenere certificazioni da terze parti legate alla classe energetica delle sedi principali dell'azienda.



Gestione del personale, Certificazioni e Normative

- Pubblicare sul proprio sito web la propria politica aziendale riguardante i temi dell'Equality, Diversity e Inclusion.
- Adottare la certificazione ISO 26000 sulla responsabilità sociale delle imprese.
- Valutare di includere una persona preposta al welfare in azienda.



Rapporto con gli Stakeholder e con il Territorio

- Effettuare investimenti/donazioni o organizzare iniziative a vantaggio della comunità della zona in cui opera l'impresa (es. donazioni ad associazioni che operano a livello locale su tematiche sociali).
- Svolgere progetti nelle scuole o nella comunità su tematiche inerenti alla sostenibilità.
- Se pertinente al tipo di impresa, adottare policies per la gestione dei diritti umani e del lavoro minorile, forzato o obbligatorio.
- Valutare la possibilità di organizzare, da soli o congiuntamente ad altri player del settore/istituzioni, progetti e/o concorsi per studenti e giovani al fine di sviluppare l'innovazione digitale.
- Valutare la possibilità di organizzare attività e/o corsi riservati alle donne, al fine di avvicinare questa categoria al settore tecnologico.



Certificazioni normative

- Individuare una figura aziendale legata alla sostenibilità.
- Adottare la certificazione ISO 37001 sull'anti-bribery management (prevenzione della corruzione).
- Valutare la possibilità di ottenere certificazioni riconosciute a livello nazionale e/o internazionale per i propri prodotti come ad esempio ISO 27001 - Certificazione dei sistemi di gestione per la sicurezza delle informazioni (ISMS), ISO 20000-1 - Certificazione dei sistemi di gestione per i servizi informatici (ITSMS), ISO 27701 - Sistema di Gestione per la protezione dei dati personali, TL 9000.





Ambiente



Gestione degli impatti ambientali

GRI 2-24 GRI 2-25 GRI 3-3 GRI 307 GRI 307-1

Le organizzazioni possono essere coinvolte negli impatti o tramite le proprie attività o a causa dei loro rapporti commerciali con altre entità. Fondamentale è, quindi, per l'azienda individuare gli impatti che provoca, ma anche quelli che contribuisce a provocare e che sono direttamente correlati alle sue attività, ai suoi prodotti o servizi attraverso un rapporto commerciale. In tale contesto, l'azienda virtuosa è quella che evidenzia tali impatti e ne identifica le strategie per evitare, mitigare, porre rimedio agli effetti negativi o migliorare ulteriormente quelli positivi.

La società monitora con appositi indicatori quantitativi, le proprie performance di sostenibilità a tema ambientale.

La società svolge la propria attività, applicando un sistema per la gestione ambientale.

La società presenta certificazioni di terze parti riconosciute a livello nazionale o internazionale relativamente all'ambiente.

La società in possesso della certificazione UNI EN ISO 14.001 (gestione ambientale).

La società è conforme ai dettami normativi di ulteriori strumenti di valutazione dell'impatto ambientale.

L'azienda monitora i propri consumi.

L'azienda intraprende azioni correttive nel caso in cui gli indicatori/KPI di valutazione delle performance di specifici obiettivi ambientali non vengano soddisfatti.



Energia

GRI 302-1 GRI 302-4

Il consumo energetico per l'azienda, associato alle forme di razionalizzazione, rappresenta un parametro fondamentale per descrivere l'impatto che questa ha non solo in termini di efficienza, ma anche di ricadute sull'ambiente. Il sistema di monitoraggio in termini di energia utilizzata/distribuita/risparmiata consente all'azienda di identificare le aree nelle quali è maggiormente necessario intervenire per una migliore razionalizzazione delle risorse, nell'ottica di una sempre miglior strategia per il suo efficientamento.

La società ha un consumo di energia elettrica pari a 32.488 MWh.

La società negli ultimi 5 anni ha svolto interventi di efficientamento energetico.

L'efficientamento energetico è stato effettuato mediante sostituzione delle lampadine con fonti di illuminazione a basso consumo nel 2022.



**32.488
MWh**

**Consumo di
energia annuo**

Il valore dell'efficientamento energetico è stato pari a 10.000 €.

L'azienda dispone di accordi per la fornitura di energia che prevedono un mix energetico a minor impatto ambientale (es. energia proveniente da fonti rinnovabili).

