2025

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ



MMB® SOFTWARE



Il Bilancio di Sostenibilità 2024-2025 di M.M.B. Software
è stato curato da: ***Gruppo di lavoro MMB ESG***

Il Bilancio di Sostenibilità è consultabile sul sito di M.M.B. Software
al seguente indirizzo: ***mmbsoftware.com/azienda/sostenibilita/***

Per ulteriori informazioni:
M.M.B. Software
Elena Penazzi - Chief Financial Officer
0546 637711 | amministrazione@mmbsoftware.it

Approvato dal Consiglio di Amministrazione nella seduta del
23/06/2026

SOMMARIO

LETTERA DEL PRESIDENTE AGLI STAKEHOLDER 6

HIGHLIGHTS 8

HIGHLIGHTS 2024 8

HIGHLIGHTS 2025 8

NOTA METODOLOGICA 9

01. LA GOVERNANCE AZIENDALE 10

1.1 Chi siamo

1.2 La storia

1.3 L’assetto istituzionale e la governance

1.4 La struttura organizzativa

1.5 La presenza sul territorio

1.6 Il disegno strategico e la gestione della sostenibilità

1.7 Le certificazioni

1.8 La mappatura ed il coinvolgimento degli stakeholder

1.9 L’analisi di materialità

1.10 Condotta aziendale responsabile

02. DIMENSIONE SOCIALE 34

2.1 I lavoratori

2.1.1 Benessere, Valorizzazione e Work-Life Balance dei lavoratori

2.1.2 Diversità e parità di genere

2.1.3 Formazione e sviluppo delle competenze

2.1.4 Remunerazione e incentivi

2.1.5 Salute e sicurezza sui luoghi di lavoro

2.1.6 Le attività di coinvolgimento dei dipendenti

2.2 Relazioni con i clienti

2.2.1 Sicurezza e qualità del servizio

2.2.2 Privacy e trattamento dei dati e proprietà intellettuale

2.3 Gestione dei rapporti con i partner

2.4 Gestione della catena di fornitura

2.5 Relazioni con la comunità locale e sviluppo del territorio

03. DIMENSIONE AMBIENTALE 62

3.1 Efficientamento energetico e emissioni

3.1.1 Consumi energetici

3.1.2 Emissioni dirette e indirette

3.2 Altre questioni ambientali non materiali

04. DIMENSIONE ECONOMICA 70

4.1 Sintesi delle informazioni finanziarie e patrimoniali

4.2 Il valore aggiunto creato e distribuito

05. ALLEGATI 78

a. Tabella degli impatti generati

b. Tabelle di sintesi dei dati di sostenibilità

06. GRI CONTENT INDEX 96

LETTERA DEL PRESIDENTE
AGLI STAKEHOLDER

[GRI 2-22]

Care e cari stakeholder,

è con profondo orgoglio che vi presento il primo Bilancio di Sostenibilità di M.M.B. s.r.l. Il 2025 non è stato solo un anno di crescita economica, ma un vero e proprio spartiacque nella nostra storia aziendale: l'anno in cui abbiamo dato una "casa" fisica e rendicontabile ai valori che ci guidano fin dalla nostra fondazione.

Nel nostro lavoro quotidiano sviluppiamo software per il mercato automotive italiano, servendo con dedizione oltre 4.500 clienti. La nostra Vision è chiara: vogliamo essere il punto di riferimento fiduciario per tutti gli attori dell'autoriparazione, anticipando soluzioni tecniche per un mercato in continua evoluzione. Tuttavia, per noi, l'eccellenza tecnologica e lo sviluppo del "software per eccellenza" non sono mai stati slegati dalla responsabilità. Ogni nostro investimento è orientato non solo a renderci protagonisti del cambiamento tecnologico, ma a farlo in totale coerenza con i principi cardine dello sviluppo sostenibile.

I risultati di quest'anno confermano la bontà della nostra strategia, anche oltre le aspettative. Ma la vera misurazione del nostro successo non si ferma ai dati finanziari; si riflette nel modo in cui scegliamo di reinvestire questo valore.

Crediamo fermamente che il nostro traguardo più importante siano le oltre 80 persone che compongono la nostra squadra. Per questo, abbiamo implementato un contratto di secondo livello che prevede la distribuzione del 7% del MOL al superamento dei risultati dell'anno precedente: un modo concreto per condividere il successo con chi lo rende possibile ogni giorno. Promuoviamo lo smart working, curiamo la formazione ad altissimo livello e, proprio in questo mese, coroniamo un percorso intrapreso con convinzione nel 2025: l'ottenimento della certificazione per la parità di genere.

Il benessere delle nostre persone e l'attenzione all'ambiente hanno trovato la loro massima espressione all'inaugurazione della nostra nuova sede. Un'area di oltre 30.000 metri quadrati che non è solo un luogo di lavoro, ma un ecosistema pensato per la qualità della vita. Abbiamo scelto architetture orizzontali in vetro e legno per oltre 2.000 metri quadrati, integrando spazi lavorativi con aree ricreative, una palestra, un campo da padel e ampissimi spazi verdi.

Abbiamo inoltre voluto che questa nostra nuova casa fosse rispettosa del pianeta: siamo orgogliosamente autonomi dal punto di vista energetico grazie a un impianto fotovoltaico da oltre 115 kWp e abbiamo installato colonnine private per favorire la transizione alla mobilità elettrica.

Questo primo Bilancio di Sostenibilità rappresenta dunque una fotografia fedele di ciò che siamo oggi, ma soprattutto un impegno per ciò che vogliamo continuare a essere domani. Ringrazio ogni collaboratore, cliente e partner per la fiducia che ci accordate ogni giorno. Insieme, continueremo a innovare, a integrare soluzioni di valore per l'intera filiera e a guidare il cambiamento con etica, competenza e responsabilità.

Buona lettura,

Omar Montanari

FONDATORE DI M.M.B. S.R.L.

HIGHLIGHTS

	2024	2025
Numero dipendenti	77	81
Numero medio di ore di formazione per dipendente	29	24
Numero assunti	3	11
Numero fornitori	725	772
Emissioni GHG (Scope 1 e 2[1-2])	20,86 tCO2eq	0,77 tCO2eq
Fatturato	13.676.820 €	15.678.283 €
Valore aggiunto creato e distribuito	7.500.806 €	8.144.386 €

[1-2] Metodologia Market based

NOTA METODOLOGICA

[GRI 1; GRI 2-2; GRI 2-3, GRI 2-5]

Il presente documento rappresenta la **prima edizione** del Bilancio di Sostenibilità di **M.M.B. Software** (di seguito, per brevità, anche M.M.B. o, più in generale, Impresa, Azienda o Società) e fa riferimento alle informazioni relative al periodo **01/01/2024 - 31/12/2025**, esponendo laddove possibile i dati relativi al triennio 2023-2024-2025.

Il perimetro di rendicontazione riguarda la sola realtà di M.M.B. Eventuali esclusioni di sedi e/o uffici dal calcolo dei dati sono opportunamente segnalate nel testo e ne è indicata la rispettiva motivazione.

Il documento è stato redatto **con riferimento ai GRI Standards**, con approccio "with reference", emanati nel 2016 dall'organizzazione internazionale Global Reporting Initiative ed in ultimo aggiornati nel 2023.

La determinazione del Valore Aggiunto e il suo Prospetto di riparto, ritenuto rilevante per misurare le ricadute economiche sui principali stakeholder della Società, rispondono allo **standard italiano GBS-Principi di redazione del Bilancio Sociale**.

La rendicontazione della performance economica, sociale ed ambientale è strutturata in coerenza con i temi risultati materiali dall'**analisi di materialità** svolta con riferimento ai principi del **GRI 3 (v.2021)**.

Oltre alla rendicontazione dei temi materiali, nel presente Bilancio, si affrontano anche tematiche sociali e ambientali di più ampio respiro, non ritenute particolarmente prioritarie.

Infine, all'interno di tale documento, sono indicate le correlazioni tra i contenuti trattati e gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (Sustainable Development Goals – SDGs) dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite, selezionati rispetto alle aree di importanza di M.M.B., come meglio dettagliato di seguito.

Il presente report – che ricordiamo essere volontario e non soggetto ad alcuna cogenza normativa – non è stato sottoposto ad Assurance esterna.

LA GOVERNANCE AZIENDALE

01.

01 LA GOVERNANCE AZIENDALE

01.1 Chi siamo

[GRI 2-1; GRI 2-6]

M.M.B. è un'azienda italiana leader nel mercato delle revisioni dei veicoli, specializzata in progettazione, produzione e commercializzazione di soluzioni software, tecnologiche e sistemi gestionali dedicati alle attività di autoriparazione e revisione veicoli. Le soluzioni M.M.B. rispondono alle esigenze di una vasta gamma di stakeholder, in particolare, M.M.B. Software offre servizi digitali per officine, gommisti e centri revisione, integrati con il software per automotive YAP, che permettono di gestire da un'unica piattaforma diverse attività quotidiane, quali l'accettazione di veicoli, la fatturazione degli interventi e l'invio di campagne di comunicazione promozionali ai clienti.

MISSION

La mission di M.M.B. è **sviluppare il software per eccellenza** nell'ambito dell'autoriparazione in genere, quale centro nevralgico di gestione del dato e di processo; favorire interfacce semplici, una formazione di altissimo livello ed un servizio di assistenza competente, disponibile ed efficace. Integrare soluzioni, anche di parti terze, al fine di dare valore all'intera filiera fino alla soddisfazione dell'automobilista. Orientare ogni investimento possibile per essere attori protagonisti dei cambiamenti; operare, in ogni circostanza, in coerenza ai valori fondanti dell'azienda e ai principi cardine dello sviluppo sostenibile.

VISION

Guardando al futuro, M.M.B. mira ad essere un punto di riferimento affidabile per tutti gli attori dell'autoriparazione, anticipando soluzioni innovative capaci di rispondere alle esigenze del mercato, anche prima che si manifestino.

VALORI

Per M.M.B. i valori non rappresentano un semplice insieme di parole da utilizzare per riempire un contenitore, ma costituiscono il fondamento del modo di agire dell'Azienda, delle sue relazioni e della capacità di assumersi la responsabilità delle proprie azioni. M.M.B. ritiene che i propri valori siano prima di tutto quelli riconosciuti dagli stakeholder attraverso i comportamenti concreti dell'organizzazione, più che quelli espressi attraverso slogan o dichiarazioni di principio. Da sempre, l'Azienda promuove una cultura del lavoro fondata sul benessere delle persone e sullo spirito di appartenenza, creando ambienti che permettono di essere liberi di esprimersi e di relazionarsi sempre in forma dialogica verso chiunque. Su questi solidi principi culturali l'Azienda è cresciuta e ha fondato la propria credibilità.

01.2 La storia

1998

M.M.B. nasce quale centro di assistenza tecnica dedicato alle attrezzature per il controllo tecnico dei veicoli. Dalla curiosità e spirito di iniziativa del Fondatore ma soprattutto dalla caparbietà di voler sempre soddisfare le esigenze del cliente, nascono le prime righe di codice del software WIL che, in pochi anni, si è affermato come il gestionale più diffuso in Italia nei centri di revisione.



2010

L'azienda matura l'idea di spostare il tradizionale gestionale per centri revisione all'interno di un browser, rendendo quindi il programma fruibile tramite internet. Inizia quindi ad investire in ricerca ed avvia gli sviluppi del primo prodotto cloud native.

2014

La ricerca diventa sostanza con il rilascio di YAP REVISIONI il primo modulo della piattaforma YAP e base di un ecosistema di funzioni e servizi in cloud, in grado di supportare l'intero flusso di lavoro degli autoriparatori più evoluti.



2015

L'azienda accompagna i centri di revisione negli adeguamenti al noto protocollo MCTNCet2, un capitolato tecnico emanato dalla Direzione Generale per la Motorizzazione che rivoluziona i processi e gli standard informatici applicabili al settore, ricevendo dal mercato un grande apprezzamento per l'impegno e la qualità di servizi e prodotti distribuiti. Nello stesso anno viene rilasciata la prima versione del modulo YAP OFFICINA, dedicato alla gestione quotidiana dell'officina meccanica.

2018

Viene rilasciato il modulo YAP GOMME, dedicato alle aziende che operano nell'ambito della manutenzione degli pneumatici. Si tratta di una tappa importante che anticipa l'evoluzione delle aziende del car service verso il modello multiservizio. Nello stesso anno il Fondatore sente l'esigenza di consolidare l'azienda e predisporla a nuove sfide, per questo, a seguito di un conferimento, cambia la compagine societaria di M.M.B. e nasce la Holding, oggi Krenova s.r.l.

2025

Viene inaugurato il **CAMPUS M.M.B.**: la nuova sede operativa dell'azienda, un progetto innovativo che mette al centro il valore ed il benessere delle persone quale priorità per garantire uno sviluppo sostenibile del proprio business. Oggi M.M.B. investe in modo strutturato in ricerca e sviluppo, continua nel processo di innovazione avvalendosi di tecnologie avanzate e collaborazioni attive con gli stakeholder di filiera.







01.3 L'assetto istituzionale e la governance

[GRI 2-1; GRI 2-9; GRI 2-10; GRI 2-11]

ASSETTO SOCIETARIO

M.M.B. s.r.l. è una società a responsabilità limitata iscritta al Registro delle Imprese dal 2018 ed è soggetta a direzione e coordinamento di Krenova s.r.l., la Holding.

La compagine societaria è composta prevalentemente dalla Holding, che detiene il 92% delle quote societarie, e da collaboratori storici che hanno contribuito nel tempo allo sviluppo e alla crescita dell'Azienda: Stefano Ciccarelli (1%), Stefano Ronchi (1%), Alessandro Rusticali (1%), Matteo Becerrica (1%), Valentina Galardi (2%) ed Eugenio Assirelli (2%).

ASSETTO ISTITUZIONALE

M.M.B. ha adottato un modello di governance tradizionale basato sulla presenza di un Consiglio di Amministrazione (CdA), quale organo responsabile dell'indirizzo strategico, della supervisione delle attività aziendali e del monitoraggio dell'andamento gestionale della Società.

Il **Consiglio di Amministrazione** (CdA) di M.M.B. si compone di due uomini e una donna, dettagliati nella seguente tabella:

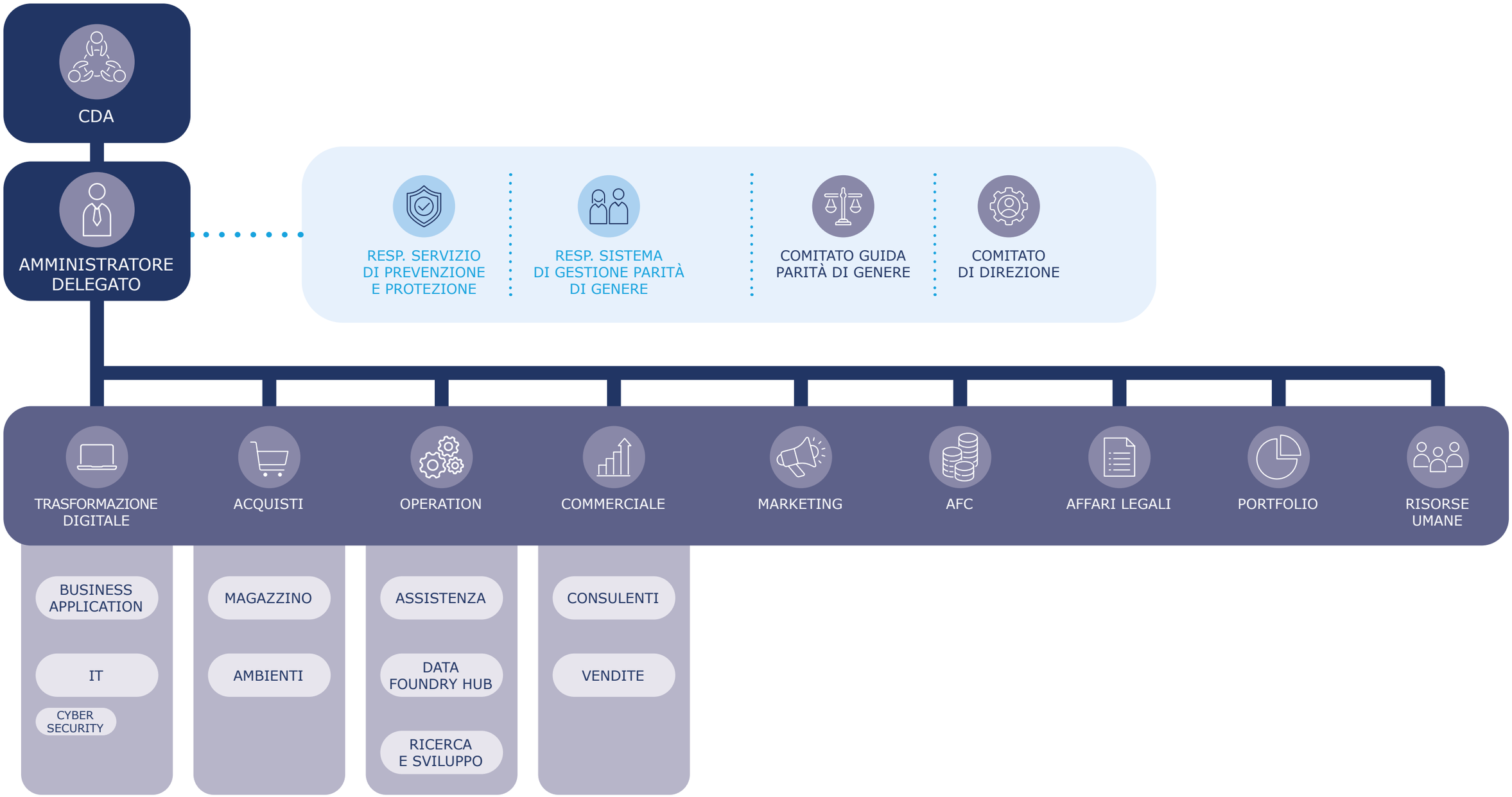
NOME E COGNOME	FUNZIONE IN AZIENDA	RUOLO RICOPERTO	ANZIANITÀ DI CARICA
Omar Montanari	Amministratore Delegato	Presidente Consiglio d'Amministrazione	4 anni
Eugenio Assirelli	Responsabile Operativo	Consigliere Delegato	4 anni
Valentina Galardi	Responsabile Portfolio	Consigliera Delegata	4 anni

Il Consiglio di Amministrazione si riunisce con periodicità regolare al fine di definire gli indirizzi strategici aziendali, monitorare l'andamento delle attività e supportare i principali processi decisionali della Società.

