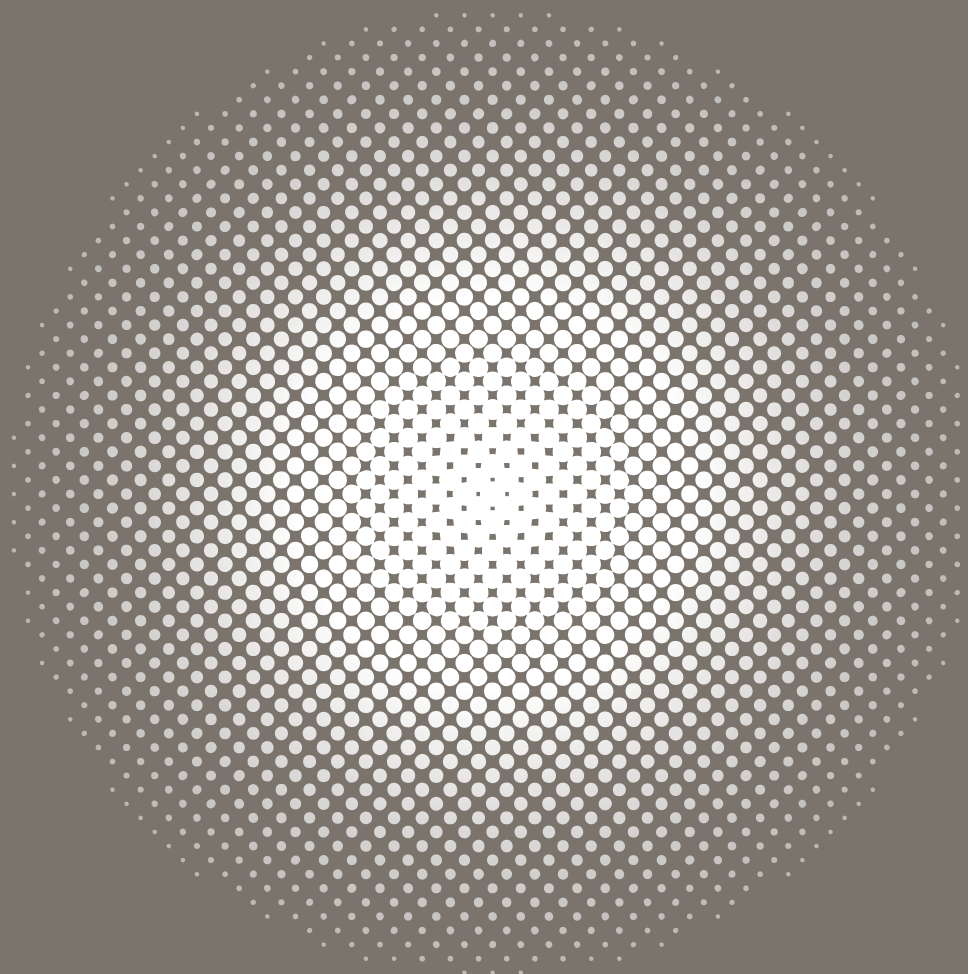


2023_2024

Bilancio di Sostenibilità



pratic

2023_2024

Bilancio di Sostenibilità



Lettera agli Stakeholder

Gentili Stakeholder,

Il biennio 2023–2024 ha rappresentato per Pratic un’importante fase di evoluzione strategica e organizzativa. Con un fatturato pari a 57,8 milioni di euro nel 2024, 1.399 clienti attivi e 229 collaboratori, abbiamo ribadito la capacità di generare valore in modo strutturato e sostenibile, anche davanti a uno scenario macroeconomico sfidante, caratterizzato da un profondo cambiamento della domanda.

In questo contesto, l’ingresso di Pratic nel gruppo industriale francese StellaGroup ha sancito un passaggio cruciale per il posizionamento internazionale del nostro marchio, creando nuove sinergie industriali e commerciali che valorizzano il know-how maturato in oltre sessant’anni di leadership nel settore outdoor. Risultati sostenuti da un approccio produttivo orientato alla riduzione dell’impronta ecologica: 22.577 tCO₂e di emissioni monitorate, 18% di energia elettrica autoprodotta, 99,94% di rifiuti non pericolosi avviati a recupero e 97% di acqua recuperata nel processo di verniciatura. Inscindibile l’investimento nel capitale umano, con 1.631 ore di formazione e un’attenzione costante alla sicurezza e al benessere delle persone.

Con questo primo Bilancio di Sostenibilità desideriamo inaugurare un percorso di condivisione trasparente di risultati, obiettivi futuri e aree di miglioramento. Consapevoli che la sostenibilità costituisce per Pratic un impegno concreto, tramite il quale perseguire l’innovazione e uno sviluppo economico responsabile, duraturo e competitivo.

Edi Orioli
Amministratore delegato Pratic 2023–2025

Marco Duri
Amministratore delegato Pratic 2026



Azienda

L'Italia del 1960, la sua vitalità e il desiderio di esplorare altri orizzonti hanno generato la motivazione che ancora oggi contraddistingue Pratic e le sue soluzioni per la vita outdoor. In oltre sessantacinque anni, l'azienda ha rivoluzionato il concetto di copertura solare, portando il design italiano all'interno di strutture che in passato venivano impiegate unicamente come riparo dal sole. Dal brevetto della prima cappottina, le soluzioni Pratic si sono costantemente evolute, dando vita a schermature avanzate che valorizzano l'ambiente esterno in ogni stagione e che mettono l'individuo e il suo benessere al centro della progettazione e dell'incessante attività di ricerca e sviluppo. L'azienda, per questo, è da sempre portavoce della filosofia Open air culture che rappresenta un modo autentico di vivere l'outdoor. Nel 2023 Pratic conferma la propria crescita nel mercato internazionale con l'ingresso in StellaGroup, gruppo francese tra i principali produttori europei di chiusure per finestre, sistemi di accesso per edifici e protezioni solari da esterno. All'interno della Business Unit Outdoor, Pratic rappresenta il punto di riferimento nell'ambito di ricerca e sviluppo, nonché per la produzione di soluzioni outdoor avanzate e di design.



Una storia di innovazione e tradizione

Fondata nel 1960 a Ceresetto di Martignacco (UD) da Bruno e Giuseppe Orioli, Pratic avvia la propria attività con la produzione di tende artigianali dal telaio in legno. Ingegno e intuizione conducono in pochi anni al brevetto della celebre cappottina, che segna l'inizio di un percorso di crescita continuo. Tra gli anni Settanta e Ottanta, l'azienda consolida la propria posizione nel Nord Italia attraverso la produzione e la commercializzazione di un'ampia gamma di tende a bracci. Tra gli anni Ottanta e Novanta entrano in azienda Dino e Edi Orioli,

che orientano il business verso il nuovo mercato delle pergole, inizialmente in telo e successivamente bioclimatiche, introducendo importanti innovazioni di prodotto e spostando l'attenzione al design e all'architettura contemporanea. La crescita economica, l'apertura a nuovi mercati europei e internazionali, la realizzazione del nuovo headquarter con due successivi ampliamenti e il continuo sviluppo di prodotto, portano Pratic a un solido posizionamento internazionale, confermato nel 2023 dall'ingresso in StellaGroup.

1960

I fratelli Bruno e Giuseppe Orioli fondano l'azienda a Ceresetto di Martignacco (UD) e avviano la produzione di tende da sole con telaio in legno.

1965

Pratic deposita il brevetto della tenda a cappottina, innovazione che rivoluziona il mercato delle schermature solari.

2011

Pratic inaugura a Fagagna (UD) la nuova sede di 11.000 mq, progettata da Geza Architettura, riconosciuta e premiata come autorevole esempio di design industriale.

2013

Presentazione delle prime pergole bioclimatiche Opera e Vision con lame orientabili da 0 – 140° che permettono la naturale regolazione della temperatura e della luce solare.



1980

Dino e Edi Orioli fanno il loro ingresso in azienda avviando il business di tende.

2000

L'azienda amplia la gamma di prodotti con la produzione delle prime pergole inclinate e di una linea dedicata alle tende verticali.

2018

Primo ampliamento della sede di 10.000 mq e realizzazione di un impianto di verniciatura a basso impatto ambientale.

2023

Secondo ampliamento della sede di 7.500 mq e costruzione di un innovativo magazzino automatizzato. Pratic entra a far parte del gruppo industriale StellaGroup.

Pratic highlights

57,8 M €

Fatturato 2024

229

Collaboratori

884

Clienti Italia

243

Clienti Estero

24

Agenti Italia

16

Agenti Estero

Governance

F. M. SCHAEDELICH
Presidente (StellaGroup)

E. ORIOLI
Amministratore delegato

A. M. ESTEVE
Consigliere (StellaGroup)

Il Consiglio di Amministrazione di Pratic al 31 dicembre 2024 è composto come riportato nell'organigramma. All'Amministratore delegato vengono conferiti tutti i poteri di ordinaria

e straordinaria amministrazione della società (con alcune limitazioni e ferme restando le materie riservate per legge al CdA).

Mission e valori

La mission di Pratic è rappresentata dall'*open air culture* che pone al centro il benessere dell'individuo e il piacere di vivere all'aria aperta. Nel corso degli anni, l'azienda ha rivoluzionato il concetto di outdoor: dalla progettazione e produzione di schermature solari fino alla realizzazione di veri e propri ambienti di comfort, funzionali e tecnologicamente avanzati, capaci di valorizzare gli spazi

esterni residenziali e dell'ospitalità. Di seguito i valori che orientano l'operato dell'azienda, in coerenza con quelli di StellaGroup.

- Trasparenza
- Qualità
- Cittadinanza d'impresa
- Sostenibilità

Whistleblowing

In ottemperanza al Decreto Legislativo 24/2023 che recepisce la Direttiva Europea n. 2019/1937 in materia di protezione delle persone che segnalano violazioni del diritto dell'Unione, nel corso del 2023 Pratic ha implementato un sistema strutturato di *whistleblowing* per mantenere e promuovere una cultura orientata alla trasparenza e alla responsabilità etica. L'azienda ha

attivato una piattaforma informatica dedicata alla ricezione e alla gestione delle segnalazioni con un canale telefonico dedicato, assicurando la protezione dei dati personali e garantendo l'anonimato del segnalante e del segnalato. Tutte le procedure sono accessibili e consultabili nelle bacheche aziendali.

StellaGroup highlights

570 M €

Fatturato 2024

2.450

Dipendenti

12

Brands

17

Siti produttivi

5

Paesi (Francia, Germania, Paesi Bassi, Regno Unito e Italia)

1 M

Prodotti venduti

Il Gruppo

StellaGroup è un gruppo industriale francese tra i principali produttori europei di chiusure per finestre, sistemi di accesso per edifici e protezioni solari da esterno. All'interno della Business Unit Outdoor, Pratic rappresenta il punto di riferimento per quanto riguarda ricerca e sviluppo e la produzione

di schermature solari avanzate e di design. StellaGroup mira a rafforzare la collaborazione tra le diverse aziende del gruppo per il raggiungimento di obiettivi condivisi, rispettando le singole identità e favorendo un processo decisionale efficiente.

