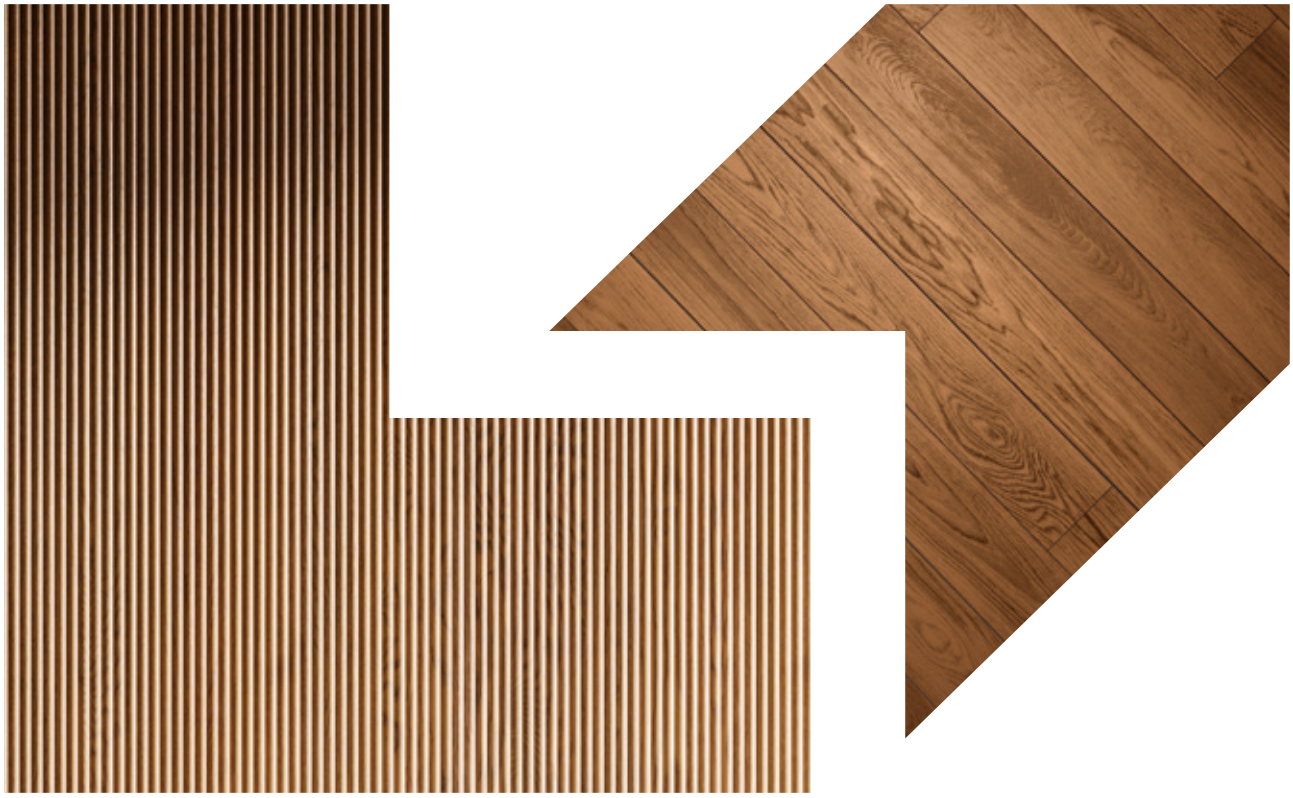
REPORT DI **SOSTENIBILITÀ**

2022



GAROFOLI

GAROFOLI

REPORT DI **SOSTENIBILITÀ** 2022

INDICE GRI

GRI ID	INFORMATIVA GENERALE 2021	
	Principi di rendicontazione	
→ 1-1	Dichiarazione d'uso	p. 12
→ 1-2	Notifica a GRI	p. 15
	L'organizzazione e le sue attività di rendicontazione	
→ 2-1	Dettagli organizzativi	p. 16
→ 2-2	Entità incluse nel reporting di sostenibilità dell'organizzazione	p. 16
→ 2-3	Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	p. 17
→ 2-4	Revisione delle informazioni	p. 19
→ 2-5	Assurance esterna	p. 19
	Attività e lavoratori	
→ 2-6	Attività, catena del valore e altre relazioni commerciali	p. 20
→ 2-7	Dipendenti	p. 22
→ 2-8	Lavoratori non dipendenti	p. 23
	Governance	
→ 2-9	Struttura e composizione della governance aziendale	p. 25
→ 2-10	Nomina e selezione del più alto organo di governo	p. 26
→ 2-11	Presidente del più alto organo di governo	p. 26
→ 2-12	Ruolo del più alto organo di governo nel presidio nella gestione degli impatti	p. 26
→ 2-13	Delega di responsabilità per la gestione degli impatti	p. 27
→ 2-14	Ruolo del più alto organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	p. 27
→ 2-15	Conflitto di interessi	p. 27
→ 2-16	Comunicazione delle criticità	p. 28
→ 2-17	Conoscenza collettiva del più alto organo di governo	p. 28
→ 2-18	Valutazione della performance del più alto organo di governo	p. 28
→ 2-19	Politiche di remunerazione	p. 29
→ 2-20	Processo per determinare la remunerazione	p. 29
→ 2-21	Rapporto di compensazione totale annuo	p. 30
→ 2-22	Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	p. 32
→ 2-23	Impegni in termini di policy	p. 36
→ 2-24	Incorporamento degli impegni politici	p. 38
→ 2-25	Processi per rimediare agli impatti negativi	p. 39
→ 2-26	Meccanismi per consultazione e segnalazione problemi	p. 39
→ 2-27	Conformità a leggi e regolamenti	p. 40
→ 2-28	Associazioni di appartenenza	p. 40
	Stakeholder Engagement	
→ 2-29	Approccio allo "stakeholder engagement"	p. 41
→ 2-30	Accordi di contrattazione collettiva	p. 41
	Temi Materiali	
→ 3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	p. 44
→ 3-2	Elenco dei temi materiali	p. 46
→ 3-3	Gestione dei temi Materiali	p. 48

INDICE CONTENUTI

→ **Alcuni muneri**	p. 6
→ **Sostenibilità**	p. 8
→ **GRI**	
GRI 1	p. 11
GRI 2	p. 15
GRI 3	p. 43
→ **Diversità e inclusione**	p. 52
→ **Climate change e impatti ambientali diretti**	p. 54
→ **Consumi idrici**	p. 56
→ **Differenziare per riciclare**	p. 59
→ **Qualità e trasparenza dell'offerta**	p. 59
→ **Gestione della qualità**	p. 63
→ **Gestione delle risorse naturali ed economia circolare**	p. 66
→ **Crescita professionale e tutela della salute**	p. 71
→ **Garofoli Excellence Academy**	p. 72
→ **Sicurezza e benessere per una vita aziendale di qualità**	p. 75
→ **Performance economica**	p. 78
→ **Impegno verso le comunità e il territorio**	p. 81
→ **Attività per la comunità**	p. 82
→ **Territorio e business**	p. 86
→ **Gestione della catena di fornitura a tutela della sostenibilità**	p. 88
→ **Piano d'azione**	p. 92