La nomina dei componenti del Consiglio di Amministrazione avviene secondo quanto previsto dallo Statuto societario e dalla normativa vigente. In particolare, i membri dell'organo di governo vengono nominati dall'Assemblea dei Soci, sulla base di criteri relativi a competenze professionali, esperienza maturata e coerenza con le esigenze organizzative e strategiche della Società.

01.4 La struttura organizzativa

Di seguito si riporta l'organigramma di M.M.B.:



L'organigramma funzionale riportato evidenzia il raggruppamento delle attività operative, che sono il motore aziendale, suddiviso in aree e reparti:

AREA TRASFORMAZIONE DIGITALE

Questa area è composta da più reparti. A capo di tutto c'è il responsabile della trasformazione digitale dell'azienda che segna la strategia da mettere in campo, coadiuvato dal reparto IT, dal reparto che si occupa della sicurezza informatica aziendale e dal reparto che si occupa degli applicativi informatici utilizzati in azienda. All'interno di quest'area sono oggi presenti 6 persone.

AREA ACQUISTI

L'area acquisti gestisce l'approvvigionamento di beni e servizi necessari alle attività aziendali, occupandosi sia degli acquisti di merce sia della stipula di contratti con fornitori tecnologici e partner esterni. L'area ha inoltre la responsabilità della gestione del magazzino e degli ambienti aziendali, contribuendo all'efficienza operativa e organizzativa dell'impresa. All'interno di quest'area sono oggi presenti 4 persone.

AREA OPERATION

È l'area produttiva dell'azienda e si compone di tre sotto-sezioni:

Reparto Assistenza: l'area assistenza è attualmente suddivisa in 3 sotto aree: l'area revisioni, l'area autoriparazioni e l'area CLM (Customer Lifecycle Management). Attualmente il reparto è composto da 22 persone.

Reparto Data Foundry Hub: questo reparto, nato nel 2024, ha il compito di gestire tutti i dati, sia per i nostri clienti, sia da utilizzare internamente. Attualmente il reparto è costituito da una persona con l'ingresso graduale di un collega proveniente da un altro reparto.

Area Ricerca e Sviluppo: l'area è suddivisa in 4 reparti di sviluppo, l'ufficio tecnico e il reparto di test. Nel complesso è formato da 27 persone.

AREA COMMERCIALE

L'area è formata da due reparti principali: il Reparto Consulenti composto da 4 tecnici-commerciali e da 2 persone che si occupano della parte formativa verso clienti, distributori e tecnici; e il Reparto Vendite, formato da 2 area manager e da 3 persone che si occupano del back office.

AREA MARKETING

L'Area Marketing svolge una funzione trasversale di supporto a tutte le aree aziendali, contribuendo alla comunicazione istituzionale, alla promozione dei prodotti e servizi e al posizionamento del brand sul mercato. Attualmente l'area è composta da 4 persone.

AREA AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO

Si tratta di una funzione trasversale che presidia la gestione amministrativa, contabile e finanziaria dell'Azienda, supportando il monitoraggio economico e il controllo di gestione. L'area contribuisce inoltre alla pianificazione finanziaria e al rispetto degli adempimenti normativi e fiscali. Attualmente è composta da 3 persone.

AREA AFFARI LEGALI

L'Area Affari Legali gestisce gli aspetti legali e normativi dell'Azienda, inclusi i temi legati alla privacy e alla protezione dei dati personali, fornendo supporto alle diverse funzioni aziendali nella gestione contrattuale e nella conformità normativa. L'area è composta da una persona.

AREA PORTFOLIO

L'Area Portfolio si occupa della gestione e del coordinamento dei progetti aziendali, monitorandone avanzamento, priorità e integrazione con gli obiettivi strategici dell'Azienda. Attualmente l'area è composta da una persona.

AREA RISORSE UMANE

L'Area Risorse Umane presidia i processi di gestione, sviluppo e valorizzazione del personale, occupandosi di selezione, formazione, amministrazione e benessere organizzativo. L'area svolge inoltre un ruolo importante nel promuovere il coinvolgimento delle persone e la crescita delle competenze interne. Attualmente è composta da 2 persone.

Ad integrazione di quanto sopra riportato, sono presenti le seguenti figure, come da normativa vigente: RSPP, RLS, preposti, addetti antincendio, addetti al pronto soccorso e anche addetti BLSD.

01.5 La presenza sul territorio

[GRI 2-1]

L'Azienda opera su tutto il territorio nazionale, collaborando con clienti distribuiti nelle diverse regioni italiane e garantendo un presidio operativo capillare attraverso servizi di consulenza, gestione progettuale e sviluppo di soluzioni tecnologiche.

In via residuale, M.M.B. svolge inoltre attività anche in ambito internazionale attraverso lo sviluppo di software e soluzioni dedicate a costruttori e realtà industriali estere, consolidando progressivamente la propria presenza su mercati internazionali ad alto contenuto tecnologico.

M.M.B. nasce in Emilia-Romagna, e Faenza ospita la sua sede principale, ubicata in via Pana 180 e un'unità operativa in Via Granarolo 151/10.



01.6 Il disegno strategico e la gestione della sostenibilità

[GRI 2-22]

Evoluzione del modello organizzativo:

IL PROJECT PORTFOLIO MANAGEMENT COME LEVA DI GOVERNANCE

Negli ultimi anni M.M.B. ha intrapreso un percorso di evoluzione organizzativa volto a superare il tradizionale modello per funzioni, adottando un sistema strutturato di Project e Portfolio Management (PPM). Tale trasformazione rappresenta non solo un'evoluzione dei processi operativi, ma anche un elemento centrale del modello di Governance aziendale, orientato a rafforzare trasparenza decisionale, accountability e sostenibilità organizzativa. L'approccio PPM consente infatti di integrare una visione strategica nella gestione delle attività aziendali, favorendo una pianificazione più efficace delle risorse, una maggiore collaborazione interfunzionale e una gestione proattiva dei rischi.

INTEGRAZIONE DEI CRITERI ESG NEI PROCESSI DECISIONALI

L'adozione del modello di Portfolio Management ha permesso di introdurre criteri oggettivi per la valutazione e la prioritizzazione dei progetti aziendali. Attraverso il monitoraggio continuo del portfolio, la Governance aziendale è oggi in grado di:

- Garantire l'allineamento strategico delle iniziative rispetto agli obiettivi aziendali di medio-lungo periodo;
- Definire con chiarezza ruoli, responsabilità e livelli decisionali, rafforzando la tracciabilità dei processi e la cultura dell'accountability.

SOSTENIBILITÀ DEL LAVORO E GESTIONE DEI RISCHI

Il sistema di PM incide direttamente sull'ottimizzazione delle risorse migliorando l'organizzazione, l'efficienza, la consapevolezza e la trasparenza verso i collaboratori. La pianificazione centralizzata permette di:

- Prevenire situazioni di sovraccarico operativo attraverso il monitoraggio dei carichi di lavoro e una distribuzione più efficiente delle attività;
- Mitigare i rischi operativi e gestionali grazie a una pianificazione proattiva, limitando logiche emergenziali e modalità di lavoro reattive, minimizzando quindi l'impatto negativo sulla salute psicofisica dei collaboratori e garantendo la continuità del business;
- Preservare il focus strategico dell'organizzazione, definendo con chiarezza le attività coerenti con le priorità aziendali ed evitando dispersioni di energie su iniziative a basso valore aggiunto.

GESTIONE DEI DATI E TRASPARENZA INFORMATIVA

Il modello PPM consente inoltre una gestione strutturata dei dati relativi all'avanzamento progettuale, all'allocazione delle risorse e al raggiungimento degli obiettivi definiti.

La produzione di indicatori di performance e reportistica dedicata garantisce alla Direzione e agli stakeholder interni flussi informativi trasparenti, aggiornati e verificabili, supportando una supervisione continua delle attività aziendali.

ASANA COME ABILITATORE TECNOLOGICO DELLA TRASPARENZA E DELLA COLLABORAZIONE

A supporto del modello organizzativo adottato, M.M.B. utilizza la piattaforma Asana quale infrastruttura tecnologica per la gestione integrata dei progetti.

L'introduzione del gestionale ha consentito di superare modalità operative frammentate, centralizzando informazioni, attività e processi decisionali in un ecosistema condiviso e accessibile.

In particolare, la piattaforma favorisce:

- una visibilità cross-funzionale delle attività e dello stato di avanzamento dei progetti;
- la condivisione in tempo reale di timeline, milestone e carichi di lavoro;
- la tracciabilità delle decisioni attraverso la storicizzazione di aggiornamenti, SAL di progetto, approvazioni e commenti;
- la strutturazione di Project Charter integrati, che raccolgono requisiti, obiettivi, rischi, risultati e apprendimenti maturati durante il ciclo di vita del progetto.

CULTURA DEL MIGLIORAMENTO CONTINUO E VALORIZZAZIONE DELLE PERSONE

L'adozione del sistema di PM ha permesso di affrontare una delle principali critiche dei modelli funzionali: i conflitti di priorità tra reparti.

La visione integrata delle priorità aziendali contribuisce a ridurre conflitti interfunzionali e competizione interna per le risorse, promuovendo una cultura orientata agli obiettivi comuni e alla responsabilità condivisa.

Al termine dei progetti vengono inoltre realizzate attività di retrospettiva e raccolta delle "Lessons Learned", finalizzate a valorizzare l'esperienza maturata e trasformare criticità e imprevisti in opportunità di apprendimento organizzativo.

Attraverso questo modello, la Governance aziendale assume un ruolo sempre più abilitante e orientato alla crescita sostenibile dell'organizzazione, integrando performance, collaborazione e benessere delle persone in una visione di lungo periodo.

In tale prospettiva, la **sostenibilità** rappresenta per M.M.B. un principio guida trasversale, in grado di orientare le scelte strategiche e operative dell'organizzazione. Mettere le persone al centro significa adottare un approccio responsabile volto a **tutelare l'ambiente, valorizzare il capitale umano** e contribuire allo **sviluppo dei territori** e delle comunità in cui l'azienda opera.

Questa visione si traduce in un impegno concreto finalizzato, da un lato, alla progressiva riduzione degli impatti ambientali generati dalle attività aziendali e, dall'altro, alla promozione di iniziative capaci di generare valore condiviso, favorendo uno sviluppo sostenibile e inclusivo.

M.M.B. considera la sostenibilità un elemento sempre più integrato nei propri processi decisionali e gestionali e intende consolidare, nei prossimi anni, un percorso strutturato di miglioramento continuo dei processi aziendali. Attraverso questo percorso, l'azienda conferma il proprio impegno a **contribuire attivamente allo sviluppo sostenibile del Paese**.

Gli obiettivi che l'Azienda si pone sono riassunti di seguito:



Obiettivo dell'Azienda

Ridurre l'impatto energetico delle attività aziendali attraverso il miglioramento dell'efficienza energetica e il progressivo incremento della quota di energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili.

Azioni intraprese/da intraprendere

Installazione di un impianto di accumulo entro il 2030 per favorire l'utilizzo di energie rinnovabili già prodotte, riducendo i prelievi dalla rete.



Obiettivo dell'Azienda

Contribuire alla transizione verso un modello produttivo a basse emissioni di carbonio, riducendo progressivamente le emissioni dirette e indirette di gas a effetto serra.

Azioni intraprese/da intraprendere

Ridurre del 30% le emissioni di Scope 1 e Scope 2 entro il 2030 rispetto al 2025.



Obiettivo dell'Azienda
Implementare un sistema di valutazione ESG dei fornitori su temi ambientali e sociali.

Azioni intraprese/da intraprendere
- Integrare questioni ambientali e sociali nel sistema di valutazione dei fornitori (entro il 2026).
- Iniziare la somministrazione di appositi questionari (dal 2027).



Obiettivo dell'Azienda
Implementare un sistema di monitoraggio sul Gender Pay Gap.

Azioni intraprese/da intraprendere
Rilevare il rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini (dal 2026).



Obiettivo dell'Azienda
Ottenimento Certificazione Parità di Genere.

Azioni intraprese/da intraprendere
Conclusione del percorso intrapreso per la Certificazione sulla Parità di Genere e ottenimento del certificato (entro il 2026).

01.7 Le certificazioni

Nel corso del periodo di rendicontazione, M.M.B. ha consolidato il proprio percorso di crescita sostenibile attraverso l'ottenimento di importanti certificazioni e riconoscimenti, che testimoniano l'impegno dell'azienda sui temi della governance responsabile, della valorizzazione delle persone e della promozione di una cultura organizzativa inclusiva.

In particolare, l'Azienda ha ottenuto il **Rating di Legalità** con valutazione pari a una stella ★☆☆ in data 11/06/2024, riconoscimento rilasciato dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) alle imprese che operano secondo elevati standard di legalità, trasparenza ed etica aziendale.

Il 02/12/2025 M.M.B. ha inoltre conseguito la certificazione **Great Place to Work**, che valorizza le organizzazioni capaci di promuovere ambienti di lavoro fondati su fiducia, coinvolgimento delle persone, collaborazione e benessere organizzativo.

A conferma dell'attenzione ai temi della diversity & inclusion, M.M.B. ha anche intrapreso il percorso per la **Certificazione per la Parità di Genere PdR 125:2022**, attestazione che riconosce l'adozione di politiche e pratiche orientate alla parità di trattamento, alle pari opportunità di crescita professionale e alla valorizzazione delle diversità all'interno dell'organizzazione. L'Azienda pianifica di ottenere la certificazione nel corso dell'anno 2026.

01.8 La mappatura ed il coinvolgimento degli stakeholder

[GRI 2-29]

Gli stakeholder sono individui o gruppi di persone che hanno un interesse legittimo nelle attività e nei risultati di un'azienda. Questi soggetti possono influenzare o essere influenzati dalle operazioni dell'organizzazione e includono una varietà di attori sia interni che esterni. Tra gli stakeholder interni troviamo, ad esempio, i dipendenti e il management aziendale, mentre tra quelli esterni vi sono clienti, fornitori, comunità locali, enti governativi e organizzazioni non governative, università e scuole territoriali.

L'importanza degli stakeholder per un'azienda è cruciale per diversi motivi. Innanzitutto, essi forniscono risorse essenziali come capitale, competenze e materie prime, fondamentali per il funzionamento e la crescita dell'impresa. In secondo luogo, ascoltare e coinvolgere attivamente gli stakeholder nei processi decisionali consente all'azienda di identificare e gestire meglio rischi e opportunità. Ad esempio, il feedback dei clienti può guidare l'innovazione di prodotti e servizi, le opinioni dei dipendenti possono aiutare l'impresa a migliorare il clima aziendale, mentre la collaborazione con organizzazioni esterne (come no profit) può generare nuove opportunità di business.

Solo attraverso il continuo confronto con questi soggetti un'azienda può contribuire a costruire una solida reputazione, favorire la resilienza e garantire il successo nel lungo periodo.

STAKEHOLDER	OBIETTIVO DEL COINVOLGIMENTO	METODI DI COINVOLGIMENTO	TEMPISTICA
Dipendenti	Ottenere feedback sul clima organizzativo e le questioni di interesse	Sondaggi anonimi, incontri di gruppo, interviste individuali	Trimestrale Semestrale Annuale
Clienti	Comprendere le esigenze e le aspettative dei clienti, valutare la soddisfazione	Sondaggi di soddisfazione, focus group, servizio di assistenza clienti	Semestrale Annuale
Partners	Condividere le esigenze di mercato e le strategie da adottare e accogliere i suggerimenti	Academy dedicate ai partners, survey di soddisfazione, eventi di co-marketing	Semestrale Annuale
Fornitori	Valutare le pratiche sostenibili dei fornitori, identificare nuove opportunità di collaborazione	Questionari di sostenibilità, incontri di monitoraggio, valutazione delle performance	Annuale
Enti regolatori	Assicurare la conformità alle normative e fornire informazioni sulle pratiche di sostenibilità	Report di sostenibilità, risposte a richieste di informazioni, incontri con gli enti	Annuale
Comunità locale	Condividere informazioni sui progetti in corso, ascoltare le preoccupazioni e le necessità locali	Riunioni pubbliche, tavoli di lavoro, comunicati stampa	Trimestrale
Istituzioni finanziarie	Comunicare l'impegno verso la sostenibilità e fornire dati finanziari	Report di sostenibilità, incontri con gli investitori, comunicati stampa	Semestrale

01.9 L’analisi di materialità

[GRI 3-1; GRI 3-2; GRI 3-3]

COS’È L’ANALISI DI MATERIALITÀ?

L’analisi di materialità è stata sviluppata in coerenza con lo standard “GRI 3: Material Topics 2021” e tenendo in considerazione le novità introdotte dalla CSRD e dagli standard ESRS[3].

La nuova metodologia chiede alle organizzazioni di interrogarsi sulla propria **capacità di generare impatti sull’ambiente, sulle persone e sull’economia, attraverso le attività della propria catena del valore**. Si parla, pertanto, di “**materialità d’impatto**” in quanto un aspetto viene definito materiale in virtù della significatività degli impatti generati (positivi e negativi) che aggrega.

