

# RELAZIONE D'IMPATTO

**CETOS**  
SISTEMA VINCENTE



**2024**



Esercizio sociale 2024  
Redatta ai sensi dell'art. 1 c. 382 L. 208/2015 e succ.

Sede: via Enrico Fermi, 5, Maser (TV)  
Capitale sociale: € 64.000,00 sottoscritto e interamente versato  
Cod. Fiscale e n. iscr. Registro Imprese: 04031020268  
Nr. R.E.A.: TV - 317146



## Sommario

### **00**

LETTERA DELLA DIREZIONE .....	7
NOTA METODOLOGICA.....	8

### **01**

CHI SIAMO .....	10
Mission: perché esistiamo? .....	12
Vision: cosa vogliamo diventare? .....	13
Sistema vincente.....	15
Certificazioni.....	17

### **02**

B-CORP E SOCIETÀ BENEFIT.....	18
-------------------------------	----

### **03**

GOVERNANCE .....	22
Customer Relationship Management (CRM) .....	26

### **04**

INDIVIDUAZIONE DELLE FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE E OBIETTIVI DI SOSTENIBILITÀ .....	30
L'analisi di materialità .....	33
La matrice di materialità di Cetos .....	40

### **05**

LE FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE DI CETOS.....	42
Sviluppare prodotti innovativi e sicuri.....	45
Gestione sostenibile e resiliente della catena del valore .....	48
Creare un luogo di lavoro che faccia crescere e valorizzi le persone .....	50
Adottare e mantenere un uso responsabile delle risorse.....	52

### **06**

B-IMPACT ASSESSMENT (BIA).....	54
--------------------------------	----

### **07**

PROSSIMI PASSI .....	58
----------------------	----

# 00



## Lettera della Direzione

*È con grande entusiasmo che abbiamo iniziato il nostro viaggio verso la sostenibilità.*

*La nostra azienda, anche se pur di piccole dimensioni, ha nell'anima dei grandi valori che vanno oltre alla crescita economica. Il rispetto per l'ambiente e l'attenzione per le persone sono la base per percorrere a piccoli passi un lungo cammino che ci farà aggiungere grandi obiettivi.*

*Essere Società Benefit è un cambiamento voluto e raggiunto grazie anche all'aiuto di tutti i nostri collaboratori che, con impegno e passione, hanno sposato le nostre idee, si sono messi in viaggio con noi e, insieme, abbiamo l'opportunità di creare un futuro migliore per le prossime generazioni.*

*La nostra scelta verso un impatto positivo ci dà gli stimoli per andare incontro al futuro con grande responsabilità cogliendo questa straordinaria occasione di crescita.*

*Il nostro impegno sarà presente e costante per il benessere sia verso le persone sia verso l'ambiente.*

*Un ringraziamento a tutti gli stakeholder per il continuo sostegno e fiducia in Cetos Srl Società Benefit.*



Monica Cecchin

## Nota metodologica

Questa è la **prima relazione d'impatto** di **CETOS SRL SOCIETÀ BENEFIT** (di seguito "Cetos") e fa riferimento al periodo che va dal 01/01/2023 al 31/12/2024; la seguente relazione di impatto è stata redatta ai sensi della Legge italiana 28-12-2015 n. 208, Commi 376-384, che richiede alle Società Benefit di rendicontare e pianificare l'impatto generato, rispetto alle finalità specifiche di beneficio comune inserite nello Statuto.

In questo documento vengono rendicontate le attività portate avanti durante l'ultimo anno dall'azienda e vengono delineati gli obiettivi per il 2025. I valori cardine che sostengono la relazione d'impatto di Cetos sono la **trasparenza**, la **fiducia** e la **interdipendenza dei dati presentati**, in quanto espressione di una visione strategica omnicomprensiva che ha al suo centro la sostenibilità sociale, economica e dei processi. Per ciascuna finalità di beneficio comune sono descritte le iniziative, le attività e i progetti svolti; gli impatti vengono misurati **attraverso il BIA (B Impact Assessment)**. Questo strumento, rigoroso e utilizzato globalmente, è stato sviluppato da B Lab, network no profit promotore di un approccio rigenerativo al business. Le aree analizzate dal questionario sono governance, lavoratori, comunità, ambiente, clienti e trasparenza assegnando ad ognuna di esse un punteggio che permette di evidenziare le forze e le debolezze dell'organizzazione rispetto al settore di riferimento e al Paese all'interno del quale opera.

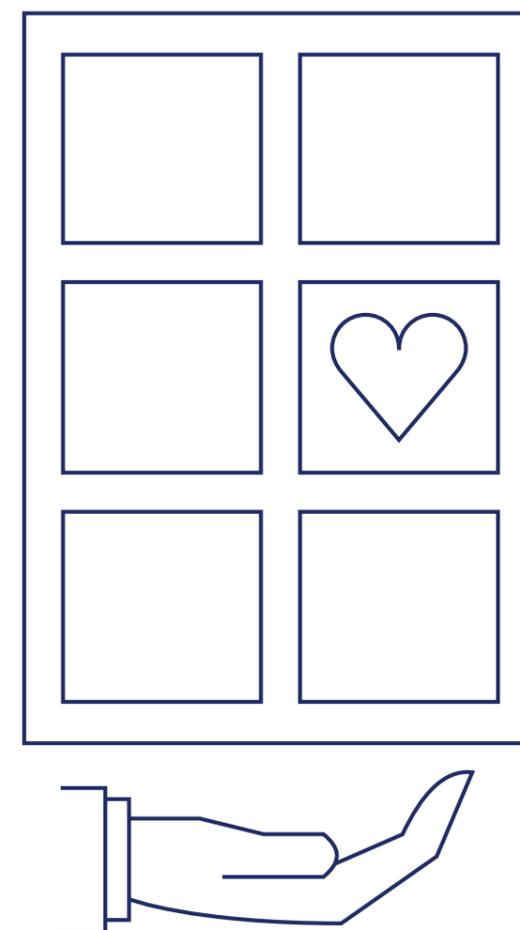


La struttura del report si configura con una descrizione delle **finalità di beneficio comune** e con l'illustrazione delle **principali attività svolte nell'anno 2023**. Le finalità di beneficio comune rappresentano la direzione scelta dall'azienda per creare valore condiviso in senso ampio e sul lungo periodo; i temi materiali concretizzano le finalità di beneficio comune, mettendo a terra questo impegno e rendendolo misurabile mediante degli indicatori. Per la metodologia utilizzata per l'individuazione dei temi materiali, fare riferimento al sottocapitolo "L'analisi di materialità". Per la rendicontazione puntuale delle attività svolte e gli obiettivi dell'anno 2024 si rimanda invece ai capitoli relativi ai temi materiali dell'azienda.

# 01

## CHI SIAMO

*“Cetos è un’azienda di serramenti  
che non produce serramenti”*



# 01. CHI SIAMO

*“Cetos è un’azienda di serramenti che non produce serramenti”.*

Dal 1970 Cetos rappresenta **un’eccellenza italiana** nella produzione di **serramenti in alluminio**. La nostra azienda a conduzione familiare, con oltre cinquant’anni di esperienza, ha creduto ed investito nell’alluminio sin dagli inizi, distinguendosi per l’attenzione ai dettagli, la qualità artigianale e l’innovazione tecnologica. Siamo specializzati in serramenti a profilo ultrasottile e soluzioni motorizzate di grandi dimensioni, ideali per chi cerca un design moderno senza rinunciare a sicurezza ed efficienza. Ogni nostro progetto nasce dall’esperienza e dalla passione che ci accompagna da sempre.

Il lavoro di Cetos è **dare luce alle abitazioni** dei clienti, corpo ai loro sogni, sicurezza ai loro affetti, comfort ai piccoli gesti di tutti i giorni. È contribuire a trasformare i progetti architettonici in luoghi pieni di vita. I serramenti dell’azienda sono bellissimi, perché creano ambienti bellissimi.

Cetos lavora da decenni per curare ogni dettaglio, ogni finitura, in tanti materiali, ponendo al centro il servizio al cliente.

Cetos è diventata **società benefit** il 24/10/2024 con la volontà di formalizzare il proprio impegno nei confronti del territorio, il sostegno che da sempre viene dato alla comunità e il desiderio di sviluppare una progettualità che rappresenti la vicinanza ai propri portatori d’interesse.

## MISSION: PERCHÉ ESISTIAMO?

La missione di Cetos è offrire soluzioni di **serramenti innovative** e **sostenibili** attraverso un approccio olistico che abbraccia l’intero ciclo di vita del prodotto e dell’esperienza cliente. Ci impegniamo a:

- 1.** Sviluppare e fornire prodotti che migliorano tangibilmente **la qualità della vita** delle persone, promuovendo l’efficienza energetica e rispettando l’ambiente.
- 2.** **Perfezionare costantemente** il nostro ‘Sistema Vincente’, puntando non all’aumento del fatturato come obiettivo primario, ma al miglioramento continuo implementando tecnologie avanzate come il nostro CRM per potenziare l’esperienza sia dei clienti

esterni che dei nostri collaboratori interni, supportandoli nel raggiungimento dei loro obiettivi, assicurando che nessun dettaglio venga trascurato.

- 3.** Promuovere una cultura aziendale che valorizza **l’innovazione, la sostenibilità e il benessere**, sfidandoci continuamente a superare le nostre stesse aspettative.
- 4.** Contribuire positivamente alla società e all’ambiente, rifiutando la logica della crescita a tutti i costi in favore di uno **sviluppo sostenibile e responsabile**.
- 5.** Offrire **un’esperienza cliente completa e soddisfacente**, dalla consulenza iniziale all’assistenza post-vendita, garantendo che ogni interazione rifletta i nostri valori e la nostra visione olistica.
- 6.** Mantenere **un approccio critico e riflessivo** sul nostro operato, analizzando costantemente ogni aspetto del nostro ‘Sistema Vincente’ per identificare aree di miglioramento e innovazione.

Attraverso questa missione, miriamo a creare un impatto positivo duraturo, dimostrando che è possibile bilanciare successo aziendale, responsabilità sociale e sostenibilità ambientale in un modello di business che pone al centro il benessere delle persone e del pianeta.

## VISION: COSA VOGLIAMO DIVENTARE?

In Cetos, aspiriamo a ridefinire il concetto di eccellenza nel settore dei serramenti attraverso una **visione olistica** che va oltre il prodotto. Immaginiamo un futuro in cui ogni edificio non solo beneficia di serramenti che ottimizzano comfort, efficienza energetica e bellezza, ma sia parte di un ecosistema più ampio che promuove il benessere delle persone e la salute del pianeta.

Crediamo che il vero benessere si ottenga solo attraverso un cambio di paradigma: il fatturato deve essere visto come una conseguenza naturale di un impegno costante verso **il miglioramento qualitativo**, e non come un obiettivo fine a se stesso.