The Stella way



The Stella way è l'insieme di valori che guidano i processi decisionali all'interno del Gruppo, oltre a favorire la creazione di sinergie, la condivisione delle conoscenze e l'ottimizzazione dei costi. L'operatività di tutte le Business Unit è imperniata sui punti riportati nel grafico.



Modello di business

Dalla produzione di cappottine e tende da sole fino alle soluzioni bioclimatiche più avanzate, Pratic ha progressivamente ampliato la propria collezione prodotti posizionandosi tra i principali player di riferimento per la produzione e commercializzazione di schermature solari. L'azienda opera in ambito business-to-business (B2B), servendo sia il mercato italiano che quello estero, attraverso una rete di rivenditori qualificati (1.127 rivenditori attivi nel 2024) supportati da una rete vendita fidelizzata (40 agenti nel 2024) che contribuisce alla diffusione dei valori, della storicità e dell'identità del brand. Accanto alla rete commerciale tradizionale, Pratic individua negli architetti e nei serramentisti due ulteriori target strategici per lo sviluppo del proprio business: il dialogo con i professionisti della progettazione consente all'azienda di intercettare le esigenze emergenti del mercato e la collaborazione con i serramentisti contribuisce a sviluppare nuove opportunità commerciali.



Area di business

Pratic si distingue per la progettazione e la produzione di schermature solari, quali pergole e tende da sole. I prodotti sono il risultato di continue innovazioni e di numerosi brevetti ottenuti nel corso

degli anni, con un'attenzione costante alla qualità e al design. L'ampia offerta comprende cappottine, tende a bracci, tende verticali, pergole bioclimatiche, pergole con telo e numerosi accessori.

PERGOLE BIOCLIMATICHE

Si caratterizzano per la tecnologia bioclimatica che, grazie alla copertura con lame frangisole, sfrutta gli elementi naturali, come sole e vento, per ottenere le condizioni ideali di luce, ricircolo d'aria e temperatura. I dehors sono fruibili e accoglienti durante tutto l'anno, grazie a complementi come vetrate panoramiche, illuminazione e tende verticali.

PERGOLE CON TELO

Leggere e versatili, le pergole con copertura in telo in PVC, impermeabile e resistente ai raggi UV, permettono di valorizzare giardini e terrazzi in contesti residenziali, così come in hotel, ristoranti e bar. Automazioni domotiche modulano lo scorrimento del telo, integrabile con illuminazione LED e raffinati sottoteli in tessuto che completano l'estetica della pergola.

TENDE VERTICALI

Poste a protezione di ambienti outdoor e superfici vetrate, le tende verticali generano un'elegante schermatura contro calore e raggi solari, regolando il comfort climatico e riducendo i consumi energetici. I tessuti tecnici, filtranti e oscuranti assorbono i raggi UV e la radiazione termica, oltre a regalare una piacevole privacy a ogni ora del giorno.

TENDE A BRACCI

Le tende a bracci estensibili sono dotate di una struttura in alluminio progettata per ripiegarsi in uno spazio contenuto o all'interno di un box che protegge bracci e telo dalle intemperie, e illumina il dehors con luci a LED. Ampissima la selezione di tessuti, per una protezione solare su misura.

ACCESSORI

Pratic ha ideato un'ampia gamma di accessori che permette di ottimizzare la funzionalità e l'estetica di ogni schermatura grazie a soluzioni originali e ispirate alla più completa idea di comfort. Tra questi:

- **Glass Series:** sistema di vetrate panoramiche scorrevoli, fisse o con porta a battente, progettato per la chiusura di pergole e spazi semiaperti che offre protezione contro pioggia, vento e rumore.
- **Tende perimetrali:** aumentano l'azione di schermatura solare delle

pergole e grazie allo scorrimento automatizzato si riavvolgono all'interno del profilo portante o in un raffinato box.

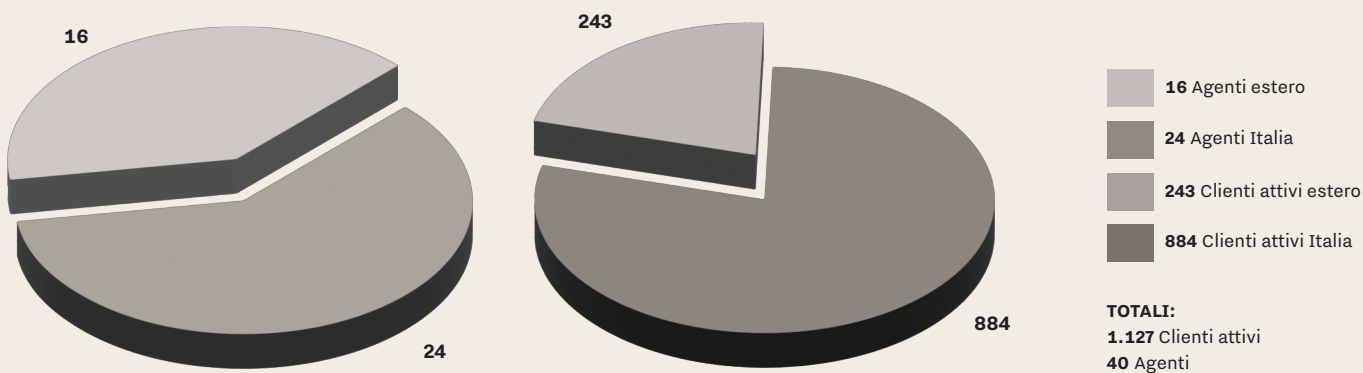
- **Illuminazione:** diverse soluzioni per l'illuminazione a LED a basso consumo, dimmerabili, disponibili nella variante bianca o RGB a seconda del prodotto scelto.
- **Living Series:** linea di complementi d'arredo sviluppata appositamente per l'utilizzo esterno e realizzata con materiali sostenibili, resistenti e durevoli.

Rete commerciale

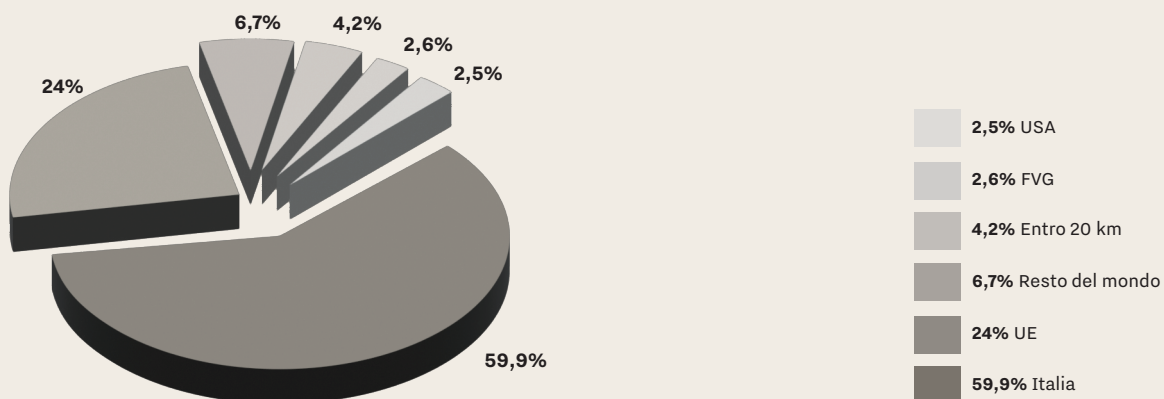
L'azienda opera nell'ambito business-to-business (B2B) attraverso una rete commerciale composta da rivenditori supportati da agenti, sviluppata inizialmente in Italia e successivamente anche all'estero, con ulteriori prospettive di crescita in Europa e negli Stati Uniti d'America. Attualmente, il mercato italiano rappresenta l'area principale di attività, con il 67% di fatturato; i mercati esteri contribuiscono per il 33%. Inoltre, nel corso del 2024 è iniziata la vendita verso le altre aziende della Business Unit Outdoor.

Oltre ad alimentare un dialogo costante con la forza vendita, l'azienda nel corso del tempo ha consolidato il legame di fiducia sviluppando servizi strutturati di marketing e comunicazione a supporto dell'attività commerciale. Tra le principali iniziative si segnalano il portale B2B dedicato alla gestione dell'operatività quotidiana, la piattaforma di formazione online Pratic Class e un calendario di eventi finalizzati a favorire la conoscenza diretta della sede aziendale e dei suoi collaboratori.

SUDDIVISIONE PER CLIENTI E AGENTI



PROVENIENZA DEI PRINCIPALI CLIENTI (INCIDENZA FATTURATO 2024)



Architetti e serramentisti

Dal dialogo continuo con il mondo dell'architettura prendono forma collezioni e progetti outdoor altamente personalizzati, capaci di valorizzare contesti residenziali e Ho.Re.Ca. di prestigio, anche a livello internazionale. Pratic collabora a fianco di architetti e progettisti nello sviluppo di soluzioni su misura, mettendo a disposizione un team di esperti e strumenti avanzati per una

progettazione rapida ed efficace. Attraverso la registrazione all'Area Architetti del sito aziendale è possibile accedere a contenuti tecnici dedicati, tra cui disegni, cataloghi, schede prodotto e modelli BIM, a supporto di ogni fase progettuale. Inoltre, grazie allo sviluppo di un'ampia collezione di tende verticali, l'azienda ha esteso le proprie collaborazioni anche al settore dei serramentisti.

Fornitori

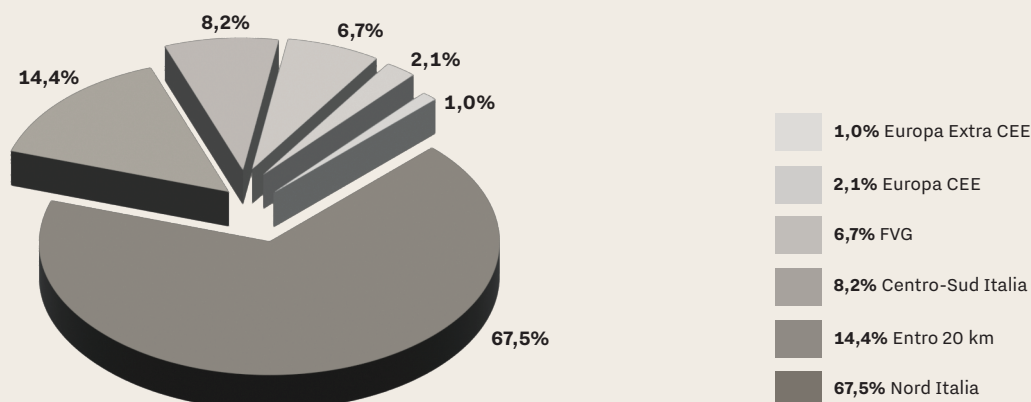
Pratic ha sviluppato con la maggior parte dei propri fornitori relazioni consolidate e di lungo periodo, fondate sulla condivisione di valori quali affidabilità, qualità e attenzione alla sostenibilità. Il 97% della filiera di fornitura è localizzato in Italia, di cui il 14% opera entro un raggio di 20 km dall'azienda, contribuendo in modo diretto alla crescita economica del territorio.

