



bilancio di
SOSTENIBILITÀ

it 2024

Carissima Nonna,

È con un profondo senso di gratitudine e ammirazione che dedichiamo a te questo lavoro.

La tua figura ancora presente in azienda e quella del nostro caro amato nonno, ci lasciano un'eredità che ha plasmato le nostre vite e quella di tante altre persone che hanno lavorato con noi e che ancora lavorano per noi.

Come terza generazione nell'azienda noi nipoti ci sentiamo privilegiati nel poter condividere un legame così forte con te e nel ricordo del Nonno.

Nonna Pina, la tua presenza vibrante e la tua determinazione sono fonte costante di ispirazione per noi e per chiunque abbia avuto il privilegio di conoscere il nonno e di poter lavorare con Voi.

La tua passione per l'imprenditorialità, unita alla tua innata capacità di guidare con fermezza e gentilezza la nostra azienda ha creato le solide fondamenta su cui oggi si regge il nostro futuro.

Anche se il nonno da tempo non è più con noi, noi non l'abbiamo conosciuto, tu hai saputo tramandare il suo spirito, spirito che vive attraverso ogni azione nella nostra fabbrica e attraverso ogni decisione che prendiamo.

Siamo consapevoli che senza il tuo sacrificio non saremmo qui oggi a lavorare e celebrare i successi della nostra azienda.

Nonna ti ringraziamo dal profondo per tutto ciò che hai fatto per noi.

La tua lezione di vita e il tuo esempio continueranno a illuminare il nostro percorso, guidandoci verso un futuro luminoso e ricco di successi per la nostra azienda.

Con affetto e rispetto infiniti,
i tuoi nipoti.

INDICE

| | |
|----------------------------------------------------------------|-----------|
| Lettera agli Stakeholder | 6 |
| 1. OMP SpA dal 1957 | 8 |
| 1.1 La storia | 11 |
| 1.2 Il modello di business e la creazione di valore | 12 |
| 1.3 La presenza sul mercato | 13 |
| 1.4 La governance dell'azienda | 15 |
| 1.5 La condotta aziendale | 20 |
| 2. Crediamo in un futuro sostenibile | 22 |
| 2.1 Il valore degli stakeholder | 23 |
| 2.2 L'analisi della materialità d'impatto | 25 |
| 2.3 Temi materiali ed i nostri goal | 26 |
| 2.4 Gli impatti | 28 |
| 2.5 Gli obiettivi futuri | 29 |
| 3. La nostra catena del valore | 32 |
| 3.1 La nostra filiera | 34 |
| 3.2 Cura e responsabilità verso i clienti | 36 |
| 3.3 Il sistema di gestione per la qualità | 38 |
| 3.4 La salute e la sicurezza dei clienti | 39 |
| 4. Il valore delle persone | 40 |
| 4.1 L'impegno per le persone | 42 |
| 4.2 Formazione e competenze | 44 |
| 4.3 La salute e sicurezza sul lavoro | 46 |
| 4.4 Le comunità locali | 48 |
| 5. Il nostro ruolo nella lotta al cambiamento climatico | 50 |
| 5.1 L'impegno per la tutela dell'ambiente | 51 |
| 5.2 Le performance ambientali | 53 |
| Appendice | 56 |
| Nota metodologica | 62 |
| GRI content index | 66 |
| Contatti | 70 |

LETTERA AGLI STAKEHOLDER

Nel 2025 abbiamo scelto di iniziare a sviluppare un percorso di trasparenza, dando visibilità ad attività, scelte e processi di miglioramento.

Questo approccio è per noi un passo molto importante, si traduce concretamente nella ricerca costante di un miglioramento dei nostri processi produttivi, sia in termini energetici sia di emissioni; nella ricerca di soluzioni di prodotto in grado di soddisfare le richieste del mercato.

La nostra è un'azienda familiare che vuole preservare i valori tramandati dal suo fondatore e continuare a crescere con quei valori in modo responsabile e sostenibile.

Un ruolo centrale nella nostra realtà è rivestito dalle persone che ne fanno parte: siamo consapevoli di quanto il lavoro abbia un ruolo importante nella vita dei nostri dipendenti, dei nostri agenti e di come questo non sia solo un mezzo di sostentamento ma anche uno strumento di crescita e realizzazione personale. Per questa ragione ci impegniamo a promuovere la costruzione di rapporti umani forti e positivi, fondati sulla valorizzazione delle competenze e delle diversità di ciascuno.

Vogliamo condividere con voi il nostro impegno continuo verso una crescita sostenibile, che rappresenta uno dei pilastri fondamentali della nostra strategia aziendale.

Siamo consapevoli dell'importanza di operare in modo responsabile, rispettando l'ambiente, supportando le comunità locali e garantendo un futuro più stabile e prospero per tutti. Per questo, abbiamo avviato questo percorso con l'obiettivo di ridurre il nostro impatto ambientale, promuovere pratiche etiche e favorire l'innovazione sostenibile.

Il vostro supporto e la vostra fiducia sono essenziali in questo percorso. Continueremo a lavorare con trasparenza e dedizione, aggiornandovi sui nostri progressi e ascoltando le vostre preziose opinioni. Insieme, possiamo costruire un futuro più verde, equo e resiliente.

Grazie per essere parte di questa importante sfida.

Famiglia Pasotti

1. OMP SPA DAL 1957

OMP S.p.A. azienda bresciana presente dal 1957 nel panorama nazionale ed internazionale dei prodotti per lo scarico idro- sanitario, con magazzini di distribuzione in Italia, Germania, Francia e Spagna. OMP produce sifoni, pilette e altri apparecchi per lo scarico idrosanitario. Attenzione al mercato, ampliamento di gamma, investimenti continui, costante ricerca di prodotti e materiali innovativi hanno permesso all'azienda di raggiungere un ruolo prestigioso nello scenario internazionale del settore idrosanitario.

Dopo quasi sessant'anni OMP ha finito per assomigliare ai suoi prodotti: con una forma pregevole, ancorché ai margini rispetto ai riflettori del design più evidente, un prodotto TEA svolge il proprio compito in modo egregio e affidabile.

Grazie ai continui investimenti in strutture, la produzione si svolge in due luoghi distinti: nell'unità di Lumezzane (1100 mq.) vengono eseguite tutte le lavorazioni meccaniche, oltre alla presenza del reparto meccanico, mentre in quella di Bione (di 11200 mq.) oltre ad essere la sede degli uffici e magazzino di spedizioni, si trovano i reparti di stampaggio plastica, lavorazione tubo e confezionamento di tutti i prodotti.

Partendo da una produzione quasi artigianale a metà degli anni 50, la OMP si è poi distinta nel mercato idro-sanitario italiano ed europeo nel cosiddetto periodo del boom economico.

La specializzazione primaria è la produzione di sifoni e pilette che in un primo periodo era solo in lega di ottone di prima scelta, ma già da più di 30 anni la gamma si è ampliata pure alle materie plastiche, quali PP, PeHD e ABS.

Nel nuovo secolo la produzione si è via via articolata pure su prodotti da disegni e scarichi per doccia a pavimento di diverse tipologie, assecondando così la richiesta del mercato per prodotti di nicchia.



Un percorso evolutivo della tecnica:

- dall'innovazione del prodotto alla ricerca di nuovi materiali;
- dall'automazione dei processi all'introduzione di moderne tecniche organizzative;
- dalla cura degli imballi all'integrazione dei servizi logistici;
- una continua evoluzione a 360°, che ha portato ad una gamma fra le più complete del settore, molte volte anticipando i cambiamenti stessi del mercato.

Negli articoli TEA non si trovano solamente la qualità e l'affidabilità di una produzione all'avanguardia. Toccando i prodotti si possono percepire il lavoro e l'ingegno delle donne e degli uomini che costituiscono l'anima dell'azienda. Titolari e maestranze con una competenza ed un know-how che vengono da lontano.

Mission

Offrire ai propri clienti soluzioni uniche frutto di un solido know-how, di esperienza tramandata, di passione e innovazione.

Vision

Trovare soluzioni per facilitare la vita dei nostri clienti.

1.1 LA STORIA

L'azienda viene fondata da Pietro Pasotti, nei primi anni 50, subentrando all'attività di meccanica e di fonderia del padre che, oltre a lavorazioni meccaniche, produceva anche macchinari.

Nel corso degli anni 60 vengono ampliati i locali della vecchia fonderia di via XI Febbraio, verso la fine di quegli anni viene acquisito un terreno ed i relativi permessi edilizi nel Comune di OME dove verrà costruita la nuova fonderia. Nella sede di Lumezzane vengono ampliate le attività di lavorazione meccanica dei pezzi prodotti a OME. La fonderia di OME viene chiusa negli anni 80.

Verso la fine degli anni 70 il nonno Pietro si ammala e la nonna Giuseppina costituisce impresa individuale con il nome di "OMP di Gaioni Giuseppina" con sede a Lumezzane in via XI Febbraio, attuale sede legale della società OMP spa esercente l'attività di lavorazioni articoli sanitari, a cui facevano capo anche la fusione e il montaggio di materiale plastico.

L'azienda individuale nel 1984 viene trasformata in impresa familiare che il 25/09/1985 è a sua volta conferita per la costituzione della snc "OMP DI GAIONI GIUSEPPINA & C.", insieme ai quattro figli con l'oggetto sociale: Fusione, stampaggio e lavorazione di articoli idrosanitari. La sede, sia legale che operativa, rimane la stessa, con l'aggiunta di un reparto di assemblaggio e spedizione a Lumezzane in via Manzoni e di un reparto di montaggio di componenti in plastica, stampati esternamente da aziende terze, in un capannone a Cogozzo.

Nel 1988 OMP di Gaioni Giuseppina &C. assume la forma societaria società a responsabilità limitata, e si costituisce la OMP SRL.

Il 29 Maggio del 1998 si costituisce la OMP SPA, che mantiene lo stesso oggetto sociale e la sede legale a Lumezzane.

Dopo l'acquisto nel 1990 del terreno a Bione, zona Pistone, OMP nel 1994 sposta parte dell'attività produttiva a Bione, mantenendo la sede legale a Lumezzane che continua in parallelo l'attività di lavorazioni meccaniche. Con la nascita dell'opificio di Bione in via Industriale 11, tutti i reparti satellite vengono chiusi e l'attività inglobata a Bione.

Dal 2001 è attivo il magazzino "Pronto Italia" dotato di un totale di 2100 posti pallet è gestito attraverso un sistema di terminali in radio frequenza con gli applicativi software gestionali; in esso vengono stoccati gli articoli illustrati nel nostro catalogo Italia, consentendo spedizioni celeri e permettendo così alla clientela, di gestire al meglio e ad un minor costo le scorte dei propri depositi. Magazzini decentrati sono altresì presenti in Germania, Spagna e Francia.

Nel 2003 viene creato il "reparto plastica" nel complesso immobiliare adiacente denominato Bione 2 in cui, oltre al montaggio componenti in plastica si avvia lo stampaggio della plastica precedentemente esternalizzata.

Nel 2018 viene ottenuta la certificazione ISO 9001.

1.2

IL MODELLO DI BUSINESS E LA CREAZIONE DI VALORE

La crescita responsabile che da sempre contraddistingue il percorso di OMP può essere interpretata in diversi modi, ma in generale si riferisce all'approccio dell'azienda che mira a creare un futuro migliore per tutti, tenendo conto degli impatti economici, sociali e ambientali delle proprie azioni.

I pilastri chiave della crescita responsabile dell'azienda che hanno contraddistinto le sue scelte nel corso degli anni ed hanno consentito la sua crescita si possono riassumere in:








- **EQUITÀ**, tutti dovrebbero avere le stesse opportunità di prosperare, indipendentemente dal loro background o dalla loro condizione sociale.
- **SOSTENIBILITÀ**, utilizzare le risorse del pianeta in modo responsabile, garantendo che siano disponibili anche per le generazioni future.
- **PROTEZIONE DELL'AMBIENTE**, proteggere l'ambiente dai danni causati dall'attività umana.
- **BENESSERE SOCIALE**, creare una società in cui tutti possano vivere una vita sana e appagante.
- **ATTENZIONE AL CLIENTE**, cercare soluzioni innovative in grado di garantire la soddisfazione del cliente.
- **RESPONSABILITÀ D'IMPRESA**, operare in modo etico e sostenibile, tenendo conto degli impatti delle proprie attività sulle persone e sul pianeta.

1.3 LA PRESENZA SUL MERCATO

Il fatturato si è man mano sviluppato e attualmente circa la metà viene realizzato sul mercato italiano, dove sono attivi circa 30 agenti plurimandatari e figure che fungono da promoters, svolgendo una valida azione presso i punti vendita dei nostri clienti che ne fanno richiesta.

Il principale canale di vendita risulta essere al 100% edilizia civile.

PRODOTTI OMP TEA:

-  Sifoni e pilette arredobagno
-  Pilette e sifoni per lavabo e bidet
-  Pilette e sifoni per lavello
-  Pilette sifonate per piatto doccia
-  Pilette e sifoni per vasca
-  Canaline e pozzetti per scarico a pavimento
-  Sifoni per lavatrice e condizionatore



La clientela è mediamente composta da grossisti idrotermosanitari, a volte anche aggregati fra di loro, però vengono pure forniti fabbricanti di mobili da bagno o sanitari di vario genere ed anche esportatori di prodotti affini. Lo stesso dicasi per l'altra parte di fatturato espletata in esportazione.

Ripartizione del fatturato per area geografica 2024

| | VALORE (€) | PERCENTUALE (%) |
|--------|---------------|-----------------|
| Italia | 13.974.709,54 | 61,45 |
| Europa | 7.062.948,96 | 31,06 |
| Mondo | 1.702.665,97 | 7,49 |

Ripartizione del fatturato per canali di vendita 2024

| | VALORE (€) | PERCENTUALE (%) |
|--------------|---------------|-----------------|
| Distributori | 15.458.273,81 | 66,87 |
| GDO | 4.125.544,80 | 17,85 |
| Fabbricanti | 3.534.036,86 | 15,29 |

OMP per mantenere il suo posizionamento sul mercato nazionale ed internazionale presenza in varie manifestazioni fieristiche in Italia (Mostra Convegno Expocomfort e Cersaie) ed all'estero (ISH Francoforte e KBS Shanghai).