ALCUNI NUMERI

135.000 €

DISTRIBUITI IN BUONI PASTO
E BUONI SPESA

99,5%

CONTRATTI A TEMPO INDETERMINATO

16

BREVETTI E CERTIFICAZIONI 2022

40%

PERCENTUALE DONNE NEL CDA

40

CORSI ANNUI

230

DIPENDENTI

100%

LEGNO UTILIZZATO PROVENIENTE DA FORESTE
GESTITE IN MODO RESPONSABILE

-20%

RIDUZIONE DEI CONSUMI ENERGETICI
RISPETTO AL 2021

20.000 €

DONAZIONI / INVESTIMENTI

30

CASE CON AFFITTO CALMIERATO
PER I DIPENDENTI

6

DEFIBRILLATORI

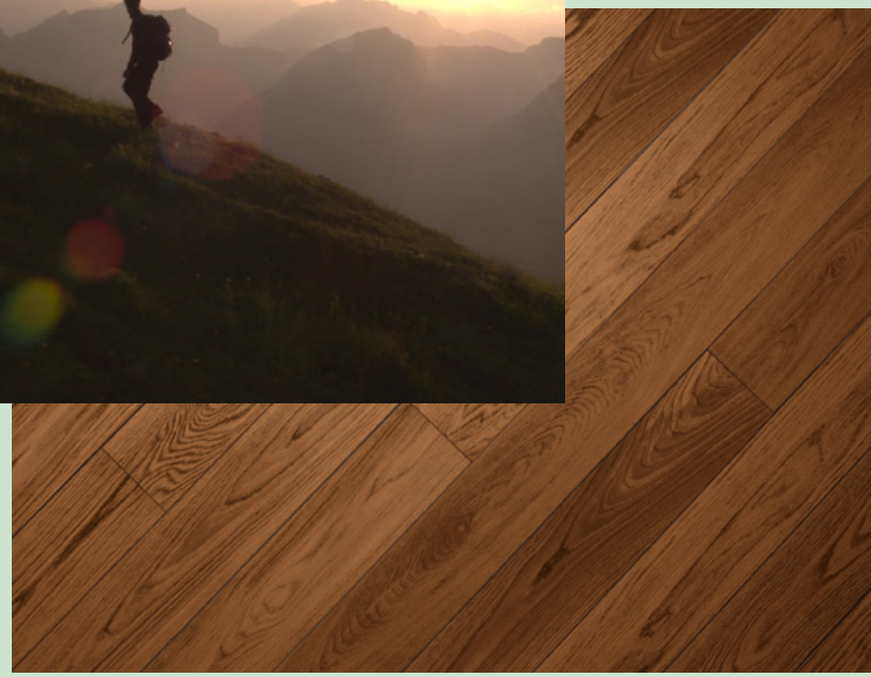
SOSTENIBILITÀ

ESSERE UN'IMPRESA SOSTENIBILE

La sostenibilità, come ben risaputo, è non più scelta ma percorso obbligato per qualsiasi azienda. Garofoli ha deciso di accogliere questa sfida, che significa investire nel futuro e noi come azienda riteniamo fondamentale dare un segnale, con la stesura del primo report di sostenibilità, che supporti la nostra realtà ad andare nella giusta direzione.

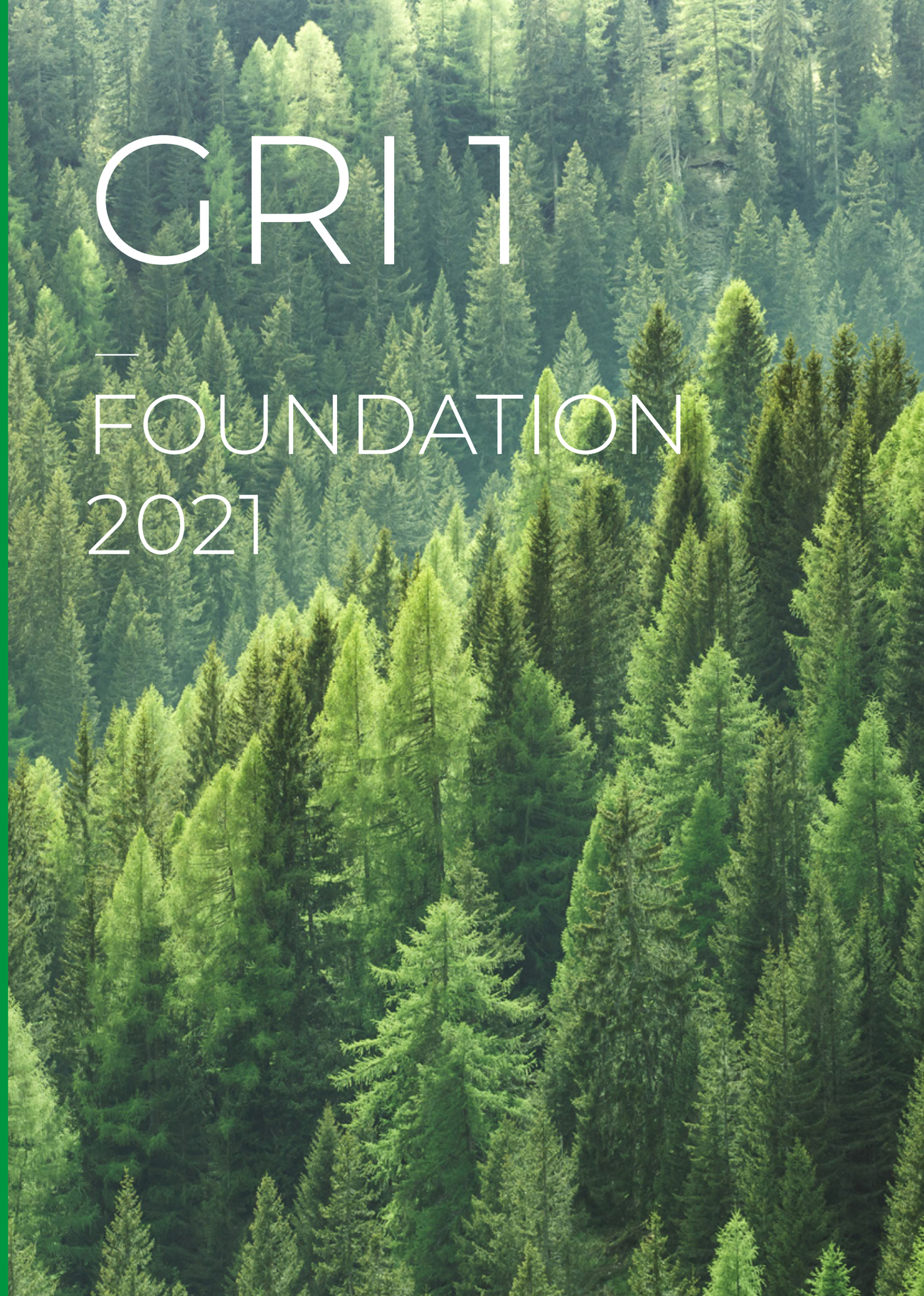
La definizione di impresa sostenibile può essere espressa come "un'entità in grado di produrre valore per la collettività, per l'organizzazione e per tutti gli stakeholder interessati dall'attività dell'azienda, agendo con l'obiettivo di produrre profitti in modo etico". Il significato di sostenibilità aziendale, quindi, va oltre l'impatto ambientale di un'impresa, perché considera anche il benessere della società. Oggi l'evoluzione di business sostenibile è considerevole, soprattutto se si confronta con il passato, come dimostra l'attenzione dedicata dalle grandi società ai criteri ESG (Environmental, Social and Governance), ovvero parametri che orientino la strategia di business alla creazione di valore per la società in un'ottica di medio e lungo periodo.