Partnership strategiche instaurate con i fornitori generano benefici reciproci: da un lato consentono di incrementare l'efficienza operativa, ridurre i costi e garantire maggiore flessibilità nell'adattamento ai cambiamenti del mercato; dall'altro favoriscono relazioni commerciali stabili e durature, creando le condizioni per lo sviluppo di progetti

condivisi per ottimizzare e innovare i processi. La selezione dei fornitori avviene secondo i seguenti criteri chiave condivisi sia dall'azienda che da StellaGroup:

- **Environment:** attuazione pratiche sostenibili e in linea con gli standard ambientali.
- **Costs:** offerta di prezzi competitivi.
- **Logistics:** affidabilità, flessibilità e velocità nelle consegne, riducendo i costi di mantenimento delle scorte.
- **Technology:** disponibilità di tecnologie avanzate e capacità innovative.
- **Quality:** rispetto sistematico degli standard di qualità.

PROVENIENZA DEI PRINCIPALI FORNITORI



Stakeholder engagement

Per garantire processi decisionali inclusivi e orientati al coinvolgimento della collettività, l'azienda ha instaurato relazioni solide sia all'interno che all'esterno, dialogando con un ampio numero di portatori di interesse. Le diverse modalità di coinvolgimento adottate consentono di trasmettere i valori aziendali, promuovere iniziative e comunicare i risultati raggiunti, oltre che raccogliere aspettative

e prospettive dagli Stakeholder. Ne sono d'esempio gli strumenti tradizionali (es. stampa e media), digitali (es. mail, sito web, social media), i contatti diretti (es. fiere, eventi, incontri periodici), il magazine aziendale Open Air Culture (2020-in corso) e la raccolta di ricerche neuroscientifiche Open Air Mind (2017-2024).





Nota metodologica

Grazie anche al supporto di strumenti e metodologie introdotti a seguito dell'ingresso in StellaGroup, Pratic ha redatto il Bilancio di Sostenibilità 2023-24, illustrando risultati, strategie, obiettivi e performance dell'azienda. Alcune sezioni sono state allineate ai più diffusi standard nazionali e internazionali, tra cui:

- Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite di Agenda 2030.
- *European Sustainability Reporting Standards (ESRS)*.
- *GRI Standards*.
- *Framework dell'International Integrated Reporting Council (IIRC)*.

I contenuti e gli indicatori sono stati definiti sulla base dei risultati dell'analisi di doppia materialità, condotta in conformità agli ESRS (*European Sustainability Reporting Standards*) che consente di identificare le tematiche di sostenibilità ESG (*Environmental, Social e Governance*) maggiormente rilevanti per l'azienda e per la propria catena del valore. Il processo di reporting ha coinvolto diverse funzioni aziendali insieme al supporto di consulenti esterni specializzati. Il presente Report di Sostenibilità non è stato sottoposto a verifica indipendente da parte di terzi (audit); la pubblicazione dei relativi aggiornamenti è prevista con periodicità biennale.



Doppia materialità

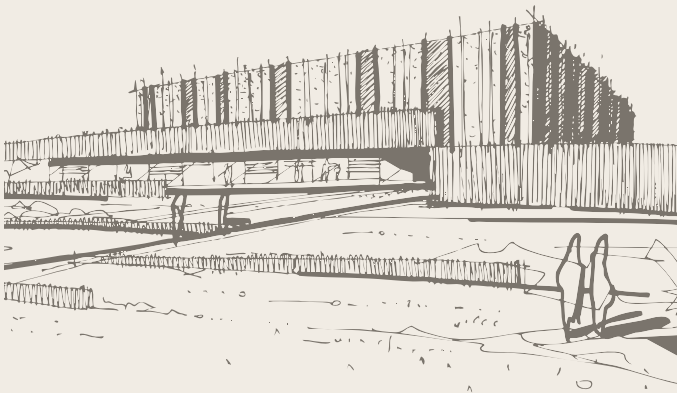
Il percorso di rendicontazione di sostenibilità ha previsto l'identificazione degli aspetti sociali, ambientali ed economici più rilevanti, in grado di influenzare sia le attività aziendali che l'opinione degli Stakeholder.

La *Corporate Sustainability Reporting Directive* (CSRD) dell'Unione Europea ha introdotto il concetto di doppia materialità, che considera:

- **Materialità di impatto:** relativa agli effetti, positivi o negativi, di natura ambientale, sociale o di governance generati dall'azienda, la sua catena del valore o i suoi Stakeholder.

- **Materialità finanziaria:** riferita ai rischi e alle opportunità, reali o potenziali, in grado di incidere sulla performance finanziaria dell'impresa.

In conformità agli ESRS, StellaGroup ha condotto l'analisi di doppia materialità a livello di Gruppo, esaminando le attività svolte dalle aziende e le rispettive catene del valore. Pratic ha svolto l'analisi separatamente, in qualità di singola entità. Di seguito vengono presentati i temi significativi emersi.

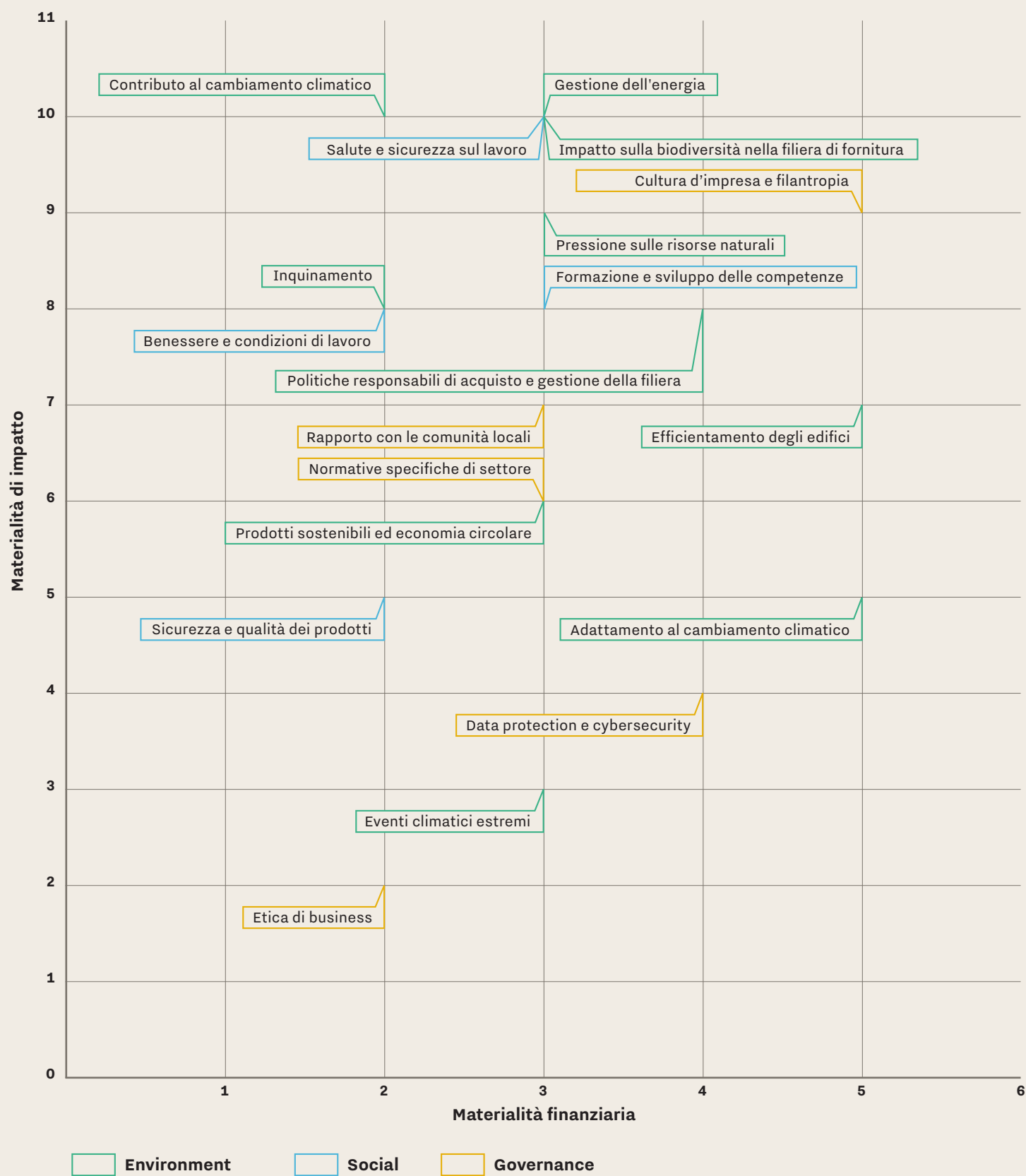


I temi ambientali e sociali hanno un impatto finanziario rilevante sull'azienda

DOPPIA MATERIALITÀ

L'azienda impatta sull'ambiente e sulle persone





Modello di creazione del valore

Il modello di creazione del valore è una metodologia che pone in relazione le tematiche strategiche della sostenibilità con i vari ambiti dell'agire dell'azienda, rappresentati dalle "classi di capitale". Attraverso una gestione integrata delle diverse classi di capitale, Pratic persegue la creazione di valore nel

lungo periodo, orientando le proprie decisioni strategiche ai principi della sostenibilità. Dall'analisi di materialità emergono i temi strategici alla base del modello di creazione del valore, che vengono associati alle diverse classi di capitale, evidenziando i legami con gli asset aziendali.

CAPITALE RELAZIONALE

L'insieme delle relazioni instaurate con gli Stakeholder.

CAPITALE ORGANIZZATIVO E INTELLETTUALE

Asset intangibili che includono i processi, le procedure e i sistemi interni di gestione, la proprietà intellettuale e i sistemi informativi.

CAPITALE UMANO

Patrimonio di competenze, capacità e conoscenze delle persone che operano all'interno dell'organizzazione e lungo la catena del valore.

CAPITALE NATURALE

L'insieme di risorse e impatti naturali legati all'attività aziendale che genera beni e servizi essenziali per la sopravvivenza e il benessere umano.

CAPITALE MATERIALE

Beni tangibili come infrastrutture, impianti e macchinari utilizzati nell'esercizio dell'attività operativa.

CAPITALE FINANZIARIO

Le risorse patrimoniali, economiche e finanziarie a disposizione dell'organizzazione.