Con l’obiettivo di allinearsi ai nuovi standard, M.M.B. ha svolto un primo esercizio di materialità d’impatto adottando l’**approccio “inside-out”**, focalizzandosi quindi sugli impatti, effettivi o potenziali, generati verso l’esterno e i propri stakeholder.

COM’È STATA SVOLTA L’ANALISI DI MATERIALITÀ?

Nello svolgimento dell’analisi di materialità, M.M.B. ha proceduto con i seguenti step:

01. **IDENTIFICAZIONE DEI TEMI POTENZIALMENTE MATERIALI E GLI IMPATTI GENERATI AD ESSI ASSOCIATI:** attraverso un benchmark di settore e l’analisi delle principali attività della catena del valore di M.M.B., sono state individuate le tematiche rilevanti e gli impatti, sia negativi che positivi, che l’Azienda genera / potrebbe generare nei confronti degli stakeholder.

02. **VALUTAZIONE DEGLI IMPATTI GENERATI E PRIORITIZZAZIONE DELLE TEMATICHE:** le principali funzioni interne hanno provveduto a valutare gli impatti identificati alla fase precedente seguendo i parametri definiti dal GRI 3 (v.2021). In particolare, durante questo esercizio, sono stati presi in considerazione i seguenti elementi:

- La tipologia (attuale/potenziale);
- Se potenziale, la probabilità di accadimento;
- Se l’impatto è causato dall’azienda (diretto) oppure è generato a monte/valle della propria catena del valore (indiretto);

[3]European Sustainability Reporting Standard

- La sensibilità del contesto ambientale, sociale e normativo in cui avviene l’impatto;
- La diffusione degli effetti (positivi e negativi) tra le categorie di stakeholder impattate;
- La rimediabilità del danno (nel caso di impatto negativo).

03. **PRIORITIZZAZIONE DELLE TEMATICHE:** le principali funzioni interne hanno provveduto ad effettuare una prioritizzazione delle tematiche individuate, con l’obiettivo di comprendere quali aspetti risultino maggiormente rilevanti per l’Azienda e sui quali essa intenda concentrare particolare attenzione.

04. **ELABORAZIONE DEI GRADI D’IMPATTO DEI TEMI:** per ogni variabile qualitativa di cui sopra è stato associato un parametro numerico che, sommato agli altri, ha consentito di ottenere un punteggio finale per ogni impatto, normalizzato in una scala 1-5. Per ciascuna tematica è stata effettuata la media delle valutazioni degli impatti ad essa associati, al fine di quantificare il grado d’impatto positivo e negativo complessivo di uno specifico tema (di seguito “score”).

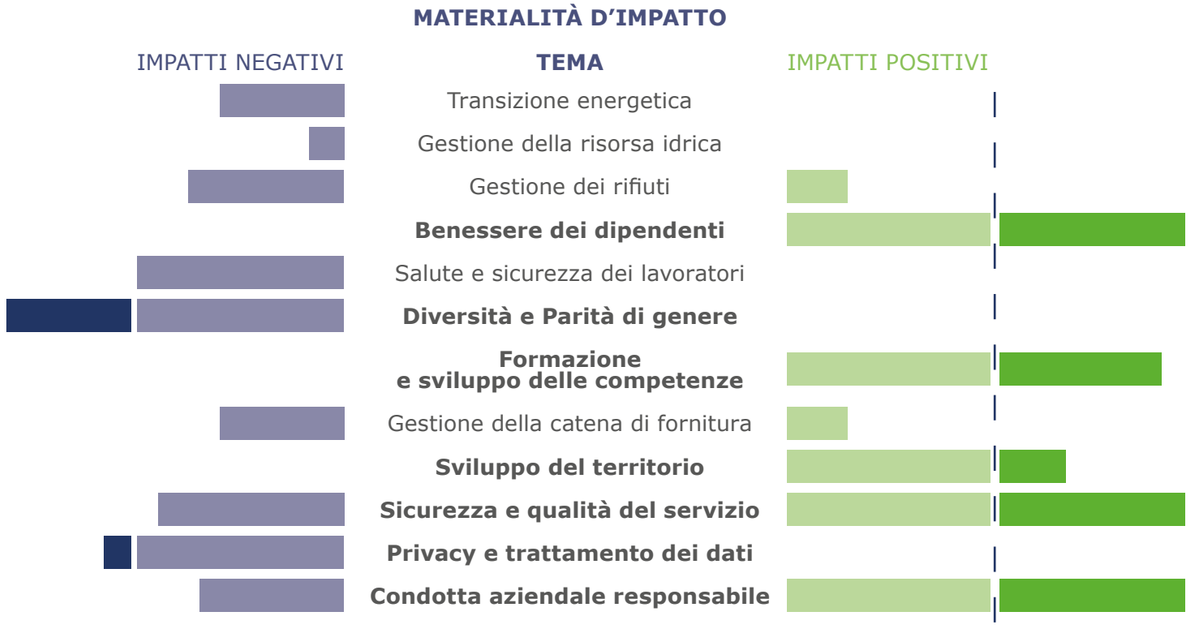
05. **DEFINIZIONE DELLA SOGLIA DI MATERIALITÀ:** la soglia di materialità è stata definita attraverso il calcolo della media degli score dei temi. Le tematiche ritenute materiali sono quelle che hanno ottenuto un punteggio superiore a 3,5 e sono:

- Benessere dei Dipendenti
- Diversità e Parità di Genere
- Formazione e sviluppo delle competenze
- Sviluppo del territorio
- Sicurezza e qualità del servizio
- Privacy e trattamento dei dati
- Condotta aziendale responsabile

La seguente immagine mostra in forma sintetica i risultati dell'analisi di materialità, evidenziando l'impatto delle attività aziendali su diversi temi ESG (ambientali, sociali e di governance).

Le barre[4] del grafico sulla sinistra, evidenziate in blu, rappresentano gli impatti negativi. Questi indicano la capacità delle attività di business di influire sfavorevolmente sugli aspetti ESG (ambientali, sociali e di governance). Al contrario, le barre del grafico sulla destra, evidenziate in verde, rappresentano gli impatti positivi. Queste riflettono la capacità di influire favorevolmente sugli aspetti ESG attraverso azioni, iniziative o pratiche virtuose, con l'obiettivo di creare benefici per gli stakeholder e/o ridurre al minimo i propri impatti negativi.

L'immagine permette quindi di confrontare visivamente gli effetti positivi e negativi di ciascun tema, evidenziando le aree in cui l'azienda esercita un maggiore impatto sugli stakeholder e quali aspetti influenzano significativamente l'azienda dall'esterno.



Sebbene il Bilancio di Sostenibilità si focalizzi specialmente sui temi di cui sopra, in quanto ritenuti rilevanti, all'interno del documento si affrontano anche tematiche sociali e ambientali di più ampio respiro, non ritenute materiali.

Per il dettaglio circa gli Impatti associati a ciascuna tematica materiale, si faccia riferimento alla tabella riportata nel cap. "Allegati" in fondo al documento.

[4]La lunghezza delle barre equivale al valore di ogni tema, che a sua volta rappresenta una media ponderata delle valutazioni degli impatti delineati per l'Azienda.

01.10 Condotta aziendale responsabile

[GRI 2-23; GRI 2-26; GRI 2-27; GRI 205-2; GRI 205-3; GRI 206-01]

In un contesto di mercato sempre più attento all'impatto etico e sociale delle organizzazioni, M.M.B. ha fatto della condotta responsabile d'impresa un elemento importante della strategia operativa. Nonostante attualmente l'impresa non abbia in essere Sistemi di Gestione dedicati alla sostenibilità, M.M.B. ha introdotto diverse iniziative finalizzate a creare valore sostenibile nel lungo termine per tutti gli stakeholder, nel pieno rispetto delle leggi, dei principi di correttezza e della tutela dei diritti.

CODICE ETICO

Tale impegno si concretizza in modo specifico nel **Codice Etico** di M.M.B., i cui principi sono vincolanti per tutti i dipendenti e tutti coloro che, a vario titolo, agiscono in nome o per conto di M.M.B., indipendentemente dalla qualificazione giuridica del rapporto. Tale documento fornisce una linea guida sulla condotta responsabile d'impresa, toccando numerosi ambiti, come:

- Relazioni con i collaboratori
- Relazioni con i clienti
- Relazioni con i fornitori
- Relazioni con la pubblica amministrazione
- Contributi, sponsorizzazioni e donazioni
- Gestione amministrativa e contabile
- Privacy e tutela delle informazioni riservate

In relazione alle tematiche sopra elencate, nel triennio 2023-2025 l'organizzazione ha garantito la piena copertura delle attività di **comunicazione e formazione in materia di anticorruzione** rivolte all'organo di governo. In tutti gli anni considerati, infatti, il 100% dei membri ha ricevuto comunicazione sulle politiche e procedure anticorruzione e partecipato alla relativa formazione.

Il dato evidenzia un presidio costante del tema a livello apicale, nonché l'attenzione dell'organizzazione alla diffusione dei principi di integrità, trasparenza e prevenzione dei comportamenti corruttivi. Grazie a questo approccio, gli episodi di corruzione nel triennio sono rimasti assenti.

Parallelamente, **non sono stati segnalati episodi scorretti di comportamenti anticoncorrenziali, antitrust o pratiche monopolistiche**.

COMUNICAZIONE ANTICORRUZIONE - ORGANO DI GOVERNO		2023	2024	2025
Numero dei membri degli organi di governo	n.	5	5	3
Membri dell'organo di governo a cui sono state comunicate le politiche/procedure anticorruzione	n.	5	5	3
	%	**100%**	**100%**	**100%**

FORMAZIONE ANTICORRUZIONE - ORGANO DI GOVERNO		2023	2024	2025
Numero dei membri degli organi di governo	n.	5	5	3
Membri dell'organo di governo che hanno ricevuto formazione in materia di anticorruzione	n.	5	5	3
	%	**100%**	**100%**	**100%**

CODICE DI CONDOTTA RELATIVO ALLA FORNITURA DI SERVIZI DI MESSAGGISTICA AZIENDALE CONTENENTI CODICI ALFANUMERICI COME MITTENTI

M.M.B. manifesta la sua volontà di operare in maniera trasparente e rigorosa anche nell'ambito dei servizi di messaggistica aziendale con mittenti in alias alfanumerici. La fornitura di queste soluzioni è rigorosamente disciplinata da un Codice di Condotta dedicato, che assicurano che l'utilizzo degli strumenti di comunicazione avvenga in maniera lecita, trasparente e nel pieno rispetto della normativa AGCOM di riferimento, nonché di quella sulla privacy.

WHISTLEBLOWING

L'Azienda M.M.B. si è dotata di un canale interno di segnalazione degli illeciti sicuro e protetto in conformità a quanto prescritto dal Decreto Legislativo n. 24 del 10 marzo 2023, attuativo della Direttiva UE 2019/1937.

Tale canale, che si sostanzia in una piattaforma di segnalazione di eventuali illeciti, violazioni di norme nazionali o europee che danneggiano l'interesse pubblico o l'integrità dell'ente di cui un dipendente, collaboratore, professionista sia venuto a conoscenza in ragione del rapporto di lavoro. Tale piattaforma deve essere coerente con quanto previsto dalle norme in merito ad anonimato del segnalatore e tempi di risposta alla segnalazione.

Questo meccanismo consente ad M.M.B. di rispettare la normativa di riferimento e consente ai soggetti che sono in rapporti lavorativi con M.M.B. di segnalare eventuali violazioni.

Nel periodo di riferimento **non si sono verificate segnalazioni riguardanti la procedura di whistleblowing**.

RATING DI LEGALITÀ

La solidità di questo assetto è convalidata dall'ottenimento del Rating di Legalità (2024), uno strumento di rating etico finalizzato a promuovere e riconoscere i principi etici nei comportamenti aziendali. Questo parametro oggettivo, assegnato in base a precisi requisiti normativi, certifica pubblicamente l'affidabilità legale e la correttezza gestionale dell'impresa, segnando anche una tangibile conferma esterna rispetto all'affidabilità dell'azienda verso clienti, partner e collettività.

È intenzione dell'azienda procedere a scadenza biennale alla richiesta di rinnovo di tale certificazione.

Si segnala inoltre che, nel periodo di rendicontazione non si sono verificati casi di non conformità a leggi e regolamenti, né sono state registrate sanzioni di non conformità.

QUESTIONARIO TU SICUREZZA

M.M.B. sottopone ai fornitori, prima dell'inizio di qualsiasi lavoro o servizio affidato in appalto, subappalto o contratto d'opera, una dichiarazione ai sensi dell'allegato XVII del TU Sicurezza (D.Lgs. 81/2008) in cui il fornitore stesso è tenuto a dichiarare la propria idoneità tecnico professionale (iscrizione alla CCIAA, rispetto delle norme sul lavoro, regolarità contributiva, rispetto norme sicurezza sul lavoro, ecc.). Tale dichiarazione viene poi aggiornata periodicamente.

DIMENSIONE SOCIALE

02.

02 DIMENSIONE SOCIALE

02.1 I lavoratori

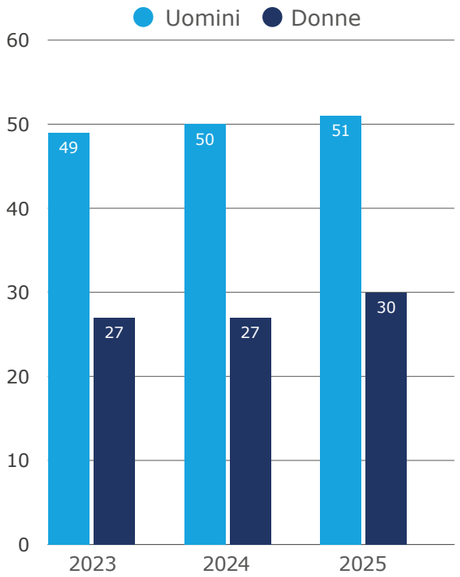
[GRI 2-7; GRI 2-8; GRI 2-30; GRI 401-1; GRI 405-1]



L'impegno di M.M.B. S.r.l. nell'ambito sociale si fonda sulla centralità della persona e sulla volontà di promuovere un ambiente di lavoro equo, inclusivo e orientato al benessere psicofisico dei collaboratori. L'Azienda considera infatti il capitale umano un elemento strategico per la crescita sostenibile e per la creazione di valore nel lungo periodo.

Al 2025 l'Azienda si avvale di un totale di **81 lavoratori dipendenti e 4 non dipendenti**. I seguenti grafici e tabelle illustrano la composizione e le principali tipologie di lavoratori dipendenti, la cui totalità è coperta da **CCNL Metalmeccanica-Confapi.**

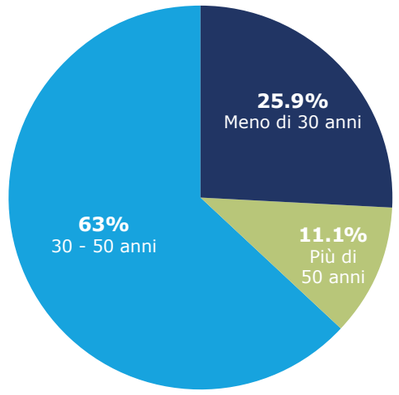
Diversità tra i dipendenti per categoria, genere	2023		2024		2025	
	M	F	M	F	M	F
Numero di Operai	2	0	2	0	2	0
Numero di Impiegati	45	25	45	25	46	28
Numero di Quadri	1	2	2	2	3	2
Numero di Dirigenti	1	0	1	0	0	0
Totale per genere	**49**	**27**	**50**	**27**	**51**	**30**
Totale	**76**		**77**		**81**	
% di donne nell'organizzazione	**36%**		**35%**		**37%**	



Nel triennio 2023-2025 l'organico aziendale registra una crescita progressiva, passando da 76 a 81 persone. La maggior parte della forza lavoro in M.M.B. è costituita da **impiegati**, che nel 2025 rappresentano più del 90% del personale. Come è possibile notare anche dal grafico, osservando la composizione per genere si evidenzia una **prevalenza maschile**, pur con una presenza femminile significativa e in lieve aumento nell'ultimo anno.

La **componente femminile** è concentrata principalmente nella categoria degli impiegati, dove si osserva anche un incremento nel 2025 rispetto agli anni precedenti. La presenza nei ruoli di quadro risulta stabile, mentre non si rilevano donne tra operai e dirigenti nel periodo considerato. Da questa prospettiva, i dati esibiscono una struttura organizzativa stabile, con un lieve miglioramento dell'equilibrio di genere nel 2025, soprattutto grazie all'aumento della presenza femminile tra gli impiegati.

Esaminando l'età del personale, la forza lavoro di M.M.B. si compone principalmente di **dipendenti tra i 30 e i 50**, mentre gli under 30 anni e gli over 50 rappresentano rispettivamente il 25,9% e l'11,1%.



A livello di assunzioni, nel biennio precedente l'Azienda esibisce un saldo positivo: nel 2024 il tasso di compensazione del turnover si attestava a 150%; nel 2025 passa invece a 157% con 11 assunzioni e 7 cessazioni.

Per ulteriori approfondimenti inerenti alle caratteristiche descrittive del personale, si rimanda al Cap. 5 "Allegati".

02.1.1 Benessere, Valorizzazione e Work-Life Balance dei lavoratori

[GRI 401-02]

M.M.B. pone al centro della propria strategia di sostenibilità sociale il benessere del proprio personale. L'obiettivo è creare un ambiente di lavoro stimolante, inclusivo e capace di conciliare le esigenze professionali con la dimensione privata.