Al giorno d'oggi, molte imprese stanno intraprendendo un percorso sostenibile e perché vedono in questo nuovo modello organizzativo un vantaggio competitivo. Ovviamente non basta adottare pratiche green, ma è necessario un cambiamento sistematico e profondo che consideri diversi aspetti per ridurre al minimo l'impatto negativo sull'ambiente, sull'economia e sulla comunità stessa. Come si evince dal Global Risks Report 2023 del World Economic Forum (https://www.weforum.org/publications/global-risks-report-2023/), il mondo si troverà ad affrontare rischi come l'aumento del costo della vita è il principale rischio a breve termine, mentre il fallimento della mitigazione del cambiamento climatico e delle misure di adattamento è la maggiore preoccupazione a lungo termine. Le rivalità geopolitiche e le posizioni di chiusura faranno aumentare i vincoli economici e aggraveranno ulteriormente sia i rischi a breve termine sia quelli a lungo termine. Come azienda radicata nella comunità e che collabora con più entità transnazionali, anche in Garofoli siamo soggetti a questi rischi.



Tra gli elementi che contraddistinguono il nostro modo di fare impresa c'è senza dubbio una relazione profonda con il territorio, unita alla ricerca costante di soluzioni innovative che per noi sono funzionali a un miglioramento continuo. In questo contesto si inserisce la scelta di investire tempo ed energie nella creazione del nostro primo rapporto di sostenibilità, che rappresenta per noi una duplice sfida:

- **1** - integrare la gestione responsabile dei cosiddetti temi ESG, cioè quelli che hanno a che vedere con l'ambiente (Environment), il sociale (Social) e la governance, nel business aziendale;
- **2** - sviluppare un importante strumento di comunicazione e condivisione delle strategie e degli obiettivi nell'ambito della sostenibilità ambientale, sociale ed economica.



GRI 1

—

FOUNDATION 2021

PRINCIPI DI RENDICONTAZIONE

GRI 1 - 2021

Nel redigere il presente Report di Sostenibilità, Garofoli ha effettuato un'analisi delle sue attività e dei suoi impatti, includendo interessi ed aspettative dei suoi portatori di interesse, e sviluppando i temi materiali. Per assicurare un alto livello di qualità nella reportistica, i seguenti aspetti sono stati considerati: accuratezza, equilibrio, chiarezza, comparabilità, completezza, contesto di sostenibilità, tempestività e verificabilità.

1.1.1 - **DICHIARAZIONE D'USO**

Garofoli S.p.A. ha redatto questo report in conformità con gli Standard GRI 2021 per il periodo dal 1° Gennaio 2022 al 31 dicembre 2022.

1.1.2 - **NOTIFICA A GRI**

Essendo questo il primo bilancio di sostenibilità, utilizzato come esercizio per lo staff e la dirigenza, non vi sarà nessuna notifica al GRI.

GRI 2

—

GENERAL DISCLOSURES 2021

INFORMATIVE GENERALI SULL'ORGANIZZAZIONE

2.1 - **DETTAGLI ORGANIZZATIVI**

GRI 2 2021: 2-1

Garofoli S.p.a. è una società per azioni privata non quotata con sede legale a Castelfidardo (AN) in via Recanatese 37. L'80% delle operazioni dell'azienda avvengono in Italia ed il restante nel resto d'Europa. Il Gruppo Garofoli si colloca tra i leader mondiali nella progettazione, costruzione e commercializzazione di porte, con particolare specializzazione per le porte in legno massiccio. Il Gruppo, guidato dal fondatore Fernando Garofoli e dai suoi figli, si compone delle aziende Garofoli S.p.A. e Gidea S.r.l. e si posiziona nel segmento più alto del mercato di riferimento.

2.2 - **ENTITÀ INCLUSE NELLA RENDICONTAZIONE DI SOSTENIBILITÀ DELL'ORGANIZZAZIONE**

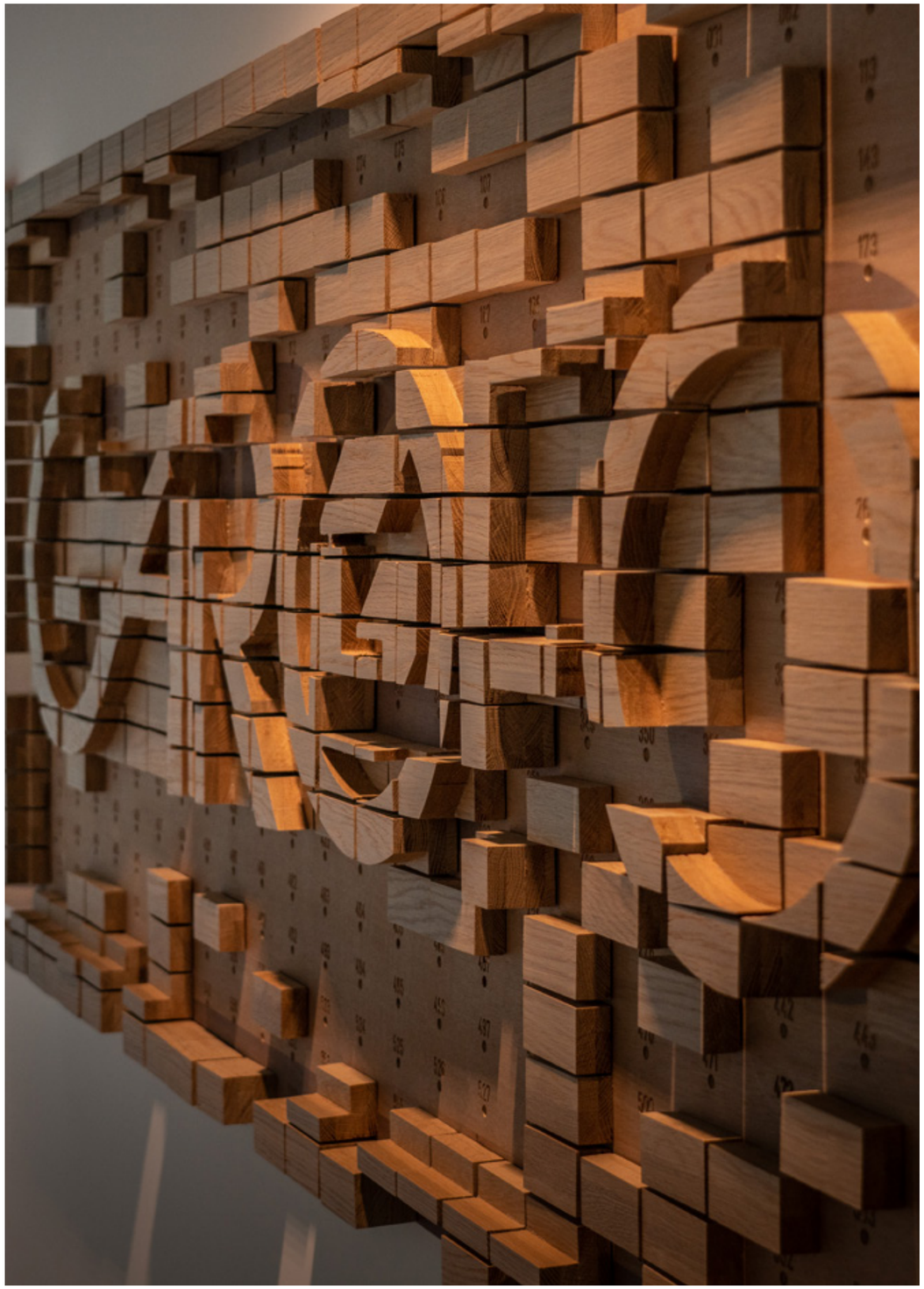
GRI 2 2021: 2-2

Per la preparazione del report, sono stati inclusi solamente i dati attinenti alla società Garofoli S.p.A. dato che la holding non ha natura produttiva e la Gidea S.r.l. è una linea commerciale del gruppo Garofoli che fa uso sostanzialmente degli stessi asset..