Flusso di creazione del valore

Tramite l'utilizzo degli input e lo svolgimento delle proprie attività, l'azienda genera output che costituiscono la base per la creazione di valore da distribuire ai diversi Stakeholder.
Gli outcome, che risultano dal

monitoraggio degli indicatori chiave di prestazione (KPI), consentono di valutare il progresso dell'azienda rispetto agli obiettivi di sostenibilità economica, sociale e ambientale, e contribuiscono a rafforzare la competitività nel medio-lungo periodo.



TEMI STRATEGICI	CAPITALI	RELAZIONE TRA STRATEGIA E CAPITALI	INPUT	ATTIVITÀ
Gestione sostenibile delle risorse e dei rifiuti Efficientamento energetico Inquinamento ed emissioni Riduzione impronta di carbonio Adattamento al cambiamento climatico Salute e sicurezza Etica nella gestione dei collaboratori interni e della catena del valore Trasparenza delle informazioni di sostenibilità a clienti e Stakeholder Modello organizzativo e di gestione della sostenibilità Rapporto con la catena di fornitura	CAPITALE RELAZIONALE CAPITALE ORGANIZZATIVO E INTELLETTUALE CAPITALE UMANO CAPITALE NATURALE CAPITALE MATERIALE CAPITALE FINANZIARIO	Consolidare il legame con gli Stakeholder esterni a partire dai partner commerciali e la comunità di riferimento. Garantire l'evoluzione del modello organizzativo, anche per allinearlo alle richieste di gruppo, e il rafforzamento dei sistemi gestionali e del know-how. Potenziare le conoscenze e le competenze del capitale umano, anche attraverso la formazione, ponendo particolare attenzione al tema della sicurezza sul lavoro. Perseguire il miglioramento continuo dell'efficienza aziendale dal punto di vista delle prestazioni ambientali. Potenziare immobili, macchinari e impianti produttivi. Sostenere la crescita economica e l'equilibrio patrimoniale e finanziario, garantendo adeguata remunerazione per i fattori produttivi.	Relazioni Organizzazione e sistema di gestione Persone Impatti ambientali Infrastrutture Risorse finanziarie	Sviluppo delle relazioni con: fornitori, clienti, comunità e Gruppo. Sviluppo di modelli organizzativi e sistemi per la gestione dei rischi e l'allineamento al Gruppo. Gestione della salute e sicurezza e politiche retributive, libertà di associazione e pari opportunità. Gestione delle materie prime, riduzione degli impatti ambientali e ottimizzazione dei processi produttivi. Gestione di: impianti, macchinari, sede aziendale. Controllo di gestione.

SDGS IMPATTATI	OUTPUT	OUTCOME (KPI)	2023	2024
• Sistemi di gestione • Modello organizzativo • Stakeholder engagement e analisi di doppia materialità		• % fornitori FVG • % clienti Italia sul fatturato • Realtà no profit sostenute • N. follower social	20,5% 66,9% 6 73k	21,1% 66,8% 6 79k
		• N. compliance modelli organizzativi • Valore immobilizzazioni immateriali • Nuovi brevetti depositati	1 8,9 M € 3	1 7,3 M € 9
	Turnover: 2023: 60,9 M € 2024: 57,8 M €	• N. collaboratori aziendali • % donne nella categoria “quadri” • Età collaboratori • N. infortuni • N. ore formazione non obbligatoria	241 14% 65% under 50 3 870	229 14% 62% under 50 7 892
		• Emissioni di CO₂ (Scope 1+2+3) • Materie impiegate • Rifiuti prodotti • % rifiuti inviati a recupero • Produzione impianto fotovoltaico	22.091 tCO ₂ 3.035 tons 769 tons 78,3% 381,5 MWh	22.577 tCO ₂ 3.810 tons 648 tons 83,8% 381,2 MWh
		• M² superficie aziendale • Valore immobilizzazioni materiali	31.000 m ² 8,9 M €	31.000 m ² 8,3 M €
		• Valore della produzione • Utile • Patrimonio netto • Valore distribuito agli Stakeholder	60,9 M € 11,7 M € 43,4 M € 79%	57,8 M € 10,6 M € 43,0 M € 79%



Risultati economici

Nel biennio 2023–24, Pratic conferma ottime performance nel mercato italiano ed europeo, in particolare nel segmento di pergole e pergole bioclimatiche, mantenendo la sua posizione stabile in un contesto macroeconomico caratterizzato da elevata incertezza e da un generale rallentamento della domanda. L'esercizio 2024 si è chiuso con un fatturato pari a 57,8 milioni di euro, a testimonianza della capacità dell'azienda di preservare volumi significativi e di generare valore economico anche in scenari di mercato meno favorevoli.

La performance economica rappresenta un elemento centrale della sostenibilità complessiva dell'impresa, in quanto consente di remunerare il capitale investito, rafforzare la struttura patrimoniale e sostenere gli investimenti necessari allo sviluppo di competenze, innovazione di prodotto e miglioramento continuo dei processi. A tale prospettiva si aggiunge il percorso di integrazione nelle dinamiche di StellaGroup con la quale nel 2024 sono state avviate le iniziative di cross-selling dei prodotti Pratic verso le altre società del Gruppo, finalizzate a valorizzare le sinergie industriali e commerciali e ampliare la presenza sui mercati esteri.



Valore generato

Dopo gli straordinari risultati registrati nell'immediato post-Covid del 2020-22, il mercato delle schermature solari ha vissuto nel biennio 2023-24 un ritorno a dinamiche più ordinarie. L'intensificarsi delle tensioni geopolitiche, la frammentazione delle catene produttive internazionali e le relative ripercussioni sui prezzi delle materie prime (*commodity*) hanno contribuito a generare un contesto di incertezza nello scenario macroeconomico globale, con un conseguente ridimensionamento della domanda anche in mercati storicamente trainanti.

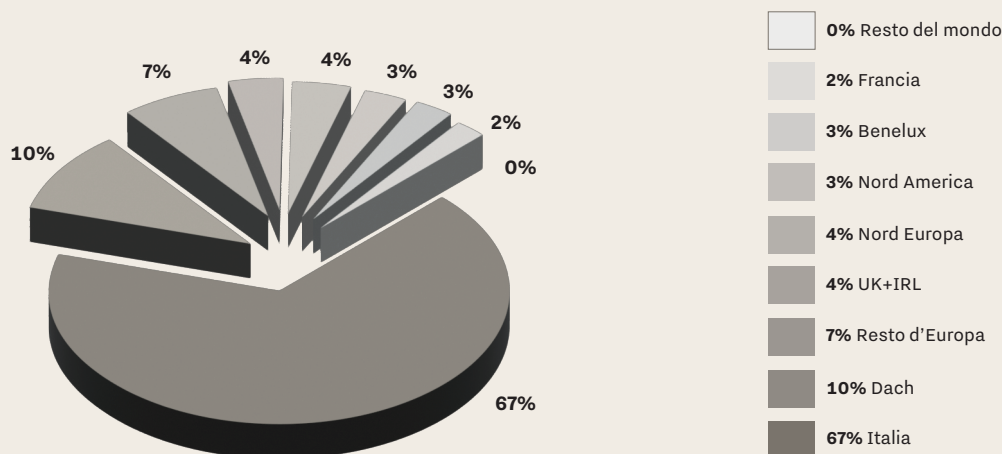
In tale contesto, Pratic si conferma tra i soggetti più performanti nel mercato italiano ed europeo, in particolar modo per la produzione di pergole e pergole bioclimatiche. L'innovazione ed il

design, uniti al miglioramento del servizio e dal potenziamento delle risorse umane, continuano a rappresentare i fattori determinanti per lo sviluppo.

L'esercizio 2024 si è chiuso con un fatturato di 57,8 milioni di euro; tra le diverse aree di business in cui si sviluppa l'attività, quella delle pergole e pergole bioclimatiche rappresenta la quota di maggior peso delle vendite aziendali. Il restante contributo è apportato dalle tende a bracci estensibili, tende verticali, vetrate Glass Series e accessori.

La lettura integrata degli indicatori e dei risultati economico-finanziari di bilancio conferma una solida struttura patrimoniale e finanziaria, nonché la capacità di generare rilevanti flussi reddituali e finanziari.

DISTRIBUZIONE DEI RICAVI 2024 PER AREA GEOGRAFICA



Distribuzione valore generato

La creazione di valore economico e il conseguimento di risultati d'esercizio positivi costituiscono il presupposto della sostenibilità economica e il fondamento dell'attività imprenditoriale. L'utile netto generato consente di remunerare gli azionisti per il rischio d'impresa e permette di consolidare l'organizzazione attraverso il rafforzamento del capitale proprio. Attraverso la creazione di valore economico, l'azienda produce effetti positivi anche sulle altre categorie di Stakeholder, dai collaboratori al tessuto

sociale della comunità di riferimento. Nella seguente tabella viene rappresentata la distribuzione del valore generato dall'impresa, inteso come la somma dei ricavi derivanti dalle diverse gestioni aziendali (caratteristica, accessoria, straordinaria e finanziaria). Nell'ambito del Bilancio di Sostenibilità, l'analisi del valore differisce dall'impostazione del rendiconto economico-finanziario, in quanto si concentra sulle modalità di distribuzione del valore tra i diversi portatori di interesse (valore distribuito).

VALORE DISTRIBUITO TRA GLI STAKEHOLDER

VALORE DISTRIBUITO	2023		2024	
	Valore €	% sul valore generato	Valore €	% sul valore generato
VALORE TOTALE GENERATO	64.026.850		59.999.011	
VALORE AI COLLABORATORI	11.040.472	17,2%	11.465.497	19,1%
VALORE AI FORNITORI E PARTNER	35.000.693	54,7%	31.898.018	53,2%
VALORE AI FINANZIATORI	84.465	0,1%	72.760	0,1%
VALORE ALLA PA	4.424.798	6,9%	4.106.367	6,8%
VALORE ALLA COMUNITÀ	28.144	0,0%	26.500	0,0%
VALORE TRATTENUTO*	13.448.278	21,0%	12.429.869	20,7%

* Il **valore trattenuto** dall'azienda, ovvero la differenza tra il valore totale generato e il valore distribuito ai portatori di interesse, è rappresentato dagli utili e dai componenti di costo non finanziari, quali ammortamenti e accantonamenti.



Trasparenza ambientale

La trasparenza ambientale rappresenta un elemento centrale nella gestione responsabile e sostenibile delle attività aziendali. Nel 2024, l'analisi degli impatti ambientali ha incluso la misurazione dell'impronta carbonica, distinguendo tra emissioni dirette e indirette, oltre alla rilevazione dei consumi energetici e idrici, delle materie prime acquistate e dei rifiuti generati. Tali informazioni risultano fondamentali per valutare l'efficacia delle azioni intraprese e individuare ulteriori ambiti di miglioramento.