A tal fine in M.M.B. sono stati implementati modelli organizzativi orientati al **work-life balance**, secondo le seguenti tipologie:

- **Lavoro agile**: adozione di modalità di lavoro ibride per favorire l'autonomia e ridurre l'impatto degli spostamenti.
- **Flessibilità Oraria**: introduzione di orari elastici e personalizzati, oltre alla concessione di contratti Part-time per rispondere a specifiche esigenze personali o familiari.
- **Ascolto Attivo**: somministrazione di indagini periodiche ad hoc per monitorare il clima aziendale e raccogliere feedback diretti dai collaboratori.

A queste misure si affiancano strumenti di supporto alla genitorialità, quali la gestione flessibile dei congedi di maternità e paternità.

Il benessere dei lavoratori è sostenuto anche attraverso un articolato sistema di **welfare aziendale** che comprende strumenti di tutela sanitaria, iniziative di supporto economico e previdenziale, servizi gratuiti di ristorazione e progetti dedicati alla salute, all'attività fisica e alla mobilità sostenibile.

L'attenzione alla salute delle persone si concretizza, in particolare, nell'offerta di un'**assicurazione sanitaria integrativa privata**, che consente ai dipendenti di accedere sia a strutture convenzionate sia al rimborso di prestazioni effettuate presso strutture non convenzionate o tramite il Servizio Sanitario Nazionale. Le coperture includono, tra gli altri, interventi chirurgici e ricoveri per gravi patologie, prestazioni di alta diagnostica, percorsi riabilitativi post-infortunio, servizi dedicati alla maternità e attività di medicina preventiva.

A supporto della sicurezza economica dei collaboratori, M.M.B. ha istituito un **sistema di premi di risultato** rivolto a tutti i dipendenti, con l'obiettivo di riconoscere il contributo delle persone al raggiungimento degli obiettivi aziendali. In ambito previdenziale, l'Azienda ha sottoscritto nel 2016 un accordo in materia di previdenza complementare con una primaria compagnia assicurativa, offrendo ai dipendenti la possibilità di destinare il proprio TFR a un **fondo pensione integrativo** con contribuzione aggiuntiva da parte dell'Azienda.

M.M.B. mette inoltre a disposizione un **servizio di mensa aziendale interamente**

gratuito per i giorni in presenza e riconosce crediti per il ristoro tramite il sistema Coges per le giornate in cui i dipendenti svolgono l'attività presso la sede aziendale.



L'Azienda ha anche avviato il progetto **"Bike to Work"**, finalizzato a incentivare **la mobilità sostenibile e l'attività fisica** quotidiana, contribuendo al benessere delle persone e alla diffusione di comportamenti più responsabili dal punto di vista ambientale. Nell'ambito dell'iniziativa, l'Azienda ha nominato un *Mobility Manager* incaricato della redazione del Piano Spostamento Casa-Lavoro, attraverso il quale sono state analizzate le abitudini di mobilità del personale al fine di individuare criticità e opportunità di miglioramento. Ad oggi, la partecipazione al progetto ha consentito di evitare **emissioni pari a circa 127 kg di CO_2** equivalenti, corrispondenti a circa 700 km percorsi con mezzi alternativi all'auto privata. L'iniziativa nasce con un duplice obiettivo: promuovere il benessere psicofisico delle persone e contribuire alla riduzione del traffico veicolare e delle emissioni inquinanti.

Infine, il benessere delle persone è ricercato anche negli spazi di lavoro; infatti, la nuova sede aziendale è stata concepita come un ecosistema di benessere, dove l'architettura e il design sono al servizio della persona. Gli ampi spazi, sia negli ambienti interni che nelle aree verdi del giardino esterno, favoriscono una vivibilità di alto profilo:

- **Materiali Sostenibili e Relazionali**: la scelta dei materiali riflette i valori aziendali; l'uso del legno conferisce calore e comfort domestico agli ambienti professionali, mentre le ampie superfici in vetro eliminano le barriere visive, promuovendo una cultura di apertura, vicinanza e trasparenza tra i team.
- **Ergonomia e Salute**: a tutela del benessere fisico e della prevenzione posturale, ogni postazione è dotata di scrivanie regolabili, permettendo a ciascun collaboratore di adattare lo spazio di lavoro alle proprie esigenze ergonomiche.
- **Sport & Benessere**: promozione dell'attività fisica attraverso una palestra aziendale con schede di allenamento personalizzate e l'organizzazione di sessioni di Padel e corsi di crossfit.
- **Spazi di Decompressione**: aree relax attrezzate (ping pong, calcio balilla) e ampi spazi esterni progettati per favorire il recupero mentale e l'interazione informale all'aria aperta.
- **Identità e Welcome Kit**: fornitura di un kit di benvenuto completo di dotazioni tecniche e abbigliamento brandizzato per agevolare l'integrazione e il senso di appartenenza.



02.1.2 Diversità e parità di genere

[GRI 401-3; GRI 405-1; GRI 406-1]



M.M.B. promuove attivamente una cultura aziendale basata sull'equità e sull'inclusione. Coerentemente con questo impegno, la Società ha intrapreso l'iter per la **Certificazione della Parità di Genere (UNI/PdR 125:2022)**, volta a consolidare, monitorare e migliorare le proprie politiche in materia di pari opportunità.

A tal riguardo, nello scorso triennio la **presenza femminile** in azienda è rimasta abbastanza stabile, passando da 36% nel 2023 a 35% nel 2024, con una lieve crescita nel 2025, quando la quota di donne nell'organizzazione arriva a 37%.

L'attenzione al benessere del personale si traduce anche in programmi formativi specifici dedicati alla valorizzazione delle diversità come pilastro del **rispetto reciproco**. A supporto di tali principi, M.M.B. ha definito specifiche policy aziendali orientate alla tutela delle persone e alla promozione di pratiche organizzative responsabili:

Politica per la parità di genere: formalizza l'impegno dell'azienda nel garantire un contesto lavorativo improntato a imparzialità, inclusione e contrasto a ogni forma di discriminazione diretta o indiretta. La policy promuove la tutela della dignità, dei diritti e delle libertà individuali, indipendentemente da genere, età, orientamento sessuale, identità di genere, stato di salute, disabilità, origine etnica, nazionalità, opinioni politiche o credo religioso. **Nel periodo di rendicontazione non si sono registrati episodi di discriminazione.**

Politica per la tutela ed il sostegno della genitorialità: M.M.B. riconosce la centralità della persona anche nella propria dimensione familiare e si impegna a creare un ambiente di lavoro equo, inclusivo e positivo, capace di supportare collaboratori e collaboratrici nel **bilanciamento tra responsabilità professionali e personali**. La policy promuove misure orientate al benessere, alla salute e alla qualità della vita delle persone, contribuendo a eliminare eventuali ostacoli connessi alla genitorialità e favorendo pari opportunità di crescita e partecipazione all'interno dell'organizzazione.

M.M.B. garantisce l'accesso al **congedo parentale** a tutti i suoi lavoratori dipendenti, donne e uomini. La tabella seguente illustra i dati relativi al congedo parentale nel triennio 2023-2025.

CONGEDO PARENTALE		2023	2024	2025
Numero totale di dipendenti aventi diritto al congedo parentale	M	13	15	13
	F	11	10	10
di cui dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale	M	0	0	0
	F	1	1	1

Per quanto riguarda invece la presenza di dipendenti appartenenti alle categorie più vulnerabili, la tabella sottostante evidenzia la presenza di personale con disabilità, che incide per il **5% sul totale dei dipendenti**.

DISABILITÀ E CATEGORIE PROTETTE	2023	2024	2025
Dipendenti con disabilità	4	4	4
Dipendenti facenti parte di categorie protette	0	0	0
Incidenza sul totale dei dipendenti %	**5%**	**5%**	**5%**

02.1.3 Formazione e sviluppo delle competenze

[GRI 404-1; GRI 404-2]

Riconoscendo il valore strategico dell'apprendimento, l'Azienda investe nello sviluppo del proprio capitale umano attraverso percorsi di formazione continua. Dalle fasi di **onboarding** ai programmi di **aggiornamento specialistico** e delle soft skills, l'Azienda si impegna a potenziare le competenze professionali per sostenere la crescita individuale e la competitività dell'organizzazione nel lungo periodo.

Negli ultimi anni, M.M.B. ha intrapreso un profondo cambiamento culturale nell'approccio alla formazione: non più intesa come un adempimento burocratico, ma come un asset strategico fondamentale per la competitività dell'organizzazione e il benessere dei collaboratori.

In linea con il 3° pilastro della strategia HR, "Accrescere le Competenze", M.M.B. promuove la formazione continua per:

- **Eccellenza Professionale**: mantenere standard elevati di servizio verso i clienti interni ed esterni;
- **Valorizzazione del Capitale Umano**: favorire l'appagamento personale e l'arricchimento del profilo professionale (curriculum) di ogni collaboratore;
- **Engagement**: utilizzare l'apprendimento come leva di coinvolgimento e senso di appartenenza.

L'Azienda definisce periodicamente il proprio piano formativo sulla base delle necessità espresse dai vari reparti e degli obiettivi strategici di crescita.

Questo approccio assicura un'offerta organica e personalizzata che copre le seguenti aree tematiche:

COMPETENZE TECNICHE SPECIFICHE:

Percorsi di approfondimento e verticalizzazioni necessarie per l'eccellenza operativa dei singoli reparti.

SOFT SKILLS & MANAGEMENT:

Formazione dedicata alla gestione dei team, alle dinamiche relazionali e alla comunicazione efficace.

INNOVAZIONE E TRASFORMAZIONE:

Programmi rivolti all'evoluzione tecnologica, alla digitalizzazione e al cambiamento culturale.

SICUREZZA DIGITALE:

Moduli specialistici sulla Cybersicurezza per la tutela e la protezione del patrimonio informativo aziendale. Al fine di valorizzare il capitale umano e garantire l'accesso a percorsi formativi qualificati, M.M.B. adotta una strategia orientata all'ottimizzazione delle risorse disponibili attraverso il ricorso a strumenti di finanza agevolata. In tale contesto, l'azienda monitora costantemente le opportunità offerte dai **Fondi Interprofessionali**, come Fondo *For.Te*, presentando progetti strutturati finalizzati a sostenere economicamente i percorsi di formazione e a massimizzare il recupero dei contributi versati.

Parallelamente, qualora i canali ordinari non risultino disponibili o adeguati rispetto alle esigenze aziendali, M.M.B. attiva ulteriori opportunità di finanziamento attraverso la partecipazione a **bandi regionali, nazionali ed europei**, inclusi quelli promossi dal Fondo Sociale Europeo (FSE). Questo approccio consente di sviluppare iniziative formative dedicate sia alle competenze tecniche sia a tematiche trasversali, quali comunicazione efficace, gestione del feedback, collaborazione e accompagnamento al cambiamento culturale e organizzativo.

L'impegno profuso dall'azienda nel potenziamento delle competenze interne emerge con chiarezza analizzando l'andamento della **formazione nel triennio 2023-2025**. I dati evidenziano una decisa accelerazione degli investimenti nel capitale umano a partire dal secondo anno del periodo considerato.

ORE DI FORMAZIONE PER CATEGORIA PROFESSIONALE E GENERE		2023	2024	2025
Operai	M	4	8	16
	F	0	0	0
Impiegati	M	232	1290	984.95
	F	308.5	756	717.2
Quadri	M	2	64	116.5
	F	6	115	110.5
Dirigenti	M	6.5	50	4
	F	0	0	0
Totale per genere	**M**	**244.5**	**1412**	**1121.45**
	F	**314.5**	**871**	**827.7**
TOTALE		**559**	**2283**	**1949.15**
Numero di ore medio di formazione per dipendente		**7.35**	**29.64**	**24.06**

Il percorso ha avuto inizio nel 2023 con un monte ore complessivo di 559 ore. L'anno successivo, il 2024, ha segnato il picco massimo di attività formativa con un totale di 2.283 ore, quadruplicando di fatto l'impegno dell'anno precedente. Nel 2025, il volume si è stabilizzato su livelli elevati, attestandosi a 1.949,15 ore totali.

L'analisi del valore medio per singolo collaboratore riflette fedelmente questa crescita:

- **2023**: Inizialmente, la media si attestava su circa 7,36 ore per dipendente.
- **2024**: Si è registrato un incremento eccezionale, raggiungendo una media di 29,65 ore, segno di una capillarità formativa che ha coinvolto l'intera popolazione aziendale.

2025: Il triennio si chiude con un valore di 24,06 ore medie, consolidando una cultura della formazione continua ben lontana dai livelli di partenza.

Inoltre, nell'ambito della propria strategia per le risorse umane 2025-2027, M.M.B. ha introdotto specifici flussi per le candidature interne, volti a favorire **percorsi di crescita professionale e valorizzazione** delle competenze già presenti in Azienda. Tale approccio consente di rafforzare il coinvolgimento delle persone e sostenere lo sviluppo di carriere interne strutturate.

02.1.4 Remunerazione e incentivi

[GRI 2-21; GRI 401-2]

M.M.B. pone il benessere dei propri collaboratori al centro della propria strategia di sostenibilità sociale, riconoscendone la rilevanza anche sotto il profilo economico, come già richiamato nel capitolo 2.1.1.

In tale prospettiva, l'Azienda adotta una politica retributiva intesa come insieme di strategie, criteri e principi decisionali finalizzati alla valorizzazione del capitale umano. L'obiettivo primario è definire un sistema di remunerazione equo, trasparente e coerente con le responsabilità, le competenze, l'esperienza e il contributo professionale di ciascuna persona, capace di attrarre, fidelizzare e motivare i collaboratori, garantendo al contempo la sostenibilità del business e il perseguimento degli obiettivi aziendali.

SISTEMI PREMIALI

L'architettura retributiva di M.M.B. si basa sull'integrazione tra componenti economiche e servizi di welfare aziendale, con l'obiettivo di favorire l'equità interna, valorizzare il contributo delle persone e mantenere un adeguato livello di competitività rispetto al mercato del lavoro.

In questo quadro, M.M.B. ha sottoscritto anche un Accordo di Secondo Livello per l'erogazione del **Premio di Risultato**, finalizzato a collegare la crescita aziendale al riconoscimento economico dei collaboratori che contribuiscono al raggiungimento degli obiettivi comuni. Questo strumento consente di rafforzare la condivisione dei risultati, promuovere il senso di appartenenza e incentivare la partecipazione attiva delle persone al percorso di sviluppo dell'Azienda.

REMUNERAZIONI: GOVERNANCE RETRIBUTIVA E CICLI DI REVISIONE

L'architettura retributiva di M.M.B. è concepita come un sistema dinamico e in costante evoluzione. Attraverso un protocollo strutturato di analisi e aggiornamento, l'Azienda si impegna a garantire che ogni inquadramento rifletta fedelmente l'apporto professionale e il valore generato dal singolo collaboratore.

A partire dal 2022, l'organizzazione ha adottato un processo di revisione sistematica volto a garantire equità e coerenza interna, articolato in due momenti chiave:

FASE DI ANALISI Durante la fase autunnale, l'Ufficio HR, in sinergia con i Responsabili di Area e di Reparto, conduce un audit tecnico per verificare il pieno allineamento tra l'inquadramento contrattuale, le mansioni effettivamente svolte e le responsabilità assegnate.

FASE DI FEEDBACK

Al termine del monitoraggio, i responsabili incontrano i propri collaboratori per condividere gli esiti dell'analisi. In questa sede, vengono illustrate e motivate in modo trasparente le decisioni relative ad eventuali adeguamenti retributivi o passaggi di livello.

Con l'obiettivo di potenziare l'oggettività e la meritocrazia del sistema, a partire dal 2026 la politica retributiva si arricchirà di due nuovi pilastri strategici:

PERFORMANCE MANAGEMENT & DIALOGO CONTINUO

Il riconoscimento economico verrà integrato da un processo di feedback ricorsivo che si svolge in primavera. Questo confronto diretto non è una semplice valutazione, ma una comunicazione dialogica mirata a mappare le competenze acquisite, identificare le potenzialità di crescita e definire i percorsi formativi necessari per lo sviluppo di carriera.

COMPETITIVITÀ E ANALISI DI MERCATO

Per assicurare trattamenti economici in linea con i migliori standard, M.M.B. si è dotata di un'indagine retributiva professionale esterna con cadenza biennale. Questo strumento permette di confrontare costantemente i pacchetti offerti con i benchmark di settore e territoriali, garantendo che ogni ruolo sia valorizzato secondo le reali dinamiche del mercato del lavoro.

La media della retribuzione totale annua di tutti i dipendenti si attesta a 29.692 euro, segnalando un lieve decremento rispetto agli anni precedenti (33.471 euro nel 2024, e 30.273 euro nel 2023). Le tabelle sottostanti riflettono invece il rapporto sulla retribuzione totale annuale:

RAPPORTO RETRIBUZIONE TOTALE ANNUA	2023	2024	2025
Retribuzione totale annua dell'individuo con la retribuzione più alta all'interno dell'organizzazione	118017	110135	136004
Mediana della retribuzione totale annua di tutti i dipendenti (escluso l'individuo con la retribuzione più alta)	29241	30982	28591
Rapporto totale	**4.04**	**3.55**	**4.76**

Nel triennio 2023-2025 il rapporto tra la retribuzione totale annua più elevata e la mediana delle retribuzioni dei dipendenti si mantiene su valori contenuti, attestandosi rispettivamente a 4,04 nel 2023, 3,55 nel 2024 e 4,76 nel 2025. Tali dati evidenziano una struttura retributiva complessivamente equilibrata, pur in presenza di variazioni legate all'andamento delle retribuzioni individuali e alla composizione dell'organico. Nel 2024 la retribuzione più elevata ha registrato una riduzione del 7%, a fronte di un incremento del 6% della mediana retributiva dei dipendenti, determinando una diminuzione del

rapporto complessivo rispetto all'anno precedente. Nel 2025, invece, la retribuzione più alta è aumentata del 23%, mentre la mediana delle retribuzioni ha registrato una lieve contrazione (-8%), comportando un incremento del rapporto totale.