2.3 - **PERIODO DI RENDICONTAZIONE, FREQUENZA E PUNTO DI CONTATTO**

GRI 2 2021: 2-3

Periodo di rendicontazione bilancio di sostenibilità	dal 1° Gennaio 2022 al 31 dicembre 2022
Frequenza	Annuale
Periodo di rendicontazione Rendiconto finanziario	dal 1° Gennaio 2022 al 31 dicembre 2022
Data pubblicazione	30/06/2024
Punto di contatto	Dott. Renzo Sabbatini info@garofoli.com



INFORMATIVE GENERALI SULL'ORGANIZZAZIONE

2.4 - **REVISIONE DELLE INFORMAZIONI**

GRI 2 2021: 2-4

Essendo questo il primo report di sostenibilità dell'azienda non verranno fatte riformulazioni.

2.5 - **ASSURANCE ESTERNA**

Non vi sarà alcuna assurance esterna, essendo questo bilancio utilizzato come esercizio per gli anni futuri.

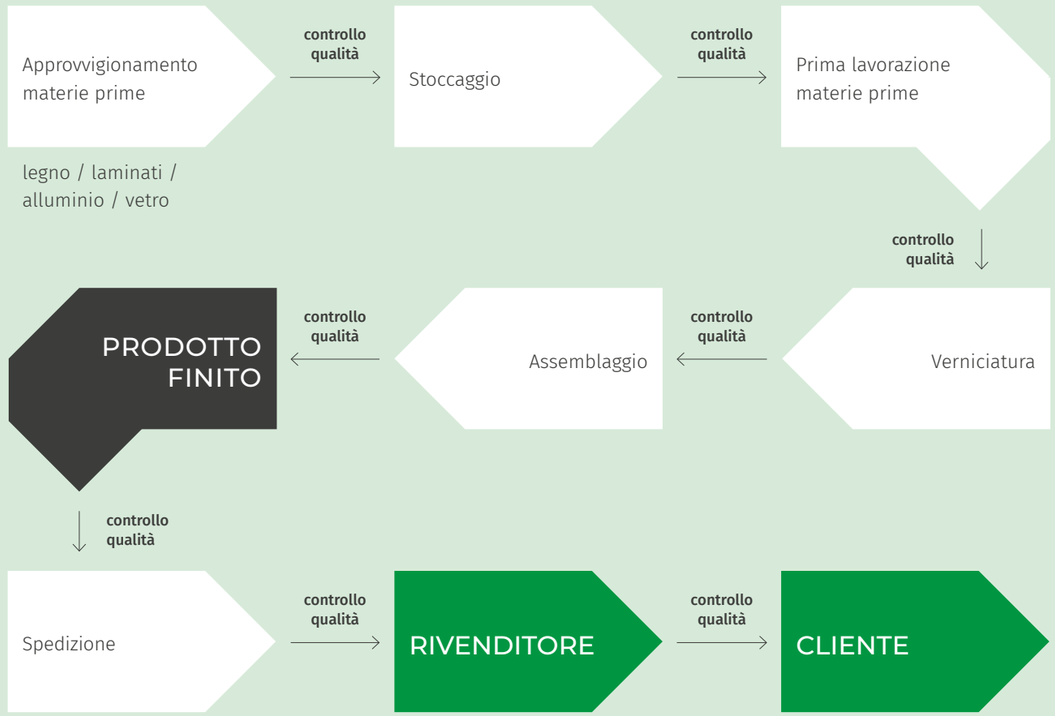
ATTIVITÀ E LAVORATORI

3.1 - **ATTIVITÀ, CATENA DEL VALORE E ALTRE RELAZIONI COMMERCIALI**

GRI 2 2021: 2-6

Garofoli S.p.A., azienda soggetto del presente report di sostenibilità, è produttrice di porte per interni e componenti d'arredo.

L'azienda produce circa 200.000 porte all'anno, a cui si aggiunge la produzione di cabine armadio, boiserie e parquet. Il Gruppo sta diventando un importante punto di riferimento, non solo per le porte, ma anche per l'arredo di ambienti funzionali. Ad oggi i prodotti Garofoli sono concreti simboli d'eccellenza del "Made in Italy" nel mondo. Garofoli S.p.A. e Gidea S.r.l. producono circa 400 modelli di porte, ciascuno dei quali può essere personalizzato e declinato in molteplici versioni e colori. La catena di fornitura del marchio è interamente italiana, tranne la produzione di materia prima che proviene dal Nord America e dall'Europa dell'Est. Commercialmente il gruppo è presente globalmente in 174 paesi.



3.2 - **DIPENDENTI**

GRI 2 2021: 2-7

A seguire i dati distribuiti sui dipendenti Garofoli:

	Donne	Uomini		Totale
NUMERO TOTALE DI DIPENDENTI	**32**	**198**	→	**230**
Tempo Indeterminato Full-time	22	190	→	212
Tempo Determinato Full-time	0	1	→	1
Tempo Indeterminato Part-time Orizzontale	8	4	→	12
Tempo Indeterminato Full-time TIPO2	2	3	→	5

Tutti i dipendenti lavorano dalla sede di Castelfidardo pertanto il report non li presenterà per area geografica.

L'età media dei dipendenti è di 50 anni. Tra il 2021 e il 2022 non ci sono state fluttuazioni significative. Il totale di ore lavorate nel 2022 è 281.265.

3.3 - **LAVORATORI NON DIPENDENTI**

GRI 2 2021: 2-8

Garofoli S.p.A. impiega aziende esterne in sub-appalto che lavorano a progetto per certi lavori in base alle esigenze di business. Esse lavorano in modo totalmente indipendente.

99,5%

contratto a tempo indeterminato

Fernando Garofoli
Presidente del Consiglio di Amministrazione, Amministratore delegato e Consigliere

Gianluca Garofoli
Amministratore delegato e Consigliere

Giacomo Garofoli
Amministratore delegato e Consigliere

Giuliana Garofoli
Amministratore delegato e Consigliere

Giusy Garofoli
Amministratore delegato e Consigliere

GOVERNANCE

STRUTTURA E COMPOSIZIONE DELLA GOVERNANCE AZIENDALE

GRI 2 2021: 2-9

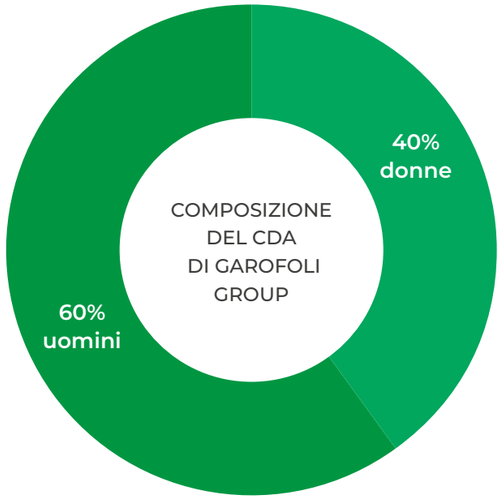
Garofoli S.p.A. adotta un sistema di governance e controllo tradizionale, tipico di un'azienda familiare. Il Consiglio di Amministrazione è composto da:

- **Fernando Garofoli** - Presidente del Consiglio di Amministrazione, Amministratore delegato e Consigliere;
- **Gianluca Garofoli** - Amministratore delegato e Consigliere;
- **Giusy Garofoli** - Amministratore delegato e Consigliere;
- **Giacomo Garofoli** - Amministratore delegato e Consigliere;
- **Giuliana Garofoli** - Amministratore delegato e Consigliere.