La presentazione strutturata di questi indicatori consente di comunicare in modo chiaro e trasparente le performance ambientali, contribuendo a una gestione orientata al valore e alla sostenibilità nel lungo periodo.

PERFORMANCE AMBIENTALI 2024

22.577 t CO₂e

Totale emissioni

302,61 MWh

Energia in autoconsumo
(79% del prodotto)

97%

Acqua recuperata
dal processo di verniciatura

99,94%

Rifiuti non pericolosi
recuperati



Gli impatti ambientali dell'organizzazione

I prodotti Pratic svolgono funzioni di schermatura e gestione dinamica di ventilazione, luce ed energia termica. Sintesi fra design e tecnologia, con particolare attenzione al benessere delle persone, le schermature solari contribuiscono anche all'efficientamento energetico degli edifici.

Dal punto di vista degli impatti ambientali, il progetto più rilevante riguarda la misurazione dell'impronta carbonica (*carbon footprint*). Sviluppata secondo un approccio comune condiviso da StellaGroup, tale misurazione permette di definire un sistema di monitoraggio, le azioni di mitigazione e stimare i relativi impatti.

Il valore ambientale del processo produttivo può essere analizzato sotto tre principali prospettive:

- L'impegno a ridurre l'utilizzo di risorse naturali nelle fasi di produzione e distribuzione, monitorando gli impatti in ottica di miglioramento.
- L'attenzione al ciclo di vita del prodotto, considerando durabilità, utilizzo di materiali riciclati e riciclabili, ricerca di soluzioni produttive all'avanguardia.
- La funzionalità dei prodotti per migliorare il comfort abitativo e ridurre i consumi energetici.

Impronta carbonica di organizzazione

Ogni organizzazione, attraverso la propria attività, emette nell'ambiente gas a effetto serra, responsabili del cambiamento climatico. Il *Green Deal* europeo, annunciato dalla Commissione Europea nel 2019, pone l'obiettivo di rendere l'economia dell'UE più sostenibile per raggiungere la neutralità carbonica entro il 2050.

La misurazione della *carbon footprint* rappresenta uno strumento indispensabile per identificare le aree critiche e pianificare le strategie di riduzione degli impatti. Grazie all'iniziativa avviata da StellaGroup, Pratic ha potuto elaborare un piano di transizione efficace per individuare le principali fonti inquinanti sulle quali agire al fine di ridurre le emissioni di CO₂. L'analisi, effettuata con cadenza annuale, prevede la raccolta di dati fisici e monetari, privilegiando i primi, con l'obiettivo di valutare l'impatto delle azioni intraprese e di apportare, se necessario, azioni correttive o di miglioramento.

L'impronta di carbonio dell'organizzazione considera tutte le emissioni di CO₂ prodotte nel periodo di analisi:

- **Scope 1 – emissioni dirette:** derivano dal consumo di combustibili fossili attraverso impianti o mezzi di proprietà o controllati dall'organizzazione.
- **Scope 2 – emissioni indirette:** emissioni provenienti dal consumo esterno di combustibili fossili per l'energia utilizzata dall'organizzazione.
- **Scope 3 – emissioni indirette da attività correlate:** gas a effetto serra prodotti da fonti non di proprietà o controllo dell'azienda, ma derivanti dalle attività organizzative.

Carbon footprint 2024

La valutazione dell'impronta di carbonio evidenzia che la quasi totalità delle emissioni di CO₂ è riconducibile allo *Scope 3*, ossia a soggetti posti a monte e a valle dell'impresa lungo la sua catena del valore. Osservando i dati relativi al 2024, le emissioni inerenti allo *Scope 3* rappresentano il 94,8% del totale, di queste il 66,8% deriva dalle forniture, in particolare dagli acquisti di alluminio e di acciaio; in quantità residuale, incidono gli approvvigionamenti di componenti elettroniche e motorizzate, vetro e tessuti. Il 13% è attribuibile all'utilizzo dei prodotti e dalla loro gestione a fine vita. Le emissioni di CO₂ relative agli *Scope 1 e 2* derivano essenzialmente dai consumi energetici diretti e indiretti di organizzazione e, a tal proposito, nel corso del 2024 l'azienda ha provveduto a sostituire un terzo delle lampade dello stabilimento produttivo con un risparmio annuo stimato di circa

67.320 KWh (ca 27 tCO₂e). Le emissioni derivanti dai trasporti hanno raggiunto le 531 tCO₂e (di cui il 9,1% in entrata e il 90,9% in uscita). Per ridurre tali impatti, nella seconda metà dell'anno è stato implementato un nuovo software per la gestione delle consegne dei prodotti che permette di programmare i viaggi in modo efficiente e ridurre i km percorsi dai mezzi aziendali e dai corrieri.

Le emissioni di CO₂ in sintesi

- 22.577 t CO₂e
Totale emissioni 2024
(equivalente emissioni annue di ca. 2.270 cittadini italiani)
- 390 kg CO₂e
per 1.000 euro di ricavi
- 104 t CO₂e per dipendente

		2023		2024	
Scopo	Categorie di emissioni	Total (t CO ₂ e)	% sul totale	Total (t CO ₂ e)	% sul totale
Scope 1	Emissioni dirette da combustione stazionaria	653	3%	621	2,8%
	Emissioni dirette da combustione mobile				
Scope 2	Emissioni indirette da energia elettrica acquistata	604	2,7%	549	2,4%
Scope 3	Beni e servizi acquistati	20.834	94,3%	21.407	94,8%
	Beni capitali				
	Combustibili ed energia elettrica (emissioni a monte e valle, non comprese in Scope 1 e 2)				
	Trasporto e distribuzione upstream				
	Rifiuti				
	Viaggi di lavoro				
	Mobilità dei collaboratori				
	Trasporto e distribuzione downstream				
	Utilizzo dei prodotti venduti				
	Smaltimento dei prodotti venduti				
Tot emissioni CO ₂		22.091		22.577	

CONSUMI ENERGETICI

I consumi energetici dell'organizzazione riguardano elettricità, gas metano e combustibili fossili impiegati dai mezzi aziendali. Nel corso degli anni Pratic ha investito nell'innovazione degli impianti a favore di un processo produttivo meno inquinante, ne sono degli esempi significativi l'impianto di verniciatura installato nel 2018 e l'evaporatore per il recupero delle acque del 2022.

La sede aziendale, esempio di architettura industriale che coniuga bellezza ed efficienza, è dotata di un impianto fotovoltaico da 400 kWh che produce annualmente circa 380 MWh di energia elettrica annui; l'80% di questa viene consumata in sede coprendo circa il 18% del fabbisogno. Si riportano di seguito i principali consumi energetici dell'organizzazione, tradotti in MWh.

	2023		2024	
	MWh	% sul tot. energia	MWh	% sul tot. energia
Gas	2.363,50	48,7%	2.296,91	49,9%
Carburante per autoveicoli	716,56	14,7%	648,35	14,1%
Elettricità	1.465,26	30,2%	1.352,21	29,4%
Elettricità autoprodotta e autoconsumata	309,11	6,4%	302,61	6,6%
Totale Energia	4.854,43		4.600,08	

Il consumo per 1.000 euro di fatturato è pari a: 0,08 MWh

CONSUMI IDRICI

I consumi idrici di Pratic derivano dal processo produttivo e, in minima parte, dall'impiego ad uso sanitario. Il processo di verniciatura, che utilizza un impianto tecnologicamente avanzato e comprende nove fasi di pretrattamento dell'alluminio, genera circa 400 l/h di acque contaminate.

Grazie all'evaporatore a ricompressione meccanica, circa il 97% dei reflui viene recuperato e riutilizzato nel processo di lavaggio, mentre il 3% residuo, classificato come rifiuto pericoloso, viene smaltito da operatori autorizzati, azzerando gli scarichi idrici.

	2023		2024	
	q.tà (m³)	m³ / 1.000 euro fatturati	q.tà (m³)	m³ / 1.000 euro fatturati
Consumi di acqua	3.405,04	0,06	3.722,00	0,06

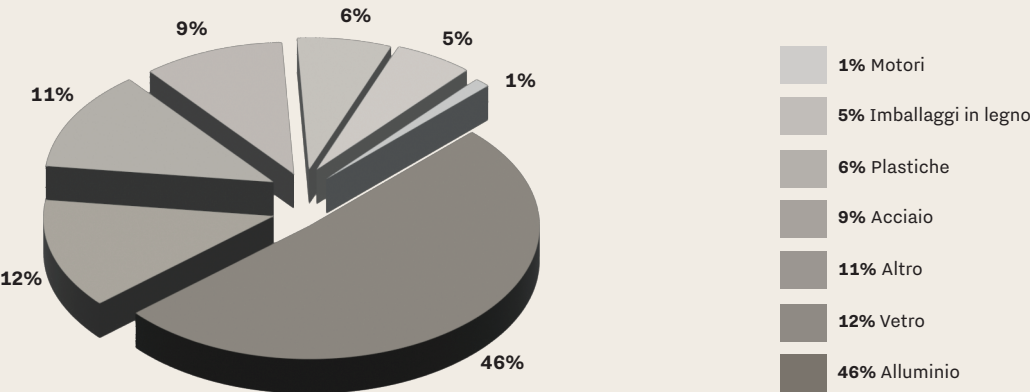
MATERIE PRIME

I principali materiali impiegati nella produzione delle schermature solari includono alluminio, legno per imballaggi, vetro, tessuti, plastiche di varia natura e componenti per la motorizzazione elettrica. Nel 2024 sono state acquistate 3.800 t di materie prime, di cui quasi la metà è costituita da alluminio, seguita da vetro e imballaggi.

3.800t
Totale materie prime acquistate nel 2024

(65,86 Kg ogni 1.000 € di ricavi delle vendite e delle prestazioni)

MATERIE PRIME ACQUISTATE 2024



RIFIUTI

I rifiuti derivano dalle operazioni di lavorazione, verniciatura, gestione di macchinari e mezzi, imballaggi e, in minima parte, da materiali d'ufficio. La maggior parte dei rifiuti non pericolosi deriva da residui metallici (alluminio e acciaio) e da materiali di packaging, recuperati al 99,94%.

I rifiuti pericolosi, costituiti per oltre il 95% da acque reflue del processo di verniciatura, presentano invece un tasso di recupero del 3,05%. In rapporto al valore generato dalla vendita di beni e servizi, la produzione di rifiuti è pari a 11,21 Kg ogni 1.000 € di fatturato.