Inoltre si precisa che l'azienda è associata Confapi Brescia, Confapi Brescia è un'associazione di categoria che rappresenta le piccole e medie imprese (PMI) della provincia di Brescia, tutelandone gli interessi morali, sindacali ed economici offrendo servizi, tutela e relazioni, favorendo la formazione di sinergie tra gli associati e organizzando iniziative formative e convegni.

1.4 LA GOVERNANCE DELL'AZIENDA

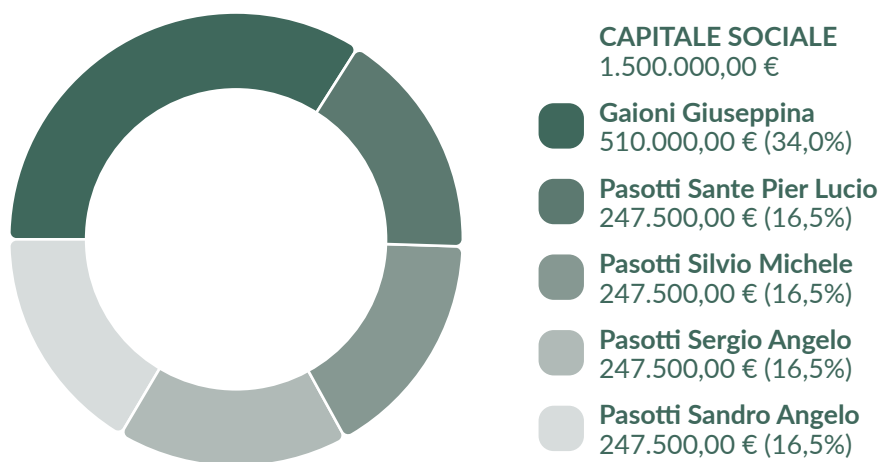
Fondata sulla base di forti valori familiari che guidano ancor oggi il modo di fare impresa, la governance di OMP si contraddistingue nei valori tramandati negli anni dal suo fondatore, valori che hanno caratterizzato, fin dalla nascita, la sua crescita ed il suo successo.

Grazie ad un adeguato passaggio generazionale, la governance dell'azienda mantiene ancor oggi saldi i valori familiari che la rappresentano e che restano il suo tratto distintivo.

Oggi OMP è guidata dai 4 figli dei fondatori ed in azienda sono già presenti anche i nipoti.



Si riporta di seguito l'assetto societario dell'azienda:



Al Consiglio di amministrazione è affidato il ruolo centrale di indirizzo strategico e decisionale di OMP, con lo scopo ultimo di perseguirne il successo e la crescita dell'azienda. Il Consiglio di amministrazione risulta composto da tre membri della famiglia Pasotti, la famiglia fondatrice.

Il Consiglio di amministrazione esamina e approva la strategia, definisce la natura e il livello di rischio compatibile con gli obiettivi strategici, valuta l'adeguatezza del sistema di controllo interno.

Si riporta nella tabella di seguito il dettaglio della rappresentazione di genere ed anagrafica dell'organo di governo e di controllo dell'azienda:

| DIVERSITÀ CDA, ORGANI E COMITATI | | | | | | | |
|----------------------------------|-----------|----------|------------|----------|-----------|----------|----------|
| CATEGORIE PROFESSIONALI | < 30 anni | | 30-50 anni | | > 50 anni | | TOT |
| | uomini | donne | uomini | donne | uomini | donne | |
| CDA | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 5 |
| Collegio Sindacale | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 1 | 3 |
| TOTALE | 0 | 0 | 0 | 0 | 6 | 2 | 8 |

RUOLI, RESPONSABILITÀ E AUTORITÀ NELL'ORGANIZZAZIONE

La Direzione assicura che le responsabilità e le autorità per i ruoli pertinenti siano assegnate, comunicate e comprese all'interno dell'azienda.

La Direzione assegna le responsabilità e autorità per:

- assicurare che il sistema di gestione aziendale sia conforme ai requisiti della/e norma/e di riferimento;
- assicurare che i processi aziendali stiano producendo gli output attesi;
- riferire, in particolar modo alla Direzione, sulle prestazioni del sistema di gestione aziendale e soprattutto sulle opportunità di miglioramento;
- assicurare la promozione della focalizzazione sul cliente (e sulle parti interessate) nell'ambito dell'intera struttura aziendale;
- assicurare che l'integrità del sistema di gestione aziendale sia mantenuta quando vengono pianificate e attuate le modifiche e/o azioni di miglioramento al sistema stesso.

La direzione si impegna costantemente nello sviluppo e nell'applicazione di un modello di business orientato al miglioramento continuo.

OMP si impegna a promuovere una cultura aziendale basata sull'etica, sull'integrità, sulla correttezza, oltre a perseguire il principio di assoluto rispetto delle leggi in vigore.

L'azienda disciplina la condotta etica delle proprie persone ed esprime i relativi impegni e responsabilità nei confronti degli altri soggetti interni ed esterni con cui si relaziona, al fine di sostenere una crescita sostenibile ed inclusiva; si adopera affinché i principi che da sempre contraddistinguono l'azienda siano condivisi dai rappresentanti, fornitori, partner commerciali e qualsiasi altro soggetto con cui intrattiene rapporti stabili d'affari; e non instaura né prosegue relazioni di business con chiunque si rifiuti di rispettarne i suoi principi e valori.

Da sempre l'azienda è impegnata nella lotta alla corruzione. In particolare, pone e presta la sua attenzione al fine di prevenire possibili fenomeni di corruzione, identificando, prevenendo e gestendo il rischio che questi accadano, svolgendo un'attenta analisi dei processi.

Dimostrazione del suo impegno è il fatto che non si segnalano azioni legali, né in corso né durante il periodo compreso tra il 1° gennaio 2023 e il 31 dicembre 2024, in materia di comportamento anticoncorrenziale. Ugualmente, non si segnalano violazioni delle normative antitrust o relative alle pratiche monopolistiche.

GESTIONE DEI RISCHI

OMP è consapevole che, nello svolgimento delle proprie attività, è inevitabilmente esposta a rischi che potrebbero influenzare le proprie performance finanziarie, sociali e ambientali. Pertanto, al fine di salvaguardare la creazione di valore, l'azienda ha implementato misure preventive di varia natura, tra le quali un sistema di modelli di comportamento volti alla riduzione di tali rischi.

Riconoscendo l'importanza della responsabilità etico-sociale nella conduzione dei suoi affari e delle sue attività aziendali, attraverso il rispetto dei principi aziendali OMP individua in modo chiaro e trasparente l'insieme dei valori sui quali si fonda la sua attività ai fini del raggiungimento del successo e dello sviluppo attuale e futuro.

La Direzione è infatti consapevole di operare in un contesto e di costituire essa stessa un contesto operativo. Di conseguenza, ritiene di primaria importanza individuare fattori interni

ed esterni che influiscono sulla capacità dell'organizzazione di conseguire i risultati. L'azienda ha dunque predisposto una procedura per l'individuazione, il monitoraggio e il riesame di tali fattori interni ed esterni, da cui dipende la possibilità di successo o il rischio d'insuccesso dell'organizzazione (vedi procedura).

Annualmente in sede di riesame della direzione, l'azienda analizza il contesto interno e esterno analizzando gli elementi legati alle parti interessate secondo i principi di una matrice SWOT (punti di forza e di debolezza, opportunità e minacce) tenendo conto di alcuni fattori come ad esempio:

- Ambiente politico, Ambiente legislativo, Fattori legislativi ambientali\ecologici, Ambiente tecnologico, Ambiente Sociale, Ambiente competitivo\ Mercato, Ambiente economico
- Strategia, Struttura, Stile, Valori condivisi, Sistema, Staff, Abilità e conoscenze

Per meglio comprendere quali possono essere gli elementi che influenzano in senso positivo o negativo il miglioramento aziendale, l'azienda esegue un'analisi delle parti interessate utilizzando un questionario del grado di soddisfazione e consapevolezza del personale interno ed elaborando le risposte ricevute, oppure nel corso degli audit interni.

CONFORMITÀ NORMATIVA

OMP, inoltre, si impegna nel perseguire una condotta d'impresa responsabile, applicando misure primarie per la gestione del rischio di reati e per garantire la corretta gestione della compliance normativa. Attraverso un sistema interno e supportata da consulenti esterni l'azienda si impegna a gestire correttamente tutto quanto riguarda la compliance normativa. Nel 2024 non si sono verificati casi di non conformità.

IL VALORE ECONOMICO CREATO E DISTRIBUITO

Il valore economico generato e distribuito, nel contesto della sostenibilità aziendale, rappresenta l'insieme dei benefici economici che un'azienda crea attraverso le sue attività, e come questi benefici vengono distribuiti tra le varie parti interessate (stakeholder). Questo concetto va oltre il semplice profitto finanziario, includendo anche gli impatti sociali e ambientali, e riflettendo l'impegno dell'azienda nel creare valore sostenibile nel lungo termine.



Descrizione del valore economico generato e distribuito per la sostenibilità aziendale di OMP:

1. Valore generato:

- profitto economico, ricavi meno costi operativi, che rappresentano il risultato finanziario dell'attività aziendale;
- valore aggiunto, differenza tra i ricavi e i costi delle materie prime e dei servizi acquistati all'esterno, che indica il contributo dell'azienda alla creazione di ricchezza.

2. Distribuzione del valore:

- ai dipendenti, retribuzioni, benefit, formazione, e opportunità di crescita che migliorano il benessere e le competenze;
- ai fornitori, pagamenti per beni e servizi, favorendo la crescita della loro attività;
- alle comunità, investimenti in progetti sociali, sostenibilità, e iniziative di responsabilità sociale;

– a finanziatori e azionisti, dividendi, interessi e ritorni sull'investimento.

3. Valore economico sostenibile:

– per essere considerato sostenibile, il valore generato deve essere equamente distribuito, promuovendo una crescita economica che sia compatibile con la tutela sociale e ambientale.

In sintesi, il valore economico generato e distribuito per la sostenibilità aziendale di OMP rappresenta l'impegno dell'azienda nel creare benefici economici che siano compatibili con la tutela sociale e ambientale, assicurando che i vantaggi prodotti siano condivisi equamente tra tutti gli stakeholder e contribuiscano al benessere complessivo della società e del pianeta. Il valore economico generato rappresenta la capacità di OMP di creare ricchezza per sé e per i propri Stakeholder.

In termini assoluti, il valore economico generato è diminuito del 2,7% rispetto allo scorso anno, in linea con l'aumento del valore economico distribuito pari al 0,7%. Il valore economico trattenuto, pertanto, è il risultato, calcolato per differenza, fra il valore economico generato e distribuito il quale, anche in questo caso, è in calo del 16,1% rispetto al 2023.

| VALORE ECONOMICO CREATO (Euro) | 2023 | 2024 |
|---------------------------------------------------|-------------------|-------------------|
| Ricavi netti dalle vendite | 23.226.187 | 23.603.818 |
| Ricavi e proventi vari | 17.985 | 25.762 |
| variazione rimanenze | 651.215 | -295.420 |
| variazioni fatturato premi e sconti | -923.633 | -981.137 |
| Totale Valore economico generato | 22.971.754 | 22.353.023 |
| VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO | | |
| Remunerazione fornitori / costi operativi | 16.298.234 | 15.956.638 |
| Remunerazione dipendenti | 4.316.017 | 4.815.403 |
| Remunerazione azionisti | 607.609 | 608.722 |
| Oneri finanziari | 103.032 | 103.603 |
| Investimenti collettività / donazioni sociali | 12.170 | 6.426 |
| Imposte e tasse | 44.209 | 28.879 |
| Totale Valore economico Distribuito | 21.381.271 | 21.519.671 |
| VALORE ECONOMICO TRATTENUTO | | |
| Ammortamenti, svalutazioni e rettifiche | 1.768.095 | 1.483.043 |
| Totale valore economico trattenuto | 1.768.095 | 1.483.043 |
| Componenti straordinari | 207.894 | 699.903 |
| UTILE (PERDITA) CONSOLIDATI DELL'ESERCIZIO | | |
| 21) Utile (perdita) consolidati dell'esercizio | 30.282 | 50.212 |

Si riportano inoltre di seguito i principali indicatori finanziari, tra cui gli investimenti capitalizzati negli ultimi due anni:

| DATI FINANZIARI | 2023 | 2024 |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-------------------|
| Profitto netto (utile o perdita di esercizio al netto delle imposte sul reddito) | 30.282 | 50.212 |
| Cash Flow da attività operativa (flussi finanziari derivanti da attività operative) | -1.366.156 | 274.166 |
| TOTALE ATTIVO | 19.205.919 | 17.788.134 |
| EBITDA | 1.749.895 | 972.260 |
| Investimenti capitalizzati | 620.839 | 379.720 |

APPROCCIO ALLA FISCALITÀ

OMP adotta un approccio alla fiscalità guidato dai principi sanciti di onestà, correttezza e di attenta osservanza di tutte le norme civilistiche, tributarie, contributive, doganali e fiscali applicabili di volta in volta al fine di promuovere un approccio collaborativo e trasparente nei confronti dell'Amministrazione Finanziaria e dei terzi col fine ultimo di ridurre al minimo ogni possibile rischio fiscale o reputazionale.

L'azienda opera in Italia dove le regole chiare e rigide di fatturazione agli utenti e di contabilizzazione di ricavi e costi sono già definiti e controllati dall'autorità competente. Ciò consente quindi di conterminare i rischi fiscali che vengono ulteriormente ridotti da tutte le procedure e soluzioni informatiche adottate dalla Società per rispondere alle esigenze di tracciabilità dei flussi finanziari in entrata e uscita.

Un adeguato assetto amministrativo contabile consente quindi una corretta gestione dei rischi fiscali, garantendo la tracciabilità delle attività e la corretta distinzione dei ruoli. Le decisioni fiscali cruciali prevedono sempre il supporto di un fiscalista esterno, infine, le informazioni fiscali sono soggette a revisione da parte del consulente esterno che supporta l'organizzazione per la convalida del bilancio.

1.5 LA CONDOTTA AZIENDALE

WHISTLEBLOWING

In ottemperanza al d.lgs. n. 24/2023 (cd. Decreto Whistleblowing), che attua la direttiva (UE) 2019/1937 riguardante la protezione delle persone che segnalano violazioni del diritto dell'Unione e delle disposizioni normative nazionali, nel corso del 2023 OMP ha creato un canale interno per la segnalazione di illeciti.