10.000€

**Interventi di
efficientamento**

Acqua e scarichi idrici

GRI 303-5

La gestione in maniera **sostenibile delle risorse idriche** è di fondamentale importanza per l'impatto dell'organizzazione a tema ambientale, considerate come bene condiviso e da preservare.

Operare con gli stakeholder in questo contesto è essenziale per l'organizzazione, affinché le risorse idriche siano **gestite in modo sostenibile come bene condiviso** e per tenere conto delle necessità degli altri utenti del bacino idrografico. Insieme agli stakeholder, l'organizzazione può definire gli **obiettivi collettivi per l'utilizzo dell'acqua**, maggiori investimenti in infrastrutture, promozione di politiche, sviluppo di capacità e sensibilizzazione. È importante quindi, in tale contesto, coinvolgere i propri stakeholder, a partire da quelli interni e più vicini all'azienda – dipendenti, lavoratori non dipendenti, consulenti, fornitori, in primis – per la **condivisione delle best practices** in termini di razionalizzazione delle risorse idriche e di miglior utilizzo e sfruttamento di esse.

L'acqua consumata in un anno da tutte le sedi aziendali è pari a 450 m³.



Emissioni

GRI 305-1 • GRI 305-5

Le emissioni di GHG dirette o indirette, le emissioni di altri gas tossici per l'ozono ed il loro monitoraggio, nonché le azioni volte alla loro riduzione, confermano l'atteggiamento dell'organizzazione verso la **riduzione del proprio impatto produttivo nei confronti dell'ecosistema**.

Ad influenzare il livello delle emissioni dirette sono anche le **fonti energetiche di proprietà o controllate dall'organizzazione**, come la generazione di elettricità, il riscaldamento, il raffreddamento ed il vapore, poiché risultato della combustione di fonti energetiche.

Da ciò discende l'importanza del **monitoraggio delle emissioni da parte dell'azienda**, ma anche e soprattutto il suo concorrere ad un sempre maggior efficientamento delle risorse energetiche condizionanti dei livelli di emissioni nell'aria.

Il totale delle emissioni di gas serra SCOPE 2 (emissioni indirette, derivanti dalla generazione/acquisto di elettricità) è pari a 11,01 tCO₂eq.

I mezzi aziendali dei quali è dotata la società sono:

- ✓ 16 mezzi Diesel,
- ✓ 19 mezzi Ibridi,
- ✓ 2 mezzi Elettrici.



Rifiuti

306-2

Nel contesto dei GRI Standards, la dimensione ambientale della sostenibilità riguarda gli **impatti di un'organizzazione sui sistemi naturali viventi e non viventi**, compresi il terreno, l'aria, l'acqua e gli ecosistemi. In questo contesto si innesta il **tema dei rifiuti** che possono essere generati dalle attività proprie dell'organizzazione, ma possono essere anche generati da soggetti a monte e a valle nella catena del valore dell'organizzazione.

I rifiuti, quindi, possono avere **impatti negativi significativi sull'ambiente e sulla salute umana** se gestiti in maniera inadeguata.

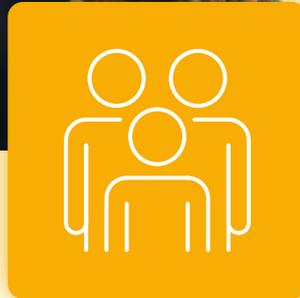
- La società nelle sue sedi effettua la raccolta differenziata.
- L'azienda conferisce in differenziata carta.
- L'azienda conferisce in differenziata la plastica.
- L'azienda conferisce in differenziata il vetro.
- L'azienda conferisce in differenziata il materiale informatico.







People



Occupazione

**GRI 2-7 • GRI 2-24 • GRI 2-30 • GRI 3-3 • GRI 401-2 • GRI 403-1 • GRI 403-6
GRI 403-9 • GRI 405-1 • GRI 405-2**

Fondamentale è comprendere l'**approccio dell'organizzazione** all'impiego e alla creazione di posti di lavoro, nonché all'assunzione, selezione e retention del personale, nonché a pratiche connesse, ivi comprese le condizioni di lavoro che essa offre.

La **stabilità del proprio organico** dal punto di vista contrattuale, collegata a politiche di welfare interne, costituiscono elemento fondante affinché l'organizzazione possa **garantire performance elevate** in tema di produttività. Un ambiente di lavoro adeguato, che favorisca l'inclusione sociale e l'equilibrio tra vita professionale e privata dei dipendenti, valorizzi la diversità e offra pari opportunità, accompagnato da strumenti di welfa-re, migliora le performance dell'impresa e rafforza la capacità di adattamento dell'organizzazione a eventi di carattere straordinario.