	2023		2024	
	q.tà (tons)	% recuperata	q.tà (tons)	% recuperata
Rifiuti pericolosi	170,49	2,02%	108,09	3,05%
Rifiuti non pericolosi	598,68	99,96%	540,23	99,94%
Totale rifiuti prodotti	769,17	78,25%	648,32	83,78%



Impegno sociale

La sicurezza e il benessere dei collaboratori rappresentano una priorità per Pratic, perseguita attraverso l'adozione di misure e procedure finalizzate a garantire un ambiente di lavoro sicuro, inclusivo e orientato alla prevenzione dei rischi. L'attenzione alle persone si concretizza anche mediante percorsi di formazione continua, volti a valorizzare competenze, crescita professionale e responsabilizzazione individuale. Parallelamente, l'azienda promuove un sistema di welfare a supporto del benessere generale dei propri collaboratori e delle loro famiglie, integrando servizi e iniziative che ne favoriscano la qualità della vita. Le attività di cittadinanza d'impresa in cui l'azienda è coinvolta rafforzano infine il legame con il territorio, contribuendo allo sviluppo sociale e culturale della comunità locale.



Dati relativi al 2024

229

Collaboratori

13,9%

Dipendenti under 30

37,5%

Dipendenti over 50

1.631

Ore di formazione erogata

5

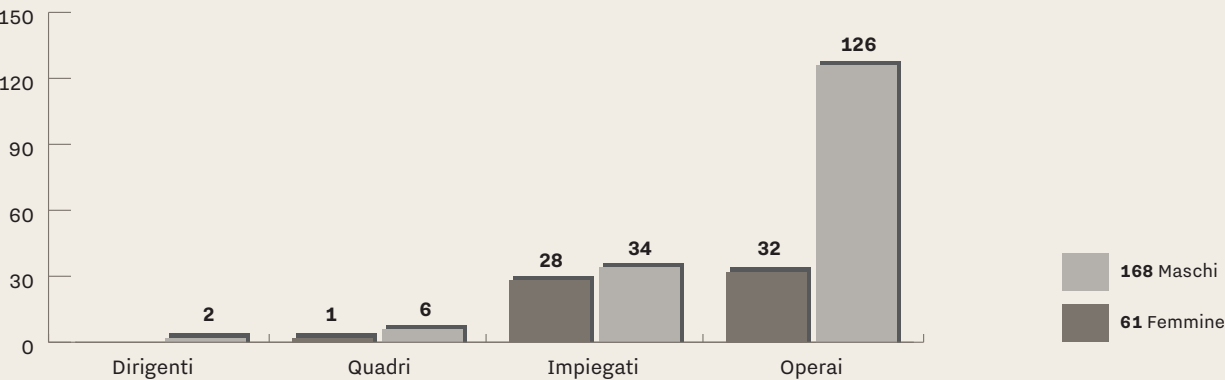
Aree di sponsorizzazione e collaborazione a favore di associazioni locali

Popolazione aziendale

COMPOSIZIONE PER GENERE E INQUADRAMENTO

Al 31 dicembre 2024, Pratic impiega 229 dipendenti, di cui 61 donne e 168 uomini, organizzati in quattro inquadramenti: dirigenti, quadri, impiegati e operai.

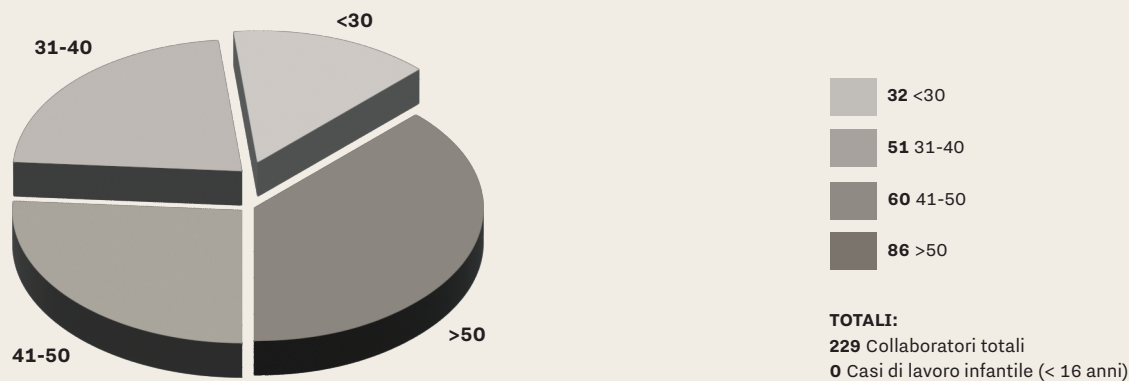
POPOLAZIONE AZIENDALE AL 31/12/2024 PER INQUADRAMENTO E GENERE



COMPOSIZIONE PER ETÀ

Nel grafico relativo all'anno 2024 i dipendenti vengono suddivisi in quattro fasce d'età: over 50 (37.5%), 41-50 (26.2%), 31-40 (22.3%) e under 30 (13.9%).

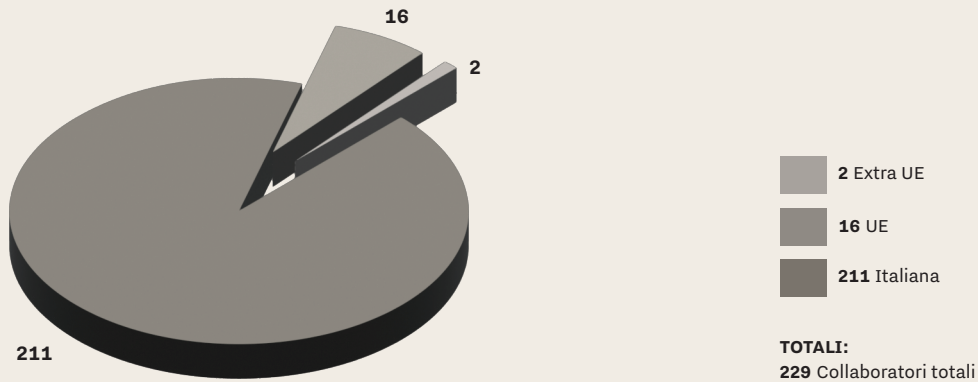
ETÀ DEI COLLABORATORI AL 31/12/2024



COMPOSIZIONE PER NAZIONALITÀ

Al 31 dicembre 2024 la popolazione aziendale è per la maggior parte di nazionalità italiana (92.1%) con una piccola percentuale di lavoratori di nazionalità europee (7%) ed extraeuropea (0.9%).

NAZIONALITÀ DEI COLLABORATORI

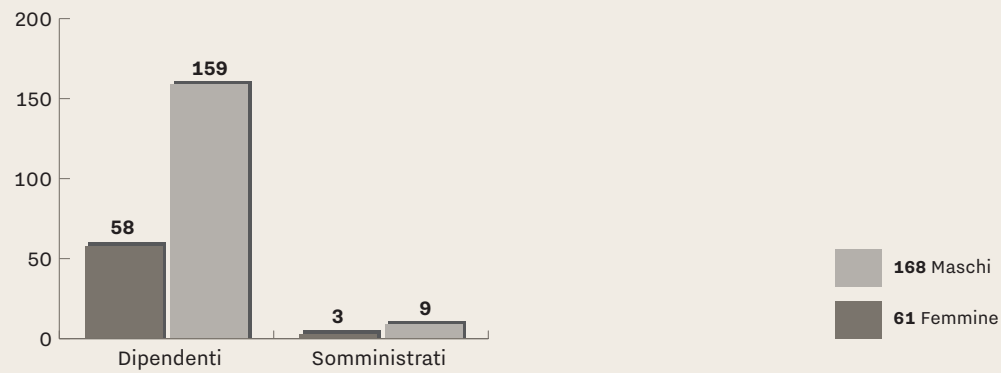


TIPOLOGIE CONTRATTUALI E POLITICHE OCCUPAZIONALI

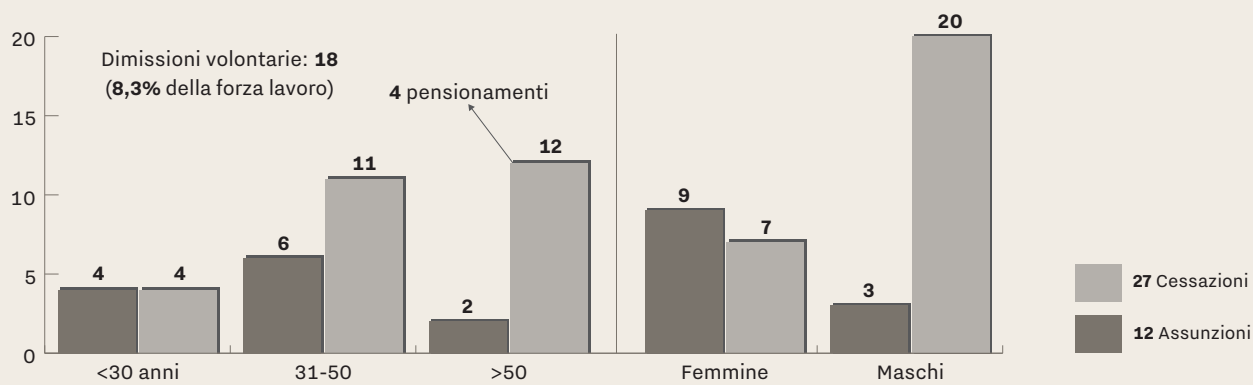
L'azienda si impegna con costanza a favorire un contesto lavorativo etico, sicuro e rispettoso dei diritti e della dignità di ogni individuo. L'adozione di una politica rigorosa vieta il lavoro forzato e discriminazioni di qualsiasi genere, sia nell'assunzione che nella crescita professionale.

Pratic offre contratti a lungo termine e, analizzando la tipologia contrattuale, nel 2024 si registrano 20 contratti part time, pari al 9% del totale, e 209 a tempo pieno, corrispondenti al 91%. Inoltre, l'azienda propone programmi di formazione per garantire stabilità e continuità nell'ambiente di lavoro.