Il consiglio è composto:

- al 100% da membri non-indipendenti;
- al 60% da uomini e 40% da donne;
- ha un'età media di 55 anni.

L'Assemblea, ordinaria o straordinaria, è presieduta dall'Amministratore Unico o dal Presidente del Consiglio di Amministrazione.



NOMINA E SELEZIONE DEL MASSIMO ORGANO DI GOVERNO

GRI 2 2021: 2-10

Gli Amministratori restano in carica per un periodo non superiore ai tre esercizi. Sono rieleggibili e scadono alla data dell'assemblea convocata per l'approvazione del bilancio relativo all'ultimo esercizio della loro carica.

PRESIDENTE DEL PIÙ ALTO ORGANO DI GOVERNO

GRI 2 2021: 2-11

Il presidente del più alto organo di governo è Fernando Garofoli, presidente del Consiglio di amministrazione nonché azionista primario e usufruttuario delle quote della Holding.

RUOLO DEL PIÙ ALTO ORGANO DI GOVERNO NEL PRESIDIO NELLA GESTIONE DEGLI IMPATTI

GRI 2 2021: 2-12

Il Consiglio di Amministrazione Garofoli definisce i valori e le strategie, inclusa la gestione degli impatti, tramite la gestione degli obiettivi e il monitoraggio dei KPI.

Di seguito sono riportati i membri responsabili della gestione degli impatti:

- **CFO** - Renzo Sabbatini;
- **HSE MANAGER** - Mario Fidotti;
- **Direttore di Produzione** - Fernando Garofoli / Alido Brufani.

DELEGA DI RESPONSABILITÀ PER LA GESTIONE DEGLI IMPATTI

GRI 2 2021: 2-13

I manager identificati nel punto precedente si occupano delle varie aree indicate. Non è presente ufficio risorse umane, che è personalmente dedicato all'amministratore delegato e agli altri organi direttivi.

RUOLO DEL PIÙ ALTO ORGANO DI GOVERNO NELLA RENDICONTAZIONE DI SOSTENIBILITÀ

GRI 2 2021: 2-14

Il CDA approverá la strategia di sostenibilità, tramite analisi delle informazioni prima del deposito della rendicontazione. Un comitato ESG è stato predisposto e sarà a disposizione del CDA per tutte le attività relative alla sostenibilità e rendicontazione della stessa. Il team sarà composto dai membri responsabili degli impatti sopra elencati, affiancati da un professionista esterno.

CONFLITTO DI INTERESSI

GRI 2 2021: 2-15

La società Garofoli S.p.A. è controllata interamente dai membri della famiglia Garofoli in parti uguali e non vi sono al momento conflitti di interesse.

COMUNICAZIONE DELLE CRITICITÀ

GRI 2 2021: 2-16

Al momento non è presente una reportistica generale delle criticità. Vi è una situazione dedicata solamente alla sicurezza nei luoghi di lavoro.

CONOSCENZA COLLETTIVA DEL PIÙ ALTO ORGANO DI GOVERNO

GRI 2 2021: 2-17

Il CDA è consapevole che la progettualità di un percorso di sostenibilità aziendale è diventata prerogativa obbligata per un'azienda di stampo internazionale come la Garofoli S.p.A attraverso azioni mirate, formazione ed eventi dedicati alla sostenibilità.

VALUTAZIONE DELLA PERFORMANCE DEL PIÙ ALTO ORGANO DI GOVERNO

GRI 2 2021: 2-18

Il massimo organo di governo ha deciso di investire in una strategia di sostenibilità a lungo termine e nel tempo fisserà vari obiettivi con il supporto del comitato ESG creato. Questi verranno utilizzato come performance della Direzione e controllati tramite KPI. La tabella con gli obiettivi, priorità e target temporale disponibile alla fine del report *(pagg. 92-93)*.

POLITICHE DI REMUNERAZIONE

GRI 2 2021: 2-19

Come remunerazione del massimo organo di governo viene riconosciuto un compenso fisso come da dichiarazione in bilancio e nota integrativa. Questo compenso viene rinnovato in fase di CDA. Non sono previsti 'gettoni' per i consiglieri.

PROCESSO PER DETERMINARE LA REMUNERAZIONE

GRI 2 2021: 2-20

Il 100% dei dipendenti Garofoli sono coperti da CCNL del settore Industria Manifatturiera del Legno. La retribuzione viene valutata secondo i seguenti parametri:

- titolo di studio;
- certificazioni ed abilitazioni;
- anni di esperienza nel ruolo;
- competenze verificate durante la selezione.

RAPPORTO DI COMPENSAZIONE TOTALE ANNUO

GRI 2 2021: 2-21

La rendicontazione tra la retribuzione totale annua della persona con la massima retribuzione e la retribuzione annua media di tutti gli altri dipendenti è di 10,06. Per retribuzione totale annua sono state considerate la retribuzione lorda al 31/12/2022, comprensiva delle premialità e del welfare.

Il rapporto tra l'aumento percentuale della retribuzione totale annua della persona con la massima retribuzione e l'aumento percentuale della retribuzione annuale totale di tutti gli altri dipendenti è uguale a 0, in quanto tra il dicembre 2021 e il dicembre 2022 non si sono registrati incrementi.

PARTNER E SOSTENITORI

DICHIARAZIONE SULLA STRATEGIA DI SVILUPPO SOSTENIBILE

GRI 2 2021: 2-22

A tutti gli stakeholders,
è con orgoglio che presentiamo il nostro primo Report di Sostenibilità.

Questa relazione è frutto di un impegno che ha radici lontane nel tempo. Sin dagli inizi della nostra storia, nel 1968, il Gruppo Garofoli ha sempre mirato alla qualità a 360°, promuovendo lo sviluppo sostenibile delle proprie attività e perseguendo una decisa politica ambientale, nel rispetto della comunità in cui l'azienda opera.

La sostenibilità nel Gruppo Garofoli è parte integrante della governance del Gruppo e vede il top management coinvolto in prima persona, spingendo negli anni a portare avanti iniziative importanti verso i dipendenti e la catena di fornitura.

Già molti anni fa abbiamo deciso di implementare degli efficaci sistemi di gestione Ambiente & sicurezza conformi agli standard internazionali ISO 14001 e ISO 45001, a tutela dei nostri dipendenti e di tutta la comunità circostante.