È il motivo per cui non ci accontentiamo di inseguire la logica del dover aumentare il fatturato anno dopo anno promossa dal sistema economico tradizionale, che spesso porta a bolle speculative e crisi economiche ma puntiamo a una crescita qualitativa che stupisce prima di tutto noi stessi.

Crediamo fermamente che la vera qualità risieda nei **dettagli**, e ci impegniamo a non perdere mai di vista questa prospettiva in ogni aspetto della nostra operatività.

La nostra visione è di un **'Sistema Vincente'** che integri perfettamente innovazione tecnologica, sostenibilità ambientale, responsabilità sociale e soddisfazione del cliente e dei collaboratori, creando un impatto positivo duraturo sulla società. In questo sistema, ogni dettaglio, per quanto piccolo possa sembrare, è considerato cruciale nella nostra aspirazione a raggiungere l'eccellenza complessiva.



## SISTEMA VINCENTE

Cetos ha capito da tempo che trattare prodotti di alta qualità non è più sufficiente.

L'esperienza accumulata nel tempo ha permesso all'azienda di creare un sistema di lavoro affidabile da mettere al servizio del cliente per **creare cultura di prodotto** e capire cosa porta un progetto alla soluzione migliore. Infatti, non sono i prodotti che fanno la differenza ma è il sistema di lavoro. Cetos si è impegnata a sviluppare il proprio SISTEMA VINCENTE che permette un approccio quasi olistico, per avere una visione globale e poter **"prima"** raggiungere l'obiettivo della **soddisfazione dei bisogni del cliente** e solo "successivamente come conseguenza" il fatturato e la marginalità aziendale, quale "premio" di un lavoro ed un impegno espresso verso il cliente.

Il SISTEMA VINCENTE di Cetos include una serie di passaggi e processi progettati per garantire la massima qualità del prodotto e del servizio, basati e sviluppati sull'esperienza acquisita in molti anni sul mercato. Secondo questo sistema, la gestione dei processi assume un ruolo equiparabile se non maggiore rispetto al prodotto in sé; la chiave della buona riuscita del progetto è quella di far sì che processi e prodotti lavorino armoniosamente insieme. Si tratta di un approccio che richiede di **guardare oltre la produzione e la vendita** dei singoli prodotti e di considerare l'intera esperienza del cliente, nonché l'impatto del lavoro di Cetos su varie tematiche come l'aspetto estetico finale, l'efficienza energetica degli edifici, la sostenibilità ambientale facendo sì che tutte coesistano in modo armonioso e non sbilanciato. Questo si traduce in una visione che privilegia la soddisfazione dei bisogni del cliente come obiettivo primario, in un processo di miglioramento continuo.

Questo tipo di approccio genera delle esternalità positive fondamentali per il successo di lungo periodo dell'azienda: fiducia, reputazione, lealtà del cliente e solo come conseguenza il profitto.

I processi che compongono il Sistema Vincente di Cetos e che portano alla soddisfazione del cliente finale sono:

### 1. **comprensione delle esigenze del cliente:**

l'approccio inizia con la comprensione delle esigenze specifiche del cliente/progettista, che possono includere considerazioni estetiche, di sicurezza, di isolamento termico e acustico, di risparmio energetico;

## 2. show-room Cetos:

uno showroom di 650 mq dove si possono vedere e toccare con mano la bellezza e l'armonia dei migliori prodotti dell'azienda integrati fra loro;

## 3. consulenza personalizzata:

ogni soluzione proposta è personalizzata ed ottimizzata per il cliente, piuttosto che essere un prodotto standard. Inoltre, l'azienda segue il cliente/progettista in tutte le fasi di gestione del progetto;

## 4. progettazione interna:

è una fase molto importante perché determina a priori la qualità delle finiture del lavoro finale. Cetos collabora con molti professionisti affinché insieme si possa tradurre in realtà i loro progetti;

## 5. referenze:

con le foto dei lavori dell'azienda si riesce a far comprendere come le soluzioni tecniche studiate in fase progettuale si sono trasformate in realtà;

## 6. integrazione armoniosa dei prodotti:

basandosi sulle esigenze del cliente/professionista, Cetos riesce a integrare armoniosamente serramenti, tende, zanzariere, tapparelle e frangisole con il progetto o con l'architettura esistente;

## 7. produzione interna:

Cetos si è specializzata nella produzione di serramenti in alluminio con profili ultrasottili e a scomparsa, utilizzando materiali durevoli e sostenibili. Questi serramenti contribuiscono al benessere delle persone perché consentono l'ingresso della luce naturale, un elevato isolamento termico ed acustico, elevata sicurezza antieffrazione, durata nel tempo e manutenzione minima;

## 8. collaborazione con aziende di qualità:

Cetos collabora con le migliori aziende a livello italiano ed internazionale, commercializzando prodotti selezionati all'avanguardia e di design, che utilizzano materiali durevoli e sostenibili;

## 9. posa in opera professionale:

Cetos offre un servizio di installazione realizzata da personale interno, esperto "PosaClima", garantendo che i prodotti siano installati correttamente e che funzionino come previsto rispettando l'armonia e i dettagli studiati nella fase progettuale;

## 10. servizio post-vendita:

l'azienda fornisce un servizio post-vendita per garantire che i clienti siano soddisfatti dei prodotti e aiutandoli a risolvere eventuali problemi che potrebbero sorgere;

## 11. sostenibilità:

Cetos riduce l'impatto ambientale dei propri prodotti e processi, ad esempio cercando di utilizzare sempre più materiali riciclabili, ottimizzando e migliorando i propri processi ed ottimizzando l'efficienza energetica dei serramenti.

L'attenzione ai dettagli, l'**esperienza** acquisita in **oltre 50 anni** e la continua aspirazione al miglioramento sono tutte qualità che contribuiscono a rendere Cetos unica.

Il SISTEMA VINCENTE Cetos offre ai clienti/professionisti la sicurezza di lavorare con un'azienda che si preoccupa profondamente della loro soddisfazione e si impegna a **fornire le soluzioni** migliori e più sostenibili.

## CERTIFICAZIONI

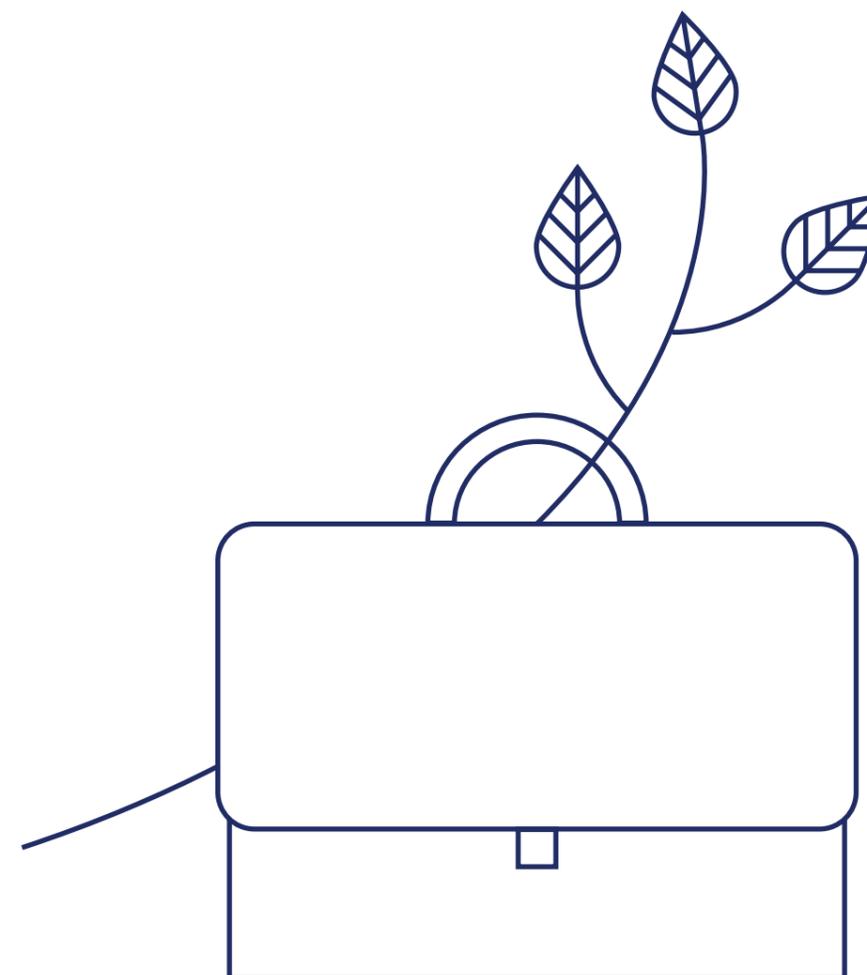
Cetos possiede da oltre vent'anni **un sistema di gestione certificato ISO 9001** ed è stata valutata con un punteggio di 1++ per il rating di legalità.



# 02

## B-CORP E SOCIETÀ BENEFIT

*“il Business come forza positiva per  
creare beneficio”*



## 02. B-CORP E SOCIETÀ BENEFIT

Le società benefit nascono a seguito della diffusione delle **BCorp® certificate**, ovvero un movimento globale di imprese che a partire dal 2006 ha promosso un'evoluzione del concetto stesso di azienda, incentivando una trasformazione positiva dei modelli dominanti di impresa a scopo di lucro. La disciplina italiana sulle società benefit (equivalente alla forma giuridica delle Benefit Corporation in USA) è contenuta nella Legge di stabilità del 2016, art. 1 commi da 376 a 384 (Legge n. 208 del 28/12/2015) ed è entrata in vigore a partire dal 1° gennaio 2016.

Le società benefit sono società tradizionali che tuttavia si distinguono perché perseguono nell'esercizio dell'attività d'impresa, oltre allo scopo di lucro, anche una o più finalità di beneficio comune, ovvero si impegnano per creare **un impatto positivo** su persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni e altri portatori di interesse. Le società benefit perseguono tali finalità in modo responsabile, sostenibile e trasparente e senza godere di incentivi di tipo economico o fiscale.

La gestione delle società benefit richiede il bilanciamento tra l'interesse dei soci e l'interesse della collettività e **un alto grado di trasparenza** nei confronti di tutti gli stakeholder. Per questo motivo le SB sono tenute a comunicare annualmente e a riportare in maniera trasparente e completa, secondo standard di terze parti, le azioni svolte, i risultati conseguiti, i piani e gli impegni futuri.