La società svolge la propria attività, applicando un sistema per la gestione della sicurezza e salute dei propri dipendenti.

La società presenta certificazioni di terze parti riconosciute a livello nazionale o internazionale relativamente alla tutela della sicurezza e salute dei propri dipendenti.

DIPENDENTI	Numero Donne	Numero Uomini
Dirigenti	0	8
Quadri	1	12
Impiegati	62	201
Operai	3	0
Retribuzione media	33.000€	34.400€

La differenza percentuale di salario base annuale per categoria professionale più rappresentata tra uomini e donne è pari al 5 %.

L'età media dei dipendenti è tra i 30 ed i 50 anni.

La percentuale sul totale dei dipendenti con contratto a tempo determinato è pari al 13%.

La percentuale sul totale dei dipendenti con contratto part-time è pari al 9%.

La percentuale sul totale dei dipendenti di stage/tirocini attivati nell'ultimo anno è pari al 3%. L'azienda ha assunto, sul totale del personale, un 4 % di dipendenti appartenenti alle categorie protette ex 68/99 o soggetti svantaggiati ex L.381/91.

Gli infortuni occorsi nell'anno corrente sono minori o uguali a 3.

Gli infortuni occorsi l'anno scorso sono minori o uguali a 3.

Gli infortuni occorsi due anni fa sono minori o uguali a 3.

I giorni persi in totale, nell'anno corrente, per casi di infortunio che hanno comportato un'inabilità temporanea al lavoro sono stati meno o pari a 10.

I giorni persi in totale, l'anno scorso, per casi di infortunio che hanno comportato un'inabilità temporanea al lavoro sono stati meno o uguali a 10.

I giorni persi in totale, due anni fa, per casi di infortunio che hanno comportato un'inabilità temporanea al lavoro sono stati meno o uguali a 10.

Il numero medio complessivo di ore lavorate nel corso dell'ultimo anno sono state pari a 1.760.

Nell'arco dell'ultimo anno, l'azienda ha creato 20 nuovi posti di lavoro.

L'azienda applica il CCNL Metalmeccanico Industria (2021-2024).



20

Nuovi posti di lavoro creati

L'azienda, in tema di welfare, mette a disposizione del proprio personale:

- ✓ Premi di produttività,
- ✓ Flessibilità oraria/smart working,
- ✓ Convenzioni con realtà del territorio (*buoni carburante/buoni spesa/sconti).sanitarie*),
- ✓ Portafoglio welfare (*per spese istruzione, assistenza familiari, sanitarie, studio*).

La società è in possesso delle certificazioni OHSAS 18001 o ISO 45001 relativamente alla gestione sicurezza e salute dei lavoratori.

Formazione

GRI 403-5 • GRI 404-1

Lo sviluppo e il **mantenimento delle professionalità e delle competenze** sono condizioni che permettono alle imprese di poter perseguire i propri **obiettivi strategici** di creazione di valore all'organizzazione.

Il numero di ore dedicate a corsi di formazione nel corso dell'ultimo anno è pari a 50.000.

Le principali tematiche trattate sono;

- ✓ Salute e sicurezza sul lavoro,
- ✓ Virtual reality cloud manufacturing sicurezza delle reti logiche 4.0.

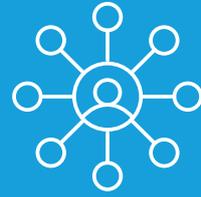


50.000

Ore di formazione
annuali







Network e Territorio





Comunità locali

413-1

L'integrazione della società con la comunità locale, mediante la realizzazione di interventi che aprono letteralmente le porte della realtà produttiva ai residenti, è certamente un punto forte ed in progressivo sviluppo per limitare/migliorare gli impatti che l'azienda ha sul territorio circostante. Diventa fondamentale, infatti, in un'ottica di creazione di valore condiviso, il rapporto che l'azienda instaura con il territorio nel quale si iscrive la propria sede ed il proprio ambito di operatività, al fine di implementare quello scambio di aspettative, esperienze, suggerimenti che immancabilmente influenzano le strategie di crescita dell'impresa stessa e riducono/migliorano il proprio impatto sulla collettività.

Importante è quindi il rapporto che l'azienda instaura con le comunità locali, tale per cui la collettività non debba subire l'operatività di questa, ma ne diventi un attore vero e proprio con una forte capacità di condizionamento delle scelte operative e di sviluppo.