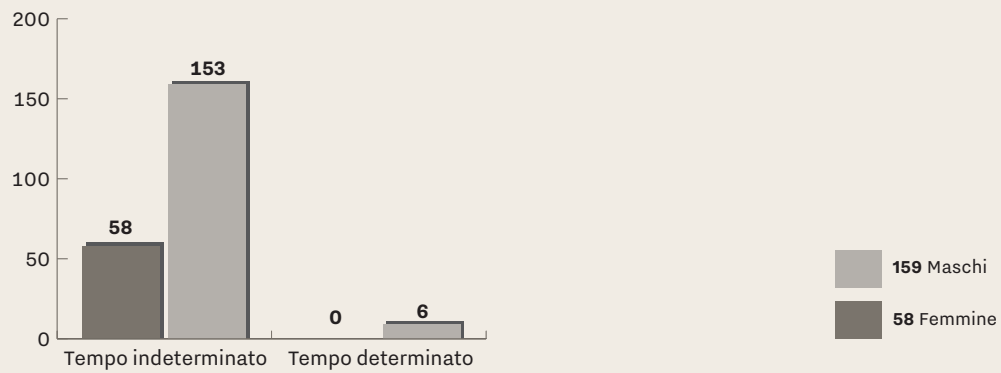
DIPENDENTI / SOMMINISTRATI



VARIAZIONI DEL PERSONALE 2024



ORARIO DI LAVORO DEI DIPENDENTI

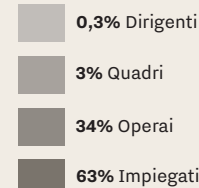
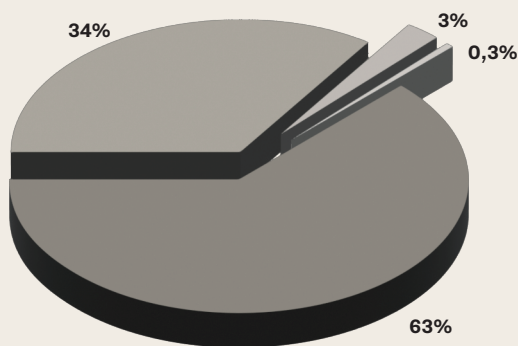


Formazione e sviluppo delle competenze

Pratic riconosce il valore strategico del capitale umano e investe nello sviluppo delle competenze professionali dei dipendenti. L'impegno nella formazione, sia individuale che di gruppo, si traduce in percorsi di crescita che coinvolgono tutti i livelli dell'organizzazione, con un focus sia sulle competenze tecniche che su quelle relazionali.

Guardando al 2024, Pratic ha promosso 43 corsi di formazione, per un totale di 1.631 ore erogate; di queste, 893 ore sono state dedicate alla formazione non obbligatoria, a supporto dell'aggiornamento continuo delle competenze tecnico-professionali.

ORE DI FORMAZIONE NON OBBLIGATORIA 2024: 893



TEMI (ore totali):

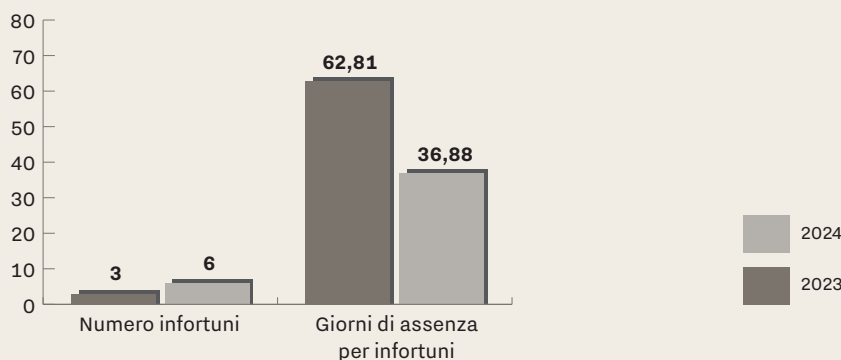
18 Sostenibilità
180 Formazione tecnica
410 Lingue
30 Amministrazione
255 Sicurezza e gestione

Salute e sicurezza

Al fine di prevenire gli incidenti e tutelare la salute nel luogo di lavoro, in azienda viene promossa una solida cultura della sicurezza, che coinvolge attivamente tutti i livelli dell'organizzazione. L'efficacia delle misure adottate viene riesaminata annualmente al fine di individuare eventuali criticità e implementare soluzioni migliorative.

Negli ultimi due anni il numero di infortuni è rimasto contenuto. Pur a fronte di un leggero aumento dei casi, questi hanno evidenziato una riduzione della gravità e conseguentemente dei giorni di assenza. Di seguito alcuni dati relativi agli incidenti occorsi nel 2024 ai soli dipendenti diretti.

INFORTUNI E MALATTIE DEI DIPENDENTI



Welfare aziendale

L'azienda attribuisce grande valore al dialogo con dipendenti e sindacati, promuovendo un clima di relazioni industriali positive orientate al benessere collettivo. Questo si traduce in politiche salariali e organizzative finalizzate a uno sviluppo equilibrato e sostenibile dell'intera organizzazione. Nel 2024 la contrattazione collettiva di secondo livello ha portato al rinnovo degli accordi sul premio di produzione,

con la possibilità, su base volontaria, di destinare parte del premio in credito welfare da utilizzare sulla piattaforma dedicata.

Sono inoltre attive diverse convenzioni a beneficio dei dipendenti nei seguenti ambiti di interesse: salute, polizze assicurative, servizi assistenziali e previdenziali gratuiti e manutenzione autovetture.

Cittadinanza d'impresa

L'approccio alla cittadinanza d'impresa si concretizza in donazioni, sponsorizzazioni e collaborazioni a favore di associazioni locali, sia sportive che sociali, e istituti scolastici con l'obiettivo di promuovere una comunità coesa e inclusiva. Nel 2024, le principali iniziative hanno incluso:

- Partecipazione alle Staffetta Telethon Udine 24x1 ora con due squadre, Pratic Runners e Pratic Walkers, a sostegno della ricerca contro le malattie genetiche rare.
- Sponsorizzazioni alle associazioni sportive Asd Libertas Ceresetto (Martignacco – UD), nata dalla passione dei fondatori per il ciclismo, e Moto Club Manzano Asd (UD), nella convinzione dell'importanza che lo sport giovanile riveste per le famiglie e tutta la comunità.

- Sostegno all'associazione Culturale Comitato San Floriano (Tolmezzo – UD), che porta ogni anno a Illegio una Mostra Internazionale d'Arte con capolavori celebri in tutto il mondo.
- Sponsorizzazioni alle Pro Loco locali: Comitato Festeggiamenti Pro Scuola Materna F. Deciani (Martignacco – UD), Pro Loco Brazzacco (Moruzzo – UD) e Pro Loco Fagagna (Fagagna – UD).
- Collaborazioni con istituti scolastici del territorio: nel 2024 sei studenti provenienti da Università degli Studi di Udine, Istituto G.G. Marinoni, IAL FVG, Centro per l'impiego e CAMPP – Consorzio Assistenza Medico Psico Pedagogica hanno svolto un'esperienza di formazione in azienda.



Obiettivi per il futuro

Grazie alla rendicontazione del Bilancio di Sostenibilità, Pratic è in grado di stabilire in modo chiaro le proprie priorità strategiche per i prossimi anni. Le azioni intraprese in ambito economico, sociale e ambientale hanno contribuito al consolidamento delle performance aziendali, al rafforzamento della cultura della sostenibilità e alla promozione di un miglioramento costante dei processi, dei prodotti e delle relazioni con gli Stakeholder. Al fine di dare continuità a questo percorso, l'organizzazione intende contribuire in modo responsabile alla creazione di valore duraturo e condiviso anche per il futuro rispettando i tre principi guida proposti da StellaGroup: ridurre, coinvolgere e agire.

Principi guida di StellaGroup



Reduce

Acquistare materie prime a basso impatto

Ridurre gli impatti da attività operativa

Eco design di prodotto



Get involved

Garantire la sicurezza sul lavoro

Valorizzare le diversità

Sviluppare competenze e carriere



Act

Rafforzare la collaborazione tra aziende del Gruppo

Agire eticamente

Supportare le comunità locali

REDUCE – Gli obiettivi ambientali

Nel primo principio, REDUCE, si colloca l'ambizioso obiettivo del Gruppo di ridurre del 25% le emissioni di CO₂ per milione di euro di fatturato entro il 2030. Il piano di riduzione delle emissioni per Pratic prevede:

- L'aumento percentuale di alluminio riciclato nei prodotti, attraverso scelte mirate sugli approvvigionamenti, il coinvolgimento di fornitori strategici e di eventuali nuovi fornitori con migliori performance ambientali.
- L'incremento percentuale di utilizzo di materiali riciclati nei tessuti.
- Ulteriori investimenti nelle energie rinnovabili, estendendo l'impianto fotovoltaico per aumentare l'autoproduzione di energia elettrica.
- L'ottimizzazione del design dei prodotti focalizzando l'attenzione ad un mantenimento o aumento di prestazioni e funzioni d'uso, minimizzando l'utilizzo di materiali.
- Lo sviluppo di nuovi componenti elettrici, con l'obiettivo di migliorare le prestazioni dei prodotti.

GET INVOLVED – Gli obiettivi sociali

La tutela della salute e della sicurezza dei collaboratori continuerà a rappresentare una priorità. L'obiettivo del Gruppo è quello di ridurre del 25% l'indice di gravità degli infortuni entro il 2030. Per questo motivo, oltre alla formazione continua, sono previsti investimenti in attrezzature che permettano di incrementare il livello di sicurezza nell'operatività quotidiana; alcuni dei miglioramenti riguarderanno il magazzino automatizzato per la gestione delle materie prime, realizzato proprio per permettere all'operatore

di lavorare riducendo al minimo la movimentazione manuale dei carichi e i rischi di incidente correlati. La formazione rimarrà un elemento centrale anche per lo sviluppo delle competenze, attraverso percorsi di aggiornamento tecnico-professionale e iniziative dedicate alle soft skills, alle lingue straniere e alla *cybersecurity*. In ambito di contrattazione collettiva di secondo livello, è previsto il rinnovo dei premi di risultato e la possibilità di conversione degli stessi in strumenti di welfare.

ACT – Gli obiettivi di governance

Nella primavera 2025 è stata creata la StellaGroup Foundation, pensata per supportare progetti nei campi della salute, della ricerca medica, dell'inclusione e delle pari opportunità. Attraverso la Fondazione, il Gruppo intende affiancare le aziende nello sviluppo di iniziative di valore a beneficio dei dipendenti, delle comunità locali e della ricerca scientifica. Per il prossimo biennio è prevista la conclusione del progetto di adozione

di un modello organizzativo per la prevenzione dei reati basato sulla legislazione francese, con incorporazione delle relative policy. Tale percorso consentirà di rafforzare ulteriormente la struttura di governance e il presidio dei rischi. Rimane inoltre forte l'impegno al monitoraggio degli impatti e la promozione del dialogo con tutti gli Stakeholder, interni ed esterni, per una gestione trasparente ed affidabile.

Agenda 2030

Sottoscritta il 25 settembre 2015 da 193 Paesi delle Nazioni unite, tra cui l'Italia, l'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile è un piano d'azione per le persone, il pianeta e la prosperità, con il fine di garantire un presente e un futuro migliore per gli esseri umani.

L'Agenda stabilisce 17 Obiettivi per lo sviluppo sostenibile (*Sustainable Development Goals* – SDGs) da raggiungere entro il 2030 mediante un processo di cambiamento articolato in Goal, Target e oltre 240 indicatori. Gli obiettivi coinvolgono tutti i Paesi e le componenti della società: dalle imprese private al

settore pubblico, dalla società civile agli operatori dell'informazione e cultura. L'impegno sostenibile di ciascun Paese è valutato periodicamente in sede Onu.

L'Agenda 2030 introduce una svolta decisiva: riconosce esplicitamente l'insostenibilità dell'attuale modello di sviluppo, non solo dal punto di vista ambientale, ma anche economico e sociale, affermando una visione integrata della sostenibilità.