Inoltre, dal 2015 abbiamo certificato i propri prodotti con il marchio FSC® (Forest Stewardship Council), garantendo così l'origine ecologica del materiale impiegato, e quindi l'ecosostenibilità del prodotto finito. In aggiunta, possiamo vantare la Certificazione COC/PEFCTM (Program for Endorsement of Forest Certification schemes), che garantisce la provenienza del legno da foreste gestite in modo sostenibile, sia a livello ambientale, che economico e sociale. La COC – Catena di Custodia (Chain of Custody) è un sistema per tracciare il materiale certificato dalla foresta al prodotto finito, e garantisce che i prodotti Garofoli certificati PEFCTM siano realizzate con legno proveniente da queste foreste. Siamo convinti che un brand debba essere anche cittadino del suo territorio e del mondo. Per questo abbiamo dotato i nostri stabilimenti di due impianti fotovoltaici che totalizzano una potenza di 2.6 MW e ci impegniamo in progetti a sostegno dell'educazione, dello sport e dell'ambiente. Inoltre abbiamo supportato la Scuola Montessoriana di Castelfidardo, la nostra città, perché è soprattutto per le future generazioni che abbiamo la responsabilità di progettare un futuro migliore. Da tempo organizziamo corsi per i nostri partner commerciali, dal 2019 abbiamo voluto organizzare questa attività didattica in una Academy e dotarla anche di una sede ufficiale, ospitata nel nuovo headquarter. Siamo infatti consapevoli che l'aggiornamento professionale rappresenti sempre di più un asset competitivo e di forte differenziazione.

La strategia di crescita del gruppo, che vede ad oggi la nostra presenza commerciale in 174 paesi diversi, ed ha ulteriori obiettivi di espansione, vede le sue fondamenta nel rispetto delle risorse ambientali, umane ed economiche e si esprime anche in progetti di carattere sociale come quelli già citati.
Per generare valore condiviso nel tempo abbiamo valutato i nostri punti di forza, ma anche, e soprattutto, siamo divenuti consapevoli dei percorsi necessari per migliorare il nostro impatto nelle tematiche ESG a medio e lungo termine. Non vogliamo semplicemente adeguarci alla legislazione vigente, ma essere attori protagonisti di uno scenario che vedrà sempre più le imprese attuare questo cambiamento virtuoso, necessario ora più che mai.

Un ringraziamento doveroso va a tutte le persone coinvolte, senza l'aiuto delle quali non sarebbe stato possibile ottenere e rendicontare i risultati raggiunti; dai dipendenti del nostro gruppo, ai nostri clienti e fornitori, ai partners e tutti gli stakeholders che supportano e sostengono le nostre ambizioni di crescita sostenibile.

F. Garofoli

“

Sin dagli inizi della nostra storia, nel 1968, il Gruppo Garofoli ha sempre mirato alla qualità a 360°, promuovendo lo sviluppo sostenibile delle proprie attività e perseguendo una decisa politica ambientale, nel rispetto della comunità in cui l’azienda opera.

FERNANDO GAROFOLI
Fondatore

IMPEGNI

IMPEGNI IN TERMINI DI POLICY

GRI 2 2021: 2-23

In azienda il CDA è il principale responsabile dell'attuazione di norme di comportamento, valori e principi. I valori che ci contraddistinguono sono:

- **ambizione**;
- **professionalità**;
- **ambizione**;
- **innovazione**.

La qualità richiesta dai clienti è un punto cardine della nostra missione, come spiegato nella nostra mission che punta ad aiutare ogni italiano a realizzare la casa dei suoi sogni. Per questo il nostro sistema di gestione si impegna a seguire i seguenti standard:

- **ISO 9001:2015** "Sistemi di gestione per la qualità";
- **ISO 14001:2015** "Sistemi di gestione ambientale";
- **ISO 45001:2015** "Sistemi per la sicurezza sul lavoro".

Nell'anno 2022, Garofoli S.p.A. e Gidea S.r.l. certificano le proprie attività con il Sistema di Gestione della qualità, secondo la norma ISO 9001. È obiettivo della Garofoli progettare e produrre prodotti altamente qualificati in modo da soddisfare i bisogni e le attese iniziali e successive della clientela.

Certificazione ISO 14001: è una scelta volontaria dell'azienda che decide di stabilire, mantenere attivo e migliorare un proprio sistema di gestione ambientale. Sistema che deve essere adeguato a tenere sotto controllo gli impatti ambientali delle proprie attività e a ricercare sistematicamente il miglioramento in modo efficace e sostenibile. Seguendo questa norma il Gruppo Garofoli si impegna a migliorare tutte le attività aziendali e a mantenere costantemente monitorata la politica ambientale.

Certificazione ISO 45001: Garofoli S.p.A. sempre attenta agli aspetti di Salute e Sicurezza dei dipendenti e degli ospiti ha certificato il proprio Sistema di Gestione della Sicurezza secondo lo schema volontario ISO 45001 che attesta la bontà degli standard di sicurezza raggiunti nel proprio stabilimento a tutela di tutti coloro che frequentano l'Azienda.

FSC® Forest Stewardship Council: da ottobre 2015 il Gruppo può ufficialmente certificare i propri prodotti con il marchio FSC®, garantendo così l'origine ecologica del materiale impiegato, e quindi l'ecosostenibilità del prodotto finito.

Certificazione COC/PEFCTM: Nel 2009 la Garofoli ha ottenuto l'importante certificazione PEFCTM (Program for Endorsement of Forest Certification schemes), lo schema più diffuso e famoso al mondo per la gestione sostenibile dell foreste. Il PEFCTM assicura che il legno utilizzato per la realizzazione di prodotti legnosi provenga da foreste gestite in modo sostenibile, sia a livello ambientale, che economico e sociale. La COC – Catena di Custodia (Chain of Custody) è un sistema per tracciare il materiale certificato dalla foresta al prodotto finito e garantisce che le porte Garofoli certificate PEFCTM siano realizzate con legno proveniente da queste foreste.

Esso permette di migliorare l'efficienza dell'organizzazione grazie alla gestione dei rischi. Inoltre, nel nostro piano di azione, ci impegniamo a redigere un codice etico e delle procedure specifiche per la Diversity & Inclusion che innalzeranno i nostri impegni in termini di policy.

INCORPORAMENTO DEGLI IMPEGNI POLITICI

GRI 2 2021: 2-24

L'attività aziendale si avvale del Sistema di Gestione Integrato e di seguito vengono riportati i principi e strumenti gestionali presenti in azienda:

Qualità dei servizi	ISO9001
Rispetto dell'ambiente	ISO14001 / D. Lgs 152/06
Tutela dei diritti dei lavoratori	CCNL
Rispetto della salute e sicurezza sul lavoro	ISO45001 / D. Lgs 81/08
Eco-sostenibilità del prodotto finito	COC/PEFCTM

PROCESSI PER RIMEDIARE AGLI IMPATTI NEGATIVI

GRI 2 2021: 2-25

Nel corso del 2022 Garofoli non è stata coinvolta in azioni di rimedio dovute a reclami in quanto non ha ritenuto di aver causato impatti negativi.

La gestione dei reclami avviene tramite canali che si occupano di claim produttivi e vi sono riunioni settimanali per monitorare la situazione. Le procedure per la non conformità definiscono la gestione dei resi di prodotto richieste dai clienti nonché le azioni correttive al fine di eliminare non conformità esistenti ompotenziali su prodotti, servizi o sistemi.

MECCANISMI PER CONSULTAZIONE E SEGNALAZIONE PROBLEMI

GRI 2 2021: 2-26

L'azienda al momento non dispone di un meccanismo di gestione delle segnalazioni, che però è stato riconosciuto come necessario ed inserito inserito nel piano di azione.

STAKEHOLDER ENGAGEMENT

CONFORMITÀ A LEGGI E REGOLAMENTI

GRI 2 2021: 2-27

Nel periodo di rendicontazione non si sono verificati casi significativi di non conformità a leggi o regolamenti e non sono state pagate pene pecuniarie o sanzioni.