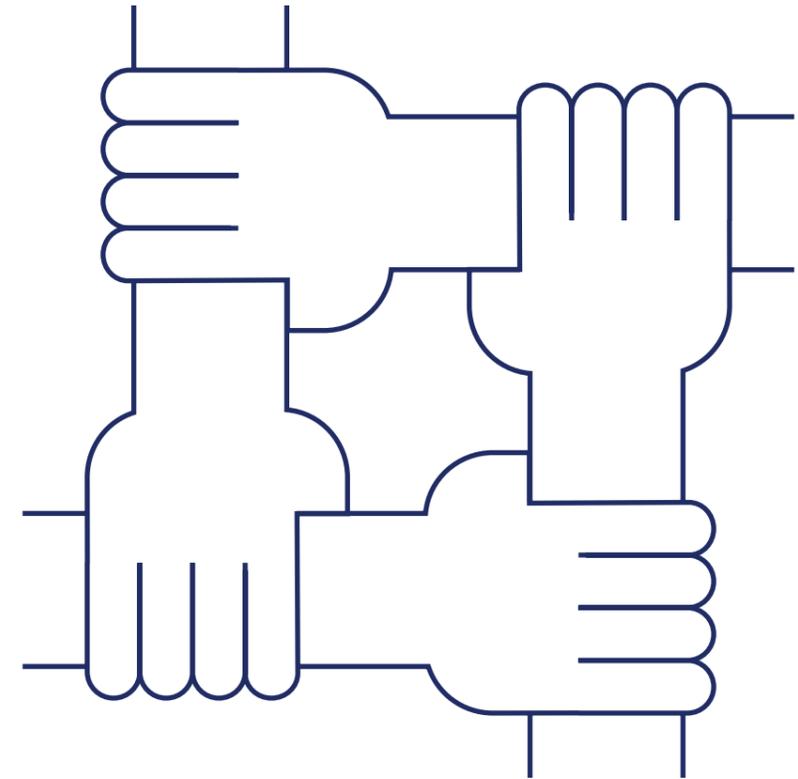
La scelta di costituirsi come Società Benefit è stata quindi una scelta nata al fine di condividere la visione di **un'economia globale** che usa il Business come forza positiva per creare beneficio per tutti i portatori di interessi, non solo per gli stakeholder.



# 03

## GOVERNANCE

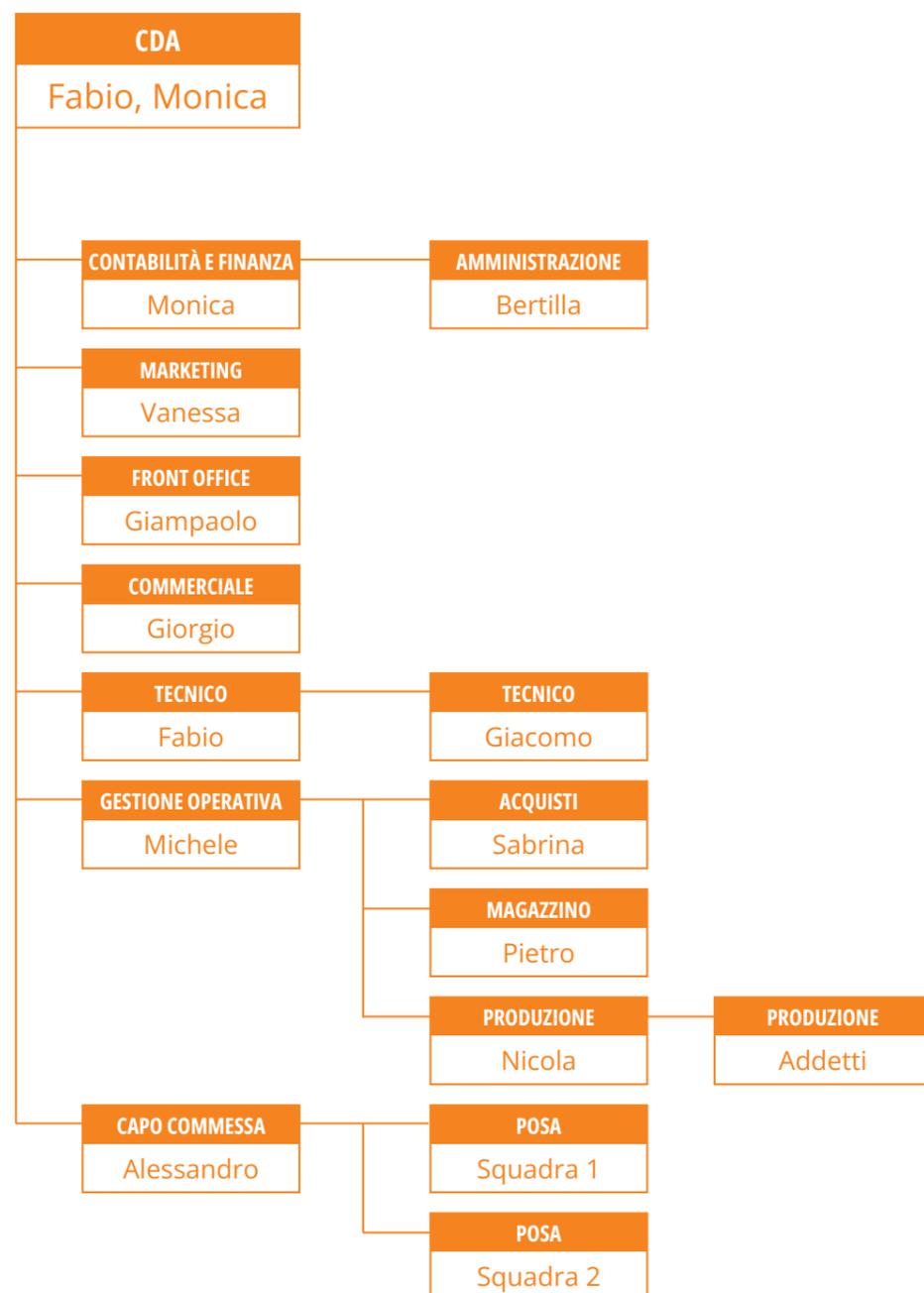
*“onestà, integrità, correttezza e buona fede”*



# 03. GOVERNANCE

La Società è amministrata tramite **Consiglio di Amministrazione**, organo governato secondo lo statuto e che delibera in adunanza collegiale. Attualmente il **CdA** è composto da due membri:

**Monica Cecchin e Fabio Cecchin**; l'organo è quindi equamente rappresentativo di entrambi i generi.



## Composizione CDA

Composizione CDA	Genere	Ruolo	Fascia d'età	Data nomina
Fabio Cecchin	M	Amministratore Delegato	50-60	01/02/2016
Monica Cecchin	F	Amministratrice	50-60	11/01/2006

Coerentemente con i requisiti normativi, l'impresa si è dotata di una **responsabile d'impatto, Monica Cecchin**, che è responsabile della definizione delle strategie del piano di gestione del beneficio comune, del monitoraggio e rendicontazione della sua implementazione, nonché della definizione degli obiettivi annuali in coerenza con le finalità del beneficio comune espresse nello statuto, e della redazione della relazione d'impatto.

Il **totale** dei dipendenti dell'azienda è di **16 al 31/12/2024**.

Per quanto riguarda l'anno 2024, il turnover negativo degli uomini è stato del 35% (con un tasso di compensazione del turnover del 60%), quello delle donne dello 0%. Di seguito la tabella, suddivise per genere, relative ad **assunzioni e cessazioni**:

	Dipendenti al 01/01/2024	ASSUNZIONI	CESSAZIONI	Dipendenti al 31/12/2024
<b>Donne</b>	4	0	0	4
<b>Uomini</b>	14	3	5	12

L'azienda offre un **piano di welfare** per i dipendenti che può essere modulato secondo le necessità di ciascuno. Esso include la possibilità di ricevere sostegno economico per i servizi essenziali per la prima infanzia, per la mobilità sostenibile, ma anche per iniziative legate al benessere fisico delle persone.

L'azienda svolge le proprie attività **nell'osservanza della legge**, in un quadro di concorrenza leale, con onestà, integrità, correttezza e buona fede, nel rispetto degli interessi legittimi dei clienti, dei dipendenti, dei collaboratori, dei partner commerciali e finanziari e delle collettività in cui la società è presente con le proprie attività. Tuttavia, Cetos non possiede attualmente un Codice Etico ma si impegna a redigerlo come da piano di miglioramento nel corso del prossimo biennio.

## CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)

Cetos, a cavallo del biennio 2023-2024, ha lavorato all'introduzione di un nuovo **Customer Relationship Management** (più comunemente, CRM) che avrà innumerevoli benefici organizzativi interni ed esterni; l'azienda ha scelto di adottare **Salesforce**.

Un CRM consente di gestire e **migliorare le relazioni con i clienti**, uno degli aspetti chiave di un'azienda che mira a creare un impatto positivo; l'azienda potrà comprendere meglio i bisogni dei clienti e a rispondere loro in modo più efficace, in linea con la missione di creare un "Sistema Vincente".

Inoltre, Salesforce ha una forte reputazione per la responsabilità sociale d'impresa, inclusa la creazione di **Salesforce.org**, un'entità non-profit dedicata all'educazione e al servizio alla comunità. L'utilizzo di un CRM con un impegno simile per l'impatto positivo può rafforzare la reputazione di Cetos come Società Benefit. Quindi, l'adozione di Salesforce non solo migliora la capacità di servire i clienti, ma mostra anche l'impegno per l'uso di strumenti e risorse che rispecchiano i valori di una Società Benefit.

### *un'ampia gamma di funzionalità*

---

Salesforce è una piattaforma di Customer Relationship Management (CRM) che aiuta le aziende a **gestire e analizzare** le loro **interazioni con i clienti**. Ha un'ampia gamma di funzionalità che possono aiutare un'azienda a migliorare i suoi rapporti con i clienti, il servizio clienti, le vendite, il marketing e molto altro ancora.

#### **1. Gestione dei clienti e delle vendite:**

Salesforce consente di tracciare le informazioni dei clienti e le interazioni con loro in un unico luogo. Questo aiuta a fornire un servizio clienti più personalizzato e mirato. Si può vedere l'intero ciclo di vita di un cliente, da quando diventa un lead fino a quando effettua un acquisto e oltre.

#### **2. Automazione del marketing:**

Salesforce ha strumenti che permettono di creare e gestire campagne di marketing efficaci. Si può segmentare il pubblico, personalizzare i messaggi, monitorare l'efficacia delle campagne e molto altro.

#### **3. Servizio clienti e supporto:**

Salesforce ha strumenti di supporto che permettono di rispondere rapidamente alle richieste dei clienti. Si possono gestire i ticket di

supporto, monitorare i problemi e assicurarti che i clienti ricevano l'aiuto di cui hanno bisogno.

#### **4. Analytics:**

Salesforce offre potenti strumenti di analisi dei dati che permettono di ottenere informazioni preziose sui clienti e sulle attività di vendita e marketing. Questo può aiutare a prendere decisioni più informate e a migliorare le strategie aziendali.

### *sostenere gli sforzi dell'azienda*

---

Nel contesto di una Società Benefit, Salesforce può sostenere gli **sforzi** dell'azienda in diversi modi:

#### **1. Supporto alla comunità:**

Salesforce ha una forte cultura di responsabilità sociale. Attraverso Salesforce.org, l'azienda offre prodotti a organizzazioni non profit a prezzi ridotti o gratuiti, contribuendo così a sostenere le loro missioni.