L'azienda promuove attività di alternanza scuola-lavoro e/o prevede attività di tirocinio per giovani.



Rapporti con la clientela

GRI 416-1 • GRI 418

In tema di rapporti con la clientela, è di grande importanza come l'**azienda consideri gli impatti sulla salute e sicurezza** dei propri clienti, a partire dai prodotti e servizi che essa realizza e come questi impatti vengano valutati nelle diverse fasi del **ciclo di vita della propria attività**, dallo sviluppo del concept del prodotto, alla fase di ricerca e sviluppo ed eventuale successiva certificazione.

Lo stesso impatto va ricercato nelle **fasi di realizzazione**, quindi di fabbricazione e produzione, ma anche nel marketing, fino alla fornitura, all'utilizzo e all'**attenzione che l'azienda pone** successivamente, comprendendo una fase di supporto post vendita fino al ciclo di fine vita del prodotto o servizio.

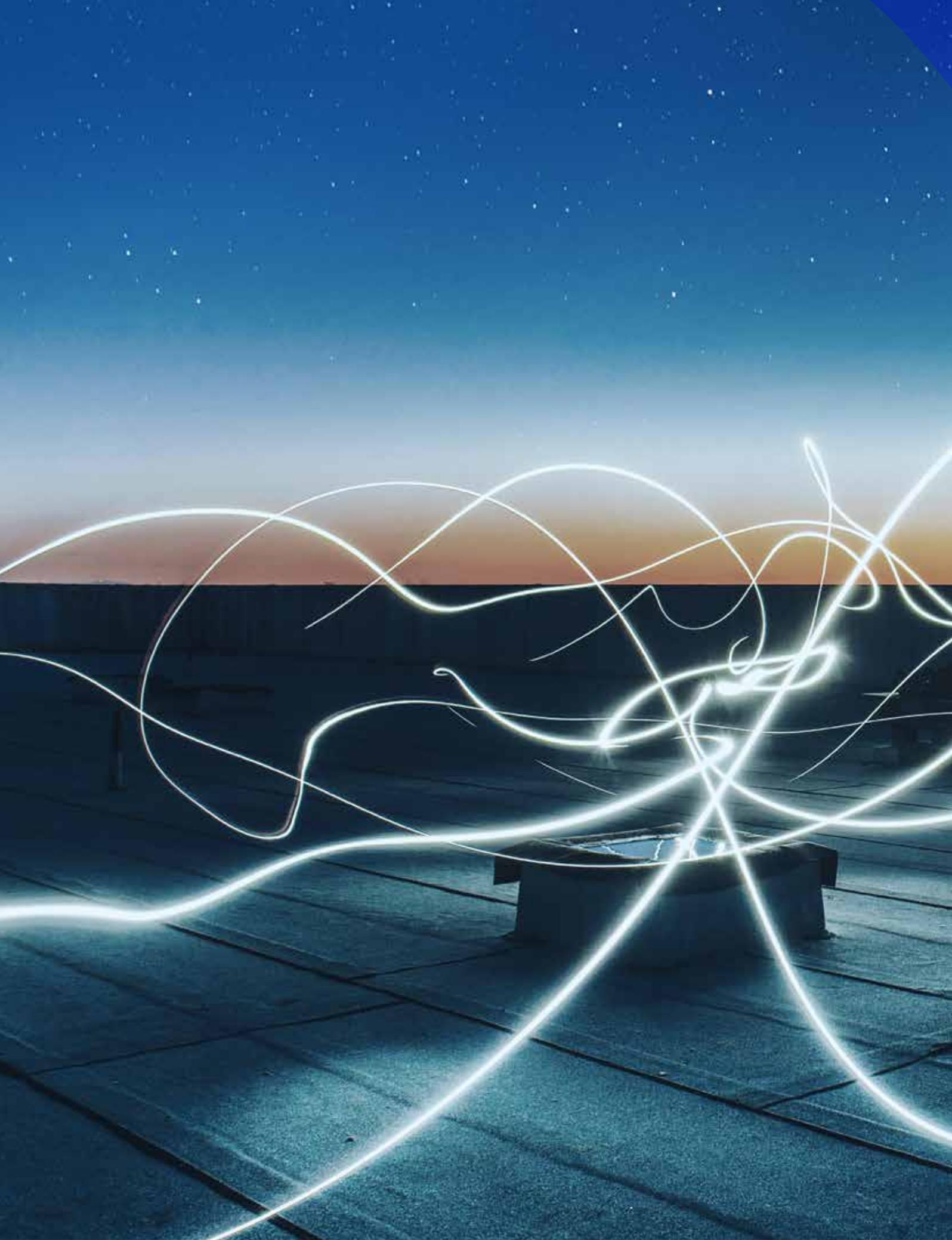
In questa logica, diventano quindi **rilevanti le iniziative intraprese** dall'organizzazione per affrontare il tema della salute e della sicurezza durante l'intero ciclo di vita di un prodotto o di un servizio e le **valutazioni che attengono** a questa tematica, ivi compresa la sempre più importante privacy e sicurezza dei dati.