Attraverso questo sistema è possibile segnalare eventuali condotte illecite rilevanti e violazioni di disposizioni di normative nazionali o dell'Unione europea che ledono l'interesse pubblico o l'integrità dell'amministrazione pubblica o della Società, sia da parte di persone interne che esterne alla Società, che siano venute a conoscenza degli illeciti nel contesto lavorativo.

Il Sistema adottato da OMP – che permette segnalazioni scritte tramite una piattaforma crittografata accessibile da qualsiasi dispositivo – garantisce la riservatezza circa l'identità del segnalante e la tutela dello stesso da ogni ritorsione. La procedura di gestione delle segnalazioni e tutela del segnalante è resa nota a tutti i dipendenti e ai soggetti interessati tramite la pubblicazione sul sito internet del Gruppo, nella sezione "Whistleblowing".

Nel corso del 2024 non sono pervenute segnalazioni relative ad alcun reato compreso il reato di corruzione.

BUSINESS CONTINUITY

La Business Continuity di OMP, che si configura come la capacità di garantire la continuità operativa e aziendale, rappresenta un elemento fondamentale per assicurare la resilienza e la stabilità delle attività in presenza di eventi avversi. Questa capacità consiste nella capacità di proseguire le proprie attività e di erogare prodotti e servizi anche in presenza di incidenti che coinvolgano attrezzature, calamità naturali, attacchi informatici o altre situazioni di crisi. Per garantire tale continuità, OMP implementa processi e procedure di valutazione delle prestazioni aziendali, che consentono di identificare, monitorare e mitigare i rischi potenziali, assicurando così una risposta tempestiva ed efficace a eventuali emergenze.

Inoltre, OMP opera attraverso un controllo continuativo dei propri impianti, supportato da sofisticati strumenti IT presenti in entrambi i siti produttivi.

Nel periodo di riferimento, non si sono riscontrate interruzioni significative della produzione né fermi operativi rilevanti, a testimonianza dell'efficacia delle misure adottate per la gestione della Business Continuity e della resilienza complessiva dell'azienda-

GESTIONE DELLA PRIVACY

L'aumento delle minacce informatiche dovuto alla crescente digitalizzazione ha spinto OMP a migliorare costantemente i propri sistemi e a implementare e monitorare procedure interne per garantire elevati livelli di sicurezza nella gestione dei dati. OMP, dopo aver provveduto all'adeguamento al Regolamento europeo 2016/679 (GDPR - General Data Protection Regulation), mantiene una costante attenzione alla protezione dei dati personali.

L'azienda implementa misure di sicurezza tecniche e organizzative ove si presenti la necessità

e monitora costantemente le evoluzioni della legislazione, europea e italiana, della prassi e delle best practice in materia, anche con l'ausilio di consulenze specialistiche.
Non sono stati segnalati reclami o violazioni della privacy da parte di fornitori, clienti o dipendenti o terzi interessati nel corso del 2024.

2. CREDIAMO IN UN FUTURO SOSTENIBILE

2.1 IL VALORE DEGLI STAKEHOLDER

OMP è consapevole ed impegnata da sempre in un percorso rivolto alla creazione di valore sostenibile, condiviso con i diversi soggetti portatori di interesse. In questo contesto, l'azienda ritiene fondamentale un coinvolgimento delle categorie di Stakeholder che tenga conto delle loro specificità, per recepirne aspettative e istanze, al fine di attivare e perfezionare un circuito virtuoso di dialogo e confronto con i diversi attori.



OMP ha identificato e selezionato i suoi stakeholder sulla base della consapevolezza del proprio ruolo sociale e del forte radicamento territoriale, necessariamente connesso allo svolgimento delle attività aziendali, al fine di individuarne le aspettative e declinarle in obiettivi da raggiungere. Interagiamo con gli stakeholder attraverso conversazioni aperte, a lungo termine e produttive, scambiandoci prospettive e idee, imparando gli uni dagli altri. Lo scopo delle nostre attività è coinvolgere i nostri stakeholder, in ogni fase della catena del valore, garantendo la massima trasparenza e onestà, condividendo informazioni accurate e tempestive.

La frequenza del coinvolgimento per le diverse categorie di soggetti dipende dagli strumenti adottati, dalle strategie aziendali, oltre che, naturalmente, dalla necessità di ottemperare a eventuali prescrizioni legislative.

Di seguito viene rappresentata la mappatura degli Stakeholder e le seguenti modalità d'interazione con gli stessi:

| Stakeholder Macrocategoria | Stakeholder Sottogruppo | Modalità di comunicazione | Frequenza | Obbiettivi | Impegno |
|----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Dipendenti | <ul style="list-style-type: none"> - Impiegati - Operai | <ul style="list-style-type: none"> - Comunicazione interna - Formazione | Periodica | <ul style="list-style-type: none"> - Programmazione del lavoro - Motivazione | <ul style="list-style-type: none"> - Retribuzione adeguata - Premi produzione - Condivisione dei principi etici |
| Fornitori | <ul style="list-style-type: none"> - Aziende | <ul style="list-style-type: none"> - Mail - Telefono | Costante | <ul style="list-style-type: none"> - Forniture di materia prima | <ul style="list-style-type: none"> - Rispetto dei diritti umani e degli standard qualitativi |
| Terzisti | <ul style="list-style-type: none"> - Produttori terzi - Lavorazioni esterne del prodotto | <ul style="list-style-type: none"> - Visite a terzisti - Telefonica | Costante | <ul style="list-style-type: none"> - Lavorazione di un prodotto di qualità a prezzi corretti | <ul style="list-style-type: none"> - Rispetto dei diritti umani e degli standard qualitativi |
| Clienti | <ul style="list-style-type: none"> - Clienti | <ul style="list-style-type: none"> - Customer care - Newsletter - Mail | Costante | <ul style="list-style-type: none"> - Soddisfazione - Fidelizzazione - Risposta rapida alle richieste del mercato - Qualità del prodotto | <ul style="list-style-type: none"> - Soddisfazione del cliente - Sviluppo di nuovi prodotti |

| Stakeholder Macrocategoria | Stakeholder Sottogruppo | Modalità di comunicazione | Frequenza | Obbiettivi | Impegno |
|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------|--------------------------------------|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Agenti | - Relazioni con i clienti | - Riunioni - Fiere | Costante | - Soddisfazione - Fidelizzazione - Risposta rapida alle richieste del mercato | - Soddisfazione del cliente - Sviluppo di nuovi prodotti |
| Comunità | - Fondazioni/enti - Scuole - Istituzioni locali | - Partecipazione ad eventi | Su richiesta | - Aiuto alla comunità | - Contribuire alla promozione e allo sviluppo della comunità - Distribuzione di borse di studio |
| Social media e sito | - Followers | - Social network - Newsletter | Mensile | - Aumentare la comunità | - Promuovere contenuti in linea con il brand |
| Istituti finanziari | - Banche | - Mail - Telefonate | Mensile | - Garantire una solita relazione con l'istituto di credito | - Garanzia della trasparenza |
| Enti pubblici di controllo e di categoria | - Confapi - Enti di controllo | - Mail - Telefonate - Incontri | Mensile | - Tutelare e sostenere la categoria di appartenenza | - Creare un rapporto di collaborazione e risoluzione di problemi per il settore |

2.2

L'ANALISI DELLA MATERIALITÀ D'IMPATTO

Per questo primo bilancio di sostenibilità 2024 OMP ha condotto, in conformità con i nuovi GRI Standards 2021, la sua prima analisi di materialità: processo che mira all'individuazione delle tematiche ESG rilevanti, dunque materiali per l'azienda.

Per la realizzazione della prima analisi di materialità, l'azienda ha preso in considerazione le linee guida Universal Standard GRI con un primo esercizio verso la doppia materialità, si rende noto che l'azienda non rientra nei parametri previsti dalla CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive), in questo primo bilancio l'azienda riporta nel dettaglio l'analisi della materialità d'impatto.

Secondo quanto riportato dai GRI, un tema ESG è materiale quando soddisfa i criteri definiti per la materialità d'impatto:

- materialità d'impatto: seguendo un approccio inside-out, OMP valuta la materialità considerando gli impatti positivi e negativi, attuali e potenziali, che possono riversarsi sugli Stakeholders e sull'ambiente in base alla gestione aziendale di una tematica ESG.

Le fasi che hanno contraddistinto questa prima analisi di materialità svolta dall'azienda sono di seguito illustrate.

Analisi del contesto interno ed esterno

Il processo di identificazione degli impatti, rischi e opportunità ha preso avvio con un'analisi di contesto interna ed esterna.

In riferimento al contesto interno, sono stati analizzati documenti dell'azienda quali ad esempio progetti e procedure interne. Rispetto al contesto esterno, sono stati esaminati il settore di riferimento attraverso un'analisi ed attività di benchmark con le best practices di mercato, analizzando i relativi temi, impatti, rischi e opportunità considerabili applicabili per OMP.

Sulla base dell'attività di cui sopra, è stata identificata una lista di temi ESG potenzialmente materiali, a ciascuno dei quali sono stati associati, successivamente, sia gli impatti, positivi e negativi, attuali e potenziali (materialità d'impatto) ed un primo esercizio di valutazione dei rischi e delle opportunità (materialità finanziaria) più rilevanti per OMP.

Materialità d'impatto

Un passo fondamentale del processo di analisi di materialità è rappresentato proprio dall'attività di coinvolgimento degli Stakeholder, ossia di quei soggetti o gruppi di interesse che sono influenzati, anche solo potenzialmente, dalle attività dell'azienda.













Per la realizzazione di questo primo bilancio l'azienda non ha coinvolto direttamente gli stakeholder esterni, ma si è limitata a valutare singolarmente gli impatti – positivi e negativi, attuali e potenziali – per ciascun tema ESG potenzialmente rilevante sulla base della relativa gravità/peso e probabilità di verificarsi. La direzione aziendale ha valutato i temi rilevanti.

2.3

TEMI MATERIALI ED I NOSTRI GOAL

A fine 2015, l'Organizzazione delle Nazioni Unite (ONU) ha lanciato su scala mondiale l'Agenda 2030 sottoscritta da 193 paesi tra cui l'Italia. Si tratta di un piano d'azione per realizzare 17 Obiettivi strategici di Sviluppo Sostenibile (Sustainable Development Goals o SDGs), articolato in 169 target specifici, che coinvolgono le dimensioni sociali, economiche ed ambientali della sostenibilità. Ogni organizzazione è chiamata a fare la sua parte per contribuire al raggiungimento degli obiettivi su scala globale e locale. Per governi nazionali e locali, imprese, organizzazioni no-profit, l'Agenda 2030 costituisce già un quadro di riferimento che ispira ed indirizza le politiche di sostenibilità a tutti i livelli, attraverso azioni volontarie in attuazione dei 17 SDGs.

OMP ha preso la decisione di contribuire in maniera ancor più rilevante che in passato al raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile, allineando ancor di più il proprio modello di business ai Sustainable Development Goals (SDG).









| ESG | TEMI RILEVANTI | GOAL DI RIFERIMENTO | |
|------------------------------------|------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>TEMATICHE AMBIENTALI</p> | <p>CAMBIAMENTI CLIMATICI</p> | <p>7 ENERGIA PULITA E ACCESSIBILE</p>  | <p>13 LOTTA CONTRO IL CAMBIAMENTO CLIMATICO</p>  |
| | <p>SVILUPPO NUOVI PRODOTTI ECO SOSTENIBILI</p> | <p>12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI</p>  | |
| <p>TEMATICHE SOCIALI</p> | <p>BENESSERE DEI LAVORATORI</p> | <p>4 ISTRUZIONE DI QUALITÀ</p>  | <p>10 RIDURRE LE DISUGUAGLIANZE</p>  |
| | <p>SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO</p> | <p>3 SALUTE E BENESSERE</p>  | |
| | <p>SUPPLY CHIAN RESPONSABILE</p> | <p>8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA</p>  | <p>12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI</p>  |
| | <p>COMUNITÀ</p> | <p>8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA</p>  | <p>16 PACE, GIUSTIZIA E ISTITUZIONI SOLIDE</p>  |
| <p>TEMATICHE GOVERNANCE</p> | <p>SODDISFAZIONE DEL CLIENTE</p> | <p>12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI</p>  | |
| | <p>CRESCITA RESPONSABILE</p> | <p>8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA</p>  | |

2.4 GLI IMPATTI

Ai fini di una maggiore completezza, si riporta di seguito la mappatura di alto livello degli impatti positivi e negativi, raggruppati per tema materiale e frutto dell'analisi di benchmark e delle valutazioni interne.

Ad oggi il ruolo di responsabilità di gestione degli impatti è in capo al Consiglio di amministrazione.

Tabella dei temi ESG più significativi per la materialità d'impatto

| TEMA MATERIALE | IMPATTO | TIPOLOGIA DELL'IMPATTO |
|-----------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| CAMBIAMENTI CLIMATICI | Aumento della concentrazione di CO2 nell'aria a causa dell'aumento dei consumi di energia |  REALE DIRETTO |
| SVILUPPO NUOVI PRODOTTI ECO SOSTENIBILI | Mancato contributo all'innovazione delle performance ambientali di prodotto a causa dell'assenza di investimenti volti alla ricerca di nuovi metodi di produzione efficienti (eco-design) |  POTENZIALE DIRETTO |
| BENESSERE DEI LAVORATORI | Crescita professionale, miglioramento delle prestazioni e soddisfazione dei dipendenti grazie a programmi di formazione, meccanismi trasparenti ed equi che valorizzino le capacità professionali di ognuno |  POTENZIALE DIRETTO |
| SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO | Aumento di infortuni e malattie professionali dei lavoratori all'interno dell'azienda a causa della mancanza di procedure, azioni preventive e di una adeguata formazione |  REALE DIRETTO |
| SUPPLY CHAIN RESPONSABILE | Danni sociali, ambientali ed anche reputazioni causati dalla selezione di fornitori che non rispettano i diritti umani dei propri lavoratori e/o che non tutelano l'ambiente |  POTENZIALE INDIRETTO |
| COMUNITÀ | Contributo allo sviluppo socioeconomico delle comunità locali attraverso il sostegno di progetti locali, collaborazione con istituti scolastici sul territorio per la selezione o la formazione di figure all'interno della stessa comunità |  POSITIVO DIRETTO |
| SODDISFAZIONE DEL CLIENTE | Peggioramento della qualità dei prodotti, insoddisfazione dei clienti a causa della mancata comprensione delle esigenze attuali e future dei clienti, tramite modalità di ingaggio ed ascolto dei feedback |  POTENZIALE DIRETTO |
| CRESCITA RESPONSABILE | Riduzione della fiducia da parte degli Stakeholder e della reputazione a causa di fenomeni di illecito, di anti-competitività e di mancata compliance alle normative e alla mancata integrazione di aspetti ESG nella strategia aziendale |  POTENZIALE DIRETTO |

2.5 GLI OBIETTIVI FUTURI

È con piena consapevolezza nel perseguire il cammino della crescita responsabile e sostenibile che OMP proietta la sua attività verso il domani, avendo già chiari i prossimi passi da compiere, ma restando sempre vigile circa i cambiamenti e le impellenze del presente con l'obiettivo di mitigare e ridurre i suoi impatti.