Per quanto concerne i membri del Consiglio di Amministrazione, le loro retribuzioni sono fissate dalla delibera con la quale i membri del Cda sono stati nominati. Esiste un fondo legato al trattamento di fine mandato del Presidente del Cda, determinato sempre in sede di nomina consiliare.

02.1.5 Salute e sicurezza sui luoghi di lavoro

[GRI 403-1; GRI 403-3; 403-5; 403-6; 403-7; 403-9; 403-10]



Per M.M.B. la sicurezza non è una semplice imposizione normativa, ma un impegno verso l'integrità psico-fisica di ogni collaboratore.

A presidio di tali tematiche è attivo un **Servizio di Prevenzione e Protezione (SPP)** che opera in collaborazione con il Medico Competente e il Rappresentante dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS) al fine di identificare e mitigare ogni potenziale rischio. Nel periodo di rendicontazione non si sono verificati infortuni sul lavoro e la totalità del personale è sottoposta regolarmente ai programmi di sorveglianza sanitaria.

Consapevoli che in una attività come la nostra il **benessere mentale** è cruciale quanto quello fisico, dedichiamo particolare attenzione all'analisi del clima e dello Stress Lavoro-Correlato. Attraverso monitoraggi periodici e momenti di ascolto, valutiamo carichi di lavoro, autonomia decisionale e clima aziendale. Questo ci permette di prevenire il burnout e di promuovere un ambiente di lavoro stimolante e sereno, fondamentale per il benessere dei nostri collaboratori.

L'attenzione al benessere delle persone si riflette anche nella progettazione degli spazi di lavoro. Con la costruzione della nuova sede M.M.B. ha investito per mettere a disposizione del personale delle **postazioni ergonomiche** (scrivanie sollevabili) per prevenire i disturbi muscolo scheletrici legati all'uso prolungato del videoterminale, dotando le postazioni di scrivanie regolabili e strumenti orientati al comfort lavorativo.

In un'ottica di responsabilità sociale e attenzione verso il territorio, l'azienda ha inoltre deciso di installare presso la propria sede un defibrillatore semiautomatico (DAE), pur in assenza di specifici obblighi normativi. Il dispositivo è stato reso disponibile non solo per il personale interno, ma anche come presidio di primo soccorso a servizio della comunità locale.

Parallelamente, M.M.B. investe nella formazione in materia di salute e sicurezza attraverso percorsi che superano i requisiti minimi previsti dalla normativa. I **corsi di Primo Soccorso, Antincendio e uso del DAE** sono stati estesi a una platea più ampia di dipendenti rispetto a quanto obbligatoriamente richiesto, con l'obiettivo di rafforzare la capacità di risposta alle emergenze e diffondere una cultura condivisa della cura, della prevenzione e della responsabilità collettiva.

Nel corso dell'ultimo triennio **non si sono verificati infortuni** sul lavoro di alcun tipo, né sono state registrate malattie professionali.

02.1.6 Le attività di coinvolgimento dei dipendenti

M.M.B. si impegna costantemente a mantenere vivo il **rapporto dialogico** con i propri collaboratori, a tal fine è essenziale la condivisione di obiettivi aziendali presenti e futuri, dei nuovi traguardi raggiunti, attraverso l'organizzazione di sessioni di condivisione aziendale in cui trattare di argomenti specifici di interesse della collettività aziendale e dei risultati.

Nel corso dell'anno M.M.B. organizza **momenti istituzionali di condivisione** presso la sede aziendale, dedicati all'aggiornamento sui risultati raggiunti, agli obiettivi futuri e alla diffusione della visione strategica di lungo periodo. Tali incontri sono spesso accompagnati da **momenti conviviali, team building e occasioni informali di aggregazione**, ai quali si affiancano ulteriori attività di socializzazione e iniziative ludiche rivolte ai collaboratori. Queste occasioni rappresentano un elemento importante della cultura aziendale: da un lato favoriscono l'allineamento dell'intera organizzazione rispetto agli indirizzi strategici della Società, dall'altro promuovono la collaborazione trasversale tra team e reparti, rafforzando il senso di appartenenza, la condivisione e la qualità delle relazioni interne.

Nel corso del 2025, M.M.B. ha vissuto un momento particolarmente significativo per la propria storia aziendale e per il percorso di crescita condiviso con collaboratori, partner e territorio: nel mese di giugno si è infatti svolta la **cerimonia di inaugurazione della nuova sede sociale**. L'evento, inizialmente previsto per settembre 2024, era stato rinviato a causa della grave alluvione che aveva colpito per la terza volta il territorio faentino, segnando profondamente la comunità locale. La scelta di posticipare l'inaugurazione ha rappresentato un gesto di attenzione e rispetto verso il contesto sociale nel quale l'Azienda opera.

La giornata inaugurale si è trasformata in un'importante occasione di incontro, partecipazione e condivisione. Infatti, l'evento è stato aperto anche alle famiglie dei collaboratori, rendendo questo momento ancora più significativo dal punto di vista umano e relazionale. La possibilità di condividere il nuovo "campus" aziendale con familiari e persone vicine ai collaboratori ha contribuito a rafforzare il senso di appartenenza e il legame tra dimensione professionale e comunitaria, valorizzando la sede non solo come luogo di lavoro, ma come spazio di relazione, crescita e condivisione.

02.2 Relazioni con i clienti

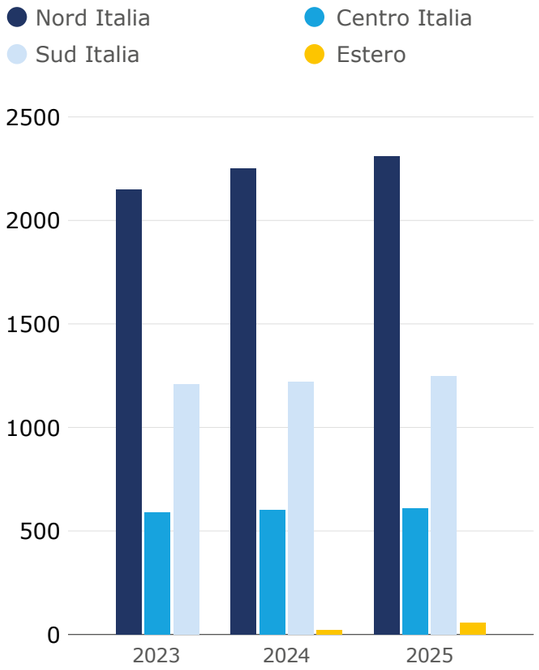
[GRI 2-6]

La clientela di M.M.B. è costituita quasi esclusivamente da enti e soggetti privati, distribuiti prevalentemente sul territorio nazionale e, in misura residuale, anche all'estero. Il grafico sottostante rappresenta la distribuzione geografica dei clienti aziendali.

Nel triennio considerato, la base clienti ha registrato una crescita progressiva, passando da 4.449 clienti nel 2023 a 4.835 nel 2025. La maggior parte della clientela continua a concentrarsi nel **Nord Italia**, area che rappresenta il principale mercato di riferimento dell'azienda.

Si evidenzia inoltre una lieve ma costante apertura verso il mercato estero: i clienti internazionali, assenti nel 2023, sono diventati 2 nel 2024 e 3 nel 2025, confermando un graduale ampliamento della presenza aziendale oltre il contesto nazionale.

CLIENTI PER AREA GEOGRAFICA



La relazione di fiducia con il parco clienti è uno dei principi cardine che guidano l'operato di M.M.B. In questa ottica a maggio 2026 è stata lanciata la community Facebook YAP - Officine Digitali, uno spazio all'interno del quale gli autoriparatori possono confrontarsi tra loro e con i collaboratori dell'azienda su tematiche collegate al settore dell'aftermarket, buone pratiche d'uso dell'ecosistema YAP e formarsi, grazie a live gratuite con professionisti dell'azienda ed esperti esterni.

02.2.1 Sicurezza e qualità del servizio

[GRI 416-2]

M.M.B. offre soluzioni digitali integrate progettate per officine, gommisti e centri revisione, strutturate nelle seguenti aree:

SERVIZI PER CENTRI REVISIONE

Moduli specifici per gestire in modo efficiente l'intero processo di revisione dei veicoli secondo direttive ministeriali.

GESTIONE OPERATIVA

Software per organizzare e monitorare le attività quotidiane di officine e gommisti.

MARKETING E COMUNICAZIONE

Strumenti per fidelizzare i clienti e promuovere il business.

GESTIONE FISCALE E AMMINISTRATIVA

Soluzioni per la fatturazione elettronica e la gestione dei corrispettivi elettronici di officine, gommisti e centri revisioni. Soluzioni integrate di gestione dei pagamenti e degli incassi.

MONITORAGGIO ED EFFICIENTAMENTO

Soluzioni integrate di analisi dei dati per il monitoraggio, l'efficientamento dei processi e l'aumento del business.

DEMATERIALIZZAZIONE E FIRMA ELETTRONICA

Sistemi integrati per la dematerializzazione documentale e la firma elettronica.

M.M.B. riconosce l'importanza di garantire un servizio efficace e di qualità anche e soprattutto nel **post-vendita**. Per questo, l'azienda ha predisposto un servizio di assistenza fruibile telefonicamente, tramite sistema di ticketing integrato nei prodotti e via e-mail, composto da un team di tecnici competenti che fornisce assistenza remota. Questo servizio copre l'intero ciclo operativo, dalla revisione all'officina, fino alla contabilità, tramite un unico punto di contatto.

Inoltre, essendo quello dei software un settore in continua trasformazione, M.M.B. riconosce il valore della formazione quale strumento strategico per crescere. Per questo M.M.B. ha dato vita a **M.M.B. Academy**, un progetto nato per accompagnare clienti, partner e personale interno verso una piena consapevolezza nell'uso delle soluzioni digitali. Attiva dal 2022, M.M.B. Academy ha l'obiettivo di diffondere competenze concrete, valorizzando l'esperienza dell'Azienda e il contributo di un team multidisciplinare. Nel solo 2024 sono state erogate 351 ore di formazione, mentre nel 2025 si registrano 1017 ore. Le attività si rivolgono a tutti gli attori dell'ecosistema M.M.B.: utilizzatori finali, rete commerciale, gruppo tecnico e anche ai futuri professionisti dell'aftermarket

automotive, attraverso anche attività formative in collaborazione con numerosi istituti professionali sul territorio nazionale.

Infine, per garantire un servizio su misura e flessibile, M.M.B. supporta i clienti nel loro contesto operativo anche attraverso **percorsi consulenziali** mirati per accompagnare i clienti verso soluzioni più efficaci, riducendo il lavoro manuale, ottimizzando i processi e liberando risorse preziose.

Nel triennio rendicontato **non si sono registrate denunce né episodi di non conformità relativi alla sicurezza dei servizi** erogati da M.M.B.

SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE DEL SERVIZIO

L'obiettivo principale di M.M.B. è quello di fornire servizi altamente sicuri e di elevata qualità. Tuttavia, l'innovazione dell'azienda guarda oltre la pura efficienza, integrando la sostenibilità ambientale nel suo modello di valore. Le soluzioni sviluppate da M.M.B. sono infatti progettate con una doppia finalità: garantire affidabilità, e al contempo abilitare i clienti verso una maggiore responsabilità ecologica.

Questa ambizione si realizza in azioni specifiche che trasformano i servizi digitali in strumenti di riduzione dell'impatto ambientale: attraverso l'offerta di firme elettroniche, la fornitura di un cloud dedicato alla **dematerializzazione**, M.M.B. fornisce alle imprese clienti strumenti pratici per monitorare e **ridurre il proprio impatto**. In questo modo, per M.M.B. la tecnologia non solo risolve esigenze operative, ma contribuisce a ridurre significativamente l'uso di carta, i consumi energetici e l'impronta carbonica indiretta della propria clientela.

YAP è il gestionale cloud per officine, centri revisione e gommisti progettato da M.M.B. per rivoluzionare l'organizzazione delle attività nel mondo del car service. YAP permette di gestire tutto il processo di manutenzione veicoli (revisione, officina, gomme) e le attività contabili con un solo gestionale. Il database unico assicura coerenza e condivisione tra tutti i reparti dell'azienda. Ogni realtà può costruire il proprio progetto digitale: YAP è modulare e configurabile in base alle reali esigenze operative, permettendo una crescita progressiva e su misura.

Essendo cloud, non richiede installazioni e consente il lavoro simultaneo da più postazioni o sedi, con dati sempre sincronizzati in tempo reale. Un grande vantaggio per le strutture dinamiche o multisede, tanto che M.M.B. è stata citata da un cliente importante del settore automotive, nel proprio bilancio di sostenibilità come strumento idoneo al miglioramento di digitalizzazione, efficienza interna che permette di offrire un servizio preciso e completo ai propri clienti.

02.2.2 Privacy e trattamento dei dati e proprietà intellettuale

[GRI 418-1]

M.M.B. riconosce l'importanza del corretto utilizzo dei dati che gestisce, siano essi relativi ai clienti oppure generati internamente all'azienda.

Per questo motivo M.M.B., ed anche per ottemperare ad obblighi normativi dell'AGCM, si è dotata di un **codice di condotta** dedicato alla **fornitura di servizi di messaggistica aziendale** contenenti codici alfanumerici. Il Codice ha l'obiettivo di garantire uno sviluppo corretto dei servizi di messaggistica aziendale, tutelando da un lato i diritti dei Clienti/Azienda e dall'altro quelli dei Clienti Finali, oltre a promuovere una corretta concorrenza tra gli operatori del settore. In tale contesto, gli operatori intendono adottare regole comuni di condotta, con il fine di far crescere il mercato nel rispetto dei diritti dei Clienti Finali destinatari dei messaggi. A tal fine, gli operatori del settore si impegneranno con la loro migliore esperienza e diligenza per assicurare un utilizzo appropriato degli Alias da parte dei Clienti/Azienda.

Inoltre, M.M.B. considera la tutela dei dati personali quale elemento strategico per lo svolgimento della propria attività, applicando ai propri trattamenti il principio della ***privacy by design*** e ***privacy by default***. Per offrire agli interlocutori le migliori soluzioni software, M.M.B. adotta tutte le pratiche necessarie alla tutela dei dati e dei sistemi informatici.

Per M.M.B. i dati personali forniti dai clienti rappresentano informazioni confidenziali della società e devono essere trattati con la massima tutela in conformità alle disposizioni di legge applicabili. Tutti i collaboratori devono salvaguardare le informazioni confidenziali della società e dei suoi clienti, utilizzandole solo all'interno e nell'esclusivo interesse di M.M.B.

L'Azienda investe costantemente per ottemperare alle norme comunitarie vigenti, promuovendo processi di lavoro riconosciuti e volti alla tutela di tutti i soggetti coinvolti, volti sempre alla tutela della proprietà intellettuale: con la cessazione del rapporto sorge l'obbligo di consegnare alla Società tutti i documenti e gli altri materiali contenenti informazioni confidenziali. A propria volta M.M.B. si impegna a non realizzare prodotti in violazione di diritti di proprietà intellettuale di terzi e presta massima attenzione alla privacy dei propri collaboratori, clienti e fornitori. Il trattamento di dati personali è consentito solo al personale autorizzato e nel rispetto delle norme e delle procedure stabilite in conformità alla normativa vigente.

Come evidenziato nella tabella sottostante, nel triennio di riferimento non si registrano denunce relative a violazioni della privacy dei clienti. Si rileva tuttavia, nel 2025, **un episodio isolato di data breach** che ha coinvolto un partner tecnologico dell'Azienda. L'attacco in questione ha infatti sfruttato una vulnerabilità presente nel sistema di gestione delle richieste di assistenza online (ticketing) fornito da una società terza collegata al partner stesso. A seguito dell'evento, che M.M.B. ha prontamente gestito, si è potuto verificare che la natura e l'estensione dell'incidente, fortunatamente circoscritto ad alcuni ticket di assistenza, non ha comportato alcun impatto sui sistemi aziendali di M.M.B.

VIOLAZIONE DELLA PRIVACY DEI CLIENTI	2023	2024	2025
Numero di episodi di fuga, furto o perdita dei dati	0	0	1

02.3 Gestione dei rapporti con i partner

La rete dei partner commerciali di M.M.B. rappresenta un pilastro strategico fondamentale per il radicamento dell'azienda nel mercato dell'aftermarket automotive e per la diffusione capillare delle soluzioni digitali sul territorio. I partner costituiscono il punto di contatto principale con le officine, i gommisti e i centri di revisione, garantendo una vicinanza non solo commerciale ma anche operativa.

I valori di collaborazione, presenza sul mercato e rapporto umano valgono anche per le collaborazioni con i network e i gruppi di aziende del settore automotive aftermarket che hanno scelto M.M.B. quale partner per lo sviluppo delle proprie proposte di valore. Tali sinergie si sviluppano in un contesto di stima professionale condivisa con i partner della filiera distributiva territoriale.

La mappa sottostante illustra la presenza della rete vendita a livello nazionale, evidenziando una capillarità che consente a M.M.B. di rispondere con prontezza alle esigenze dei professionisti dell'autoriparazione.



La relazione con la rete vendita si fonda sulla **presenza costante** e sulla **valorizzazione del rapporto umano**, elementi imprescindibili per consolidare quel legame di fiducia reciproca che costituisce uno dei principi cardine dell'operato di M.M.B. In quest'ottica, l'azienda progetta e mette a disposizione diversi strumenti di coordinamento e condivisione, pensati per mantenere un canale di confronto continuo e agevolare il lavoro quotidiano dei partner sul campo.

M.M.B. adotta un approccio orientato alla gestione responsabile della partnership, coltivando sinergie trasparenti e investendo nello sviluppo comune per il raggiungimento di obiettivi condivisi.