L'azienda è dotata di una politica sulla privacy e sicurezza dei dati.

L'azienda garantisce un monitoraggio continuo attraverso un piano dedicato alla valutazione del grado di sicurezza per il trattamento dei dati degli utenti secondo la normativa vigente.

L'azienda utilizza sistemi digitali innovativi per la conduzione da remoto di assistenza alla clientela (es. servizi di after sales da remoto).







Modello di Business e Innovazione



Fornitori e pratiche di approvvigionamento

**GRI 2-24 • GRI 2-25 • GRI 2-27 • GRI 201-4 • GRI 204-1 • GRI 308-1 • GRI 414-1
GRI 416-1 • GRI 419-1**

Nell'ambito dei rapporti che l'organizzazione intrattiene con i propri fornitori, un capitolo estremamente importante riguarda la loro **valutazione sociale**, con ciò intesi gli impegni che **i fornitori assumono in termini di sostenibilità e comportamenti coerenti** con tali tematiche.

Nell'ottica di un **miglioramento costante** degli impatti e della mitigazione di quelli negativi, l'organizzazione è portata sempre più a valutare i comportamenti compliant dei fornitori in termini di **impatti sociali, economici ed ambientali** poiché tali impatti si riflettono direttamente ed indirettamente sulla catena del valore della società stessa.

Da un lato, quindi, l'organizzazione è portata al **monitoraggio del comportamento dei fornitori** e, dall'altro, alla definizione di **strategie ed azioni per limitare** la portata di quelli che hanno impatti negativi.



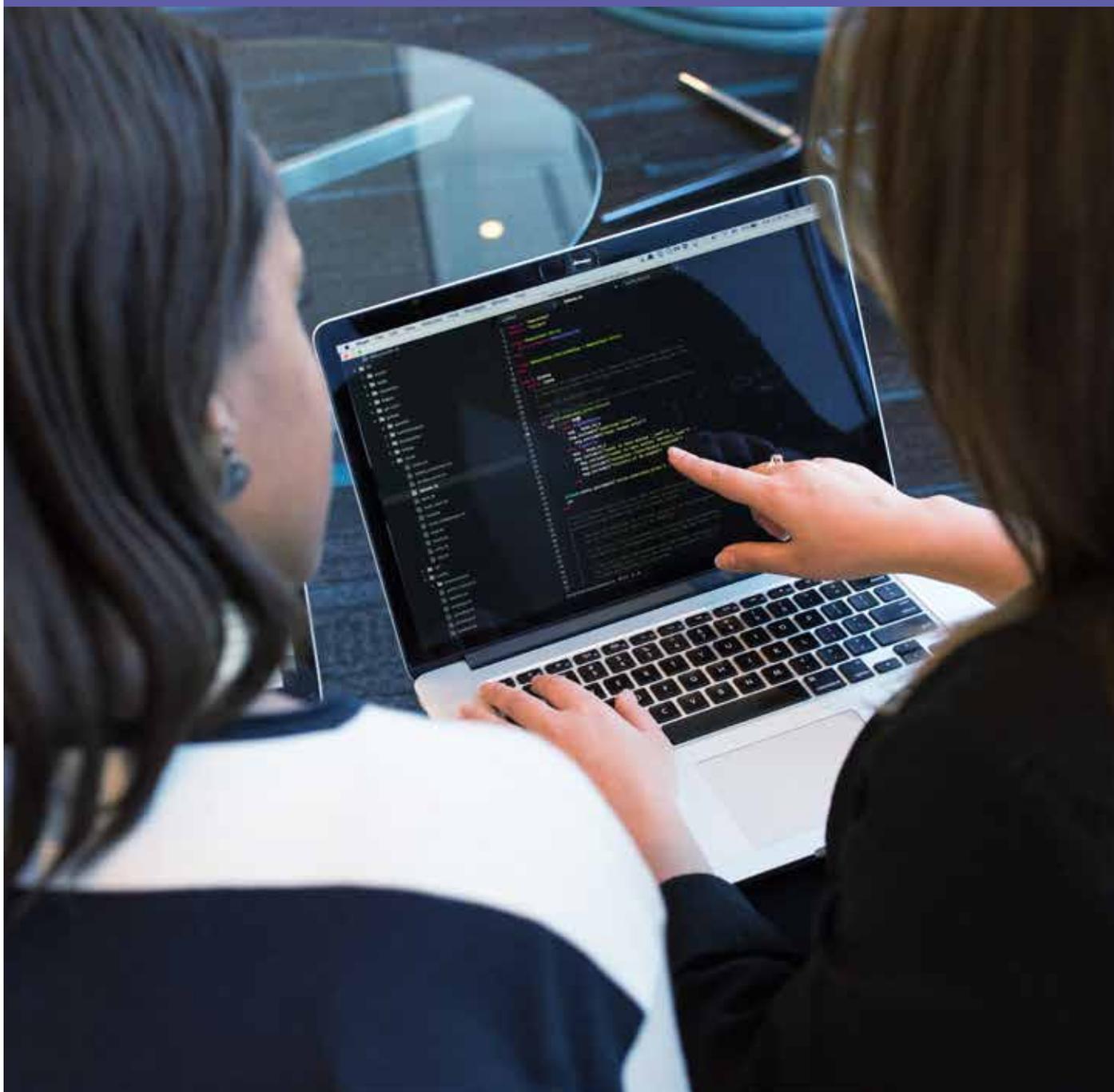
La società svolge la propria attività, applicando un sistema per la gestione dei rapporti di fornitura. La società adotta un sistema per la valutazione dei fornitori.