In questa sezione trovano infatti collocazione gli obiettivi di OMP, attraverso i quali si propone di contribuire allo sviluppo di una comunità più responsabile, in cui ciascuno svolga il proprio ruolo sociale in modo consapevole, efficace e sostenibile. In relazione all'analisi degli impatti e alla loro significatività, l'azienda ha identificato degli obiettivi a breve e medio periodo.

Ai fini di una maggiore completezza, si riportano di seguito anche la mappatura di alto livello dei rischi e delle opportunità, raggruppati per tema materiale a cui sono seguite delle valutazioni interne sopra descritte che hanno portato a convalidare l'impegno di un piano di obiettivi ESG.

La determinazione degli obiettivi è stata guidata dall'intento di promuovere un equilibrio di obiettivi sociali, economici e ambientali. Questi primi obiettivi sono stati definiti in modo tale che si possano perseguire, integrati al business e applicabili dove possibile anche a tutti i tasselli della catena del valore dell'azienda stessa.

Di seguito gli obiettivi prioritari di OMP che sono emersi anche dall'analisi puntuale dei rischi e delle opportunità in relazione ai temi materiali.

| TEMI RILEVANTI | RISCHI | OPPORTUNITÀ | OBIETTIVI 2025-2027 |
|------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| CAMBIAMENTI CLIMATICI | Mancato presidio dei consumi con conseguente aumento di utilizzo di energia, gestione non corretta della pianificazione delle commesse. | Diminuzione delle emissioni in atmosfera grazie all'uso del fotovoltaico. Gestione consapevole dei consumi. | Riduzione del consumo energetico attraverso l'ottimizzazione dei processi produttivi. |
| SVILUPPO NUOVI PRODOTTI ECO-SOSTENIBILI | Perdita di clienti, perdita di fatturato. Mancata risposta alle richieste del mercato. Diminuzione della varietà dei prodotti. | Fidelizzazione del cliente, aumento del fatturato. Maggiore comprensione del mercato. Aumento della brand reputation, opportunità di apertura di nuovi contatti e nuovi mercati. | Studio di fattibilità di una certificazione LCA /EPD di prodotto. Monitoraggio della durabilità dei prodotti, predisposizione di un sistema di monitoraggio specifico. |

| TEMI RILEVANTI | RISCHI | OPPORTUNITÀ | OBIETTIVI 2025-2027 |
|--------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| BENESSERE DEI LAVORATORI | Aumento del tour over e insoddisfazione dei lavoratori. Mancato attaccamento al posto di lavoro con conseguente diminuzione delle performance professionali. Aumento dell'astensionismo con conseguente rallentamento della produzione con conseguenze economiche per l'azienda. | Buon clima aziendale e lavoratori stimolati a lavorare bene ed in continuità. Aumento dell'attrattiva aziendale verso nuovi talenti e conseguente aumento della brand reputation. | Migliorare la comunicazione tra la direzione e i vari reparti Formazione continua: potenziare competenze e motivazione. Welfare aziendale: inserimento di benefit per i collaboratori |
| SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO | Aumento del tasso d'infortuni, ripercussioni sulla salute dei lavoratori e conseguenze penali a carico all'azienda con conseguente calo della reputazione aziendale. Aumento dei giorni di malattia con conseguente ricaduta sulla pianificazione aziendale. | Lavoratori formati ed attenti alla loro salute e sicurezza. Diminuzione degli infortuni. | Pianificazione annuale dei corsi di formazione sulla sicurezza. Implementare questionari di valutazione anonimi per raccogliere feedback sui corsi di sicurezza e sui DPI, e identificare aree di miglioramento |
| SUPPLY CHAIN RESPONSABILE | Problemi nella gestione della business continuity. Mancata reperibilità della materia prima. Problematiche legate all'uso di fornitori di non fidelizzati. Fornitori non conformi ai requisiti ESG. | Fidelizzazione del fornitore e continuità nella collaborazione. Maggiore disponibilità del fornitore a gestire le problematiche. Mancato presidio del rischio lungo la filiera. | Stabilire con i fornitori un canale di comunicazione diretto e immediato per la risoluzione dei problemi. Avvio di un progetto per la Valutazione dei fornitori secondo criteri di rischio e sostenibilità. Sviluppare un piano di mitigazione del rischio per affrontare eventuali interruzioni nella catena di fornitura. |
| COMUNITÀ | Calo della reputazione aziendale sul territorio con conseguente difficoltà nel reperire lavoratori locali. Mancata accettazione sociale. | Aumento della credibilità e della visibilità con conseguente opportunità di dialogo sociale. | Stabilire partnership strategiche: collaborare con le principali associazioni locali per sostenere iniziative di interesse comune e con gli istituti scolastici per incentivare l'inserimento dei giovani in azienda. Organizzare eventi comunitari: pianificare e partecipare ad eventi locali per migliorare la presenza sul territorio e rafforzare il legame con la comunità |

| TEMI RILEVANTI | RISCHI | OPPORTUNITÀ | OBIETTIVI 2025-2027 |
|----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| SODDISFAZIONE DEL CLIENTE | Perdita di fatturato, perdita di posizionamento sul mercato. Insoddisfazione del cliente. | Maggior attrattività di nuovi clienti, aumento delle commesse, aumento della brand reputazione. Maggior contestualizzazione della qualità del prodotto in relazione al prezzo con conseguente aumento dei margini. | <p>Migliorare il servizio clienti: implementare un sistema di supporto clienti efficiente e reattivo, garantendo risposte rapide e soluzioni efficaci ai problemi dei clienti.</p> <p>Raccogliere e analizzare feedback: stabilire un processo continuo di raccolta e analisi del riscontro dei clienti per identificare aree di miglioramento e implementare cambiamenti basati su suggerimenti concreti.</p> <p>Fidelizzare i clienti: creare programmi di fidelizzazione e incentivare la ripetizione degli acquisti, premiando i clienti fedeli con offerte speciali, sconti esclusivi e servizi personalizzati.</p> |
| CRESCITA RESPONSABILE | Mancato rispetto della normativa economica finanziaria con conseguente rischio di sanzioni economiche. Danni reputazionali e conseguente calo del fatturato. | Maggior disponibilità di spesa per investimenti per lo sviluppo aziendale con conseguenze positive anche verso la premialità aziendale. | <p>Espansione geografica: Entrare in nuovi mercati esteri.</p> <p>Adozione di un Modello 231 e di un Codice Etico aziendale.</p> |

L'analisi di materialità ha permesso a OMP di:

- dotare il CdA di uno strumento di orientamento;
- fornire informazioni utili alla definizione delle strategie aziendali e di sostenibilità;
- valutare i temi ESG nella mappatura dei rischi.
- determinare gli obiettivi una prima lista di impegni per sviluppo sostenibile e la crescita responsabile dell'azienda.

3.

LA NOSTRA CATENA DEL VALORE

Per catena del valore si intendono le attività operative svolte dall'azienda durante il processo di trasformazione delle materie prime in prodotti finiti. Questa teoria considera il modo in cui beni e servizi vengono forniti ai clienti e il modo in cui il valore si accumula lungo la serie di eventi che arrivano a quel cliente finale: il valore è aggiunto in ogni fase. Sono coinvolti nella catena del valore una serie di attori che lavorano insieme per soddisfare le richieste del mercato di prodotti o servizi specifici. Il flusso di valore è una sequenza di attività necessarie per progettare prodotti e fornire un bene o un servizio al mercato.

La catena del valore di OMP comincia dal sistema di approvvigionamento della materia prima utile alla produzione che consente di arrivare successivamente al prodotto finito. La produzione interna, coadiuvata anche dalle attività esternalizzate, contribuisce alla realizzazione di prodotti grado di soddisfare le specifiche richieste dei clienti. Il rigoroso controllo interno prima del confezionamento e della spedizione garantisce la massima qualità oltre che l'efficienza dell'azienda.

La catena del valore di OMP coinvolge diverse aree, inclusi fornitori, terzisti, grossisti ed agenti fino ad arrivare al cliente finale.

3.1 LA NOSTRA FILIERA

Lo sviluppo di una catena di fornitura responsabile e sostenibile si colloca all'interno di una più ampia visione aziendale che valorizza e tutela attivamente la responsabilità sociale e ambientale, integrandole pienamente nelle linee guida strategiche.

Per OMP la classificazione dei fornitori può essere così rappresentata:

- materia prima: plastica, ottone (pani e barra), acciaio per gli stampi;
- lavorazioni esterne: pulitura, cromatura, lucidatura, costruzioni stampi, lavorazioni di torneria, costruzioni in economia; stampaggio e fusione di materiali non ferrosi;
- servizi: gestione informatica, gestione sicurezza sul lavoro, gestione qualità, produzione (OMP lavorazioni interne).



Per l'acquisto di materia prima ottone, (Tubo OT63, barra OT58 e panetto d'ottone) sono previsti contratti aperti di fornitura che hanno lo scopo di fissare il prezzo d'acquisto per la quantità a contratto

La materia prima in ottone può essere approvvigionata sia a prezzo pieno che in c/trasformazione sfridi, ritagli di ottone, tornitura o materiale ottone a scarto.

I fornitori sono principalmente divisi in 2 categorie: quelli che forniscono materie prime e il packaging; e quelli che forniscono specifici processi di lavorazione e fornitori generici.

Si riporta di seguito la ripartizione geografica relativa al valore degli acquisti suddiviso per le principali due categorie.

Proporzione della spesa effettuata a favore di fornitori locali MATERIA PRIMA (GRI 204-1)

| AREA GEOGRAFICA | 2023 | 2024 | 2023 | 2024 | DELTA |
|-----------------|----------------|----------------|------|------|-------|
| ITALIA | 3.899.178,36 € | 3.977.026,88 € | 71% | 76% | 2% |
| EUROPA | 1.606.067,31 € | 1.265.052,81 € | 29% | 24% | -21% |
| EXTRA UE | - € | - € | 0% | 0% | |
| TOTALE | 5.505.245,67 € | 5.242.079,69 € | 100% | 100% | -5% |

Per OMP l'importanza dei terzisti nel contesto produttivo è significativa per diverse ragioni. I terzisti di OMP sono quelle aziende che svolgono un ruolo fondamentale nel supportare la filiera produttiva, consentendo a OMP di concentrarsi sulle proprie competenze core e di ottimizzare i costi e i tempi di produzione.

Buona parte dei terzisti risulta essere classificato come locale in quanto situato in provincia di Brescia.

Ecco alcuni aspetti chiave dell'importanza dei terzisti di OMP:

1. Specializzazione e competenza: i terzisti sono altamente specializzati in specifici settori o tecnologie, offrendo competenze che potrebbero non essere presenti internamente alle aziende principali.
2. Flessibilità produttiva: collaborare con terzisti permette alle aziende di aumentare o ridurre rapidamente la capacità produttiva in risposta alle variazioni della domanda, migliorando la flessibilità operativa.

Come si può vedere dal grafico l'azienda predilige aziende del territorio sia nella scelta dei fornitori sia in quella dei terzisti, 81% dei fornitori di servizi e terzisti sono italiani e nello specifico locali i terzisti.

Proporzione della spesa effettuata a favore di fornitori locali **GENERICI + TERZISTI (GRI 204-1)**

| AREA GEOGRAFICA | 2023 | 2024 | 2023 | 2024 | DELTA |
|-----------------|----------------|----------------|------|------|-------|
| ITALIA | 5.772.901,03 € | 5.848.992,43 € | 80% | 81% | 1% |
| EUROPA | 190.031,25 € | 176.448,98 € | 3% | 2% | -7% |
| EXTRA UE | 1.288.375,52 € | 1.194.904,79 € | 18% | 17% | -7% |
| TOTALE | 7.251.307,80 € | 7.220.346,20 € | 100% | 100% | 0% |

3.2

CURA E RESPONSABILITÀ VERSO I CLIENTI

Da sempre, OMP ha fatto della reattività e della capacità di soddisfare le richieste del cliente nel minor tempo possibile un punto di forza. Una filosofia lavorativa che comporta un grande sforzo a livello organizzativo e, soprattutto, una importante partecipazione e coinvolgimento dei collaboratori nel farsi trovare sempre pronti a rispondere alle esigenze del cliente, se non già consegnando il prodotto richiesto in giornata, presentando comunque una risposta precisa sui tempi di realizzazione e consegna, e impegnandosi a rispettarli. Un'elasticità che, insieme all'affidabilità, nel tempo, è stata riconosciuta dai clienti come il maggior punto di forza.

Caratteristiche che hanno, così, permesso a OMP di fidelizzare in maniera sempre più importante i clienti, diventando per la maggior parte di questi, un partner di riferimento nel proprio campo e un fornitore con il quale mantenere aperti non solo un canale di business, ma anche di dialogo e collaborazione continuativa.

Un ruolo importante nella gestione delle relazioni con i clienti lo svolgono gli agenti nella vendita, OMP ritiene fondamentale per il successo commerciale e per garantire un servizio di qualità ai clienti la relazione tra il cliente e i suoi agenti.