#### **2. Sostenibilità:**

Salesforce si impegna attivamente per la sostenibilità. L'azienda ha l'obiettivo di raggiungere l'energia 100% rinnovabile per le sue operazioni globali.

#### **3. Diversità e inclusione:**

Salesforce si impegna per la diversità e l'inclusione sul posto di lavoro. L'azienda ha programmi per promuovere l'uguaglianza di genere, la diversità etnica, e molto altro.

### *migliorare l'ambiente di lavoro*

---

Utilizzando Salesforce, non solo verranno migliorate le operazioni aziendali, ma Cetos sosterrà anche un'azienda che condivide gli stessi valori di **responsabilità sociale e ambientale**. Salesforce contribuisce a migliorare l'ambiente di lavoro in vari modi:

#### **1. Efficienza:**

Salesforce consente di automatizzare molti processi di lavoro, riducendo così il tempo necessario per svolgere compiti ripetitivi e permettendo ai dipendenti di concentrarsi su compiti più strategici e gratificanti.

#### **2. Collaborazione:**

con strumenti come Chatter, Salesforce offre un luogo centralizzato dove i dipendenti possono collaborare, condividere idee e informazioni, e lavorare insieme su progetti.

### 3. Formazione e sviluppo:

Salesforce offre una vasta gamma di risorse formative attraverso la sua piattaforma Trailhead. Questo può aiutare i dipendenti a sviluppare nuove competenze e a progredire nella loro carriera.

### 4. Soddisfazione del cliente:

utilizzando Salesforce, le aziende possono migliorare la loro interazione e servizio al cliente. Questo può portare a clienti più soddisfatti, che a sua volta può aumentare la soddisfazione dei dipendenti.

### 5. Analisi e reportistica:

Salesforce fornisce strumenti di analisi e reportistica che aiutano i dipendenti a comprendere meglio le prestazioni dell'azienda e a prendere decisioni più informate.

Tuttavia, come per qualsiasi strumento o software, l'impatto di Salesforce sul posto di lavoro dipenderà da come viene implementato e utilizzato. Una **formazione adeguata** e un'implementazione ben pianificata sono essenziali per garantire che Salesforce sia un beneficio per i dipendenti e non un onere.

#### supportare il percorso di trasformazione in una società Benefit

Salesforce può essere utilizzato per supportare diversi aspetti del **percorso di trasformazione** in una Società Benefit, compresa la gestione dei rapporti con gli stakeholder, la raccolta e l'analisi dei dati, e il monitoraggio dei progressi verso gli obiettivi di sostenibilità. Ecco alcuni modi specifici in cui Salesforce potrebbe essere utilizzato in questo contesto:

### 1. Gestione delle Relazioni con gli Stakeholder (CRM):

Salesforce è, prima di tutto, una piattaforma CRM. Si può utilizzare per tracciare e gestire i rapporti con tutti gli stakeholder - dai clienti ai fornitori, dai dipendenti ai partner comunitari. Questo può aiutare a comunicare efficacemente le iniziative di benefit e a coinvolgere attivamente questi gruppi nel percorso di sostenibilità dell'azienda.

### 2. Raccolta e Analisi dei Dati:

Salesforce dispone di potenti strumenti di raccolta e analisi dei dati che possono essere utilizzati per tracciare una serie di metriche correlate alla sostenibilità. Ad esempio, potresti tracciare l'uso dell'energia, le emissioni di carbonio, i tassi di riciclo, o altre metriche ambientali. Si possono anche tracciare metriche sociali come la soddisfazione dei dipendenti, il coinvolgimento della comunità, o l'impatto dei prodotti sulla salute e il benessere dei clienti.

### 3. Monitoraggio e Reporting:

Salesforce può essere utilizzato per creare report personalizzati e dashboard che mostrano in tempo reale i progressi dell'azienda verso gli obiettivi di sostenibilità. Questo può aiutare a mantenere l'organizzazione focalizzata su questi obiettivi e a rendere trasparenti i progressi verso di essi.

### 4. Automazione e Efficienza:

Salesforce può aiutare a automatizzare molti processi aziendali, riducendo così il tempo e le risorse necessarie per queste attività. Questo può liberare risorse da dedicare alle iniziative di benefit.

### 5. Coinvolgimento dei Dipendenti:

attraverso la piattaforma Salesforce, si possono creare portali e piattaforme per coinvolgere i dipendenti nelle iniziative di benefit.

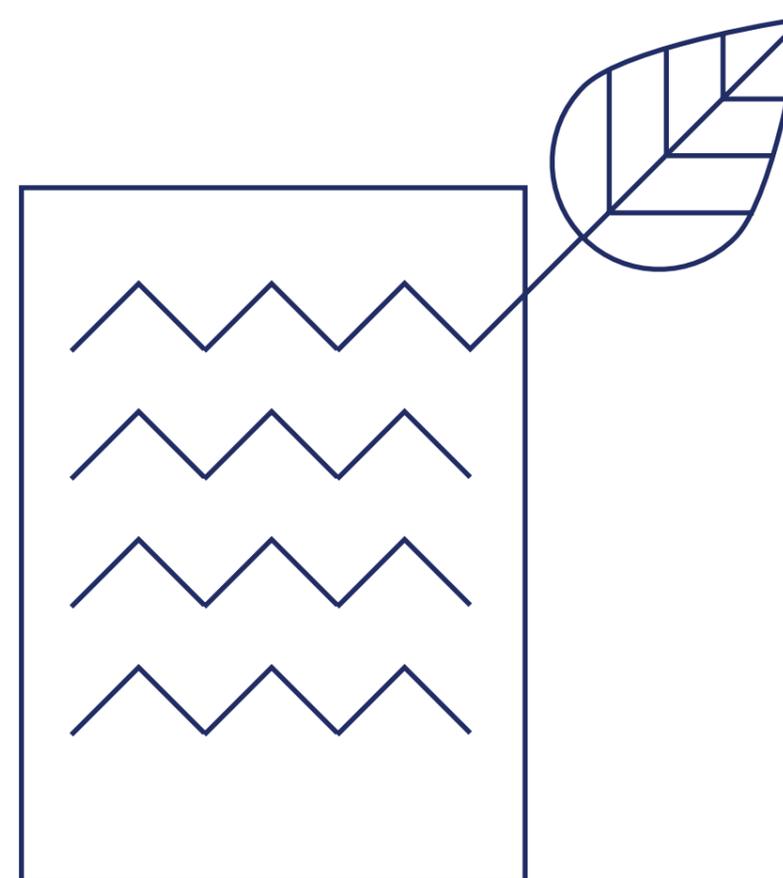
Il passaggio a una Società Benefit richiede un impegno autentico e sostenuto da parte dell'intera organizzazione. Salesforce può aiutare a gestire e monitorare questo processo, ma il **successo finale** dipenderà dalla capacità di Cetos di abbracciare e agire secondo i principi della sostenibilità e del beneficio comune.



# 04

## INDIVIDUAZIONE DELLE FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE E OBIETTIVI DI SOSTENIBILITÀ

*“il processo di analisi di materialità”*



# 04. INDIVIDUAZIONE DELLE FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE E OBIETTIVI DI SOSTENIBILITÀ

Il presente capitolo illustra il processo di analisi di materialità svolto dall'organizzazione tra il 2023 e l'inizio del 2024 al fine di identificare **gli ambiti d'impatto** su cui concentrare l'attenzione anche rispetto alle finalità di beneficio comune, inoltre per ogni tema materiale verrà descritto il perimetro del tema, l'approccio e la strategia di Cetos rispetto al tema, le performance dell'anno e i principali obiettivi del 2024.



## L'ANALISI DI MATERIALITÀ

L'Analisi di materialità è il processo che aiuta un'azienda a determinare quali siano i **temi materiali** (rilevanti) di interesse degli stakeholder e di impatto dell'azienda, con l'obiettivo di orientare il processo decisionale, la pianificazione strategica e la rendicontazione aziendale.

La creazione della **Matrice di Materialità** è frutto di un percorso metodologico codificato. Questo paragrafo descrive in modo obiettivo e sistematico tale percorso.

Durante l'incontro partecipativo che ha visto coinvolti stakeholder interni ed esterni all'organizzazione, ai partecipanti è stato sottoposto **un dataset** composto da **34 item** derivanti dall'analisi preliminare.

Tale analisi combina come fonti:

- il **B Impact Assessment** aggiornato e riferito all'organizzazione;
- le **interviste** con titolari e referenti designati;
- **fonti** statistiche, tecniche e scientifiche raccolte mediante la traccia di analisi dell'ambiente organizzativo definita **PESTEL** per acquisire elementi Politici, Economici, Sociali, Tecnologici, Ambientali e Legali.

I dati inseriti nel set sono definibili come **evidenze**, ovvero fatti osservabili e/o misurabili in modo obiettivo. Il loro assortimento è volto a garantire la presenza dei valori più rappresentativi della realtà organizzativa analizzata, del suo contesto territoriale, del settore produttivo di riferimento e del momento congiunturale considerato.

Durante il percorso di valutazione degli item, gli stakeholder coinvolti (sia interni che esterni) hanno la facoltà di segnalare **nuovi elementi** di conoscenza che vengono enunciati in forma di evidenza, inseriti nel dataset e quindi valutati al pari degli item preinseriti.

Il dataset viene quindi proposto ai partecipanti, in forma sincrona o asincrona, al fine di acquisire **valutazioni soggettive** da ciascuno, volte ad attribuire, a ciascun item valutato, un univoco posizionamento all'interno di una **Matrice SWOT** (Forze, Debolezze, Opportunità, Minacce).

La Matrice SWOT tiene in considerazione **tre differenti criteri**:

- **Esterno-Interno**, ovvero esogeneità o endogeneità dell'elemento trattato;
- **Positivo-Negativo**, in termini di effetti prodotti dall'elemento nel contesto organizzativo trattato;
- **Rilevanza**, ovvero ampiezza di tali impatti.

Tale attribuzione viene svolta dai partecipanti all'interno dell'applicazione **web Mosaic - Design your Decision**, rispondendo a sei quesiti per ciascun item considerato.

I **quesiti** sono:

### Esterno vs Interno

1. L'elemento descritto è determinato da fattori esterni o interni al contesto?
2. L'elemento descritto produrrà maggiori effetti in futuro o ha prodotto maggiori effetti in passato?

### Positivo vs Negativo

3. L'elemento descritto è positivo o negativo?
4. L'elemento descritto rappresenta una risorsa su cui contare o un bisogno/problema da affrontare?

### Rilevanza

5. Quanto impatta sul contesto a livello economico l'elemento descritto?
6. Quanto impatta sul contesto a livello ambientale e/o sociale l'elemento descritto?

Le valutazioni sono raccolte mediante **una scala Likert a 15 punti** (da -7 a +7 per Esterno vs Interno e per Positivo vs Negativo e da 1 a 15 per Rilevanza).