La società attesta il proprio sistema di gestione della qualità, avendo ottenuto la certificazione ISO 9001.

Nella fase di progettazione del software, l'azienda implementa fasi di user testing.
L'azienda investe in Ricerca e Sviluppo con focus sulla sostenibilità.

Gli investimenti in Ricerca e Sviluppo sono volti anche all'implementazione di sistemi per ridurre l'impatto ambientale dei processi produttivi e nel settore dei trasporti (aereo/automotive/railway).

L'azienda ha avuto accesso a fondi europei per l'innovazione e la green economy per lo sviluppo di progetti.







Leadership e Governance



Governance

GRI 2-5 GRI 2-9 GRI 2-28

La struttura di governo dell'organizzazione, la composizione, le conoscenze ed i ruoli sono importanti per comprendere come la gestione degli impatti dell'organizzazione sull'economia, l'ambiente e le persone, compreso l'impatto sui loro diritti umani, sia **integrata nella strategia e nelle operazioni dell'organizzazione**, sottolineando altresì quanto la società stessa sia "attrezzata" per supervisionare la gestione degli impatti.

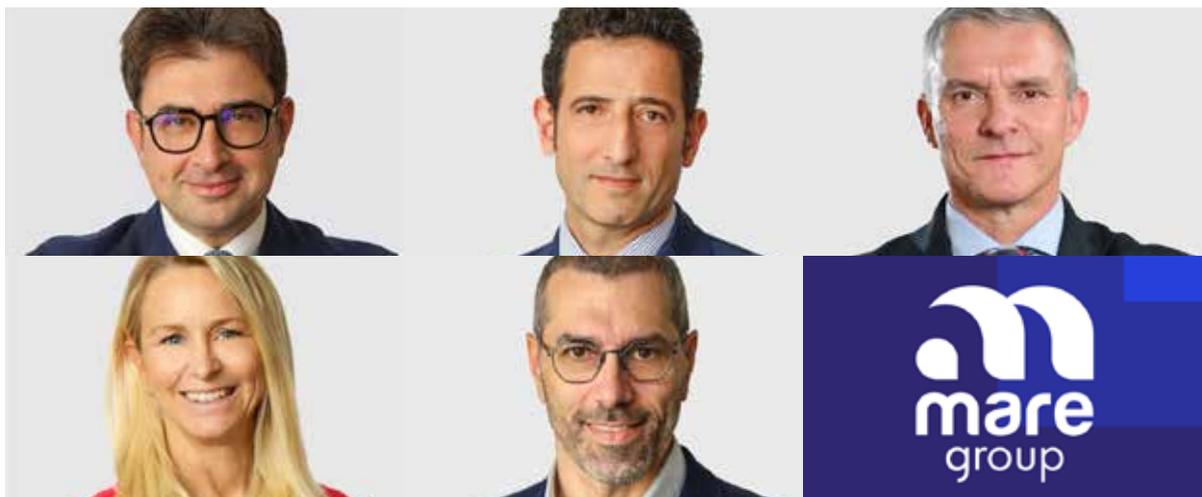
L'organo di governo societario è rappresentato da un Consiglio di Amministrazione.