ASSOCIAZIONI DI APPARTENENZA

GRI 2 2021: 2-28

Garofoli, quale player di mercato di stampo internazionale ha deciso di aderire a specifiche associazioni quali:

- Confindustria Ancona
- Federlegno Arredo

Garofoli è anche socio sostenitore UNI - Ente Italiano di normazione e CATAS.

APPROCCIO ALLO "STAKEHOLDER ENGAGEMENT"

GRI 2 2021: 2-29

La base per individuare e selezionare gli stakeholder da coinvolgere è stata presa dagli strandard GRI e quelli individuati sono:

- dipendenti
- fornitori
- comunità locali
- clienti
- altri collaboratori (venditori)

Il processo di selezione degli stakeholder sopra elencati si è svolto tramite il comitato ESG, che assieme alla direzione ha stilato una lista delle parti interessate e degli impatti che Garofoli potrebbe avere nei loro confronti.

ACCORDI DI CONTRATTAZIONE COLLETTIVA

GRI 2 2021: 2-30

In Garofoli il 100% del totale dei dipendenti è coperto da accordi di contrattazione collettiva, specificatamente il CCNL per l'industria del legno.

GRI 3

TEMI MATERIALI 2021

TEMI MATERIALI

PROCESSO DI DETERMINAZIONE DEI TEMI MATERIALI

GRI 3 2021: 3-1

L'analisi di materialità è un processo fondamentale perché consente di identificare e valutare gli impatti ambientali, sociali ed economici più significativi delle proprie attività, per una organizzazione e per i suoi stakeholder. La matrice rappresenta uno strumento di gestione molto importante in quanto permette di orientare la strategia aziendale, integrando sempre più i principi di sostenibilità nelle attività quotidiane della e di assicurare uno stretto allineamento tra aspettative degli stakeholder e scelte di business. Riconoscendo l'importanza strategica di questo strumento e della rendicontazione di sostenibilità, nel corso del 2022, abbiamo dato avvio al processo di analisi di materialità, con lo scopo di individuare gli ambiti in cui le nostre attività` possono incidere maggiormente sull'ambiente e sugli stakeholder e con l'obiettivo di allineare la strategia di sostenibilità alle aspettative esterne. Il team Garofoli ha avviato un processo strutturato di analisi di materialità e coinvolgimento degli stakeholder, al fine di individuare le proprie priorità. Tale processo è iniziato con un workshop che ha lanciato il progetto ESG di rendicontazione, coinvolgendo il personale chiave per avere un'analisi più rappresentativa. Al personale sono state sottoposte delle surveys per valutare l'importanza degli stakeholder e delle tematiche materiali. Inoltre sono stati analizzati i bilanci di sostenibilità di varie aziende del settore. Per i prossimi report, Garofoli si impegna ad individuare nuovi modi di coinvolgere gli stakeholder, per incrementare la partecipazione. La matrice di materialità di Garofoli è stata definita in accordo con i principi promossi dai GRI Standards. In particolare, la Società ha aderito ai principi di rilevanza, inclusività, contesto di sostenibilità e completezza promossi dai GRI Standards.

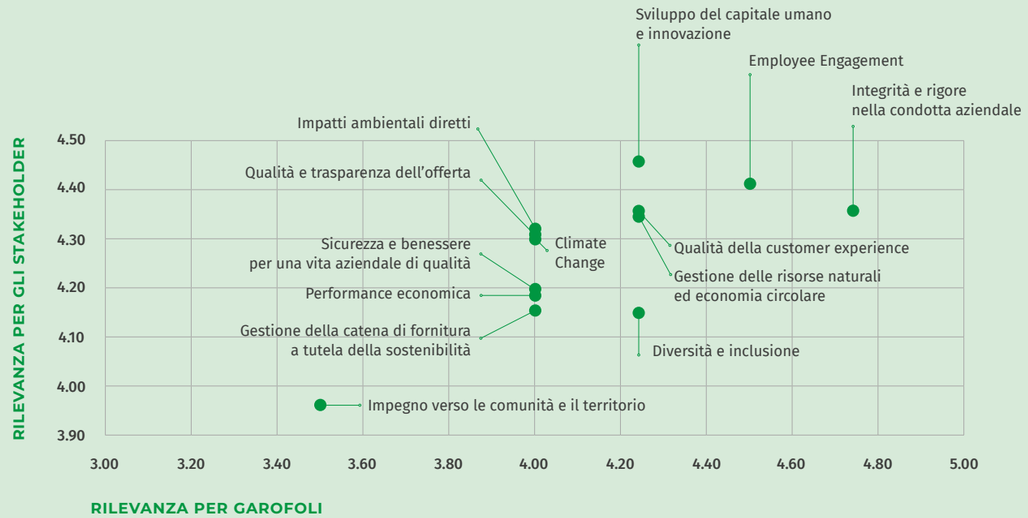
Tale processo si è articolato in quattro fasi principali:

- **1** ° Analisi del contesto di riferimento;
- **2** ° Individuare temi ed impatti potenziali ed effettivi;
- **3** ° Valutare l'importanza dei temi;
- **4** ° Dare priorità ai temi più significativi da rendicontare.

Tutte queste azioni hanno permesso di affinare la matrice di materialità di seguito riportata.

Il grafico rappresenta:

- la priorità attribuita dagli stakeholder Garofoli (asse verticale della matrice)
- quella attribuita dall'alta direzione Garofoli (asse orizzontale della matrice)



Dai risultati dei nostri survey si evince che i temi seguono questa classifica di importanza:

- **1** Integrità e rigore nella condotta aziendale;
- **2** Employee Engagement;
- **3** Sviluppo del capitale umano e innovazione;
- **4** Qualità della Customer experience & Gestione delle risorse naturali ed economia circolare;
- **5** Diversità e inclusione;
- **6** Climate Change ed impatti ambientali diretti;
- **7** Qualità e trasparenza dell'offerta;
- **8** Sicurezza e benessere per una vita aziendale di qualità & Performance economica;
- **9** Gestione della catena di fornitura a tutela della sostenibilità
- **10** Impegno verso le comunità e il territorio.

ELENCO DEI TEMI MATERIALI

GRI 3 2021: 3-2

TEMA PRIORITARIO	DEFINIZIONE
Integrità e rigore nella condotta aziendale	Promozione di una cultura di integrità nella condotta aziendale, tramite l'adozione di standard, modelli organizzativi e codici di comportamento a costante sostegno dell'etica.
Employee Engagement	Coinvolgimento del dipendente verso l'organizzazione e i suoi valori, stimolando l'innovazione e l'empowerment.
Sviluppo del capitale umano e innovazione	Assicurare una formazione continua ed aggiornata allo staff, valutando e gestendo adeguatamente il capitale umano.
Diversità e inclusione	Favorire ed accogliere le varie differenze all'interno del capitale umano aziendale, integrandole nello stesso ambiente lavorativo in modo concreto.
Climate Change	Promuovere strategie di contenimento del cambiamento climatico, in modo da ridurre i gas a effetto serra e l'impatto ambientale e promuovere una conduzione del business più sostenibile.
Impatti ambientali diretti	Riconoscere e mitigare gli impatti iniziative di salvaguardia ambientale e di riduzione della propria impronta ecologica.
Qualità e trasparenza dell'offerta	Sviluppo di prodotti e servizi che corrispondano ai reali bisogni dei clienti, agevolando una comunicazione chiara e completa.