Gli elementi valutati Positivi e Interni sono considerati **Punti di Forza**. Quelli Negativi Interni delle **Debolezze**. Gli elementi Positivi Esterni sono **Opportunità** e quelli Negativi Esterni delle **Minacce**.

Ai fini dell'Analisi di Materialità i valori attribuiti agli item vengono elaborati secondo **un algoritmo codificato**.

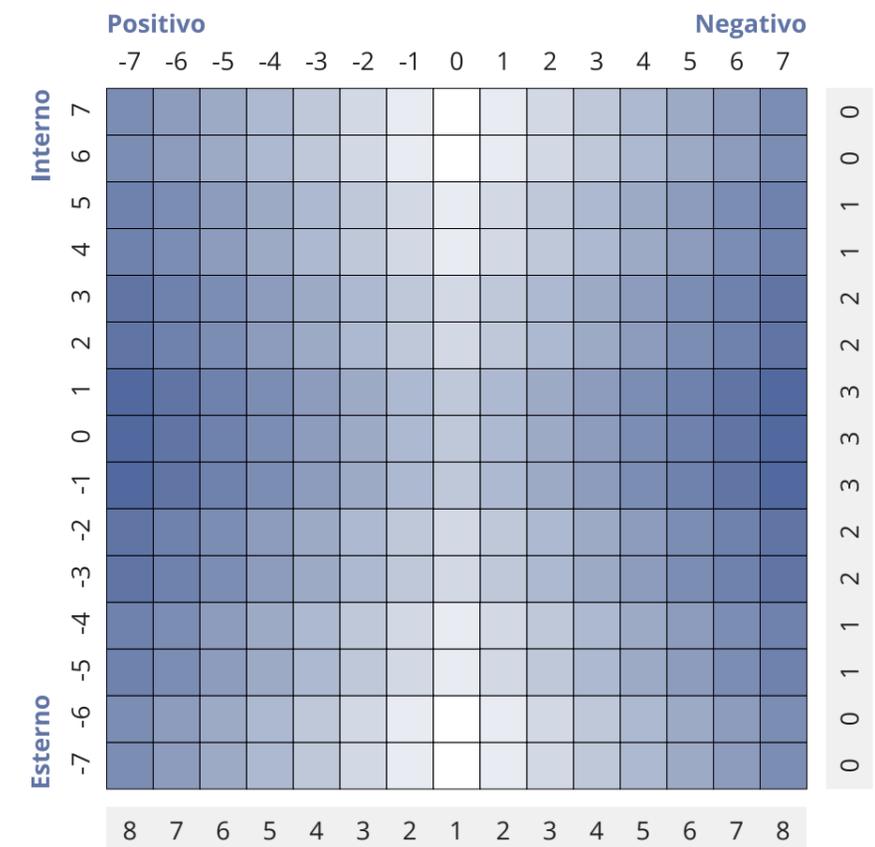
Ciascun Item valutato da un partecipante viene convertito in un indice grezzo di materialità individuale sommando i valori risultanti da questa **tabella di conversione**:

Esterno														Interno		
-7	-6	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5	6	7	0	0
0	0	1	1	2	2	3	3	3	2	2	1	1	0	0		

Positivo														Negativo		
-7	-6	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5	6	7	8	7
8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8		

Irrilevante															Rilevante	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	1	1
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15		

L'algoritmo di conversione tra **Matrice SWOT** e **Matrice di Materialità** può essere raffigurato graficamente come qui sotto:



Come si può notare, vengono maggiormente valorizzati i valori polarizzati **positivi o negativi** e quelli considerati al confine tra **interno ed esterno** all'organizzazione.

Tali elementi si integrano a quelli di rilevanza, che ricoprono un **valore ponderale** quasi doppio (15 punti rispetto agli 8 del criterio positivo-negativo e 3 dell'esterno-interno).

Importante notare che l'ultimo quesito relativo all'utilità di analisi è stato dedicato, in sede di rilevazione, alla acquisizione di giudizi in merito agli impatti economico-finanziari per l'organizzazione relativi allo specifico item valutato. Tale elemento viene considerato disgiuntamente al momento del calcolo della cosiddetta **Doppia Materialità**.

La somma ottenuta è moltiplicata per 100 e divisa per il massimo punteggio risultante dalla formula:

$$2 * \text{Massimo valore Esterno-Interno} + \\ 2 * \text{Massimo valore Positivo-Negativo} + \\ 2 * \text{Massimo valore Rilevanza}$$

Nell'impostazione base, tale valore è pari a **52 (2\*3+2\*8+2\*15)**. L'algoritmo può essere variato all'interno dell'apposito cruscotto digitale nei casi in cui vi siano argomentati motivi analitici per alterare il quadro di assunti standard.

In tal modo il valore materiale individuale diviene espresso in **percentili**. Le valutazioni espresse dagli Stakeholder Interni ed Esterni sono quindi separate ed elaborate disgiuntamente in parallelo. Successivamente, per ciascun item considerato, e per ciascun sottogruppo di partecipanti (Stakeholder interni ed esterni) vengono calcolati:

- **Media degli indici di materialità individuali (M);**
- **Deviazione Standard degli indici di materialità individuali (DT);**
- **Numero di partecipanti che ha valutato lo specifico item (U).**

Sono inoltre considerati **due coefficienti standard** (tipicamente, il coefficiente CR è valorizzato 1 e quello CD 2 ma possono essere variati in modo trasparente su argomentate ragioni di analisi):

- **Coefficiente numerosità di rispondenti (CR);**
- **Coefficiente dispersione (CD).**

L'**indice finale** di materialità, disgiunto tra interno ed esterno, si calcola quindi con la seguente funzione:

$$M + (CR * U) / (1 + CD * DT)$$

Nel caso in cui un unico partecipante abbia valutato un determinato item, il suo valore materiale risulta essere pari al suo indice di materialità individuale.

Pertanto, il valore medio di materialità individuale viene corretto sulla base del **numero di utenti** che ha ritenuto di valutare l'item e della dispersione nel campione in merito alle valutazioni date all'item.

Pertanto, la materialità sarà maggiore per gli item che hanno ricevuto maggiori valutazioni e minore per quelli con valutazioni caratterizzate da maggiore deviazione standard. I coefficienti possono essere usati per amplificare questo effetto di aggiustamento.

Attraverso i precedenti passaggi matematici, ciascun item è dunque associato ad un valore di materialità interno ed esterno. Tali valori sono infine standardizzati attraverso un procedimento statistico definito **calcolo dello Z-score**.

Si considerano:

- **Il punteggio di materialità di un item x per gli stakeholder** (disgiuntamente interni od esterni) (X);
- **la media dei punteggi di materialità per tutti gli item valutati dagli stakeholder** (sempre disgiuntamente considerati) (MED);
- **la deviazione standard dei punteggi di materialità per tutti gli item valutati dagli stakeholder** (sempre disgiuntamente considerati) (DEVST).

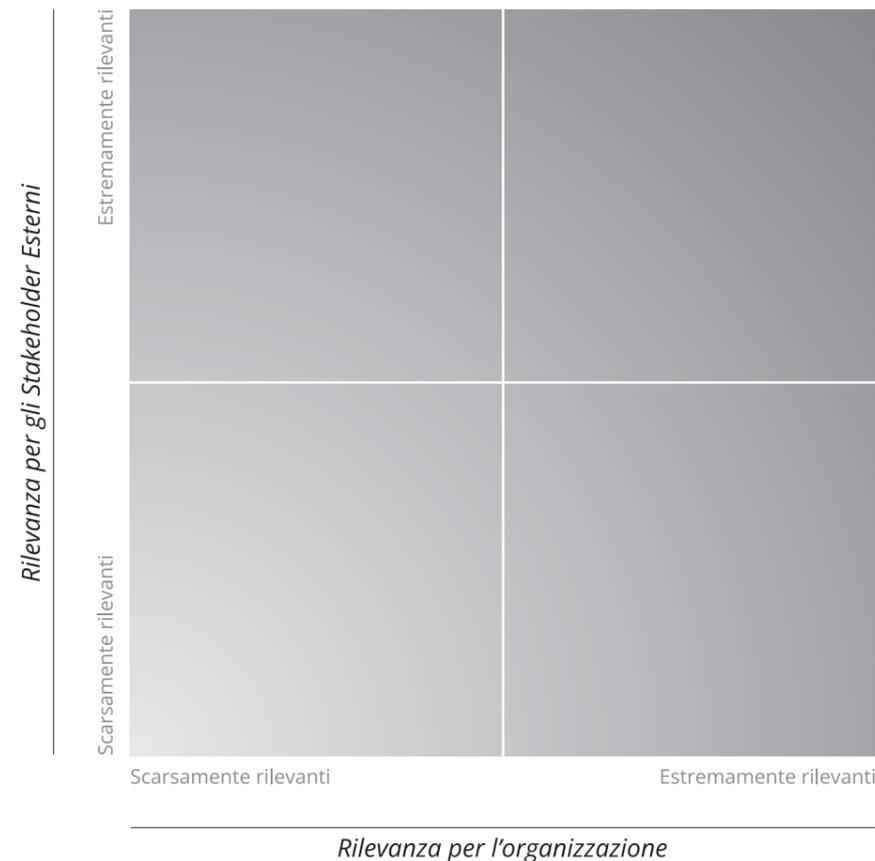
La formula per il **calcolo dello Z-score** è la seguente:

$$(X - MED) / DEVST$$

Pertanto, lo Z-score si riferisce al numero di deviazioni standard di ciascun valore di dati rispetto alla media, ove uno z-score pari a zero indica la media esatta.

La standardizzazione consente di visualizzare i punteggi di materialità degli item all'interno di un **Piano Cartesiano** suddiviso in 4 quadranti con origine data dall'incrocio dei valori medi relativi agli stakeholder interni ed esterni. I valori per gli stakeholder **interni** sono espressi in **Ascissa** (retta orizzontale) e quelli per gli stakeholder **esterni** in **Ordinata** (retta verticale).

### MATRICE DI MATERIALITÀ



Nel quadrante in alto a destra (Q1: +;+) sono così visualizzati gli item con valori positivi, quindi superiori alla media, sia per gli interni che per gli esterni. Nel quadrante in basso a destra (Q2: +;-) si trovano i valori negativi per gli esterni (inferiori alla media) ma positivi per gli interni. Nel **quadrante in basso a sinistra** (Q3: -;-) sono collocati i valori negativi per entrambi i gruppi. Infine, nel **quadrante in alto a sinistra** (Q4: -;+) vi sono i valori positivi (maggiori della media) per gli esterni ma negativi per gli interni).

Nel calcolo della **Doppia Materialità** il procedimento descritto viene replicato in modo disgiunto considerando i valori attribuiti dai partecipanti in sede di valutazione degli item nelle risposte al 6° quesito unicamente. Come ricordato, in sede di somministrazione, i partecipanti ricevono istruzione di valutare, in quella occasione, la rilevanza dell'impatto economico-finanziario generato nell'organizzazione dall'item.