L'organo di governo è formato da 3 a 5 persone.

Il CdA ha fino a 3 membri indipendenti.

La presenza di donne all'interno dell'organo di governo è inferiore al 33%.

L'età media dell'organo di governo è superiore ai 50 anni.



È presente una società di revisione.

La società di revisione è BDO.

La società fa parte di associazioni di categoria.

L'associazione di categoria della quale fa parte è Confindustria Camera di Commercio.

Etica professionale

GRI 2-22 GRI 2-23 GRI 2-25 GRI 307

Gli impegni dell'organizzazione devono essere rivolti ad una **condotta aziendale responsabile**, incluso l'impegno a **rispettare i diritti umani**. Questi impegni costituiscono i valori, i principi e le norme di comportamento dell'azienda e la mission integrata all'interno degli obiettivi economici.

I diritti umani sanciti dalle norme nazionali ed internazionali, associati alle azioni dell'**organizzazione per prevenire o mitigare potenziali impatti negativi** per ogni tema materiale sono il reticolo attraverso il quale le attività dell'azienda devono transitare, ritenendo l'impegno politico come parte integrante della strategia aziendale. È quindi opportuno per l'azienda **individuare i propri fattori di rischio** e dotarsi di strumenti strategici per affrontarli.

La società ha un sistema di gestione dei rischi aziendali (Enterprise Risk Management), tra cui quelli ambientali e sociali.

L'azienda attua iniziative di sostenibilità e/o possiede una missione e/o una strategia formalizzata di sostenibilità per gestire gli impatti economici, sociali ed ambientali derivanti dalle proprie attività: ha definito una strategia di sostenibilità integrata all'interno della strategia industriale.

L'azienda ha sviluppato brevetti di proprietà in materia di innovazione sostenibile e/o digitalizzazione. La rendicontazione dei consumi ha come fine la valutazione delle performance rispetto a specifici obiettivi ambientali che la società si è posta di raggiungere nel medio termine.

Compliance normativa

GRI 2-23 GRI 2-24 GRI 2-25 GRI 419

La compliance di un'organizzazione indica la capacità degli organi direttivi di garantire che le operazioni siano conformi a determinati parametri di performance o a standard universalmente riconosciuti. In questo contesto, l'ottenimento di certificazioni che attestino l'elevato grado di conformità dell'attività, settore o procedura aziendale, diventano garanzia agli occhi degli stakeholder e dei soggetti direttamente od indirettamente coinvolti dalla catena di valore dell'azienda, nell'ottica della riduzione o mitigazione degli impatti negativi su particolari tematiche legate alla sostenibilità, così in ambito sociale, ambientale ed economico.

La società presenta certificazioni di terze parti riconosciute a livello nazionale o internazionale relativamente alla qualità dei propri prodotti/servizi.

La società presenta certificazioni di terze parti riconosciute a livello nazionale o internazionale relativamente a sistemi di gestione per la sicurezza delle informazioni.

La società dispone di controlli interni, in particolare di una Funzione di Risk Management.

È presente un codice etico che tratta anche tematiche relative alla sostenibilità (incluso aspetti di governance, sociali ed ambientali).

L'azienda ne ha data comunicazione sul sito internet. Il link è <https://www.maregroup.it/wp-content/uploads/2023/01/Codice-di-condotta-e-etica-aziendale-Mare-Group.pdf>.

Indice dei GRI

Dichiarazione d'uso

Mare Group ha rendicontato in riferimento ai GRI Standard per il periodo 1/1/2022 al 31/12/2022.

GRI Standard		Titolo del Gri	Capitolo/paragrafo	Pagina
GRI 1		Foundation		
GRI 2		General disclosures 2021		
	2-1	Dettagli organizzativi	Profilo dell'organizzazione	3
	2-2	Entità incluse nel reporting di sostenibilità dell'organizzazione	Profilo dell'organizzazione	3
	2-3	Periodo di rendicontazione, frequenza e contatti	Informazioni di rendicontazione	9
	2-4	Riformulazione delle informazioni	Informazioni di rendicontazione	9
	2-5	Assurance esterna	Informazioni di rendicontazione Governance	9 46
	2-6	Attività, catena del valore e altre relazioni commerciali	Profilo dell'organizzazione	3
	2-7	Dipendenti	Profilo dell'organizzazione Occupazione	3 32
	2-9	Struttura e composizione della governance	Governance	46
	2-12	Ruolo del più alto organo di governo nel presidio degli impatti	Profilo dell'organizzazione	3
	2-22	Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	Lettera agli stakeholder Etica professionale	6 47