Pratic con il proprio operato contribuisce principalmente al raggiungimento dei seguenti Obiettivi per lo sviluppo sostenibile.



**GOAL 4:****ISTRUZIONE DI QUALITÀ**

Assicurare un'istruzione di qualità, equa ed inclusiva, e promuovere opportunità di apprendimento permanente per tutti.

**GOAL 5:****PARITÀ DI GENERE**

Raggiungere l'uguaglianza di genere e l'empowerment (maggiore forza, autostima e consapevolezza) di tutte le donne e le ragazze.

**GOAL 7:****ENERGIA PULITA E ACCESSIBILE**

Assicurare a tutti l'accesso a sistemi di energia economici, affidabili, sostenibili e moderni.

**GOAL 8:****LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA**

Incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti.

**GOAL 9:****IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE**

Costruire una infrastruttura resiliente e promuovere l'innovazione ed una industrializzazione equa, responsabile e sostenibile.

**GOAL 12:****CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI**

Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo.

**GOAL 17:****PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI**

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

Glossario

Agenda 2030

Programma sottoscritto nel 2015 dai Paesi membri dell'ONU, delinea 17 obiettivi per lo sviluppo sostenibile (*Sustainable Development Goals* o *SDGs*) a livello economico, ambientale e sociale.

Analisi di doppia materialità

Processo che valuta sia l'impatto che hanno le attività dell'azienda sull'ambiente e sulla società (materialità d'impatto), sia come i fattori ambientali e sociali influenzano la performance finanziaria dell'azienda (materialità finanziaria).

Asset tangibili

Beni fisici come edifici, macchinari e terreni di proprietà e ad uso dell'azienda.

Asset intangibili

Risorse non fisiche, come marchi, brevetti, know-how, capitale umano, reputazione e relazioni con gli Stakeholder, che generano valore economico e competitivo per l'azienda.

Audit

Valutazione sistematica, indipendente e documentata per determinare se i requisiti specificati sono stati soddisfatti, basandosi su prove oggettive.

Business Unit

Unità organizzativa autonoma all'interno di un gruppo, che gestisce un'attività specifica, come una linea di prodotti, un marchio o una regione, con una propria strategia e obiettivi di profitto permettendo una gestione più focalizzata e misurabile.

Carbon footprint

Misura della quantità di emissioni di gas a effetto serra che viene rilasciata nell'ambiente, espressa in tonnellate di CO₂ equivalente. È l'elemento chiave per valutare il contributo che le attività umane hanno sul cambiamento climatico e comprende la quantità di emissioni di gas climalteranti, generate in modo diretto e indiretto dalle attività svolte.

Classi di capitale

Categorizzazione delle diverse forme di capitale che un'impresa o un'economia può possedere. Ogni classe di capitale ha caratteristiche specifiche e contribuisce in modo diverso alla produzione e alla crescita economica.

CSRD

(Corporate Sustainability Reporting Directive)

La Direttiva CSRD (2022) introduce obblighi di rendicontazione di sostenibilità per le imprese nell'Unione Europea, con applicazione graduale a partire dal 2024 in base alla dimensione aziendale e alla natura dell'attività svolta. Gli obiettivi della direttiva sono molteplici: migliorare trasparenza e qualità delle informazioni ESG, favorire la transizione verde, facilitare l'accesso alle informazioni per investitori e Stakeholder, favorire l'integrazione della sostenibilità nella strategia aziendale, creare un linguaggio comune sulla sostenibilità grazie all'utilizzo degli standard ESRS.

EFRAG***(European Financial Reporting Advisory Group)***

Organismo privato e senza scopo di lucro che sviluppa standard di rendicontazione per l'Unione Europea sia per gli aspetti finanziari che per la sostenibilità. Fornisce consulenza tecnica alla Commissione Europea per l'adozione di standard contabili (IFRS) e di sostenibilità (ESRS), garantendo coerenza e qualità.

ESRS***(European Sustainability Reporting Standards)***

Standard europei per la rendicontazione di sostenibilità, introdotti nell'ambito della CSRD. Attraverso un sistema comune di classificazione e misurazione, garantiranno comparabilità e affidabilità delle informazioni.

GHG***(Greenhouse Gases)***

Gas a effetto serra, anche chiamati gas climalteranti per la loro capacità di influenzare il clima; uno dei principali è l'anidride carbonica (CO₂).

GRI***(Global Reporting Initiative)***

Organizzazione internazionale indipendente che ha sviluppato gli standard di riferimento per la rendicontazione di sostenibilità a livello internazionale (GRI standards); il sistema di indicatori previsto permette di rendicontare le proprie performance in modo trasparente e comparabile.

KPI***(Key Performance Indicator)***

Indicatore chiave di prestazione, ovvero una misura quantitativa utilizzata per valutare il grado di raggiungimento di specifici obiettivi di un'organizzazione, un processo o un progetto.

IIRC***(International Integrated Reporting Council)***

Ente globale composto aziende, investitori, policy-maker, professionisti nell'ambito della contabilità e società civile. La convinzione dei componenti è che il pensare integrato sia parte delle principali pratiche aziendali dei settori pubblico e privato, e sia agevolato dall'avere il reporting integrato come normale prassi di reporting aziendale.

ESG***(Environmental, Social, Governance)***

ESG sta per Environmental (ambiente), Social (società) e Governance, ovvero i tre pilastri della sostenibilità: i tre fattori fondamentali per verificare, misurare e sostenere l'impegno in termini di sostenibilità di una impresa o di una organizzazione.

Modello di***creazione del valore***

Strumento che permette di capire come un'azienda, attraverso la propria attività e le proprie risorse, crea valore per i propri Stakeholder.

Stakeholder

Per Stakeholder si intende qualsiasi individuo, gruppo o organizzazione che detenga un interesse, diretto o indiretto, nelle attività, nelle decisioni o nei risultati di un'organizzazione e che sia in grado di esercitare un'influenza su di essi o di subirne gli effetti.

Valore distribuito

Valore economico generato e distribuito da un'azienda ai propri Stakeholder.

Valore generato

Somma dei ricavi di tutte le gestioni dell'impresa, da quella caratteristica a quella accessoria, straordinaria, finanziaria.

Whistleblowing

È il processo attraverso il quale un dipendente o una terza parte (come fornitori o consulenti) segnala condotte illecite di cui è venuto a conoscenza durante lo svolgimento delle proprie attività.

Tabella correlazione GRI

Informativa GRI	Denominazione informativa GRI	Pagine
GRI 2-1	Dettagli sull'organizzazione	9-15; 19; 20; 41-45
GRI 2-2	Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	23
GRI 2-3	Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	23
GRI 2-4	Restatement delle informazioni	23
GRI 2-5	Assurance esterna	23
GRI 2-6	Attività, catena del valore e altri rapporti di business	17-20; 26-29; 31
GRI 2-7	Dipendenti	29; 41-45
GRI 2-8	Lavoratori non dipendenti	41-45
GRI 2-9	Struttura e composizione della governance	13
GRI 2-22	Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	7; 24; 25
GRI 2-23	Impegni assunti tramite policy	24-29; 43-44; 47
GRI 2-24	Integrazione degli impegni in termini di policy	29; 43-44; 47
GRI 2-25	Processi volti a rimediare agli impatti negativi	29
GRI 2-26	Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare criticità	13; 29
GRI 2-27	Conformità a leggi e regolamenti	35-36; 47
GRI 2-29	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	21; 24-25; 29; 47
GRI 3-1	Processo per determinare i temi materiali	21; 24-25
GRI 3-2	Elenco di temi materiali	24-26; 29
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	24-25; 35-39; 41-47
GRI 201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	31-33
GRI 201-4	Assistenza finanziaria ricevuta dal governo	31-33
GRI 204-1	Proporzione di spesa verso fornitori locali	20
GRI 301-1	Materiali utilizzati per peso o volume	29; 39
GRI 302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	38
GRI 302-3	Intensità energetica	38
GRI 302-4	Riduzione del consumo di energia	29; 38
GRI 303-1	Interazioni con l'acqua come risorsa condivisa	38
GRI 303-2	Gestione degli impatti correlati allo scarico di acqua	38

Informativa GRI	Denominazione informativa GRI	Pagine
GRI 303-3	Prelievo idrico	38
GRI 303-4	Scarico di acqua	38
GRI 303-5	Consumo di acqua	38
GRI 305-1	Emissioni dirette di GHG (<i>Scope 1</i>)	29; 37
GRI 305-2	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (<i>Scope 2</i>)	29; 37
GRI 305-3	Altre emissioni indirette di GHG (<i>Scope 3</i>)	29; 37
GRI 305-4	Intensità delle emissioni di GHG	37
GRI 305-5	Riduzione delle emissioni di GHG	37
GRI 306-1	Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti	39
GRI 306-2	Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	39
GRI 306-3	Rifiuti prodotti	29; 39
GRI 306-4	Rifiuti non destinati a smaltimento	29; 39
GRI 306-5	Rifiuti destinati allo smaltimento	39
GRI 401-1	Nuove assunzioni e turnover	43-45; 47
GRI 401-2	Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno, ma non per i dipendenti part-time o con contratto a tempo determinato	43-45; 47
GRI 403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	46
GRI 403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	46
GRI 403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	46
GRI 403-6	Promozione della salute dei lavoratori	46
GRI 403-9	Infortuni sul lavoro	29; 46
GRI 403-10	Malattie professionali	46
GRI 404-1	Ore medie di formazione annua per dipendente	46
GRI 405-1	Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	41-45
GRI 413-1	Operazioni con il coinvolgimento della comunità locale, valutazioni impatti e programmi di sviluppo	47
GRI 414-1	Nuovi fornitori che sono stati sottoposti a valutazione attraverso l'utilizzo di criteri sociali	20

PROJECT & LAYOUT

Pratic

CONSULTING

FINPRO ESG Società Benefit Srl

GRAPHIC DESIGN

Designwork

PHOTO

Fernando Guerra **P. 6**

Flavio Graffi **PP. 11, 16, 22, 30**

Giovanni De Sandre **P. 34**

Javier Callejas **P. 8**

Tassotto&Max **P. 40**

pratic

A StellaGroup Company

Pratic S.p.A. a socio unico

Via A.Tonutti 80/90

33034 Fagagna (UD), Italy

+39 0432 638311

pratic@pratic.it

pratic.it

© Tutti i diritti riservati

Tutti i contenuti di questo catalogo, compresi testi, marchi, immagini, grafica, la loro disposizione e i loro adattamenti sono di proprietà di Pratic S.p.A. a socio unico e sono protetti da copyright. È vietata la copia e la riproduzione dei contenuti in qualsiasi forma se non autorizzata espressamente da Pratic S.p.A. a socio unico.

Le informazioni contenute nel presente catalogo potranno subire delle variazioni a fronte della messa a punto dei prodotti.