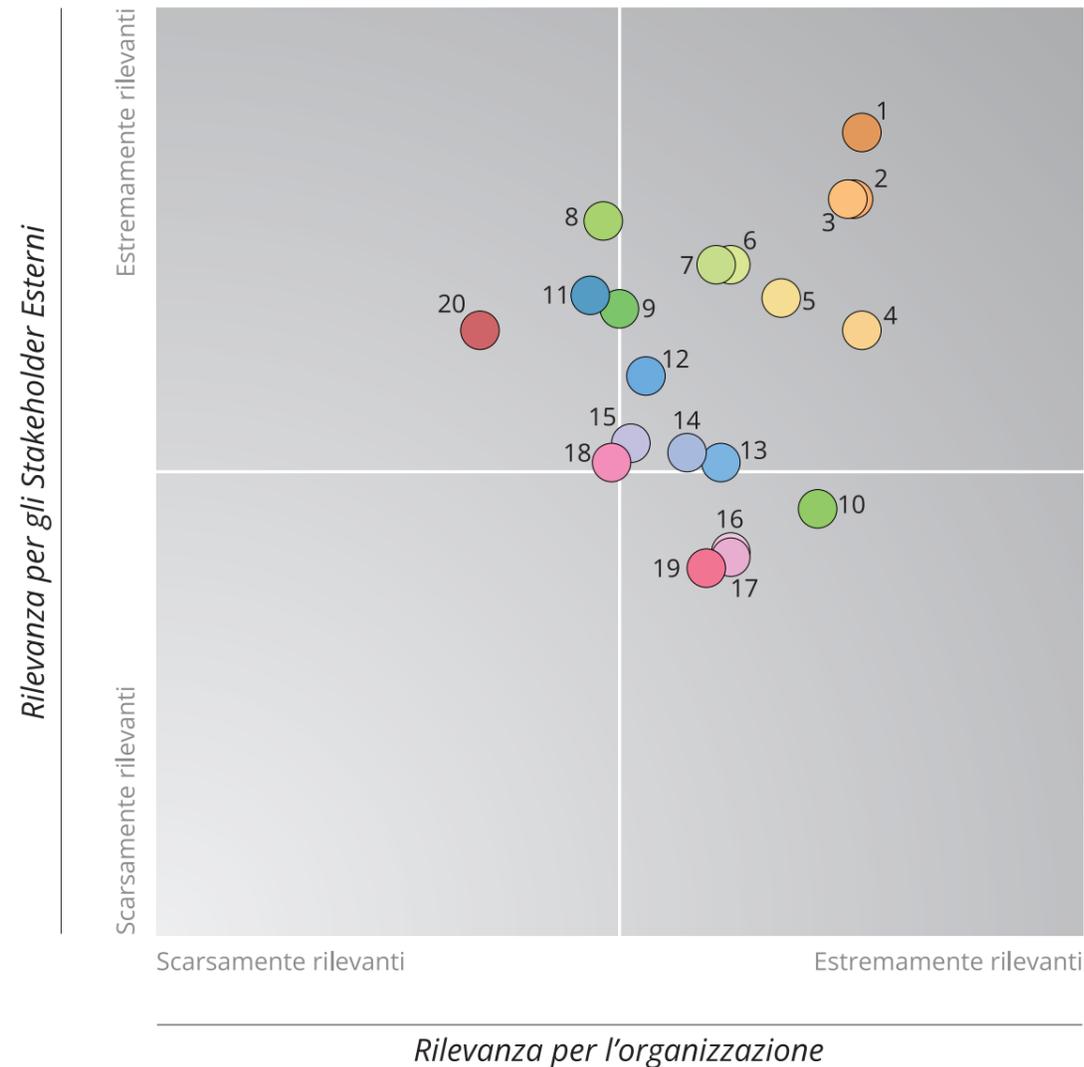
I valori Z-score della materialità generale (media tra quella relativa agli stakeholder interni e quelli esterni), posti in Ascissa, vengono combinati con i valori Z-score della materialità economico-finanziaria (media tra quella relativa agli stakeholder interni e quelli esterni), in Ordinata. In Q1 saranno così rappresentati i valori ritenuti materiali sia dagli stakeholder interni che esterni tanto in termini generali (considerando elementi Ambientali, Sociali e di Governance) quanto in termini economico-finanziari.

In conclusione, **l'intero processo** di misurazione della materialità degli item inseriti nel dataset di analisi **avviene in modo sistematico, analitico ed automatico**. Il dato raccolto digitalmente all'origine, al momento della valutazione da parte degli stakeholder consultati all'interno della Applicazione Web Mosaic – Design your Decision, viene restituito nella rappresentazione della Matrice di Materialità, senza interventi interpretativi soggettivi o possibilità di manomissione, secondo il procedimento matematico e statistico sopra descritto. I risultati sono pertanto ripetibili e verificabili da qualunque osservatore esterno.

## LA MATRICE DI MATERIALITÀ DI CETOS

Per le finalità dell'analisi dell'organizzazione ci siamo concentrati sui **20 elementi più materiali** rispetto al totale di quelli durante il processo di analisi di materialità.

Di seguito viene riportata la matrice e successivamente i dati ordinati per materialità.



I dati raccolti durante la sessione Mosaic sono stati successivamente clusterizzati e schematizzati e sono state individuate quattro finalità di beneficio comune.

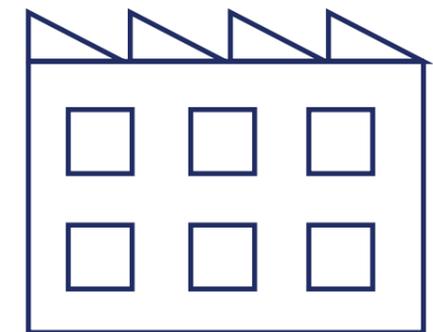
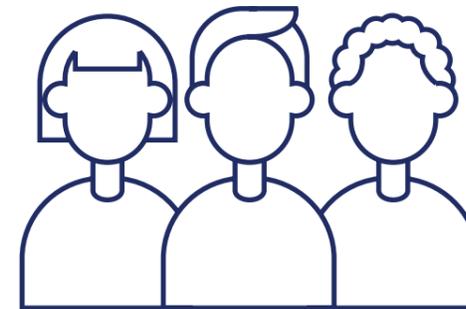
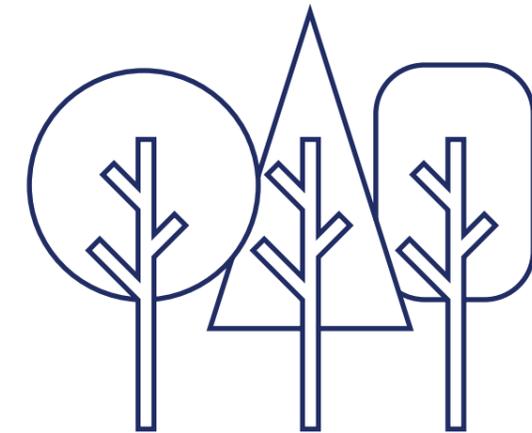
## Legenda matrice di materialità

- 1 ● La direttiva europea EPBD (acronimo di Energy Performance of Buildings Directive) anche detta "Case green" mira a ridurre i consumi e le emissioni del settore edilizio entro il 2030, in modo da raggiungere la neutralità climatica nel 2050
- 2 ● L'alluminio è riciclabile al 100% e può essere riutilizzato all'infinito
- 3 ● Il Consiglio Europeo ha stabilito che tutti gli edifici nuovi dovrebbero essere a emissioni zero entro il 2030, mentre tutti gli edifici già esistenti entro il 2050
- 4 ● Le vernici utilizzate da Cetos non contengono cromo
- 5 ● L'azienda monitora i propri consumi di acqua ma non ha fissato obiettivi di riduzione
- 6 ● I prodotti di Cetos sono progettati per avere il minor scarto possibile
- 7 ● L'alluminio di scarto ricavato dalla produzione viene riciclato
- 8 ● Come confermato dall'ultima legge di Bilancio, il bonus infissi garantisce sconti per la sostituzione dei serramenti per tutto il 2024
- 9 ● L'azienda monitora i propri consumi di energia ma non ha fissato obiettivi di riduzione
- 10 ● Cetos ha creato un profilo personalizzato, più sottile e meno impattante sull'ambiente
- 11 ● Cetos sta costruendo un nuovo CRM che permetterà di ridurre l'utilizzo della carta in azienda
- 12 ● L'azienda non possiede un codice etico
- 13 ● L'azienda ha cambiato illuminazione sia in produzione sia in ufficio scegliendo il led
- 14 ● Il bonus casa prevede agevolazioni fiscali per rinnovare gli infissi di casa propria
- 15 ● L'azienda non possiede obiettivi e target quantificabili definiti riguardo ad aspetti ambientali e sociali
- 16 ● L'azienda possiede un piano di welfare che prevede la possibilità di richiedere voucher per check-up di prevenzione medica, visite specialistiche ed esami clinici diagnostici
- 17 ● I fornitori vengono valutati secondo la qualità e la sicurezza dei prodotti che offrono
- 18 ● L'azienda possiede un piano di welfare che prevede un rimborso per l'acquisto di abbonamenti ai mezzi pubblici
- 19 ● Il riutilizzo dell'alluminio richiede meno del 5% dell'energia necessaria per estrarlo dalla sua materia prima
- 20 ● L'azienda attraverso il proprio piano di welfare offre buoni spesa

# 05

## LE FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE DI CETOS

*“creazione di valore per la società,  
i dipendenti, la comunità e  
l’ambiente”*



# 05. LE FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE DI CETOS

Il 24/10/2024 Cetos ha adottato lo status giuridico di società benefit. Tale impegno sta a significare che, congiuntamente al valore economico, le attività di Cetos sono incentrate anche sulla **creazione di valore** per la società, i dipendenti, la comunità e l'ambiente. L'azienda mira a creare valore condiviso: valore per l'azienda, valore per le persone e valore per l'ambiente.

Così facendo, l'azienda si impegna ad avere **un impatto positivo** che sia apprezzato da tutti gli stakeholder coinvolti. L'innovativo modello di Società Benefit è profondamente radicato nello statuto di Cetos grazie all'inserimento all'interno di questo documento delle finalità di beneficio comune dell'organizzazione. Infatti, la società, dopo aver svolto un processo di coinvolgimento dei propri stakeholder, ha formalizzato all'interno del proprio statuto quattro finalità di beneficio comune. Queste finalità guidano le azioni quotidiane dell'azienda che, annualmente, pianifica i propri obiettivi di impatto, le azioni che ne consentano la progressiva realizzazione e i principi di valutazione dell'impatto generato.