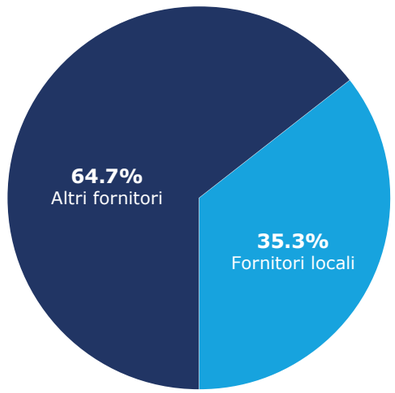
In linea con la visione aziendale che riconosce nella formazione una leva strategica fondamentale per la crescita collettiva, M.M.B. si impegna attivamente nella creazione di percorsi formativi dedicati. Tali programmi, che integrano competenze sia tecniche sia commerciali, sono strutturati per:

- Accompagnare i partner verso una piena consapevolezza e una completa autonomia nella proposizione e nell'assistenza dell'ecosistema YAP.
- Sostenere lo sviluppo professionale della rete commerciale, favorendo l'allineamento agli standard di qualità del servizio promossi dall'azienda.
- Trasferire competenze specialistiche aggiornate, permettendo ai partner di supportare efficacemente la transizione digitale e l'efficientamento operativo dei clienti finali.

02.4 Gestione della catena di fornitura

[GRI 2-6; GRI 204-1]

M.M.B. riconosce l'importanza di una gestione responsabile della catena di fornitura e della valorizzazione dei territori in cui opera. In quest'ottica l'azienda, laddove possibile, privilegia la **selezione di fornitori locali** e prossimi alle proprie sedi, l'approvvigionamento avviene prevalentemente da fornitori italiani, con l'obiettivo di ridurre gli impatti ambientali legati ai trasporti e di sostenere il tessuto economico locale.



Nel 2025 il 35,3% dei beni e servizi acquistati da M.M.B. proviene da fornitori locali con sede in Emilia-Romagna, a conferma dell'attenzione dell'Azienda verso la valorizzazione del tessuto economico del territorio. **Oltre un terzo della spesa complessiva verso i fornitori è quindi destinato a realtà locali**, contribuendo a generare ricadute economiche positive a livello regionale. Questo approccio è altresì mirato ad accorciare la filiera, riducendo di conseguenza anche le emissioni di CO_2 associate ai trasporti nella catena di fornitura.

Nel triennio considerato, il numero complessivo dei fornitori ha inoltre registrato una crescita significativa, aumentando del 28% rispetto al 2023 e raggiungendo 772 unità nel 2025. La tabella sottostante ne evidenzia la composizione per area geografica di provenienza.

NUMERO DI FORNITORI ATTIVI SUDDIVISI PER AREA GEOGRAFICA DI PROVENIENZA	2023	2024	2025
Nord	399	489	552
Centro	83	91	92
Sud	58	112	93
Totale Italia	**540**	**692**	**736**
Estero	20	33	36
Totale fornitori	**560**	**725**	**772**

I fornitori vengono selezionati sulla base delle esigenze aziendali, per tipologia di acquisto, agevolando la territorialità, al momento non vengono effettuate due diligence dei fornitori in materia di sostenibilità, M.M.B. sta valutando l'inserimento di tale analisi mediante un questionario da sottoporre ai nuovi fornitori, finalizzato a valutare in ottica ESG i fornitori.

02.5 Relazioni con la comunità locale e sviluppo del territorio

[GRI 413-1]





M.M.B. considera la relazione con il territorio non come un elemento accessorio, ma come parte integrante della propria strategia di sostenibilità.

L'Azienda è fermamente convinta che la creazione di valore a lungo termine sia possibile solo attraverso un dialogo trasparente e continuo con le comunità locali. Nel corso dell'anno, è stata consolidata la rete di relazioni attraverso partnership con associazioni locali e istituzioni educative, promuovendo iniziative volte allo sviluppo socio-economico del territorio e alla valorizzazione delle sue specificità (Progetto Inventio, Rione). L'obiettivo dell'Azienda è creare strette relazioni con le associazioni di settore territoriali, con le università locali, con le associazioni locali ritenendo che tali rapporti siano importanti bilateralmente, sia per lo sviluppo del territorio su cui M.M.B. ha la propria sede, sia per le esternalità positive che l'Azienda può cogliere dai rapporti con tali stakeholder.

M.M.B. è consapevole che il futuro della comunità è strettamente legato alle opportunità offerte alle nuove generazioni. Per questo, l'Azienda sostiene la creazione di un contesto educativo dinamico nel territorio faentino attraverso l'erogazione di borse di studio a studenti meritevoli di istituti professionali e contributi alla sede di Faenza dell'Università di Bologna.

A questo si aggiunge la promozione di tirocini e percorsi di inserimento, accogliendo studenti e neolaureati per offrire loro concrete opportunità di orientamento, crescita e apprendimento (tramite collaborazioni con UniBo, IFOA ed eventi per le scuole secondarie).

L'impegno a favore della comunità si estende, infine, al sostegno del tessuto associazionistico locale, attraverso la sponsorizzazione di diverse realtà faentine per agevolare la promozione delle loro iniziative che mirano a supportare progetti educativi, culturali e sportivi locali (sottoscrizione di contratti con cooperative sociali del territorio faentino come C.E.F.F., Festa con le aziende a supporto dell'attività della Parrocchia San Silvestro di Faenza).

Questo approccio si riflette profondamente anche nelle visioni degli attori che circondano M.M.B.: nel corso del **2025**, M.M.B. ha **inaugurato la nuova sede**, e questo evento è stato un momento centrale di incontro e confronto con le istituzioni e realtà locali. In particolare, oltre ai rappresentanti dell'amministrazione locale sono intervenuti l'Eurodeputato **Stefano Bonaccini** e la **sottosegretaria alla Presidenza della Regione Emilia-Romagna, Manuela Rontini**.

Bonaccini ha manifestato il proprio apprezzamento per l'Azienda affermando che

> *M.M.B. è l'esempio concreto di quella forza silenziosa ma dirompente che rende l'Emilia-Romagna una delle regioni più avanzate d'Europa. [...] E realtà come M.M.B., con questa nuova sede, dimostrano che crescere rimanendo* **fedeli al territorio** *non è solo possibile, è la strada più solida per guardare all'Europa con ambizione e visione*.

Mentre Rontini ha evidenziato come la nuova sede di M.M.B. sia il segno concreto di

> un'impresa che guarda avanti, coniugando innovazione, sostenibilità e attenzione alle persone.
>
> M.M.B. rappresenta pienamente lo spirito del tessuto imprenditoriale emiliano-romagnolo: **radicato nel territorio, ma aperto al futuro**.

In questa occasione, anche il sindaco di Faenza Massimo Isola ha sottolineato come:

> "Questo momento rappresenta un segnale del forte radicamento dell'azienda M.M.B. nel nostro territorio e della sua volontà di investire non solo in infrastrutture, ma anche in relazioni, accoglienza e qualità del lavoro. La capacità di coniugare innovazione tecnologica, sostenibilità e attenzione per le persone è elemento importante per un'azienda che opera qui da anni, ma anche un valore aggiunto per la comunità stessa. M.M.B. si conferma un punto di riferimento nel settore delle soluzioni informatiche per l'automotive, capace di guardare avanti, anticipare i cambiamenti e costruire un futuro condiviso, aperto e sempre più connesso. [...] La sua continua innovazione e il forte legame con il tessuto locale sono un esempio virtuoso di come l'imprenditoria possa contribuire attivamente allo sviluppo e alla valorizzazione del contesto in cui opera".













Infine, a maggio 2025 si è tenuto un altro importante evento di condivisione con gli stakeholder, evento che ha visto M.M.B. tra gli espositori di una delle fiere a livello internazionale più importanti del settore delle attrezzature e dell'aftermarket automobilistico, l'***Autopromotec*** di Bologna. Lo stand ha fornito ad M.M.B. un'importante vetrina per la presentazione al mercato di innovazioni di prodotto e di servizio offerti dall'azienda e ha dato la possibilità di incontrare stakeholder dell'impresa, collaboratori, fornitori, clienti.











DIMENSIONE AMBIENTALE

03.

03 DIMENSIONE AMBIENTALE



La sostenibilità ambientale rappresenta per M.M.B. un elemento sempre più centrale nella gestione aziendale e nello sviluppo di una strategia orientata al lungo periodo. L'Azienda riconosce l'importanza di monitorare e ridurre i propri impatti ambientali, contribuendo in modo responsabile alla transizione energetica e alla lotta al cambiamento climatico attraverso iniziative volte all'efficienza energetica, all'utilizzo di fonti rinnovabili e alla riduzione delle emissioni.

L'impegno di M.M.B. si traduce in azioni concrete che coinvolgono sia gli aspetti infrastrutturali sia le attività quotidiane: dall'adozione di soluzioni tecnologiche ad alta efficienza energetica presso la sede aziendale, alla promozione della mobilità sostenibile, fino alle iniziative di riduzione dei rifiuti, riutilizzo dei materiali e valorizzazione della biodiversità. Particolare attenzione è inoltre dedicata al sostegno della filiera locale e alla diffusione di pratiche orientate all'economia circolare, con l'obiettivo di integrare progressivamente i principi della sostenibilità ambientale nei processi aziendali e nelle relazioni con il territorio.

03.1 Efficientamento energetico e emissioni

M.M.B. promuove un approccio orientato all'**efficienza energetica** e alla riduzione delle emissioni climalteranti, attraverso **interventi strutturali** e **soluzioni tecnologiche** finalizzate a contenere i consumi energetici e favorire l'utilizzo di energia da fonti rinnovabili. In tale prospettiva, la progettazione della nuova sede aziendale ha integrato fin dall'origine criteri di sostenibilità ambientale ed efficientamento energetico.

Tra le principali soluzioni adottate si evidenziano l'installazione di **impianti fotovoltaici** sulle coperture degli edifici, per una potenza complessiva installata pari a **117 kW**, l'utilizzo di sistemi di climatizzazione a **pompa di calore** ad alta efficienza e l'impiego esclusivo di illuminazione a **LED**. Inoltre, le caratteristiche costruttive dell'edificio, come le facciate continue in alluminio e vetro a doppia camera ad alte prestazioni isolanti e la copertura progettata per limitare l'irraggiamento diretto durante il periodo estivo, contribuiscono alla riduzione del fabbisogno energetico per il raffrescamento e il riscaldamento degli ambienti.

L'Azienda promuove inoltre forme di **mobilità sostenibile** attraverso iniziative dedicate, come il progetto "Bike to Work" (descritto nel cap. 2.1.1) e l'installazione di colonnine per la ricarica di veicoli elettrici, contribuendo così alla progressiva riduzione delle emissioni indirette legate agli spostamenti casa-lavoro.

03.1.1 Consumi energetici

[GRI 302-1; GRI 302-3]



Nella sede di M.M.B. sono stati installati pannelli fotovoltaici su tutti gli edifici del campus. Questa scelta permette di coprire una parte significativa del fabbisogno energetico, avvicinando l'impresa sempre di più all'obiettivo di una completa autonomia in questo ambito. L'impegno di M.M.B. per l'uso di energie rinnovabili è altresì una dimostrazione tangibile di come la tecnologia possa essere utilizzata per creare un impatto positivo.

La tabella sottostante illustra i dettagli dei consumi energetici aziendali:

CONSUMI ENERGETICI (GJ)	2023	2024	2025
Totale energia elettrica acquistata	228,37	299,35	375,08
di cui da fonte non rinnovabile	228,37	157,86	5,18
di cui da fonte rinnovabile	-	141,49	369,89
Elettricità auto-prodotta e consumata	-	7,92	- 67,22
di cui consumata	-	12,76	196,26
di cui venduta	-	4,85	263,49
Gas naturale	86,10	-	-
Combustibili per autotrazione	-	0,96	1,89
di cui gasolio	-	0,96	1,89
TOTALE CONSUMI (GJ)	**314,47**	**308,23**	**309,74**
Intensità energetica per dipendente[5]	**4,14**	**4,00**	**3,82**

Nel triennio 2023-2025 i consumi energetici complessivi di M.M.B. si mantengono sostanzialmente stabili, passando da 314,47 GJ nel 2023 a 309,74 GJ nel 2025. Parallelamente, si osserva una progressiva **riduzione dell'intensità energetica per dipendente**, che diminuisce da 4,14 GJ per dipendente nel 2023 a 3,82 GJ nel 2025, evidenziando un miglioramento dell'efficienza energetica aziendale.

Particolarmente significativo è il **progressivo incremento dell'energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili**, che passa da 141,49 GJ nel 2024 a 369,89 GJ nel 2025, accompagnato da una drastica riduzione della quota da fonti non rinnovabili. Nel 2025 aumenta inoltre in modo rilevante l'elettricità auto-prodotta e consumata, confermando il contributo degli impianti fotovoltaici installati presso la sede aziendale e dell'impegno di M.M.B. verso la decarbonizzazione dei consumi.

[5]Calcolata come: consumi energetici totali / totale dipendenti.

03.1.2 Emissioni dirette e indirette

[GRI 305-1; GRI 305-2; GRI 305-4]

Di seguito sono riportate le stime delle emissioni di gas a effetto serra (CO_2 equivalente) generate da M.M.B., suddivise tra emissioni **dirette** (Scope 1) ed emissioni **indirette** associate ai consumi energetici (Scope 2).

EMISSIONI SCOPE 1

Le **emissioni Scope 1** comprendono quelle derivanti da fonti direttamente possedute o controllate dall'Organizzazione[6], quali il consumo di gas naturale e carburanti per autotrazione. Nel triennio considerato si osserva una significativa riduzione delle emissioni dirette rispetto al 2023, principalmente legata all'azzeramento dei consumi di gas naturale.

EMISSIONI SCOPO 1 (tCO2e)	2023	2024	2025
Gas naturale	4,85	-	-
Gasolio per autotrazione	-	0,07	0,14
TOTALE SCOPO 1	**4,85**	**0,07**	**0,14**

EMISSIONI SCOPE 2

Le **emissioni Scope 2** includono invece le emissioni indirette derivanti dall'energia elettrica acquistata e consumata dall'Azienda, calcolate secondo sia il *metodo location-based*[7] sia il metodo market-based. In particolare, il forte calo delle emissioni *market-based*[8] nel 2025 evidenzia il crescente ricorso a energia proveniente da fonti rinnovabili e il contributo dell'energia auto-prodotta tramite impianti fotovoltaici.

EMISSIONI LOCATION-BASED (tCO2e)	2023	2024	2025
da energia elettrica acquistata (rinnovabili e non rinnovabili)	14,89	16,54	20,73
EMISSIONI MARKET-BASED (tCO2e)	**2023**	**2024**	**2025**
da energia elettrica acquistata (solo non rinnovabili)	31,75	19,35	0,64

EMISSIONI SCOPO 1 + SCOPO 2 LOCATION BASED (tCO2e)	2023	2024	2025
Totale emissioni	19,74	16,61	20,86
Intensità emissiva	0,26	0,22	0,26

EMISSIONI SCOPO 1 + SCOPO 2 MARKET BASED (tCO2e)	2023	2024	2025
Totale emissioni	36,60	19,41	0,77
Intensità emissiva	0,48	0,25	0,01

L'impegno di M.M.B. nella riduzione del proprio impatto climatico si riflette anche nella promozione di iniziative di mobilità sostenibile tra i dipendenti: nell'ambito del progetto "*Bike to Work*" sono stati risparmiati **127 kg di CO_2 equivalente** grazie all'utilizzo della bicicletta per gli spostamenti casa-lavoro.

[6]Fonte dei fattori di conversione: Department for Environment, Food & Rural Affairs (DEFRA). 2023, 2024, 2025. UK Government GHG Conversion Factors. https://www.gov.uk/government/collections/government-conversion-factors-for-company-reporting.

[7]Secondo la metodologia location-based, le emissioni di gas serra sono calcolate applicando i fattori di emissione nazionali relativi all'insieme di fonti energetiche primarie utilizzate per la produzione dell'energia elettrica (cosiddetto fuel mix o mix energetico). Fonte fattori di conversione in tonCO2-eq: ISPRA 2023, 2023, 2025. Fattori di emissione per la produzione ed il consumo di energia elettrica in Italia. https://emissioni.sina.isprambiente.it/inventario-nazionale/.

[8]Secondo la metodologia market-based, le emissioni di gas serra sono calcolate applicando i fattori di emissione in base alle scelte contrattuali con il proprio fornitore di energia elettrica. Fonte fattori di conversione in tonCO2-eq: AIB 2023, 2024, 2025. European Residual Mixes. https://www.aib-net.org/facts/european-residual-mix/2023.

03.2 Altre questioni ambientali non materiali

Oltre al tema dell'efficientamento energetico M.M.B. ha avviato una serie di iniziative anche in altri ambiti.

RIFIUTI ED ECONOMIA CIRCOLARE

L'Azienda promuove una gestione responsabile delle risorse attraverso iniziative orientate alla riduzione dei rifiuti e all'applicazione dei principi dell'economia circolare. Da anni l'Azienda porta avanti una **strategia "*plastic-free*"** finalizzata all'eliminazione delle plastiche monouso negli ambienti aziendali, privilegiando soluzioni riutilizzabili, riciclabili e compostabili. In quest'ottica, sono stati installati depuratori d'acqua presso tutti i locali aziendali e a ciascun dipendente è stata fornita una borraccia personale, riducendo significativamente il consumo di bottiglie in plastica. Anche nelle aree break vengono utilizzati esclusivamente materiali a basso impatto ambientale, come bicchieri riciclabili e palette in legno naturale.

L'impegno verso l'economia circolare si concretizza inoltre nel **recupero e nella rigenerazione degli imballaggi**. Attraverso un sistema interno di taglio e riutilizzo del cartone proveniente dai flussi in entrata, M.M.B. trasforma materiali destinati allo smaltimento in nuovi imballaggi protettivi per le spedizioni in uscita. Tale approccio consente di ridurre il volume dei rifiuti prodotti, limitare l'utilizzo di materiali vergini e ottimizzare i processi logistici.