Ecco le principali funzioni e responsabilità degli agenti di OMP:

1. Consulenza e Supporto Tecnico: gli agenti forniscono informazioni dettagliate sui prodotti idrosanitari, come tubature, sanitari, rubinetterie, accessori e sistemi di installazione. Sono in grado di consigliare le soluzioni più adatte alle esigenze dei clienti, considerando aspetti tecnici, estetici e di compatibilità.
2. Promozione e Vendita: sono responsabili di promuovere i prodotti presso rivenditori, professionisti del settore (idraulici, architetti, imprese edili) e clienti finali, aumentando la visibilità e le vendite dell'azienda.
3. Gestione del Portfolio Clienti: costruiscono e mantengono relazioni durature con i clienti, ascoltando le loro esigenze e offrendo un servizio personalizzato, favorendo la fidelizzazione e il repeat business.
4. Formazione e Aggiornamento: si mantengono aggiornati sulle ultime novità del settore, normative di sicurezza e innovazioni tecnologiche, per offrire sempre consulenze accurate e aggiornate.
5. Supporto all'Installazione e Post-Vendita: possono offrire assistenza durante l'installazione dei prodotti e supporto post-vendita, risolvendo eventuali problemi e garantendo la soddisfazione del cliente.
6. Gestione degli Ordini e Logistica: coordinano con il magazzino e la rete di distribuzione per assicurare disponibilità dei prodotti e consegne puntuali.
7. Analisi di Mercato e Feedback: raccogliendo feedback dai clienti, contribuiscono a individuare nuove opportunità di mercato e a migliorare l'offerta dell'azienda.

In sintesi, gli agenti sono per OMP il ponte tra l'azienda e il mercato, svolgendo loro ruolo strategico nel far conoscere, promuovere e vendere i prodotti, garantendo al contempo un servizio professionale e competente.

L'azienda monitora la percezione del cliente riguardo al grado in cui le sue esigenze e aspettative sono state soddisfatte. OMP determina i metodi per ottenere, monitorare e riesaminare



queste informazioni secondo quanto previsto nella procedura specifica del suo sistema della Qualità. Alcuni esempi di monitoraggio che l'azienda mette in atto possono comprendere: indagini sui clienti (anche mediante questionari di customer satisfaction), informazioni di ritorno da parte del cliente sui prodotti forniti e servizi erogati, riunioni con i clienti, analisi delle quote di mercato, espressioni di gradimento, richieste di interventi in garanzia e rapporti dei venditori.

3.3

IL SISTEMA DI GESTIONE PER LA QUALITÀ

Efficiente al momento giusto, in coerenza con gli indirizzi societari volti al conseguimento di un'organizzazione efficace ed efficiente in grado di soddisfare le esigenze delle parti interessate coinvolte, OMP ha adottato, mantiene e ricerca il miglioramento continuo del proprio Sistema per la gestione della qualità dei processi lavorativi consentendoci di:

- individuare e monitorare le esigenze attuali e future e rispettare le attese dei clienti e delle parti interessate (stakeholders);
- individuare e monitorare i possibili rischi aziendali nonché le opportunità di sviluppo e miglioramento;
- garantire la formazione costante a tutti i collaboratori interni ed esterni a seconda delle loro specifiche mansioni;
- garantire il coinvolgimento più ampio e frequente di tutti i collaboratori interni ed esterni quale prerequisito fondamentale per il continuo miglioramento dell'organizzazione e del servizio;
- garantire che nell'ambito di queste attività, come in qualsiasi momento lavorativo, devono essere favorite idee e proposte migliorative;
- garantire il perseguimento di "Qualità è far bene le cose giuste sin dalla prima volta" anche se comporta un maggiore impegno iniziale, in quanto ci porterebbe a una riduzione delle correzioni nel tempo, monitoraggio degli scarti, quantificazione dei costi della non qualità;
- garantire che l'amministratore a partire dalle esigenze del Cliente e da quelle del mercato, possa definire annualmente un Piano di Miglioramento aziendale, specificando gli obiettivi aziendali ed individuali che ciascun Responsabile, sulla base di quanto indicato e per quanto di propria competenza, sviluppa e porta a termine.



OMP TEA è un'azienda con sistema di gestione della qualità ISO 9001 certificato da SQS

3.4

LA SALUTE E LA SICUREZZA DEI CLIENTI

La salute e la sicurezza dei clienti per OMP sono fondamentali per garantire ambienti igienici, funzionali e sicuri, prevenendo rischi per la salute pubblica e assicurando la qualità delle installazioni e dei servizi offerti. Per l'azienda la salute e la sicurezza dell'utente finale vengono garantite in quanto vengono tenuti sempre in considerazione i seguenti aspetti chiave:



Normative e regolamentazioni

- Rispetto delle leggi nazionali e comunitarie relative alla sicurezza degli impianti e alla tutela della salute
- Utilizzo di materiali conformi alle normative sanitarie e ambientali per prevenire contaminazioni e rischi per la salute
- Progettazione e installazione sicura
- Progettare soluzioni idrosanitarie che evitino rischi di perdite, inquinamento e proliferazione di batteri

Formazione del personale e informazione dei clienti

- Formare tecnici e installatori sulle pratiche di sicurezza e igiene specifiche del settore
- Informare i clienti sulle corrette modalità di utilizzo e manutenzione degli impianti

Sostenibilità e attenzione ambientale

- Promuovere l'uso di tecnologie a basso impatto ambientale e di materiali sostenibili
- Ridurre gli sprechi di acqua e energia, contribuendo anche alla salute pubblica

Per OMP guardare al futuro significa infatti investire in qualità, formazione e rispetto delle normative nel settore idrosanitario garantendo sempre non solo la sicurezza dei clienti, ma anche la reputazione e il successo dell'azienda.

Si riporta che nel biennio oggetto di rendicontazione non si sono verificate non conformità che hanno causato danni all'utente finale.

4. IL VALORE DELLE PERSONE

OMP considera le persone come il cuore dell'azienda. L'azienda si impegna a creare e mantenere un ambiente di lavoro sano, sicuro, meritocratico, stimolante e focalizzato sullo sviluppo delle competenze professionali. La valorizzazione delle diversità è una priorità, che garantisce a ciascun individuo l'opportunità di esprimere appieno le proprie capacità, potenzialità e talento.

L'azienda riconosce l'importanza di disporre di persone qualificate per affrontare con successo le sfide del mercato, basando la collaborazione su principi come trasparenza, lealtà e fiducia. Le attività di gestione amministrativa dei rapporti di lavoro e del presidio delle tematiche di salute e sicurezza sul lavoro sono presidiate anche da consulenti esterni.

Per l'azienda la fidelizzazione ed il rapporto con i suoi collaboratori contraddistingue un punto di forza, l'azienda promuove solide collaborazioni durature nel tempo; infatti, 80% dei lavoratori è assunto con contratto a tempo indeterminato, 5 lavoratori assunti con contratto a tempo determinato e 11 con contratto di somministrazione.

- 40 uomini
- 54 donne

Di seguito i dati relativi alla tipologia di contratto per il biennio 2023 - 2024:

Informazioni sui dipendenti per tipologia di contratto (2-7)

| DIPENDENTI PER TIPO DI CONTRATTO | 2023 | | | 2024 | | |
|----------------------------------|--------|-------|--------|--------|-------|--------|
| | Uomini | Donne | Totale | Uomini | Donne | Totale |
| TEMPO INDETERMINATO | 33 | 46 | 79 | 33 | 45 | 78 |
| TEMPO DETERMINATO | 5 | 0 | 5 | 5 | 0 | 5 |
| SOMMINISTRATI | 9 | 26 | 35 | 2 | 9 | 11 |
| TOTALE | 47 | 72 | 119 | 40 | 54 | 94 |

Si riportano di seguito i dati relativi alle informazioni sulla tipologia di contratto:

Informazioni sui dipendenti per tipo di contratto (GRI 2-7)

| DIPENDENTI PER TIPO DI CONTRATTO | 2023 | | | 2024 | | |
|----------------------------------|--------|-------|--------|--------|-------|--------|
| | Uomini | Donne | Totale | Uomini | Donne | Totale |
| FULL-TIME | 35 | 37 | 72 | 35 | 36 | 71 |
| PART-TIME | 3 | 9 | 12 | 3 | 9 | 12 |
| TOTALE | 38 | 46 | 84 | 38 | 45 | 83 |

4.1

L'IMPEGNO PER LE PERSONE

OMP opera in completa trasparenza per quanto riguarda i rapporti di lavoro e la tutela dei diritti dei lavoratori; pertanto, vengono applicate le disposizioni previste dal contratto nazionale e dalle normative vigenti in Italia. La percentuale di dipendenti coperti da contrattazione collettiva CCNL è pari al 100%. Il contratto nazionale applicato è quello dei Metalmeccanici. L'azienda, infatti, opera nel rispetto delle indicazioni legislative, previste dai contratti collettivi, anche in materia di periodo minimo di preavviso per i cambiamenti operativi.

Si riporta di seguito il dettaglio relativo alla ripartizione per tipologia di inquadramento, genere e per età anagrafica.

Diversità tra i dipendenti (GRI 405-1)



| CATEGORIE PROFESSIONALI ANNO 2023 | <30 anni | | 30-50 anni | | >50 anni | | TOTALE |
|--------------------------------------|-----------|-----------|------------|-----------|-----------|-----------|------------|
| | Uomini | Donne | Uomini | Donne | Uomini | Donne | |
| DIRETTI | 11 | 9 | 14 | 22 | 13 | 15 | 84 |
| di cui Dirigenti | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| di cui Quadri | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| di cui Impiegati | 0 | 3 | 4 | 6 | 4 | 5 | 22 |
| di cui Operai | 11 | 6 | 10 | 16 | 9 | 10 | 62 |
| di cui Tirocinanti | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| INDIRETTI/SOMMINISTRATI | 9 | 26 | 0 | 0 | 0 | 0 | 35 |
| di cui Dirigenti | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| di cui Quadri | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| di cui Impiegati | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| di cui Operai | 9 | 25 | 0 | 0 | 0 | 0 | 35 |
| di cui Tirocinanti | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TOTALE DIRETTI E INDIRETTI | 20 | 35 | 14 | 22 | 13 | 15 | 119 |

| CATEGORIE PROFESSIONALI ANNO 2024 | <30 anni | | 30-50 anni | | >50 anni | | TOTALE |
|--------------------------------------|-----------|-----------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | Uomini | Donne | Uomini | Donne | Uomini | Donne | |
| DIRETTI | 13 | 10 | 12 | 23 | 13 | 12 | 83 |
| di cui Dirigenti | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| di cui Quadri | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| di cui Impiegati | 0 | 2 | 4 | 7 | 5 | 4 | 22 |
| di cui Operai | 13 | 8 | 8 | 16 | 8 | 8 | 61 |
| di cui Tirocinanti | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| INDIRETTI/SOMMINISTRATI | 2 | 9 | 0 | 0 | 0 | 0 | 11 |
| di cui Dirigenti | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| di cui Quadri | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| di cui Impiegati | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| di cui Operai | 2 | 9 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| di cui Tirocinanti | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TOTALE DIRETTI E INDIRETTI | 15 | 19 | 12 | 23 | 13 | 12 | 94 |

POLITICHE RETRIBUTIVE

Il sistema di remunerazione viene stabilito sulla base di analisi approfondite condotte dalla Funzione HR, considerando sia le best practice di mercato sia le tendenze emergenti durante le diverse fasi di assunzione e di svolgimento del rapporto lavorativo.

Per attrarre e trattenere collaboratori e professionisti chiave, possono essere previste condizioni specifiche per determinate figure manageriali, sia al momento dell'assunzione sia nel corso della collaborazione.

Tali condizioni possono includere bonus collegati alla perdita di incentivi presso il precedente datore di lavoro, oppure incentivi legati all'impegno di mantenere il rapporto di lavoro con l'azienda per un certo periodo. Inoltre, possono essere previste componenti variabili garantite solo nel primo anno di assunzione o erogazioni legate alla stabilità del rapporto nel tempo.

4.2 FORMAZIONE E COMPETENZE

La formazione in OMP rappresenta un elemento fondamentale per favorire la crescita delle competenze dei dipendenti e, di conseguenza, un elemento importante per sostenere lo sviluppo complessivo dell'organizzazione. Per l'azienda i principali aspetti chiave che evidenziano l'importanza della formazione nei processi di crescita delle competenze sono:



Aggiornamento continuo: la formazione permette ai dipendenti di rimanere aggiornati sulle nuove tecnologie, metodologie e normative, garantendo l'adattabilità e la competitività dell'azienda.

Incremento delle performance: dipendenti più formati sono generalmente più efficaci e produttivi, contribuendo a migliorare i risultati aziendali e a ottimizzare i processi interni.

Motivazione e coinvolgimento: investire nella formazione dimostra attenzione alle esigenze di crescita dei collaboratori, aumentando la motivazione, il senso di appartenenza e la soddisfazione lavorativa.

Fiducia e autonomia: con competenze più solide, i dipendenti acquisiscono maggiore autonomia e sicurezza nelle proprie capacità, migliorando la qualità del lavoro e riducendo gli errori.

Fidelizzazione del personale: programmi di formazione efficaci contribuiscono a ridurre il turnover, poiché i lavoratori tendono a rimanere in aziende che investono nel loro sviluppo professionale.

Adattamento alle evoluzioni di mercato: la formazione permette all'azienda di rispondere più rapidamente alle trasformazioni del mercato, mantenendo un vantaggio competitivo.

In conclusione, la formazione in OMP non è solo un investimento in risorse umane, ma una leva strategica per favorire la crescita sostenibile, l'innovazione e il successo a lungo termine dell'organizzazione.

| ORE MEDIE PER LAVORATORE: | ORE FORMAZIONE | TOT. LAVORATORI | H/MEDIE |
|---------------------------|----------------|-----------------|---------|
| 2023 | 1070 | 84 | 12,73 |
| 2024 | 1032 | 83 | 12,43 |

Si riportano di seguito i dettagli delle ore medie di formazione relative al biennio 2023 -2024.

Ore medie di formazione per qualifica e genere (404-1)

| CATEGORIE PROFESSIONALI ANNO 2023 | Ore totali uomini | Ore totali donne | Ore totali formazione | Ore medie uomini | Ore medie donne | Ore medie totali |
|----------------------------------------------|------------------------------|-----------------------------|----------------------------------|-----------------------------|----------------------------|-----------------------------|
| Dirigenti | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Quadri | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Impiegati | 700,80 | 367,72 | 1068,52 | 77,87 | 40,86 | 59,36 |
| Operai | 100,00 | 14,00 | 114,00 | 6,67 | 7,00 | 6,71 |
| TOTALE | 800,80 | 381,72 | 1182,52 | 84,53 | 47,86 | 66,07 |

| CATEGORIE PROFESSIONALI ANNO 2024 | Ore totali uomini | Ore totali donne | Ore totali formazione | Ore medie uomini | Ore medie donne | Ore medie totali |
|----------------------------------------------|------------------------------|-----------------------------|----------------------------------|-----------------------------|----------------------------|-----------------------------|
| Dirigenti | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Quadri | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Impiegati | 246,00 | 380,00 | 626,00 | 18,92 | 22,35 | 20,87 |
| Operai | 224,00 | 272,00 | 496,00 | 6,40 | 8,00 | 7,19 |
| TOTALE | 470,00 | 652,00 | 1122,00 | 25,32 | 30,35 | 28,06 |

4.3

LA SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO

La sicurezza dei lavoratori e delle lavoratrici è un tema fondamentale per OMP.