## SVILUPPARE PRODOTTI INNOVATIVI E SICURI

Cetos si impegna a utilizzare solo **materiali sostenibili** nei propri prodotti. Parallelamente, l'azienda cerca di ridurre l'uso di plastica nei prodotti e negli imballaggi. Cetos si distingue inoltre per aver progettato dei serramenti con **profili più sottili** dello standard – serramenti che se progettati e installati correttamente, possono contribuire notevolmente all'isolamento termico di un edificio, riducendo così la quantità di energia necessaria per il riscaldamento o il raffreddamento. Questo può aiutare a **ridurre le emissioni** di gas serra e a combattere il cambiamento climatico. I serramenti sviluppati da Cetos con profili sottili sono innovativi in termini di design, funzionalità o performance, un tema funzionale all'attrazione di clienti che danno valore alla sostenibilità.

In coerenza con l'analisi di materialità illustrata, il processo di coinvolgimento degli stakeholder ha fatto emergere in modo chiaro **due temi** che inquadrano meglio l'impegno dell'organizzazione in questo ambito:

- **sicurezza del prodotto;**
- **qualità e innovazione.**

## Approccio e strategia

Questa finalità di beneficio comune si riferisce all'impegno nel mantenere un elevato standard di **sicurezza e qualità** del prodotto, esplorando innovative modalità di progettazione dei prodotti che possano rispondere positivamente alle nuove esigenze dei clienti. Questo fattore aumenta sia la propensione delle persone a farsi promotrici dell'azienda con conoscenti e familiari, facendo crescere di conseguenza il bacino di utenza dell'organizzazione, sia la resilienza di Cetos che risulterà meno soggetta ai rischi connessi alle evoluzioni del mercato.

Questa finalità di beneficio comune si sviluppa anche grazie allo stretto contatto di Cetos coi propri fornitori, aziende con le quali Cetos intrattiene **rapporti di lunga data** e che sono a loro volta impegnati in un processo di formalizzazione del proprio impegno nei confronti dell'ambiente e della sicurezza dei materiali utilizzati.

Cetos intende portare avanti una serie di azioni rispetto al tema di riferimento che si possono riassumere come segue:

- **umentare** il numero di **materiali certificati** utilizzati nella produzione;
- **sostenere** il processo di **ricerca e sviluppo** per il miglioramento continuo dei prodotti;
- farsi promotori di **un approccio ragionato e misurato** nell'utilizzo delle materie prime.

### Le nostre performance e obiettivi 2025

TEMA MATERIALE	KPI	PERFORMANCE 2023	PERFORMANCE 2024	OBIETTIVI 2025
<i>Sicurezza del prodotto</i>	N. di fornitori in possesso di certificazioni ambientali/qualità	4	4	Mantenimento
<i>Sicurezza del prodotto</i>	Kg prodotti non tossici, come da controllo qualità, rispetto al tot	40.317 kg	24.653 kg	20.000 kg
	pitture e vern. di scarto (polv. vernic.)	25 kg	325 kg	
	toner x stampa esauriti (rulli e polv. st.)	2 kg	18 kg	
	imballaggi in carta e cartone	3.600 kg	2.500 kg	
	imballaggi legno	1.230 kg	1.560 kg	
	imballaggi in materiali misti	6.520 kg	4.900 kg	
	apparecch. fuori uso	0 kg	310 kg	
	componenti rimossi da appar. fuori uso	0 kg	40 kg	
	legno - legno finestre	2.910 kg	3.510 kg	
	vetro	13.190 kg	3.840 kg	
	plastica - pvc finestre	0 kg	250 kg	
	alluminio	8.220 kg	5.670 kg	
	ferro e acciaio	2.120 kg	1.730 kg	
	rifiuti misti - calcinacci	210 kg	0 kg	
	rifiuti misti - serramenti c/vetri	2.290 kg	0 kg	

TEMA MATERIALE	KPI	PERFORMANCE 2023	PERFORMANCE 2024	OBIETTIVI 2025
<i>Sicurezza del prodotto</i>	Kg prodotti/componenti potenzialmente tossici consumati/registrati	291kg	873 kg	250 kg
	imball. cont. residui di sos. peric.-siliconi	208 kg	336 kg	
	imball. metall. cont. matri. solide porose	83 kg	77 kg	
	rifiuti organici, conten. sost. pericolose	0 kg	390 kg	
	tubi fluorescenti ed altri rif.c/mercurio	0 kg	70 kg	
<i>Qualità e innovazione</i>	N. utenti attivi su nuovo CRM rispetto al totale utenti	N/A	11 utenti su 18	Mantenimento
<i>Qualità e innovazione</i>	% di alluminio di scarto dalla produzione riciclato	8.220 kg	5.670 kg	5.000 kg
<i>Qualità e innovazione</i>	% materia prima utilizzata in meno rispetto al design tradizionale	7,97% (su 439 pezzi totali, 35 sono Unique)	20,56% (su 462 pezzi totali, 95 sono Unique)	30%

### Focus progetti e azioni 2025

Nel corso del 2025 si comincerà a strutturare **una valutazione omogenea dei fornitori**, partendo da quelli principali; inoltre, si valuterà come rendere più efficace sia a livello comunicativo sia a livello di cifre le materie prime destinate al riciclo.

### NOTE

1. Una riorganizzazione degli spazi del magazzino ha determinato questa variazione di quantità
2. Il risparmio di materia prima con profilo Unique su finestra a battente è del 15%

## GESTIONE SOSTENIBILE E RESILIENTE DELLA CATENA DEL VALORE

Una governance resiliente e sostenibile, attenta alla propria catena del valore, è fondamentale per garantire il **futuro dell'azienda**, che si deve dimostrare attenta e consapevole nell'uso delle proprie risorse, siano esse economiche o sociali. Una corretta assegnazione dei compiti e delle mansioni, così come una chiara codifica dell'allocazione delle risorse, risulta ormai essere uno dei pilastri portanti per una strategia di crescita in grado di assicurare la **crescita del business** nel medio e lungo periodo.

In coerenza con l'analisi di materialità illustrata, il processo di coinvolgimento degli stakeholder ha fatto emergere in modo chiaro due temi che inquadrano meglio l'impegno dell'organizzazione in questo ambito:

- **mercati a prova di futuro;**
- **approvvigionamento sostenibile.**

### Approccio e strategia

Promuovere e interiorizzare un sistema di governance resiliente e sostenibile da applicare alla totalità della catena del valore dell'azienda significa **essere ricettivi** verso i cambiamenti sociali, normativi e culturali in atto; comporta una costante **attenzione ai bisogni e alle richieste** provenienti dall'esterno in modo da tutelare e garantire il futuro di ciò che si trova all'interno del perimetro dell'organizzazione. Comunicare alla comunità la sensibilità aziendale nei confronti delle tematiche più urgenti rappresenta inoltre un fattore di **attrazione per nuovi talenti**, più attenti alle caratteristiche del proprio luogo di lavoro.

Cetos intende portare avanti diverse azioni rispetto al tema di riferimento che si possono riassumere come segue:

- essere **sempre aggiornati e rispondenti** verso le nuove direttive nazionali e internazionali;
- diventare **un traino per il cambiamento positivo** all'interno della catena del valore, promuovendo buone pratiche di gestione aziendale;
- sviluppare un sistema di **gestione ambientale.**

## Le nostre performance e obiettivi 2025

TEMA MATERIALE	KPI	PERFORMANCE 2023	PERFORMANCE 2024	OBIETTIVI 2025
<i>Mercati a prova di futuro</i>	N. nuovi clienti acquisiti	120	137	140
<i>Mercati a prova di futuro</i>	N. progetti sviluppati come conseguenza dei bonus erogati dallo stato	43	42	45
<i>Mercati a prova di futuro</i>	Volumi di vendita	4.128.749 €	3.713.869 €	In aumento
<i>Approvvigionamento sostenibile</i>	% energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili	14,52%	7,02%	70%
<i>Approvvigionamento sostenibile</i>	N. di fornitori di verniciatura in possesso di certificazioni ambientali	2	2	Mantenimento
<i>Approvvigionamento sostenibile</i>	% alluminio certificato/acquistato da fornitori in possesso di certificazioni ambientali rispetto al totale	98%	97%	98%

### Focus progetti e azioni 2025

Nel corso del 2024 Cetos ha sviluppato il proprio **Codice Etico** e per il 2025 si prefigge l'obiettivo di farlo sottoscrivere ai principali fornitori. Inoltre, Cetos intende sviluppare **un questionario** di soddisfazione per i clienti e si prefigge di valutare una fornitura di energia elettrica green.

## CREARE UN LUOGO DI LAVORO CHE FACCI CRESCERE E VALORIZZI LE PERSONE

Mettere al centro le persone quali vero motore di ogni impresa e, allo stesso tempo, loro fine ultimo. Cetos si impegna a mettere al centro delle proprie scelte il **benessere delle persone** e la loro crescita professionale e personale.

In coerenza con l'analisi di materialità illustrata, il processo di coinvolgimento degli stakeholder ha fatto emergere in modo chiaro il tema che inquadra meglio l'impegno dell'organizzazione in questo ambito: **benessere per i dipendenti**.

### Approccio e strategia

Questa finalità di beneficio comune si riferisce alla crescita professionale dei dipendenti e dei collaboratori, alla gestione e allo sviluppo del personale e alla capacità di attirare e far restare le persone in azienda, nonché di permettere che esprimano il loro talento; ai programmi di formazione e sviluppo; alla motivazione e alla realizzazione del personale così da permettergli di **sentirsi parte dei risultati dell'azienda**; alla flessibilità nell'organizzazione del proprio lavoro; al coinvolgimento del personale nella strategia e nelle attività portate avanti.

Cetos intende portare avanti diverse azioni rispetto al tema di riferimento che si possono riassumere come segue:

- sviluppare e migliorare sempre più un sistema di gestione dei dipendenti e dei collaboratori incentrato sullo sviluppo e la **valorizzazione delle competenze**;
- migliorare **la comunicazione** tra i diversi livelli presenti in azienda e rafforzare la cultura del feedback;
- costruire delle metriche per misurare **il coinvolgimento dei dipendenti e dei collaboratori** nel tempo.

## Le nostre performance e obiettivi 2025

TEMA MATERIALE	KPI	PERFORMANCE 2023	PERFORMANCE 2024	OBIETTIVI 2025
<i>Benessere per i dipendenti</i>	Sviluppare un sistema di premialità sulla base delle performance di reparto	Iniziato a sviluppare un sistema di premialità per il reparto produttivo	Attuato il sistema di premialità per il reparto produttivo	Aumentare il numero di reparti coinvolti
<i>Benessere per i dipendenti</i>	N. ore di formazione erogate	360	793	400
<i>Benessere per i dipendenti</i>	N. licenziamenti	6	5	4

### Focus progetti e azioni 2025

Le principali azioni di miglioramento del 2025 prevedono la creazione di un sistema volto alla **raccolta di feedback** da parte di dipendenti e collaboratori e l'avvio di un progetto di **comunicazione interna**, per rendere partecipe l'intera organizzazione delle evoluzioni dell'organizzazione attraverso eventi, workshop, etc.