BIODIVERSITÀ E RIGENERAZIONE AMBIENTALE

M.M.B. considera la tutela della biodiversità e la rigenerazione ambientale parte integrante del proprio impegno verso la sostenibilità. L'attenzione dell'Azienda si estende infatti oltre le attività operative, includendo la valorizzazione del patrimonio naturale che circonda la sede aziendale e la promozione di ecosistemi resilienti e integrati con il territorio.

In quest'ottica, M.M.B. cura un ampio **parco aziendale** che ospita circa **10.500 essenze botaniche** selezionate secondo criteri di sostenibilità idrica, adattabilità al microclima locale e valore ecologico. La presenza di **specie attrattive per api e insetti impollinatori** contribuisce a sostenere il ciclo dell'impollinazione e la conservazione della biodiversità locale, mentre l'utilizzo di varietà a **basso fabbisogno idrico** favorisce una gestione più efficiente delle risorse naturali.

Le aree verdi aziendali svolgono inoltre importanti funzioni ecosistemiche, contribuendo al **sequestro di CO_2**, alla mitigazione dell'effetto "isola di calore" e al miglioramento del benessere ambientale complessivo dell'area.

L'approccio adottato nella progettazione degli spazi esterni integra, inoltre, soluzioni volte alla tutela del suolo e alla gestione sostenibile delle risorse idriche. In **particolare, l'utilizzo prevalente di** pavimentazioni pedonali in calcestruzzo drenante,

caratterizzate da una permeabilità pari al 90%, contribuisce a ridurre l'impermeabilizzazione del suolo e a favorire il naturale assorbimento delle acque meteoriche. A ciò si aggiunge la realizzazione di un **sistema di recupero delle acque** piovane destinato all'irrigazione del parco aziendale, con l'obiettivo di limitare il consumo di acqua per usi non potabili.

04.

DIMENSIONE ECONOMICA

04 DIMENSIONE ECONOMICA

M.M.B. opera sul mercato nel pieno rispetto della normativa fiscale di trasparenza in materia di tassazione, con l'obiettivo di creare una ricchezza sostenibile a lungo termine per i propri stakeholder e per tutto il territorio in cui opera. L'obiettivo di questo capitolo è rendicontare e commentare il valore economico che è stato generato dall'azienda nel triennio 2023-2024-2025.

04.1 Sintesi delle informazioni finanziarie e patrimoniali

STATO PATRIMONIALE ATTIVO (€)		31.12.2023	31.12.2024	31.12.2025
B	**Immobilizzazioni**			
I.	Immobilizzazioni immateriali	855.067	692.300	402.735
II.	Immobilizzazioni materiali	430.806	996.408	802.398
III.	Immobilizzazioni finanziarie	3.134.165	2.350.365	1.862.215
Totale immobilizzazioni (B)		**4.420.038**	**4.039.073**	**3.067.348**
C	**Attivo Circolante**			
I.	Rimanenze	309.600	240.014	303.489
II.	Crediti	4.098.981	4.810.510	4.531.820
IV.	Disponibilità Liquide	2.449.608	5.146.284	6.470.237
Totale attivo circolante (C)		**9.678.774**	**12.200.160**	**14.790.529**
D	**Ratei e risconti**	380.078	340.316	562.435
TOTALE ATTIVO		**14.478.890**	**16.579.549**	**18.420.312**

STATO PATRIMONIALE PATRIMONIO NETTO E PASSIVO (€)		31.12.2023	31.12.2024	31.12.2025
A	**Patrimonio Netto**			
I.	Capitale sociale	1.000.000	1.000.000	1.000.000
III.	Riserve di rivalutazione	1.455.000	1.455.000	1.455.000
IV.	Riserva legale	31.808	200.000	200.000
VI.	Altre riserve, distintamente indicate	1.618.982	3.254.643	3.535.825
IX.	Utile (perdita) dell'esercizio	2.503.852	1.781.180	2.093.600
Totale patrimonio netto (A)		**6.609.642**	**7.690.823**	**8.284.425**
B	**Fondi per Rischi ed Oneri**	24.300	40.500	56.700
C	**Trattamento di fine rapporto di lavoro subordinato**	594.382	669.263	681.849
D	**Debiti**	3.863.496	4.286.776	5.360.478
E	**Ratei e Risconti**	3.387.070	3.892.187	4.036.860
TOTALE PASSIVO E NETTO		**14.478.890**	**16.579.549**	**18.420.312**

CONTO ECONOMICO (€)		31.12.2023	31.12.2024	31.12.2025
A	**Valore della produzione**			
1	Ricavi delle vendite e delle prestazioni	13.443.333	13.676.820	15.678.283
2	Variazioni delle rimanenze di prodotti in corso di lavorazione, semilavorati e finiti	-	-	-
3	Variazioni dei lavori in corso su ordinazione	-	-	-
4	Incrementi di immobilizzazioni per lavori interni	-	85.399	-
5	Altri ricavi e proventi	124.301	190.264	60.006
TOTALE VALORE DELLA PRODUZIONE		**13.567.634**	**13.952.483**	**15.738.289**
B	**Costi della produzione**			
6	per Materie prime, sussidiarie, di consumo e merci	190.937	195.172	400.074
7	per Servizi	5.129.121	5.523.068	6.397.746
8	per Godimento di beni di terzi	93.262	635.207	578.551
9	per il Personale	3.908.819	4.286.621	4.708.564
10	Ammortamenti e Svalutazioni	563.624	685.174	712.978
11	Variazioni delle rimanenze di materie prime, sussidiarie, di consumo e merci	32.952	84.917	(63.475)
12	Accantonamenti per rischi	-	-	-
14	Oneri diversi di gestione	295.509	247.340	386.253
TOTALE COSTI DELLA PRODUZIONE		**10.214.224**	**11.657.499**	**13.120.691**
DIFFERENZA TRA VALORE E COSTI DELLA PRODUZIONE (A-B)		**3.353.410**	**2.294.984**	**2.617.598**

C	Proventi e oneri finanziari			
15	Proventi da partecipazioni da imprese collegate	-	-	-
16	Altri proventi finanziari	107.530	205.707	168.721
17	Interessi e altri oneri finanziari	2	0	17
17-bis	Utili e perdite su cambi	-	-	-
TOTALE PROVENTI E ONERI FINANZIARI (15+16-17+/-17BIS)		**107.528**	**205.707**	**168.704**
RISULTATO PRIMA DELLE IMPOSTE (A-B+/-C+/-D)		**3.460.938**	**2.500.691**	**2.786.302**
20	Imposte sul reddito dell'esercizio, correnti, differite e anticipate	957.086	719.511	692.702
21	**Utile (Perdita) dell'esercizio**	**2.503.852**	**1.781.180**	**2.093.600**

Per la natura del mercato a cui è rivolto il nostro core business (le revisioni dei veicoli), gli anni dispari sono tendenzialmente migliori degli anni pari; tuttavia, tutte le business unit aziendali hanno registrato una crescita anche relativa, cioè normalizzata rispetto alla specificità dell'anno (dispari o pari), con particolare riguardo all'aumento dei canoni di assistenza di competenza.

Sono in corso investimenti in infrastruttura tecnologica, sicurezza informatica e formazione che proseguiranno anche nel corso dei prossimi esercizi.

La società investe in modo continuo, inoltre, in attività di ricerca e sviluppo per migliorare le performance e mantenere aggiornati i propri prodotti e servizi, in specie facendo proprie le sfide architetturali e di processo che l'intelligenza artificiale ci offre in termini di opportunità, provvedendo tuttavia a valutarne con attenzione i potenziali rischi.

Tutti gli investimenti posti in essere sono autofinanziati e gli ammortamenti ampiamente sostenibili dalle più prudenti previsioni.

04.2 Il valore aggiunto creato e distribuito

[GRI 201-1]

Al fine di determinare il valore aggiunto generato dall'impresa, si è proceduto alla **riclassificazione del conto economico** secondo il criterio del valore aggiunto previsto dallo standard italiano GBS-Principi di redazione del Bilancio Sociale.

RICLASSIFICAZIONE CONTO ECONOMICO A VALORE AGGIUNTO (€)	31.12.2023	31.12.2024	31.12.2025
Valore della produzione	13.567.634 €	13.952.483 €	15.738.289 €
- Contributi in conto esercizio	- €	56.597 €	-
Totale dei ricavi	**13.567.634 €**	**13.895.886 €**	**15.738.289 €**
Costi per materie	190.937 €	195.172 €	400.074 €
Costi per servizi	5.129.121 €	5.523.068 €	6.397.746 €
Costi per godimento beni di terzi	93.262 €	635.207 €	578.551 €
Oneri diversi di gestione al netto di spese di rappresentanza, omaggi, erogazioni liberali	295.509 €	247.340 €	386.253 €
Totale dei costi	**5.708.829 €**	**6.600.787 €**	**7.762.624 €**
Proventi finanziari e da partecipazioni	107.530 €	205.707 €	168.721 €
VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO (ricavi - costi + proventi)	**7.966.335 €**	**7.500.806 €**	**8.144.386 €**
Ammortamenti	563.624 €	685.174 €	712.978 €
VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO	**7.402.711 €**	**6.815.632 €**	**7.431.408 €**

Nel triennio 2023–2025 la società ha evidenziato una progressiva crescita della capacità di generare valore economico, confermando la solidità del modello operativo e la capacità di redistribuire la ricchezza prodotta ai principali stakeholder.

Il valore della produzione è passato da €13,6 milioni nel 2023 a €15,7 milioni nel 2025, con un incremento complessivo di circa il 16%. Parallelamente, i costi operativi esterni hanno registrato una crescita più contenuta e coerente con l'espansione dell'attività, con gli investimenti che l'azienda ha scelto di mettere in atto per garantire sempre maggiore sicurezza informatica e strumenti tecnologicamente avanzati, consentendo

il mantenimento di livelli significativi di valore aggiunto generato.

Il Valore Aggiunto Globale Lordo si è attestato a € 7,97 milioni nel 2023, € 7,50 milioni nel 2024 ed € 8,14 milioni nel 2025. Dopo una lieve flessione nel 2024, principalmente riconducibile all'incremento dei costi per servizi e alla maggiore incidenza di componenti operative esterne, il dato del 2025 evidenzia un recupero e il raggiungimento del livello più elevato del triennio.

DISTRIBUZIONI VALORE AGGIUNTO LORDO (€)	31.12.2023	31.12.2024	31.12.2025
IMPRESA	2.400.428 €	1.051.271 €	1.243.103 €
AZIONISTI	700.000 €	1.500.000 €	1.500.000 €
LAVORATORI (costo personale)	3.908.819 €	4.286.621 €	4.708.564 €
FINANZIATORI	2 €	0 €	17 €
COLLETTIVITÀ[9]	0 €	0 €	0 €
PUBBLICA AMMINISTRAZIONE	957.086 €	662.914 €	692.702 €
V.A. GLOBALE LORDO GENERATO E DISTRIBUITO	**7.966.335 €**	**7.500.806 €**	**8.144.386 €**

Con riferimento alla distribuzione del valore aggiunto globale lordo, emerge la centralità delle persone: la quota destinata ai lavoratori rappresenta stabilmente la componente principale della ricchezza distribuita, passando dal 49,07% del 2023 al 57,81% del 2025. Tale andamento riflette l'impegno dell'azienda nella valorizzazione del capitale umano, nel mantenimento dei livelli occupazionali e nel rafforzamento delle competenze interne.

La quota destinata all'impresa si attesta tra il 14% e il 30% nel triennio, evidenziando la volontà di preservare risorse economiche funzionali alla continuità aziendale, agli investimenti e allo sviluppo futuro.

La remunerazione degli azionisti si mantiene significativa e stabile negli ultimi due esercizi, pari a circa il 18–20% del valore aggiunto distribuito.

La distribuzione verso la Pubblica Amministrazione ed enti si colloca tra l'8% e il 12%, confermando il contributo dell'azienda al sistema economico e territoriale attraverso imposte, tributi e oneri sociali.

Residuale, invece, l'incidenza della remunerazione dei finanziatori.

Nel complesso, i dati evidenziano una capacità crescente dell'azienda di creare valore economico e redistribuirlo in modo equilibrato tra gli stakeholder, con particolare attenzione alle persone, alla sostenibilità della gestione e alla continuità dello sviluppo aziendale.

[9]Comprende spese di rappresentanza, erogazioni liberali e omaggi.

05.

ALLEGATI

05 ALLEGATI

a. Tabella degli impatti generati

INTERPRETAZIONE DEGLI IMPATTI

Per grado d'impatto negativo si intende la **capacità di influire negativamente**, attraverso le attività di business, sugli aspetti ESG (su ambiente e persone). Se l'impatto è stato valutato "attuale" si parla di **capacità di generare effetti negativi**, se invece l'impatto è stato ritenuto "potenziale" si parla di **rischio**.

Per grado d'impatto positivo si intende la **capacità di influire positivamente** (tramite azioni/iniziative/pratiche) sugli aspetti ESG, al fine di **generare un beneficio** per gli stakeholder e/o **minimizzare i propri impatti negativi**.

TRANSIZIONE ENERGETICA

IMPATTI	POSITIVO/ NEGATIVO	ATTUALE/ POTENZIALE	PROBABILITÀ DI ACCADIMENTO	DIRETTO/ INDIRETTO	PRINCIPALI PRESIDI DELLA SOCIETÀ
Emissioni di GHG in atmosfera scope 1 che contribuiscono al cambiamento climatico	*Negativo*	*Attuale*	*N/A*	*Diretto*	**Azioni**: Nuova sede aziendale classe energetica A4 • Pannelli FTV • Sostituzione della quasi la totalità dei veicoli aziendali con euro 6 • Sviluppo di soluzioni per il controllo e monitoraggio delle emissioni e degli impatti derivanti dall'uso di veicoli a combustione. (anche per i propri clienti) • Sistemi di monitoraggio dei consumi energetici • Partecipazione al Bando "bike to work" per ridurre le emissioni • Creazione di un giardino esterno
Emissioni di GHG in atmosfera scope 2 che contribuiscono al cambiamento climatico	*Negativo*	*Attuale*	*N/A*	*Diretto*	

GESTIONE DELLA RISORSA IDRICA

IMPATTI	POSITIVO/ NEGATIVO	ATTUALE/ POTENZIALE	PROBABILITÀ DI ACCADIMENTO	DIRETTO/ INDIRETTO	PRINCIPALI PRESIDI DELLA SOCIETÀ
Consumo eccessivo di acqua all'interno dell'organizzazione	*Negativo*	*Potenziale*	*Improbabile*	*Diretto*	Azioni: Nuova sede aziendale classe energetica A4 con un pozzo per l'irrigazione

GESTIONE DEI RIFIUTI

IMPATTI	POSITIVO/ NEGATIVO	ATTUALE/ POTENZIALE	PROBABILITÀ DI ACCADIMENTO	DIRETTO/ INDIRETTO	PRINCIPALI PRESIDI DELLA SOCIETÀ
Possibili danni ambientali a causa di uno scorretto smaltimento dei rifiuti da parte dei fornitori	*Negativo*	*Potenziale*	*Probabile*	*Indiretto*	**Azioni**: • Azioni di circolarità (dispositivi elettronici ceduti a scuole o associazioni del territorio). • Raccolta differenziata • Azioni di sensibilizzazione dei dipendenti sul riuso (forniture di borracce, installazione di erogatori di acqua)
Adozione di pratiche circolari all'interno dell'Azienda	*Positivo*	*Attuale*	*N/A*	*Diretto*	

BENESSERE DEI DIPENDENTI					
IMPATTI	POSITIVO/ NEGATIVO	ATTUALE/ POTENZIALE	PROBABILITÀ DI ACCADIMENTO	DIRETTO/ INDIRETTO	PRINCIPALI PRESIDI DELLA SOCIETÀ
Creazione di un ambiente di lavoro che consenta un equilibrio adeguato tra vita e lavoro	*Positivo*	*Attuale*	*N/A*	*Diretto*	**Azioni**: • Programmi volti al benessere psicofisico dei lavoratori (palestra, campi da padel, sviluppo del progetto cross fit e del progetto Bike to work) • Flessibilità per i dipendenti (flessibilità oraria, possibilità di fare smartworking e di avere orari di lavoro ridotti) • Congedi flessibili di maternità e paternità con rientro "elastico" su posto di lavoro • Valutazione del clima aziendale (valutazione stress correlato) • Obiettivi aziendali in materia benessere dei dipendenti
Valorizzazione delle risorse umane in termini di remunerazione e di merito	*Positivo*	*Attuale*	*N/A*	*Diretto*	

SALUTE E SICUREZZA DEI LAVORATORI					
IMPATTI	POSITIVO/ NEGATIVO	ATTUALE/ POTENZIALE	PROBABILITÀ DI ACCADIMENTO	DIRETTO/ INDIRETTO	PRINCIPALI PRESIDI DELLA SOCIETÀ
Possibili gravi e/o permanenti infortuni e incidenti dei lavoratori	*Negativo*	*Potenziale*	*Poco probabile*	*Diretto*	**Azioni**: • Assicurazione sanitaria privata per i dipendenti • Programmi volti al benessere psicofisico dei lavoratori (palestra, campi da padel, sviluppo del progetto cross fit e del progetto Bike to work)
Possibili malattie professionali	*Negativo*	*Potenziale*	*Poco probabile*	*Diretto*	