La salute e sicurezza sul lavoro rappresentano infatti un elemento fondamentale per la sostenibilità aziendale, poiché contribuiscono a creare un ambiente di lavoro sicuro, efficiente e responsabile. Integrare politiche di salute e sicurezza efficaci permette all'azienda di migliorare la qualità della vita dei propri dipendenti, ridurre i rischi di incidenti e malattie professionali, e promuovere una cultura aziendale orientata alla prevenzione e al rispetto delle normative.

Riportiamo di seguito i principali aspetti che contraddistinguono il sistema procedurale e gli elementi chiave del presidio operativo di OMP:



1. Normativa di riferimento: rispetto del Decreto Legislativo 81/2008 (Testo Unico sulla Sicurezza sul Lavoro), che stabilisce obblighi, responsabilità e procedure per tutela dei lavoratori.
2. Valutazione dei rischi: valutazione di tutti i rischi presenti sul luogo di lavoro, al fine di adottare misure preventive e protettive adeguate.
3. Formazione e informazione: programmazione della formazione e informazione riguardo ai rischi specifici del loro lavoro e alle pratiche di sicurezza da adottare.
4. Misure di prevenzione e protezione: promozione e sensibilizzazione all'uso dei dispositivi di protezione individuale (DPI).
5. Ruoli e responsabilità: divulgazione dell'organigramma della Salute e Sicurezza.
6. Sorveglianza sanitaria: monitoraggio della salute dei lavoratori, soprattutto in presenza di rischi specifici o esposizioni prolungate.

Oltre alle basilari regolamentazioni italiane sulla salute e sicurezza sul lavoro, che vedono impegnati il Responsabile del Servizio Protezione e Prevenzione (RSPP), il Rappresentante dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS) figure obbligatorie coadiuvati dal Medico del lavoro, OMP ha stabilito un costante dialogo tra le parti per rafforzare gli strumenti attivi e attivare il miglioramento continuo.

Si riportano di seguito i dati relativi agli infortuni sul lavoro per il biennio 2023 – 2024:

Infortuni sul lavoro (GRI 403-9)

| NUMERO DI DECESSI E TASSI DI INFORTUNI | 2023 | 2024 |
|-------------------------------------------------------------|---------|---------|
| Ore lavorate totali | 145.227 | 147.796 |
| Infortuni gravi | 1 | 3 |
| Infortuni | 1 | 3 |
| Tasso* di decessi dovuti a infortuni sul lavoro | 0 | 0 |
| Tasso* di infortuni sul lavoro gravi (escludendo i decessi) | 37,17 | 73,82 |
| Tasso* di infortuni sul lavoro registrabili | 37,17 | 156,17 |

Si riporta inoltre che nel biennio rendicontato non si sono rilevate malattie professionali.

L'azienda è consapevole che la prevenzione degli infortuni passa anche attraverso la formazione, la quale rappresenta un elemento fondamentale poiché permette di accrescere la consapevolezza dei rischi, di sviluppare competenze specifiche e di promuovere una cultura della sicurezza all'interno delle aziende.

Si riportano di seguito alcuni punti chiave sull'importanza della formazione per la prevenzione in OMP:

1. Aumento della consapevolezza dei rischi: la formazione aiuta i lavoratori a riconoscere i potenziali pericoli presenti nel loro ambiente di lavoro, favorendo comportamenti più attenti e responsabili.
2. Acquisizione di competenze pratiche: attraverso corsi e sessioni pratiche, i lavoratori imparano a utilizzare correttamente attrezzature e dispositivi di protezione individuale, riducendo così il rischio di incidenti.
3. Conoscenza delle procedure di sicurezza: la formazione fornisce informazioni sulle procedure corrette da seguire in situazioni di emergenza, come evacuazioni o interventi di primo soccorso.
4. Rispetto delle normative: un'adeguata formazione assicura che i lavoratori e i datori di lavoro siano a conoscenza delle normative vigenti in materia di salute e sicurezza sul lavoro, garantendo conformità e prevenendo sanzioni.
5. Promozione di una cultura della sicurezza: investire nella formazione crea un ambiente di lavoro più sicuro, dove la prevenzione viene percepita come una responsabilità condivisa da tutti.

In conclusione, la formazione sulla sicurezza sul lavoro non è solo un obbligo normativo, ma per OMP significa investire per tutelare la salute dei lavoratori e migliorare la qualità complessiva dell'ambiente di lavoro.

Nel corso del 2024 sono state erogate 1032 ore di formazione obbligatoria.

| FORMAZIONE EROGATA PER SALUTE E SICUREZZA | 2023 | | 2024 | |
|---------------------------------------------------------------------|---------------|------------------------|---------------|------------------------|
| | Numero ore | Numero partecipanti | Numero ore | Numero partecipanti |
| Formazione generica | 8 | 2 | 12 | 3 |
| Formazione Specifica 12 ore | 36 | 3 | 180 | 15 |
| Preposti/ASPP/RLS/Primo soccorso/ Antincendio/Movimentazione/RLS | 8 | 1 | 80 | 10 |
| Formazione attrezzature | 56 | 10 | 16 | 4 |
| Formazione professionalizzante | 956 | 16 | 480 | 8 |
| Formazione aggiornamento | 6 | 1 | 264 | 44 |
| TOTALE | 1070 | 33 | 1032 | 84 |

4.4 LE COMUNITÀ LOCALI

OMP è fortemente impegnata nel sostenere la comunità locale attraverso una serie di iniziative mirate. OMP desidera mettersi a disposizione per rispondere a eventuali necessità della collettività. Questa disponibilità si traduce in una presenza attiva e responsabile nei confronti del territorio, attraverso forme di collaborazione e attenzione alle esigenze sociali ed emergenziali che possono emergere sul territorio. Queste azioni rappresentano per OMP un segno tangibile di responsabilità sociale d'impresa e un modo per restituire valore al contesto in cui opera quotidianamente, l'azienda inoltre partecipa attivamente a collaborazioni scolastiche, contribuendo alla valorizzazione dei giovani del territorio attraverso programmi di stage.

Nel corso del biennio 2023 -2024 OMP ha destinato al territorio 18.596,60 euro.

Si portano di seguito le principali iniziative sostenute nell'ultimo biennio.

| SOCIETÀ ED INIZIATIVE SOSTENUTE |
|---------------------------------------------------------------------------|
| Gaia società - ricorrenza 30° anniversario - progetto DSA |
| Gruppo volontari protezione Civile odv Gozzini |
| Viviteatro - Rappres. Teatrale |
| Odv protezione civile gardone vt |
| Contributo festa Madonna del Soccorso - Parrocchia Maria SS. Del Soccorso |
| Parrocchia S. Sebastiano |
| Contributo festa patronale S. Lorenzo |
| Gvpcl odc Gozzini per acquisto equipaggiamento emergenza |
| Associazione Bambino Emopatico |
| Gruppo volontari protezione civile Lumezzane |
| Vigili del fuoco di Lumezzane |
| Croce bianca Lumezzane |
| Corpo bandistico Lumezzane S.A. |
| ANNO 2023 |
| Associazione Bambino Emopatico |
| Croce bianca Lumezzane onlus |
| Festa dell'amicizia scuola materna Don Bosco |
| Alluvione emilia-romagna |
| Telefono azzurro/rosa onlus |
| Parrocchia Lumezzane S.S. |
| Protezione civile Gardone V.T. |
| Medici senza frontiere |
| Vigili del fuoco Lumezzane |

5.

IL NOSTRO RUOLO NELLA LOTTA AL CAMBIAMENTO CLIMATICO

5.1

L'IMPEGNO PER LA TUTELA DELL'AMBIENTE

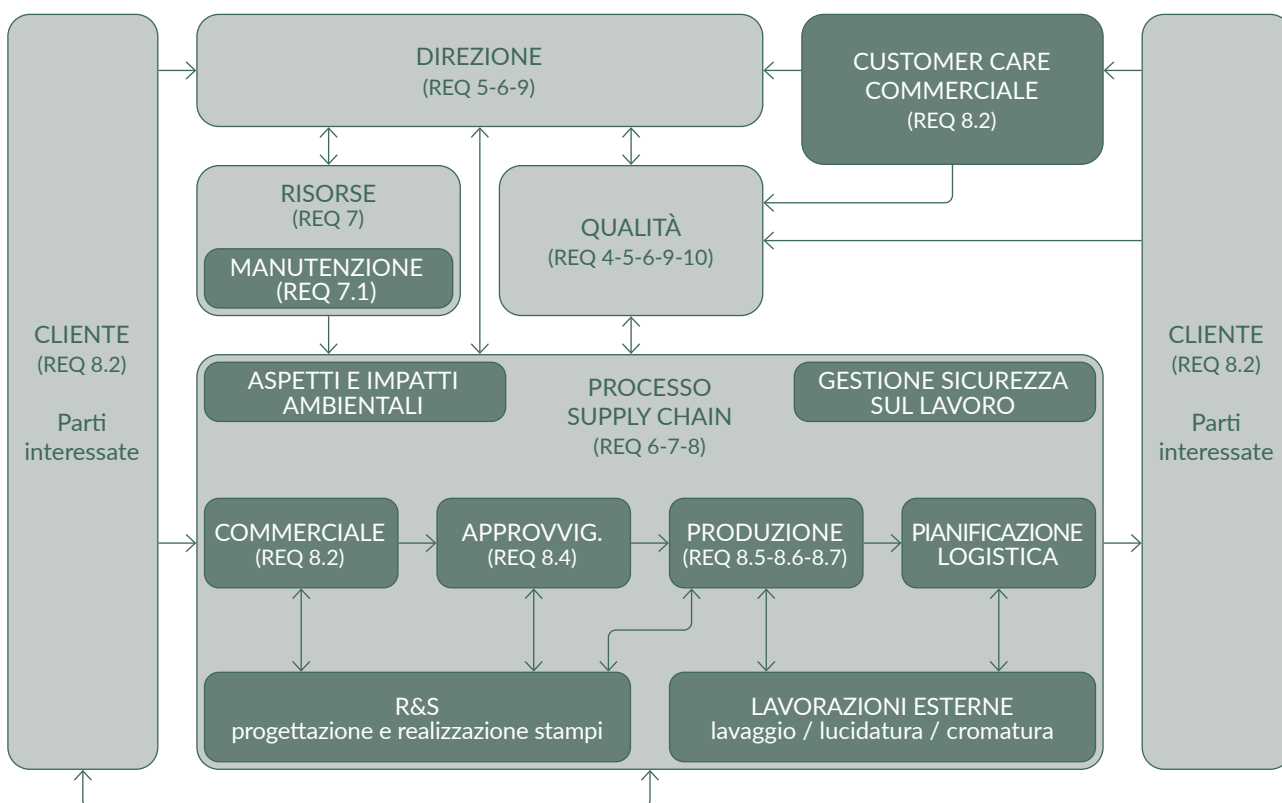
L'impegno aziendale di OMP per la tutela ambientale rappresenta un elemento fondamentale per il suo percorso di crescita responsabile dell'azienda.

Questo impegno si traduce in pratiche volte a minimizzare l'impatto ambientale delle attività aziendali, promuovendo uno sviluppo sostenibile e rispettoso dell'ambiente.

Tra le principali azioni di OMP vi sono:

1. Gestione sostenibile delle risorse: ottimizzare il consumo di energia e delle materie prime.
2. Riduzione delle emissioni: limitare le emissioni di gas serra attraverso processi efficienti.
3. Gestione dei rifiuti: promuovere il riciclo, il riutilizzo degli scarti di produzione, la riduzione dei rifiuti e lo smaltimento corretto.
4. Innovazione e tecnologia: investire in macchinari e prodotti a minor impatto ambientale.
5. Sensibilizzazione e formazione: coinvolgere i dipendenti in pratiche sostenibili e sensibilizzare sulla tutela ambientale.

Per comprendere al meglio gli impatti ambientali e le performance aziendali a riguardo è necessario avere un quadro di sintesi delle principali attività dell'azienda.



Il processo produttivo di OMP si suddivide in due distinte fasi: una dedicata agli articoli in ottone e l'altra agli articoli in plastica.

Per quanto riguarda gli articoli in ottone, il ciclo inizia con l'acquisto della materia prima, rappresentata da barre, attraverso accordi contrattuali predefiniti. Dopo la ricezione, le lavora-

zioni si svolgono nel reparto LAVORAZIONE TUBO – BIONE 1 Piano 0: qui si lavorano sia i tubi sia alcune parti delle barre. La restante porzione di materia prima, come i pezzi in barra, viene invece inviata a terzisti specializzati per le fasi di fusione e stampaggio.

Nel ciclo dell'ottone, si recupera il 100% degli scarti attraverso trafile, che vengono reinseriti nel processo produttivo circa al 90%.

Le operazioni principali includono:

- il taglio dei tubi in spezzoni di lunghezze differenti, in base alle esigenze di produzione;
- la lavorazione interna del materiale fuso o stampato per ottenere i pezzi nelle forme e dimensioni desiderate, attività svolta sia negli stabilimenti con macchine automatiche o semiautomatiche (come transfer o macchine a controllo numerico);
- la lucidatura e la pulizia, eseguite internamente tramite robot di pulitura o affidate a terzisti esterni;
- la cromatura, esclusivamente affidata a terzisti locali;
- la finitura, comprendente verniciatura, galvanica (doratura) e PVD, tutte esternalizzate.

Tutte le componenti, siano esse lavorate internamente o esternamente, sono sottoposte a controlli di qualità. Dopo l'approvazione, i pezzi passano ai reparti di assemblaggio e confezionamento.

Per gli articoli in plastica, il ciclo inizia con l'acquisto del granulato e del colorante, che vengono stoccati in silos dedicati. Questo processo si svolge nel reparto LAVORAZIONE PLASTICA – BIONE 2 Piano 0.