## ADOTTARE E MANTENERE UN USO RESPONSABILE DELLE RISORSE

Cetos ha fatto propria una gestione consapevole delle risorse fin dalla fase di progettazione dei propri prodotti. Nello specifico, la scelta di produrre **profili più sottili** comporta il fatto di avere bisogno di meno materiale per produrre ciascun serramento rispetto a quelli con profili più spessi. Parallelamente, questo tipo di prodotto permette di sfruttare maggiormente **l'illuminazione naturale**, con conseguente risparmio energetico da parte dell'utilizzatore finale ma anche con benefici sulla salute e il benessere umano. La luce naturale influisce positivamente sull'umore e sulla produttività, ed è correlata con la riduzione dell'esposizione ad alcune malattie.

In coerenza con l'analisi di materialità illustrata, il processo di coinvolgimento degli stakeholder ha fatto emergere in modo chiaro due temi che inquadrano meglio l'impegno dell'organizzazione in questo ambito:

- **riduzione degli impatti;**
- **riciclo e gestione del fine vita.**

In particolare, l'azienda intende:

- stabilire apposite metriche per **calcolare la quantità di materie prime utilizzate;**
- strutturare e formalizzare progetti legati al riciclo degli sfridi di lavorazione.

### Approccio e strategia

Questa finalità di beneficio comune riguarda l'impegno dell'azienda verso l'ambiente e verso un uso oculato di risorse e materie prime meno impattanti sull'ambiente, consapevole dell'urgenza di lasciare alle generazioni future un mondo vivibile e non compromesso.

Cetos, come descritto all'inizio di questo documento, sta introducendo il nuovo CRM con conseguenti benefici sia ambientali sia organizzativi. Scelta ancora più specifica e determinante è però quella di **utilizzare l'alluminio**, un materiale riciclabile al 100% e che ha bisogno di pochissima energia per essere rilavorato rispetto a quella necessaria per la sua estrazione.

## Le nostre performance e obiettivi 2025

TEMA MATERIALE	KPI	PERFORMANCE 2023	PERFORMANCE 2024	OBIETTIVI 2025
<i>Riduzione degli impatti</i>	% di profili e lamiere verniciate da fornitori in possesso di certificazioni di tipo ambientale	100%	100%	100%
<i>Riduzione degli impatti</i>	% di schermature solari vendute su totale vendite (soluzioni energetiche efficienti)	10%	9%	10%
<i>Riduzione degli impatti</i>	% serramenti in alluminio venduti su totale vendite	26%	26%	26%
<i>Riciclo e gestione del fine vita</i>	Kg rifiuti generati dalla produzione e posa	19.861 kg	15.043 kg	13.000 kg
	imballaggi in carta e cartone	3.600 kg	2.500 kg	
	imballaggi legno	1.230 kg	1.560 kg	
	imballaggi in materiali misti	6.520 kg	4.900 kg	
	imball. cont. resid. peric.-silicone	208 kg	336 kg	
	imball. metal. cont. matr.-spray	83 kg	77 kg	
	alluminio	8.220 kg	5.670 kg	
<i>Riciclo e gestione del fine vita</i>	Formalizzare e registrare la formazione erogata attualmente in maniera informale sul corretto smaltimento dei rifiuti	Gestita in maniera informale	Implementata gestione più puntuale	Erogazione formazione specifica

### Focus progetti e azioni 2025

Il nuovo CRM catalizzerà molti sforzi in termini di **formazione, comunicazione e condivisione** durante tutto l'anno; questo sarà fondamentale per ottenere una significativa ottimizzazione dell'uso dei materiali da ufficio, ad esempio. Inoltre, è in programma l'organizzazione di momenti specifici di formazione per sensibilizzare il personale verso una corretta gestione dei rifiuti, soprattutto in cantiere.

# 06

## B-IMPACT ASSESSMENT (BIA)

*“uno strumento di valutazione”*



# 06. B-IMPACT ASSESSMENT (BIA)

Per ottemperare agli obblighi di legge e rendicontare l'impatto generato dall'azienda, Cetos utilizza lo standard di terza parte **B Impact Assessment**. Il BIA è uno strumento di valutazione che aiuta le aziende a valutare il proprio impatto su stakeholder, comunità, clienti e ambiente e che, attraverso un processo di valutazione, evidenzia le aree di miglioramento, valutando il modello di business aziendale in funzione delle capacità di risposta alle **sfide ambientali e sociali** ed infine misurando l'impatto dei servizi offerti.

Il risultato del B Impact Assessment è espresso con un punteggio complessivo relativo all'azienda compreso tra 0 e 200, indicando un processo virtuoso a partire dagli 80 punti (a partire dal quale è possibile altresì ottenere **la certificazione B Corp**), ed è dettagliato nelle cinque aree di impatto principali. Nello specifico:

- 1. Governance:** tematiche relative all'etica, alla trasparenza e alla mission societarie, valutando l'integrazione degli obiettivi sociali e ambientali nella valutazione di performance dei lavoratori;
- 2. Lavoratori:** tematiche relative alla salute e sicurezza, al benessere finanziario, allo sviluppo professionale, al grado di coinvolgimento e alla soddisfazione dei dipendenti e collaboratori;
- 3. Comunità:** tematiche relative all'inclusione, all'impatto economico, alla gestione della catena di distribuzione e fornitura e all'impegno civico della società;
- 4. Ambiente:** tematiche relative al cambiamento climatico e alla gestione delle risorse naturali;
- 5. Clienti:** tematiche relative all'interazione con i clienti e al miglioramento dell'impatto.

L'attività di misurazione dei propri impatti per l'anno di rendicontazione 2023 si è conclusa con l'ottenimento di un punteggio pari a **47.5**.

CETOS SRL  
Data di fine dell'anno fiscale 31 Dic 2023

47.5

Di seguito si trovano elencati i **punteggi ottenuti** nelle cinque aree di impatto oggetto di analisi del BIA:

## 1. Governance

Punteggio:  
**11.3**

La trasformazione in **società benefit** influisce positivamente su questo punteggio; si può migliorare la performance relativa alla condivisione della mission e del coinvolgimento attivo degli stakeholder. Cominciare a misurarsi utilizzando metriche precise influirà positivamente su questo risultato.

## 2. Lavoratori

Punteggio:  
**17.0**

La presenza di un **piano di welfare** pensato per sostenere i dipendenti nella vita privata, così come il fatto di strutturare un piano formativo annuale per garantire la crescita delle persone, sono fattori che contribuiscono all'ottenimento di questo punteggio; invece, la **costruzione di un sistema di raccolta delle opinioni** e di coinvolgimento attivo dei dipendenti potrebbe essere un ambito dove intervenire.

## 3. Comunità:

Punteggio:  
**10.8**

L'area relativa alla comunità ottiene questo punteggio grazie alla **buona presenza di figure femminili** nelle posizioni apicali dell'azienda e al radicamento sul territorio proprio di Cetos; manca un programma dedicato alle sponsorizzazioni a livello locale.

## 4. Ambiente:

Punteggio:  
**7.8**

Cetos incorpora nello sviluppo dei suoi prodotti considerazioni di tipo ambientale per **ridurre gli impatti negativi e gli scarti derivanti dalla produzione**; tuttavia, l'azienda è ancora acerba nell'approvvigionamento sostenibile e nell'ottenimento di certificazioni di stampo ambientale.

## 5. Clienti:

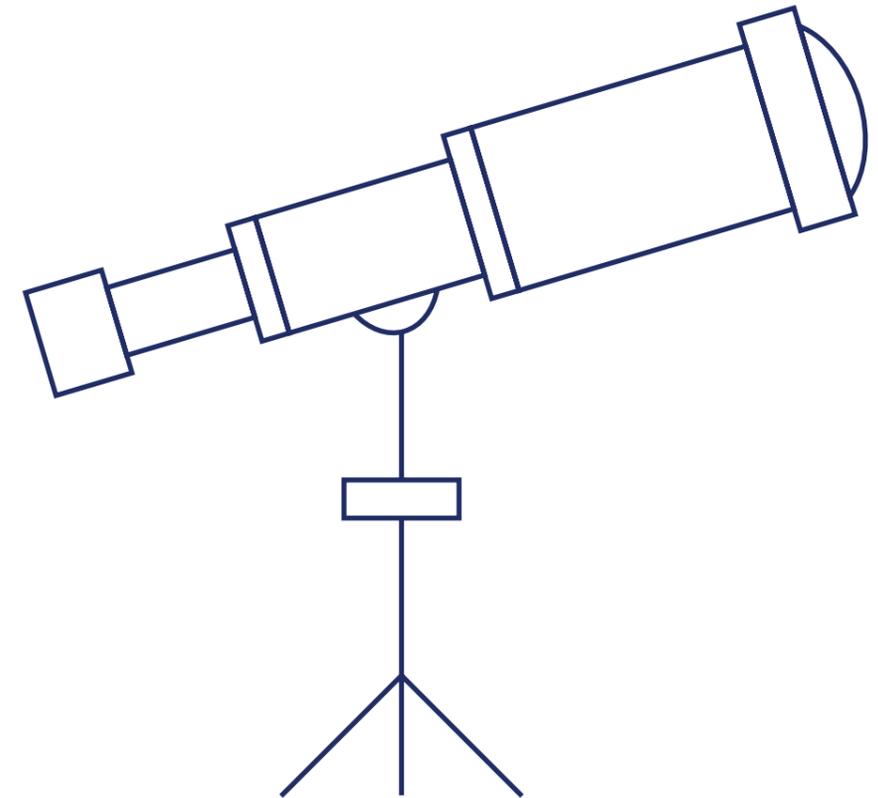
Punteggio:  
**0.4**

Cetos ottiene questo punteggio per **la gestione corretta della privacy dei dati**; la mancanza di procedure formali relative alla ricezione di feedback da parte dei clienti e la loro incorporazione nella progettazione dei prodotti influisce però sul risultato finale.

# 07

## PROSSIMI PASSI

*“una prospettiva di lungo periodo”*



## 07. PROSSIMI PASSI

Assumendo una prospettiva di lungo periodo, Cetos vuole muoversi lungo diverse direttrici per continuare a **prosperare e crescere**. L'introduzione del nuovo CRM definisce parte della strategia di sviluppo dell'azienda, che si pone come obiettivo quello di utilizzare al meglio le numerose potenzialità di questo strumento. Cetos, nel corso del tempo, desidera rafforzare il proprio servizio al cliente, ottimizzando i tempi di risposta alle richieste dei clienti; parallelamente, tracciare il numero di nuovi clienti acquisiti definendo un modulo vendite e, attraverso lo stesso modulo, calcolare la percentuale di vendita di serramenti con profili sottili rispetto al totale. Questo **ragionamento olistico** verrà condiviso a tutti i livelli grazie a riunioni mensili; nello specifico verrà posta particolare cura nel coinvolgimento dei posatori nella risoluzione dei problemi.





**CETOS**  
SISTEMA VINCENTE