	2-23	Impegni politici	Etica professionale Compliance normativa"	47 47
	2-24	Incorporamento degli impegni politici	Gestione degli impatti ambientali Occupazione Fornitori e pratiche di approvvigionamento Compliance normativa	26 32 42 47
	2-25	Processi per rimediare a impatti negativi	Profilo dell'organizzazione Gestione degli impatti ambientali Fornitori e pratiche di approvvigionamento Etica professionale Compliance normativa	3 26 42 47 47
	2-27	Conformità a leggi e regolamenti	Fornitori e pratiche di approvvigionamento	42
	2-28	Associazioni di appartenenza	Governance	46
	2-29	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	Stakeholder engagement e next steps	16
	2-30	Accordi di contrattazione collettiva	Occupazione	32
GRI 3		Material Topics		
	3-3	Gestione dei temi materiali	Profilo dell'organizzazione Gestione degli impatti ambientali Occupazione	3 26 32
GRI 201: Performance economiche 2016	201-4	Assistenza finanziaria ricevuta dal Governo	Fornitori e pratiche di approvvigionamento	42
GRI 204: Pratiche di approvvigionamento 2016	204-1	Proporzione di spesa verso fornitori locali	Fornitori e pratiche di approvvigionamento	42
GRI 302: Energia 2016	302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	Energia	27

	302-4	Riduzione del consumo di energia	Energia	27
GRI 303: Acqua e scarichi idrici 2018	303-5	Consumo di acqua	Acqua e scarichi idrici	28
GRI 305: Emissioni 2016	305-1	Emissioni dirette GHG	Emissioni	28
	305-2	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici	Emissioni	28
GRI 306: Rifiuti 2020	306-2	Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	Rifiuti	29
GRI 307: Compliance ambientale 2016		Compliance ambientale	Gestione degli impatti ambientali	26
			Etica professionale	47
GRI 308: Valutazione ambientale dei fornitori 2016	308-1	Nuovi fornitori valutati utilizzando criteri ambientali	Fornitori e pratiche di approvvigionamento	42
GRI 401: Occupazione 2016	401-2	Nuove assunzioni e turnover	Occupazione	32
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018	403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Occupazione	32
	403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	Formazione	34
	403-6	Promozione della salute dei lavoratori	Occupazione	32
	403-9	Infortuni sul lavoro	Occupazione	32
GRI 404: Formazione e istruzione 2016	404-1	Ore medie di formazione annua per dipendente	Formazione	34
GRI 405: Diversità e pari opportunità 2016	405-1	Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	Occupazione	32
	405-2	Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	Occupazione	32

GRI 413: Comunità locali 2016	413-1	Attività che prevedono il coinvolgimento delle comunità locali, valutazioni d'impatto e programmi di sviluppo	Comunità locali	38
GRI 414: Valutazione sociale dei fornitori 2016	414-1	Nuovi fornitori che sono stati sottoposti a valutazione attraverso l'utilizzo di criteri sociali	Fornitori e pratiche di approvvigionamento	42
GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti 2016	416-1	Valutazione degli impatti su salute e sicurezza per categorie di prodotti e servizi	Rapporti con la clientela Fornitori e pratiche di approvvigionamento	39 42
GRI 418: Privacy dei clienti 2016		Privacy dei clienti	Rapporti con la clientela	39
GRI 419: Compliance socioeconomica 2016	419-1	Non conformità con leggi e normative in materia sociale ed economica	Fornitori e pratiche di approvvigionamento Compliance normativa	42 47

CONTATTI

Nicoletta Brina

La figura di riferimento per la **redazione del Report è stata Nicoletta Brina, Responsabile ESG del team ESG • VIEW**, la quale ha compilato il report in conformità agli Standard internazionali sulla base delle risultanti del questionario somministrato da **CRIF/CRIBIS** alle proprie aziende clienti nel mese di marzo 2023.

info@esg-view.com

esg-view
THE SUSTAINABILITY AWARENESS JOURNEY

Mare Group SpA

Via Ex Aeroporto

80038 Pomigliano d'Arco (NA)

Tel. +39 081 8032568

info@maregroup.it

www.maregroup.it