Le attività principali comprendono:

- la pianificazione della produzione, sulla base di un piano stabilito;
- lo stampaggio tramite presse, ciascuna dotata di un tubo di aspirazione collegato ai silos di granulato, con circuiti di aspirazione dedicati;
- dopo lo stampaggio, gli articoli possono essere sottoposti a operazioni aggiuntive come saldatura, incollaggio, filettatura, taglio e montaggio.

Gli articoli saldati e incollati vengono sottoposti a collaudo. Successivamente, si procede con l'assemblaggio delle componenti e l'insacchettamento, attività svolta in linee dedicate, con l'uso di banchi e macchine automatiche. Questa fase si realizza nel reparto Bione 2 – piano 1. Le macchine impiegate includono presse (con consumo medio di circa 15 kW), transfer e centri di lavoro a controllo numerico (con consumo medio di circa 10 kW). Tra i materiali di consumo considerati pericolosi figurano emulsioni, soluzioni per i macchinari e grassi lubrificanti.

5.2 LE PERFORMANCE AMBIENTALI

I consumi energetici sono aspetti fondamentali per OMP per valutare l'impatto dell'organizzazione, di un prodotto e dei suoi processi produttivi.

Ecco la panoramica dei principali concetti e strumenti che l'azienda sta cercando di sistematizzare per valutare al meglio le sue strategie future e limitare i suoi consumi.

Si precisa in relazione ai consumi energetici che l'aumento del consumo di Gas deriva principalmente da una serie di conguagli che sono stati rilevati nel corso del 2024.

| ENERGIA CONSUMATA ALL'INTERNO DELL'ORGANIZZAZIONE | | | | |
|------------------------------------------------------------|--------------------------------|-------|--------------|--------------|
| CONSUMO, ACQUISTO E PRODUZIONE DI ENERGIA | | UNITÀ | 2023 | 2024 |
| 1. Consumo di combustibile da fonti non rinnovabili | | | | |
| Gas naturale - Metano | | SMC | 32.133,00 | 57.273,00 |
| 2. Consumo di carburante per la flotta | | | | |
| Consumo di carburante per la flotta tradizionale | Elettrica | KWH | 383,03 | 653,54 |
| | Benzina | L | 585,82 | 1.170,21 |
| | Diesel | L | 9.082,50 | 10.377,78 |
| | Metano | KG | 48,60 | 1.528,07 |
| 3. Consumo di energia indiretta acquistata | | | | |
| Consumo di energia elettrica | di cui acquistata da rete | KWH | 1.262.352,00 | 1.483.946,50 |
| | di cui da cogeneratore | KWH | 0,00 | 0,00 |
| 4. Energia elettrica da fonti rinnovabili | | | | |
| Solare Fotovoltaico | Autoprodotta (immessa in rete) | KWH | 19.646,00 | 18.898,00 |
| | consumata | KWH | 0,00 | 0,00 |

| INFORMATIVA GRI STANDARDS 303-3 | | |
|----------------------------------------------------|-----------------|-----------------|
| PRELIEVI IDRICI PER FONTE (ML) / LUOGO DI PRELIEVO | 2023 MC | 2024 MC |
| Fonte | Acqua dolce | Acqua dolce |
| Acque sotterranee (tutte le aree) | 2.331,00 | 1.718,00 |
| Acque sotterranee (aree con stress idrico) | 0 | 0 |
| Pozzo | 0 | 0 |
| Acquedotto | 0 | 0 |
| TOTALE | 2.331,00 | 1.718,00 |

| SEDE | UDM | GAS NATURALE | GASOLIO | BENZINA | METANO | ENERGIA ELETTRICA (Market Based) | TOTALE |
|------|-----------|--------------|---------|---------|--------|----------------------------------|---------------|
| 2023 | TON CO2eq | 66,36 | 32,71 | 2,24 | 0,14 | 499,61 | 601,07 |
| 2024 | TON CO2eq | 107,96 | 37,50 | 4,49 | 4,6 | 587,39 | 741,93 |

| ANNO | SCOPE 1 | SCOPE 2 |
|------|---------|---------|
| 2023 | 101,45 | 499,61 |
| 2024 | 154,55 | 587,39 |

| INFORMATIVA GRI STANDARDS 306-2 | | |
|-------------------------------------------------------|--------|--------|
| RIFIUTI GENERATI NEL CORSO DELL'ANNO (TON) / TIPOLOG. | 2023 | 2024 |
| Totale rifiuti prodotti | 61,85 | 151,11 |
| di cui pericolosi | 16,19 | 83,17 |
| % pericolosi | 26,18% | 55,04% |
| di cui non pericolosi | 45,66 | 67,94 |
| % non pericolosi | 73,82% | 44,96% |
| Totale rifiuti destinati a recupero | 54,0 | 86,5 |
| % destinati a recupero | 87,37% | 57,26% |
| Totale rifiuti destinati a smaltimento | 7,81 | 64,58 |
| % destinati a smaltimento | 12,63% | 42,74% |

| TIPOLOGIA DI RIFIUTO | 2023 | 2024 |
|--------------------------------------------------|---------|--------|
| Totale rifiuti pericolosi | 16,19 | 83,17 |
| % rifiuti pericolosi destinati a recupero | 51,76% | 23,10% |
| % rifiuti pericolosi destinati a smaltimento | 48,24% | 76,90% |
| Totale rifiuti non pericolosi | 45,66 | 67,94 |
| % rifiuti non pericolosi destinati a recupero | 100,00% | 99,09% |
| % rifiuti non pericolosi destinati a smaltimento | 0,00% | 0,92% |

APPENDICE

| CONTRATTAZIONE COLLETTIVA | | |
|------------------------------------------------------------|----------|----------|
| % dei dipendenti coperti da contrattazione collettiva CCNL | 2023 (%) | 2024 (%) |
| Numero totale dipendenti | 84 | 83 |
| Numero dipendenti coperti da CCNL | 84 | 83 |
| % dipendenti coperti da CCNL | 100% | 100% |

| CATEGORIE PROTETTE | | | | | | | |
|--------------------------------------|----------|-------|------------|-------|----------|-------|--------|
| CATEGORIE PROFESSIONALI ANNO 2023 | <30 anni | | 30-50 anni | | >50 anni | | TOTALE |
| | Uomini | Donne | Uomini | Donne | Uomini | Donne | |
| DIRETTI | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 2 | 5 |
| di cui Dirigenti | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| di cui Quadri | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| di cui Impiegati | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| di cui Operai | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 2 | 5 |
| di cui Tirocinanti | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TOTALE DIRETTI/INDIRETTI | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 2 | 5 |

| CATEGORIE PROFESSIONALI ANNO 2024 | <30 anni | | 30-50 anni | | >50 anni | | TOTALE |
|--------------------------------------|----------|-------|------------|-------|----------|-------|--------|
| | Uomini | Donne | Uomini | Donne | Uomini | Donne | |
| DIRETTI | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 2 | 5 |
| di cui Dirigenti | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| di cui Quadri | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| di cui Impiegati | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| di cui Operai | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 2 | 5 |
| di cui Tirocinanti | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TOTALE DIRETTI/INDIRETTI | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 2 | 5 |

| NUOVE ASSUNZIONI (GRI 401-1) | | | | | | | | |
|------------------------------|----------|------------|----------|--------|----------|------------|----------|--------|
| ASSUNZIONI | 2023 | | | | 2024 | | | |
| | <30 anni | 30-50 anni | >50 anni | Totale | <30 anni | 30-50 anni | >50 anni | TOTALE |
| 1. DIRIGENTI | | | | | | | | |
| di cui uomini | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| di cui donne | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 2. QUADRI | | | | | | | | |
| di cui uomini | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| di cui donne | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 3. IMPIEGATI | | | | | | | | |
| di cui uomini | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| di cui donne | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 4. OPERAI | | | | | | | | |
| di cui uomini | 3 | 2 | 0 | 5 | 2 | 0 | 0 | 2 |
| di cui donne | 3 | 2 | 1 | 6 | 2 | 1 | 0 | 3 |
| 5. TIROCINANTI | | | | | | | | |
| di cui uomini | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| di cui donne | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

| TURNOVER (GRI 401-1) | | | | | | | | |
|-----------------------|----------|------------|----------|--------|----------|------------|----------|--------|
| CESSAZIONI | 2023 | | | | 2024 | | | |
| | <30 anni | 30-50 anni | >50 anni | Totale | <30 anni | 30-50 anni | >50 anni | TOTALE |
| 1. DIRIGENTI | | | | | | | | |
| di cui uomini | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| di cui donne | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 2. QUADRI | | | | | | | | |
| di cui uomini | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| di cui donne | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 3. IMPIEGATI | | | | | | | | |
| di cui uomini | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| di cui donne | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 2 |
| 4. OPERAI | | | | | | | | |
| di cui uomini | 3 | 2 | 3 | 8 | 0 | 2 | 1 | 3 |
| di cui donne | 0 | 2 | 2 | 4 | 0 | 0 | 2 | 2 |
| 5. TIROCINANTI | | | | | | | | |
| di cui uomini | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| di cui donne | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

| GENDER PAY GAP | | | | | |
|-------------------------|---|---------|--------|--------------|------------|
| 2024 | | LIVELLO | NUMERO | COSTO ORARIO | DIFFERENZA |
| OPERAIO | M | 3 | 11 | 24,7 | -0,7% |
| | F | | 22 | 24,9 | |
| | M | 4 | 0 | | |
| | F | | 3 | 28,0 | |
| OPERAIO SPECIALIZZATO | F | 3 | 7 | 24,9 | |
| | M | | 0 | | |
| | F | 4 | 2 | 26,6 | -12% |
| | M | | 1 | 30,2 | |
| ATTREZZISTA/MANUTENTORE | M | 3 | 4 | 23,7 | |
| | M | 4 | 4 | 29,8 | |
| | M | 5 | 2 | 32,1 | |
| | F | | 0 | 0,0 | |
| MAGAZZINIERE | M | 3 | 2 | 21,1 | |
| | M | 4 | 2 | 39,0 | |
| | F | | 0 | | |
| CAPO REPARTO | M | 5 | 2 | 36,4 | |
| | F | | 3 | 32,9 | -9% |
| IMPIEGATO MAGAZZINO | M | 3 | 2 | 24,6 | |
| | M | 4 | 1 | 27,7 | |
| | F | | 0 | | |

| GENDER PAY GAP | | | | | |
|----------------|---|---------|--------|--------------|------------|
| 2024 | | LIVELLO | NUMERO | COSTO ORARIO | DIFFERENZA |
| IMPIEGATO | M | 3 | 1 | 18,4 | 23% |
| | F | | 3 | 22,6 | |
| | M | 4 | 0 | | |
| | F | | 3 | 26,6 | |
| | M | 5 | 6 | 35,8 | -17% |
| | F | | 5 | 29,6 | |
| | M | 6 | 2 | 47,5 | |
| | F | | 0 | | |

| BENEFIT PREVISTI PER I DIPENDENTI | | |
|-----------------------------------|------|------|
| | 2023 | 2024 |
| Assistenza sanitaria | 0 | 0 |
| Auto | 1 | 1 |
| Alloggio | 0 | 0 |

| MALATTIE PROFESSIONALI | | |
|----------------------------------------------------------|------|------|
| NUMERO | 2023 | 2024 |
| Numero di casi di malattie professionali registrabili | 0 | 0 |
| di cui casi di decessi causati da malattie professionali | 0 | 0 |

| TIPOLOGIA | 2023 | 2024 |
|-------------|------|------|
| Fisica | 0 | 0 |
| Psicologica | 0 | 0 |

| RIFIUTI | | | | | |
|---------|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------|---------------|---------------|-------------------------|
| CODICE | RIFIUTI NON PERICOLOSI | UNITÀ DI MISURA | SMALTITI 2023 | SMALTITI 2024 | TRATTAMENTO DI RECUPERO |
| 080318 | Toner esausti | KG | 45,00 | 1.680,00 | R13 |
| 120103 | Tornitura di ottone stampato | KG | 8.240,00 | 9.670,00 | R4 |
| 120103 | Tornitura di ottone stampato | KG | 0,00 | 9.970,00 | R13 |
| 120105 | Limatura e trucioli di materiali plastici | KG | 141,00 | 231,00 | R13 |
| 120120 | Corpi d'utensile e materiali di rettifica esauriti contenenti sostanze pericolose | KG | 0,00 | 180,00 | D15 |
| 120121 | Spazzole e nastri | KG | 340,00 | 80,00 | R13 |
| 120121 | Spazzole e nastri | KG | 0,00 | 440,00 | D15 |
| 120199 | Ritagli tubi ottone (OT63) | KG | 2.070,00 | 0,00 | R13 |
| 150101 | Carta e cartone | KG | 23.800,00 | 32.340,00 | R13 |
| 150106 | Imballaggi in materiali misti | KG | 0,00 | 9.380,00 | R12 |
| 160214 | Apparecchiature fuori uso, non pericolose | KG | 1.300,00 | 0,00 | R13 |
| 160216 | Componenti rimossi da apparecchiature fuori uso, diversi da 160215 | KG | 22,00 | 0,00 | R13 |

| RIFIUTI | | | | | |
|---------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|---------------|----------------|-------------------------|
| CODICE | RIFIUTI NON PERICOLOSI | UNITÀ DI MISURA | SMALTITI 2023 | SMALTITI 2024 | TRATTAMENTO DI RECUPERO |
| 160605 | Componenti rimossi da apparecchiature fuori uso, diversi da 160215 | KG | 20,00 | 0,00 | R13 |
| 170203 | Plastica | KG | 5.570,00 | 0,00 | R13 |
| 170401 | Rame, bronzo, ottone | KG | 0,00 | 1.870,00 | R4 |
| 170405 | Ferro e acciaio | KG | 4.110,00 | 2.101,00 | R13 |
| | | KG | 45.658,00 | 67.942,00 | |
| | | ton | 45,658 | 67,942 | |
| | TOTALE A RECUPERO | ton | 45,658 | 67,322 | |
| | TOTALE A SMALTIMENTO | ton | 0,000 | 0,620 | |
| 120109 | Emulsioni e soluzioni per macchinari non contenenti alogeni | KG | 1.700,00 | 12.020,00 | D15 |
| 120109 | Emulsioni e soluzioni per macchinari non contenenti alogeni | KG | 0,00 | 3.720,00 | R13 |
| 120112 | Grasso lubrificante | KG | 20,00 | 15.040,00 | D15 |
| 120114 | Fanghi di lavorazione contenenti sostanze pericolose | KG | 6.091,00 | 16.250,00 | D15 |
| 130208 | Olio esausto | KG | 810,00 | 650,00 | R13 |
| 130802 | Altre emulsioni - liquido | KG | 6.840,00 | 1.730,00 | R13 |
| 150110 | Imballaggi contaminati | KG | 240,00 | 12.290,00 | R13 |
| 150110 | Imballaggi contaminati | KG | 0,00 | 13.100,00 | D15 |
| 150202 | Assorbenti, materiali filtranti (inclusi filtri dell'olio non specificati altrimenti), stracci e indumenti protettivi, contaminati da sostanze pericolose | KG | 110,00 | 140,00 | R13 |
| 150202 | Assorbenti, materiali filtranti (inclusi filtri dell'olio non specificati altrimenti), stracci e indumenti protettivi, contaminati da sostanze pericolose | KG | 0,00 | 7.550,00 | D15 |
| 160213 | Apparecchiature fuori uso, contenenti componenti pericolosi diversi da 160209 e 160212 | KG | 380,00 | 0,00 | R13 |
| 160214 | Apparecchiature fuori uso, diverse da quelle di cui alle voci da 16 02 09 a 16 02 13 | KG | 0,00 | 190,00 | R13 |
| 160504 | Gas in contenitori a pressione (compresi gli halon), contenenti sostanze pericolose | KG | 0,00 | 60,00 | R13 |
| 200121 | Tubi fluorescenti ed altri rifiuti contenenti mercurio | KG | 0,00 | 430,00 | R13 |
| | | KG | 16.191,00 | 83.170,00 | |
| | | ton | 16,191 | 83,170 | |
| | TOTALE A RECUPERO | ton | 8,380 | 19,210 | |
| | TOTALE A SMALTIMENTO | ton | 7,811 | 63,960 | |
| | TOTALONE | ton | 61,849 | 151,112 | |
| | TOTALONE A RECUPERO | ton | 54,038 | 86,532 | |
| | TOTALONE A SMALTIMENTO | ton | 7,811 | 64,580 | |