DIVERSITÀ E PARITÀ DI GENERE					
IMPATTI	POSITIVO/ NEGATIVO	ATTUALE/ POTENZIALE	PROBABILITÀ DI ACCADIMENTO	DIRETTO/ INDIRETTO	PRINCIPALI PRESIDI DELLA SOCIETÀ
Casi di discriminazione di genere o di altra tipologia	*Negativo*	*Potenziale*	*Poco probabile*	*Diretto*	**Azioni**: • Congedi flessibili di maternità e paternità con rientro "elastico" su posto di lavoro • Avviato il processo per l'ottenimento della certificazione PdR 125 • Corsi di formazione per i dipendenti sul tema della Parità di genere e l'inclusione • Obiettivi aziendali in materia di Parità di Genere

FORMAZIONE E SVILUPPO DELLE COMPETENZE

IMPATTI	POSITIVO/ NEGATIVO	ATTUALE/ POTENZIALE	PROBABILITÀ DI ACCADIMENTO	DIRETTO/ INDIRETTO	PRINCIPALI PRESIDI DELLA SOCIETÀ
Potenziamento delle competenze e delle abilità dei dipendenti, con conseguente sviluppo di figure professionali di valore grazie a corsi non previsti per legge	*Positivo*	*Attuale*	*N/A*	*Diretto*	**Azioni**: • Corsi di formazione per i dipendenti sul tema della Parità di genere e l'inclusione • Corsi di formazione specifici per lo sviluppo delle competenze dei dipendenti

GESTIONE RESPONSABILE DELLA CATENA DI FORNITURA

IMPATTI	POSITIVO/ NEGATIVO	ATTUALE/ POTENZIALE	PROBABILITÀ DI ACCADIMENTO	DIRETTO/ INDIRETTO	PRINCIPALI PRESIDI DELLA SOCIETÀ
Possibili danni ambientali e/o sociali a monte della catena di fornitura	*Negativo*	*Potenziale*	*Poco probabile*	*Indiretto*	**Azioni**: Preferenza nella selezione dei nuovi fornitori vicini alle sedi aziendali (90% fornitori italiani)
Promozione di una catena di fornitura trasparente e più sostenibile	*Positivo*	*Potenziale*	*Probabile*	*Diretto*	

SVILUPPO DEL TERRITORIO

IMPATTI	POSITIVO/ NEGATIVO	ATTUALE/ POTENZIALE	PROBABILITÀ DI ACCADIMENTO	DIRETTO/ INDIRETTO	PRINCIPALI PRESIDI DELLA SOCIETÀ
Supporto economico ad enti del territorio	*Positivo*	*Attuale*	*N/A*	*Diretto*	**Azioni**: • Elargizioni liberali e sponsorizzazioni ad organizzazioni del territorio ed associazioni sportive • Supporto ad eventi sensibili alle tematiche di sostenibilità (evento protezione civile, bike to work) • Collaborazioni con scuole ed università del territorio

PRIVACY E TRATTAMENTO DEI DATI DEI CLIENTI

IMPATTI	POSITIVO/ NEGATIVO	ATTUALE/ POTENZIALE	PROBABILITÀ DI ACCADIMENTO	DIRETTO/ INDIRETTO	PRINCIPALI PRESIDI DELLA SOCIETÀ
Possibile perdita di dati personali e riservati	*Negativo*	*Potenziale*	*Probabile*	*Diretto*	**Documenti aziendali**: • Codice di Condotta relativo alla fornitura di servizi di messaggistica aziendale • Procedura sul tema della Gestione della Sicurezza delle informazioni (privacy)

CONDOTTA AZIENDALE RESPONSABILE

IMPATTI	POSITIVO/ NEGATIVO	ATTUALE/ POTENZIALE	PROBABILITÀ DI ACCADIMENTO	DIRETTO/ INDIRETTO	PRINCIPALI PRESIDI DELLA SOCIETÀ
Possibili casi di corruzione, concussione, frode o altre forme di illeciti / irregolarità nelle pratiche amministrative e/o commerciali	*Negativo*	*Potenziale*	*Improbabile*	*Diretto*	**Documenti aziendali**: • Codice etico **Azioni**: • Whistleblowing • Formazione dei dipendenti sul tema sull'Etica e le questioni relative alla legalità, conformità normativa e trasparenza • Rating di legalità
Creazione di un ambiente di lavoro positivo basato su valori come l'etica aziendale e la trasparenza	*Positivo*	*Attuale*	*N/A*	*Diretto*	

SICUREZZA E QUALITÀ DEL SERVIZIO

IMPATTI	POSITIVO/ NEGATIVO	ATTUALE/ POTENZIALE	PROBABILITÀ DI ACCADIMENTO	DIRETTO/ INDIRETTO	PRINCIPALI PRESIDI DELLA SOCIETÀ
Tutela della qualità e della sicurezza dei servizi (anche in termini ESG)	*Positivo*	*Attuale*	*N/A*	*Diretto*	Azioni: Sviluppo di soluzioni che consentano ai clienti di monitorare e ridurre il proprio impatto ambientale (firma elettronica che consente di non stampare, sviluppo di un cloud che permette di ridurre i documenti cartacei, forniscono prodotti con il fine di contenere e misurare le emissioni e degli impatti derivanti dall'uso di veicoli a combustione dei clienti...)
Possibili danni morali ed economici al cliente a causa di una gestione dell'incarico inadeguata o inefficiente (ritardi nelle consegne, disallineamento con le aspettative e richieste del cliente etc.)	*Negativo*	*Potenziale*	*Poco probabile*	*Diretto*	

b. Tabelle di sintesi dei dati di sostenibilità

MEMBRI DEL MASSIMO ORGANO DI GOVERNO

MEMBRI DEL MASSIMO ORGANO DI GOVERNO		2023	2024	2025
di cui esecutivi	M	2	2	1
	F	0	0	0
di cui non esecutivi	M	1	1	1
	F	2	2	1
TOTALE		**5**	**5**	**3**

CASI DI NON CONFORMITÀ	2023	2024	2025
Numero totale di casi significativi di non conformità a leggi e regolamenti	**0**	**0**	**0**
di cui casi per cui l'organizzazione è incorsa in pene pecuniarie	0	0	0
di cui casi per cui l'organizzazione è incorsa in sanzioni non pecuniarie	0	0	0

SANZIONI DI NON CONFORMITÀ	2023	2024	2025
Numero totale delle sanzioni di non conformità a leggi e regolamenti pagate durante il periodo di rendicontazione	0	0	0
Valore totale delle sanzioni di non conformità pagate a leggi e regolamenti durante il periodo di rendicontazione (euro)	**0**	**0**	**0**
di cui sanzioni per casi attinenti al periodo di rendicontazione (euro)	0	0	0
di cui sanzioni per casi attinenti a precedenti periodi di rendicontazione (euro)	0	0	0

EPISODI DI CORRUZIONE ACCERTATI E AZIONI INTRAPRESE

EPISODI DI CORRUZIONE ACCERTATI	2023	2024	2025
Numero di episodi di corruzione accertati	**0**	**0**	**0**
di cui casi di corruzione accertati nei quali i dipendenti sono stati licenziati o sono stati oggetto di provvedimenti per corruzione	0	0	0
di cui casi di corruzione accertati per cui i contratti con i partner commerciali sono stati risolti o non sono stati rinnovati a causa di violazioni legate alla corruzione	0	0	0
Numero di cause legali pubbliche legate alla corruzione intraprese contro l'organizzazione o i suoi dipendenti	0	0	0

AZIONI LEGALI, COMPORTAMENTO ANTICONCORRENZIALE, ANTITRUST

AZIONI LEGALI COMPORTAMENTO ANTICONCORRENZIALE, ANTITRUST E PRATICHE MONOPOLISTICHE	2023	2024	2025
Numero di azioni legali in corso o concluse in materia di comportamento anticoncorrenziale e violazioni delle normative antitrust e relative alle pratiche monopolistiche	0	0	0

DIPENDENTI

COMPOSIZIONE DEL PERSONALE PER GENERE E CATEGORIA		2023	2024	2025
Dipendenti a tempo determinato	M	1	0	1
	F	1	0	3
Dipendenti a tempo indeterminato	M	48	50	50
	F	26	27	27
TOTALE		**76**	**77**	**81**

COMPOSIZIONE DEL PERSONALE PER GENERE E CATEGORIA		2023	2024	2025
Dipendenti a tempo pieno	M	47	48	48
	F	20	20	24
Dipendenti a tempo parziale	M	2	2	3
	F	7	7	6
TOTALE		**76**	**77**	**81**

COPERTURA CONTRATTAZIONE COLLETTIVA	2023	2024	2025
Numero totale di dipendenti	76	77	81
di cui coperti da contrattazione collettiva	76	77	81
% di dipendenti coperti da contrattazione collettiva	**100%**	**100%**	**100%**

NON DIPENDENTI

LAVORATORI NON DIPENDENTI	2023	2024	2025
Numero di lavoratori non dipendenti	1	0	4

DIVERSITÀ NEGLI ORGANI DI GOVERNO

DIVERSITÀ NEGLI ORGANI DI GOVERNO PER GENERE ED ETÀ		2023		2024		2025	
		M	F	M	F	M	F
Numero di Membri del Consiglio di Amministrazione	<30	0	0	0	0	0	0
	30-50	2	2	1	2	1	0
	>50	1	0	2	0	1	1
	Totale per genere	3	2	3	2	2	1
	TOT	5		5		3	

DIVERSITÀ NELLA FORZA LAVORO

DIVERSITÀ TRA I DIPENDENTI PER CATEGORIA, GENERE ED ETÀ		2023		2024		2025	
		M	F	M	F	M	F
Numero di operai	<30	0	0	0	0	0	0
	30-50	1	0	1	0	1	0
	>50	1	0	1	0	1	0
Numero di impiegati	<30	9	4	9	5	13	8
	30-50	33	21	33	19	28	18
	>50	3	0	3	1	5	2
Numero di quadri	<30	0	0	0	0	0	0
	30-50	1	1	1	1	2	2
	>50	0	1	1	1	1	0
Numero di dirigenti	<30	0	0	0	0	0	0
	30-50	0	0	0	0	0	0
	>50	1	0	1	0	0	0
Totale	**<30**	**9**	**4**	**9**	**5**	**13**	**8**
	30-50	**35**	**22**	**35**	**20**	**31**	**20**
	>50	**5**	**1**	**6**	**2**	**7**	**2**
TOTALE PER GENERE		**49**	**27**	**50**	**27**	**51**	**30**
% TOTALE PER GENERE		**64%**	**36%**	**65%**	**35%**	**63%**	**37%**

INCIDENTI DI DISCRIMINAZIONE

DISCRIMINAZIONE	2023	2024	2025
Numero di incidenti di discriminazione registrati	0	0	0

ASSUNZIONI, CESSAZIONI E TURNOVER

NUOVI ASSUNTI	2023		2024		2025	
	M	F	M	F	M	F
<30	0	3	1	1	6	3
30-50	5	3	0	0	0	1
>50	0	0	1	0	1	0
TOTALE	**5**	**6**	**2**	**1**	**7**	**4**

DIPENDENTI IN USCITA	2023		2024		2025	
	M	F	M	F	M	F
<30	0	0	0	0	2	0
30-50	0	1	1	1	3	0
>50	1	1	0	0	1	1
TOTALE	**1**	**2**	**1**	**1**	**6**	**1**

TASSO DI COMPENSAZIONE DEL TURNOVER	2023	2024	2025
	367%	150%	157%

FORMAZIONE

NUMERO MEDIO DI FORMAZIONE PER CATEGORIA PROFESSIONALE E GENERE		2023	2024	2025
Operai	M	2.00	4.00	8.00
	F	0	0	0
Impiegati	M	5.16	28.67	21.41
	F	12.34	30.24	25.61
Quadri	M	2.00	32.00	38.83
	F	3.00	57.50	55.25
Dirigenti	M	6.50	50.00	0
	F	0	0	0
TOTALE	**M**	**4.99**	**29.42**	**22.89**
	F	**11.65**	**32.26**	**27.59**

FORNITORI LOCALI

ACQUISTI LOCALI	2023	2024	2025
Totale beni e servizi acquistati (mln €)	6,58	8,05	9
Beni e servizi acquistati da fornitori locali (mln €)	1,92	2,80	3,18
Beni e servizi acquistati da fornitori locali (%)	**29,18%**	**34,78%**	**35,33%**

CLIENTI

DISTRIBUZIONE DELLA CLIENTELA PER AREA GEOGRAFICA DI PROVENIENZA	2023	2024	2025
Nord Italia	2163	2254	2330
Centro Italia	575	603	623
Sud Italia	1216	1239	1269
Estero	0	2	3
TOTALE	**3954**	**4098**	**4225**

BENESSERE IN AZIENDA

BENESSERE IN AZIENDA	2023	2024	2025
Media della retribuzione totale annua di tutti i dipendenti	30273	33471	29692
Totale ore di lavoro	122729	127174	127088
Totale ore di straordinario	515	591	1196
Medie	2023	2024	2025
Media ore di lavoro per dipendente	1614.86	1651.61	1568.99
Media ore di lavoro straordinario per dipendente	6.78	7.68	14.77
Media ore di congedi usufruiti per dipendente	0	0	0

RETRIBUZIONI

RAPPORTO RETRIBUZIONE TOTALE ANNUA	2024	2025
Aumento percentuale della retribuzione totale annua dell'individuo con la retribuzione più alta all'interno dell'organizzazione	-7%	23%
Aumento percentuale della mediana della retribuzione totale annua di tutti i dipendenti (escluso l'individuo con la retribuzione più alta)	6%	-8%

06.

GRI CONTENT INDEX

06 GRI CONTENT INDEX

INDICE DEGLI INDICATORI		
STANDARD UNIVERSALI		**PAR.**
GRI 1	**PRINCIPI FONDAMENTALI: approccio "with reference"**	
GRI 2	**INFORMATIVA GENERALE**	
A	**Profilo dell'organizzazione e processo di reporting**	
2-1	Dettagli organizzativi (Ragione sociale, forma giuridica, sede legale, sedi operative)	1.1; 1.3; 1.5
2-2	Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	Nota metodologica
2-3	Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	Nota metodologica
2-4	Revisione delle informazioni	Non applicabile
2-5	Assurance esterna	Non applicabile
B	**Attività e lavoratori**	
2-6	Attività, catena del valore e altri rapporti di business	1.1; 2.2; 2.4
2-7	Dipendenti	2.1; 5b
2-8	Lavoratori non dipendenti	2.1; 5b
C	**Governo**	
2-9	Struttura e composizione della governance	1.3; 5b
2-10	Nomina e selezione del massimo organo di governo	1.3
2-11	Presidente del massimo organo di governo	1.3
2-21	Rapporto di retribuzione totale annua	2.1.4
D	**Strategia, politiche e pratiche**	
2-22	Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	Lettera del presidente agli stakeholder; 1.6
2-23	Impiego in termini di policy	1.10
2-26	Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	1.10
2-27	Conformità a leggi e regolamenti	1.10
E	**Stakeholder engagement**	
2-29	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	1.8
2-30	Contratti collettivi	2.1
GRI 3	**TEMI MATERIALI**	
3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	1.9
3-2	Elenco di temi materiali	1.9, 5a
3-3	Gestione dei temi materiali	1.9, 5a

STANDARD PER ARGOMENTI SPECIFICI		
GRI 200	**DIMENSIONE ECONOMICA**	
201	**Performance economica**	
201-01	Valore economico diretto generato e distribuito (secondo la metodologia GBS)	4.2
204	**Prassi di approvvigionamento**	
204-01	Proporzione della spesa effettuata a favore di fornitori locali	2.4
205	**Anticorruzione**	
205-02	Comunicazione e formazione su normative e procedure anticorruzione	1.10
205-03	Incidenti confermati di corruzione e misure adottate	1.10
206	**Comportamento anti-competitivo**	
206-01	Azioni legali relative comportamenti anti-competitivi, attività di trust e prassi monopolistiche	1.10
GRI 300	**DIMENSIONE AMBIENTALE**	
302	**Energia**	
302-01	Consumo di energia interno all'organizzazione	3.1.1
302-03	Intensità energetica	3.1.1
305	**Emissioni**	
305-01	Emissioni di gas a effetto serra (GHG) dirette (Scope 1)	3.1.2
305-02	Emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette da consumi energetici (Scope 2)	3.1.2
305-04	Intensità delle emissioni di gas a effetto serra (GHG)	3.1.2
GRI 400	**DIMENSIONE SOCIALE**	
401	**Occupazione**	
401-01	Assunzioni di nuovi dipendenti e avvicendamento dei dipendenti	2.1, 5b
401-02	Benefici per i dipendenti a tempo pieno che non sono disponibili per i dipendenti a tempo determinato o part-time	2.1.1 2.1.4
401-03	Congedo parentale	2.1.2
403	**Salute e sicurezza sul lavoro**	
403-01	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	2.1.5
403-03	Servizi per la salute professionale	2.1.5
403-05	Formazione dei lavoratori sulla salute e sicurezza sul lavoro	2.1.5
403-06	Promozione della salute dei lavoratori	2.1.5
403-07	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro direttamente collegati da rapporti di business	2.1.5
403-09	Infortuni sul lavoro	2.1.5
403-10	Malattia professionale	2.1.5

404	**Formazione e istruzione**	
404-01	Numero medio di ore di formazione all'anno per dipendente	2.1.3, 5b
404-02	Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e di assistenza nella transizione	2.1.3
405	**Diversità e pari opportunità**	
405-01	Diversità negli organi di governance e tra i dipendenti	1.3; 2.1; 2.1.2
406	**Non discriminazione**	
406-01	Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	2.1.2, 5b
413	**Comunità locali**	
413-01	Operazioni con il coinvolgimento della comunità locale, valutazioni degli impatti e programmi di sviluppo	2.5
416	**Salute e sicurezza dei clienti**	
416-02	Episodi di non conformità relativamente agli impatti su salute e sicurezza di prodotti e servizi	2.2.1
418	**Privacy dei clienti**	
418-01	Fondati reclami riguardanti violazioni della privacy dei clienti e perdita di loro dati	2.2.2


MMB®
SOFTWARE