NOTA METODOLOGICA

Il primo Bilancio di Sostenibilità di OMP SPA è rivolto a tutti gli stakeholders, vuole offrire una prima rappresentazione equilibrata e ragionevole dell'approccio di OMP SPA al tema della sostenibilità, tenendo conto sia degli impatti positivi, quanto di quelli negativi generati. Il presente bilancio rendiconta le performance ambientali, sociali ed economiche di OMP SPA.

CRITERI DI REPORTING, STANDARD E OBIETTIVI

Abbiamo definito i contenuti di questo Bilancio di Sostenibilità in conformità a quanto previsto dai GRI Standard, sulla base dei seguenti principi di reporting:

- inclusività degli stakeholder interni;
- contesto di sostenibilità;
- materialità;
- completezza.

Questo Bilancio è stato redatto sulla base dei Sustainability Reporting Standards pubblicati nel 2016 dal Global Reporting Initiative (GRI) tenendo conto dei nuovi GRI 1, 2, 3 entrati in vigore il 01 Gennaio del 2023. Tutti gli indicatori GRI rendicontati fanno riferimento a questa versione, eccezion fatta per gli indicatori 303 e 403, che fanno riferimento a quella del 2018, e per l'indicatore 306, che fa riferimento alla versione del 2020.

Il bilancio di sostenibilità di OMP SPA vuole essere un primo lavoro di avvicinamento ad un processo di rendicontazione più strutturato. Il documento è stato redatto in accordo ai GRI nella modalità "With Reference" è stato redatto con l'intento di perseguire nel tempo continui miglioramenti a riguardo.

Il presente bilancio è stato approvato dal CDA e rappresenta lo strumento atto a rendicontare le performance dell'azienda verso i criteri ESG (Environmental, Social and Governance) e a guidare la determinazione dei prossimi obiettivi dell'azienda.

I dati in esso riportati sono aggiornati al 31/12/2024 e sono messi in correlazione e a confronto con il 2023.

PROCESSO DI RENDICONTAZIONE E PERIODO ANALIZZATO

Il primo Bilancio di Sostenibilità di OMP SPA:

- è il risultato del processo interno di raccolta dati condiviso tra le principali funzioni aziendali;
- è stato supervisionato e approvato dal Consiglio di amministrazione.

Il documento sarà diffuso sia all'interno che all'esterno dell'azienda, al fine di comunicare ai dipendenti e agli stakeholder le iniziative tese a conseguire gli obiettivi di maggiore efficienza e sostenibilità.

PERIMETRO

Si riporta di seguito il perimetro di rendicontazione e la loro relazione tra le tematiche materiali, i GRI identificati.

| TEMATICHE MATERIALI | GRI STANDARDS | PERIMETRO |
|-----------------------------------------|---------------------------------------|-----------|
| CAMBIAMENTI CLIMATICI | GRI 302-1 | OMP SPA |
| | GRI 305-1 | |
| | GRI 305-2 | |
| | GRI 306-3 | |
| | GRI 306-4 | |
| | GRI 306-5 | |
| SVILUPPO NUOVI PRODOTTI ECO SOSTENIBILI | GRI 301-1 | OMP SPA |
| BENESSERE DEI LAVORATORI | GRI 401-1 | OMP SPA |
| | GRI 404-1 | |
| | GRI 405-1 | |
| | GRI 406-1 | |
| SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO | 403 -9 | OMP SPA |
| SUPPLY CHIAN RESPONSABILE | 204-1 | OMP SPA |
| COMUNITÀ | KPI extra GRI donazioni economiche | OMP SPA |
| SODDISFAZIONE DEL CLIENTE | GRI 416-2 | OMP SPA |
| CRESCITA RESPONSABILE | 201-1 | OMP SPA |
| | 205-1 | |
| | 418-1 | |

Per garantire l'attendibilità dei dati è stato limitato il più possibile il ricorso a stime, le quali, se presenti, sono opportunamente segnalate e fondate sulle migliori metodologie disponibili.

GLOSSARIO

ESG – Environmental, Social, Governance: Acronimo che identifica i tre principali ambiti della sostenibilità: ambientale, sociale e di governance.

CSRD – Corporate Sustainability Reporting Directive: Direttiva europea sulla rendicontazione societaria di sostenibilità (Direttiva UE 2022/2464).

ESRS – European Sustainability Reporting Standards: Standard europei per il reporting di sostenibilità, adottati in attuazione della CSRD. Definiscono i requisiti di informativa obbligatori (cross-cutting e tematici) su temi ESG. Sono suddivisi in moduli ambientali (E), sociali (S) e di governance (G), e collegati al principio della doppia materialità.

GRI – Global Reporting Initiative: Organizzazione internazionale che sviluppa standard globali per la rendicontazione di sostenibilità. I GRI Standards sono riconosciuti a livello internazionale per la loro completezza e trasparenza e sono spesso utilizzati come riferimento per redigere bilanci di sostenibilità.

IRO - Impatti, Rischi, Opportunità: Approccio analitico che valuta, per ciascun tema materiale, gli impatti generati, i rischi connessi e le opportunità di sviluppo. È parte integrante del percorso verso la rendicontazione secondo gli ESRS e fornisce una visione strategica e preventiva sulla sostenibilità.

GRI CONTENT INDEX

Nella tabella che segue sono riportati gli indicatori GRI oggetto di rendicontazione nel presente Bilancio di Sostenibilità. In corrispondenza di ogni indicatore è segnalato il riferimento al capitolo o alla sezione oppure, ove il dato o l'informazione non siano contenuti nel testo, la descrizione dell'indicatore stesso.

| GRI STANDARD | INFORMATIVA |
|---------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Dichiarazione di utilizzo | OMP SPA ha rendicontato le informazioni citate in questo Indice dei Contenuti per il periodo dal 01 Gennaio 2024 al 31 Dicembre 2024 con riferimento ai GRI Standards. |
| GRI 1 utilizzato | GRI 1: Foundation 2021 |
| GRI Sector Standard | Non applicabile |

| GRI STANDARD | INFORMATIVA | UBICAZIONE | NOTE E OMISSIONI |
|----------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| GRI 2: Informativa generale 2021 | 2-1 Dettaglio dell'organizzazione | OMP SPA | |
| | 2-2 Soggetti inclusi nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione | Nota metodologica | |
| | 2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto | Nota metodologica | |
| | 2-4 Revisione delle informazioni | N/A | Il presente bilancio è il primo documento pubblicato da OMP SPA |
| | 2-5 Assurance esterna | N/A | Il presente bilancio non è stato oggetto di verifica di Assurance |
| | 2-6 Attività, catena del valore e altre relazioni commerciali | La presenza sul mercato | |
| | 2-7 Dipendenti | Il valore delle persone | |
| | 2-8 Lavoratori non dipendenti | Il valore delle persone | |
| | 2-9 Struttura della governance e composizione | La governance dell'azienda | |
| | 2-10 Nomina e selezione del più alto organo di governo | La governance dell'azienda | |
| | 2-11 Presidente del più alto organo di governo | La governance dell'azienda | |
| | 2-12 Ruolo del più alto organo di governance nella supervisione della gestione degli impatti | La governance dell'azienda | |
| | 2-13 Delega di responsabilità per la gestione degli impatti | La governance dell'azienda | |
| | 2-14 Ruolo del più alto organo di governance nel Reporting di Sostenibilità | Nota metodologica | |
| | 2-15 Conflitti di interessi | La governance dell'azienda | Non sussistono conflitti d'interesse |
| | 2-16 Comunicazione sulle criticità | | |
| | 2-17 Conoscenza collettiva del più alto organo di governo | La governance dell'azienda | |
| | 2-18 Valutazione delle prestazioni del più alto organo di governo | N/A | |
| | 2-19 Politiche retributive | Il valore delle persone | |
| | 2-20 Processo di determinazione della retribuzione | Il valore delle persone | |
| | 2-21 Rapporto di remunerazione totale annuo | Non rendicontato | |
| | 2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile | Lettera agli stakeholder | |

| GRI STANDARD | INFORMATIVA | UBICAZIONE | NOTE E OMISSIONI |
|-------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | 2-23 Impegno in termini di Policy | Il modello di business e la creazione di valore | |
| | 2-24 Integrazione degli impegni in termini di Policy | Il modello di business e la creazione di valore | |
| | 2-25 Processi volti a rimediare impatti negativi | Gli obiettivi futuri negativi | |
| | 2-26 Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni | N/A | |
| | 2-27 Conformità a leggi e a regolamenti | La governance dell'azienda | |
| | 2-28 Adesioni ad associazioni | La governance dell'azienda | |
| | 2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder | Il valore degli stakeholder | |
| | 2-30 Contratti collettivi di lavoro | Il valore delle persone | |
| GRI 3: Temi materiali 2021 | 3-1 Processo per determinare i temi materiali | L'analisi della materialità d'impatto | |
| | 3-2 Elenco dei temi materiali | Temi materiali ed i nostri Goal | |
| | 3-3 Gestione dei temi materiali | Temi materiali ed i nostri Goal | |
| GRI 201: Temi economici 2016 | 201-1 Valore economico diretto generato e distribuito | La Governance dell'azienda | |
| GRI 204: Pratiche di approvvigionamento 2016 | 204-1 Proporzione di spesa verso fornitori locali | La filiera | |
| GRI 205: Anticorruzione 2016 | 205-3 Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese | La Governance dell'azienda | Nel corso del 2023 non sono stati registrati casi di corruzione accertati. |
| GRI 206: Comportamenti anti competitivi 2016 | 206-1 Azioni legali per comportamento anticoncorrenziali, antitrust e pratiche monopolistiche | La Governance dell'azienda | Nel corso del 2023 non si sono registrate azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche |
| GRI 301: Materials 2016 | 301-1 Materiali usati | La salute e la sicurezza dei clienti | |
| GRI 302: Energia 2016 | 302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione | Le performance ambientali | |
| GRI 303: Acqua 2018 TEMA NON MATERIALE | 303-3 Prelievo idrico | Le performance ambientali | |
| GRI 305: Emissioni 2016 | 305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1) | Le performance ambientali | |
| | 305-2 Emissioni indirette di GHG (Scope 2) da consumi energetici | Le performance ambientali | |
| GRI 306: Rifiuti 2020 | 306-3 Rifiuti prodotti | Le performance ambientali | |
| | 306-4 Rifiuti destinati a recupero | Le performance ambientali | |
| | 306-5 Rifiuti destinati a smaltimento | Le performance ambientali | |
| GRI 401: Occupazione 2016 | 401-1 Nuove assunzioni e turnover | Il valore delle persone | |
| GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018 | 403-9 Infortuni sul lavoro | La salute e sicurezza sul lavoro | |
| GRI 404: Formazione 2016 | 404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente | Il valore delle persone | |

| GRI STANDARD | INFORMATIVA | UBICAZIONE | NOTE E OMISSIONI |
|---------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| GRI 405: Diversità e pari opportunità 2016 | 405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti | La governance dell'azienda Il valore delle persone | |
| GRI 406: Non discriminazione 2016 | 406-1 Episodi di discriminazione e misure correttive adottate | Il valore delle persone | Nel corso del 2023 non si sono registrati episodi di discriminazione. |
| GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti (2016) | 416-2 Episodi di non conformità relativamente agli impatti su salute e sicurezza di prodotti e servizi | La salute e la sicurezza dei clienti | Nel corso del 2023 non si sono registrati episodi di non conformità |
| GRI 418: Privacy dei clienti 2016 | 418-1 Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e Perdita dei dati dei clienti | La Governance dell'azienda | Nel corso del 2023 non si sono registrati casi di denunce derivanti da violazioni di privacy dei clienti. |

CONTATTI

Per ulteriori informazioni e approfondimenti si rimanda al sito aziendale www.omptea.eu

Per eventuali commenti, richieste e proposte di miglioramento sui contenuti presentati è possibile inviare una e-mail all'indirizzo info@omptea.com

Supporto metodologico tecnico:



Testi:



The logo for OMP, consisting of the letters 'OMP' in a bold, dark green, sans-serif font. The background of the entire page features a pattern of dots of varying sizes and shades of green, arranged in a way that creates a sense of depth and movement, resembling a halftone or dot-matrix pattern that is denser on the right side.

OMP

Via XI Febbraio 18
25065 Lumezzane (BS)
Italia

+39 0365 897941

info@omptea.com
www.omptea.eu