TEMA PRIORITARIO	DEFINIZIONE
Qualità della customer experience	Attenzione alla customer experience e costruzione di relazioni positive con il cliente, grazie alla valutazione del livello di soddisfazione e identificazione delle esigenze e delle aspettative.
Gestione delle risorse naturali ed economia circolare	Produzione e consumo responsabili, che implichino il riutilizzo e riciclo dei materiali e prodotti esistenti il più a lungo possibile, in modo da estendere il ciclo di vita dei prodotti.
Sicurezza e benessere per una vita aziendale di qualità	Investire nella qualità della vita sul lavoro, migliorando la soddisfazione dei dipendenti.
Performance economica	Valore economico generato e distribuito dall'azienda, necessario per misurare la sostenibilità ed efficienza
Gestione della catena di fornitura a tutela della sostenibilità	Scelta di fornitori, possibilmente locali, che condividano la politica di qualità e ambientale dell'azienda, oltre agli stessi principi di responsabilità etica e sociale.
Impegno verso le comunità e il territorio	Creare partnership sociali e attività che generano valore per il territorio.

GESTIONE DEI TEMI MATERIALI

GRI 3 2021: 3-3

INTEGRITÀ E RIGORE NELLA CONDOTTA AZIENDALE

Gli impegni politici dell'organizzazione devono essere rivolti ad una condotta aziendale responsabile, incluso l'impegno a rispettare i diritti umani.
Questi impegni costituiscono i valori, i principi e le norme di comportamento dell'azienda e la mission integrata all'interno degli obiettivi economici. I diritti umani sanciti dalle norme nazionali ed internazionali, associati alle azioni dell'organizzazione per prevenire o mitigare potenziali impatti negativi per ogni tema materiale sono il reticolo attraverso il quale le attività dell'azienda devono transitare, ritenendo l'impegno politico come parte integrante della strategia aziendale.

È quindi opportuno per l'azienda individuare i propri fattori di rischio e dotarsi di strumenti strategici per affrontarli.

Garofoli considera gli impatti socio-ambientali tra i fattori di rischio aziendali ed ha un **sistema di gestione (Entreprise Risk Management)**.

La mission dell'azienda tiene conto dei fattori ambientali e sociali e pertanto vengono considerati anche nelle strategie di lungo periodo. La società monitora con appositi **indicatori quantitativi**, le proprie **performance di sostenibilità a tema ambientale e relative alla gestione dei dipendenti**. Garofoli applica un sistema per la gestione ambientale, per la gestione della sicurezza e salute dei propri dipendenti, per la gestione dei rapporti di fornitura.

La società presenta **certificazioni di terze parti riconosciute** a livello nazionale o internazionale relativamente ad ambiente, tutela della sicurezza e salute dei propri dipendenti, qualità dei prodotti/servizi.

La società ha adottato strumenti di valutazione dell'impatto ambientale e ha incaricato **una persona dedicata alla sostenibilità**.

EMPLOYEE ENGAGEMENT

Garofoli si impegna a comunicare efficientemente e frequentemente con i suoi dipendenti. Un canale di comunicazione proficuo si traduce nel coinvolgimento e nella soddisfazione personale e professionale dei talenti e, di conseguenza, in una maggiore efficienza, collaborazione e produttività. Oltre alla bacheca per comunicazioni ufficiali, i dipendenti sono coinvolti tramite le varie mailing. Vi è anche una riunione periodica trimestrale fisica che assicura una maggiore conoscenza e collaborazione tra lo staff e la direzione. Per i mesi a venire, ci impegniamo ad una maggiore comunicazione con i nostri dipendenti, tramite Workshops e Focus Groups, in particolare verso i temi di sostenibilità. È un obiettivo che completeremo entro la fine del 2024. Questo impegno verrà inserito nel piano di azione.

“

Sostenibilità: volano di una economia innovativa

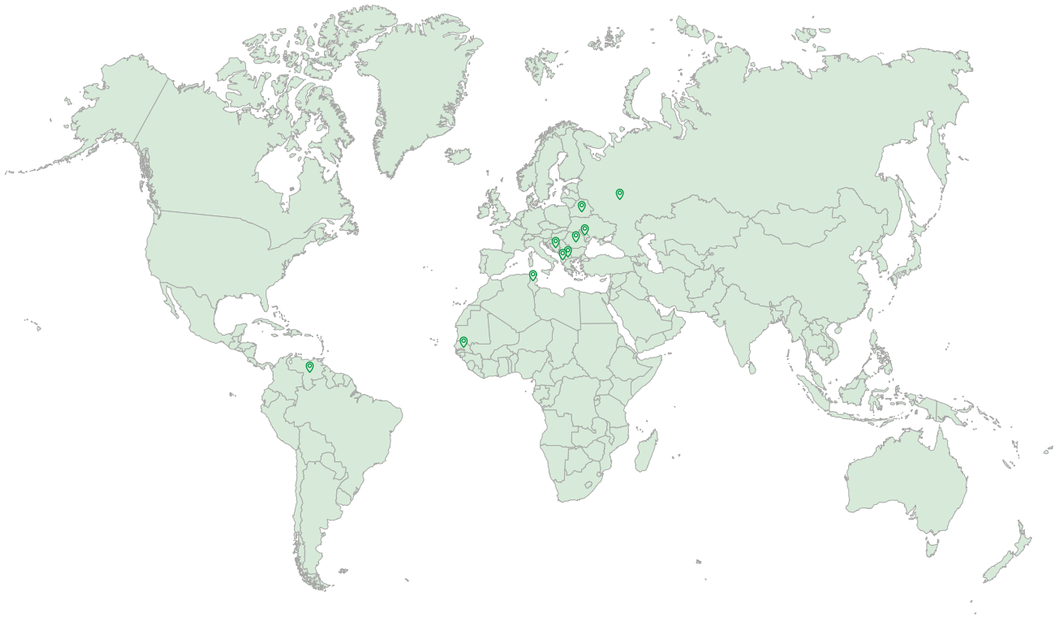
FERNANDO GAROFOLI
Fondatore

DIVERSITÀ E INCLUSIONE

DIVERSITÀ E INCLUSIONE

I nostri dipendenti sono il nostro bene più prezioso. Con la loro personalità e competenze individuali, la loro esperienza di vita, la loro inventiva e il loro talento, plasmano la nostra cultura aziendale e contribuiscono in modo significativo al successo dell'azienda. Desideriamo coltivare e promuovere questa cultura della diversità e dell'inclusione. Al momento abbiamo 27 dipendenti nati all'estero (11.7%), da 10 paesi del mondo (Macedonia, Tunisia, Romania, Bosnia-Herzegovina, Russia, Bielorussia, Albania, Moldavia, Senegal, Venezuela). Ci impegniamo al piu' presto a redigere una procedura per la Diversity & Inclusion, che possa formalizzare le nostre iniziative e linee guida.

Sul totale dei lavoratori, la nostra squadra è composta da 32 donne (13.9%). La tabella qui sotto mostra la suddivisione per qualifica.



QUALIFICA	Donne	Uomini		Totali per sesso
Apprendista	0	3	→	3
Dirigente	0	1	→	1
Impiegato/a	16	45	→	61
Operaio/a	14	142	→	156
Operaio/a specializzato/a	0	3	→	3
Quadro	0	1	→	1
Amministratore	2	3	→	5
TOTALE	**32**	**198**	→	**230**

Non vi sono differenze di salario tra uomini e donne.

Come differenze di età, vi sono 9 dipendenti sotto i 30 anni, 103 compresi tra 30 e 50 anni, e 113 con un'età superiore a 50.

CLIMATE CHANGE E IMPATTI AMBIENTALI DIRETTI

CLIMATE CHANGE E IMPATTI AMBIENTALI DIRETTI

Nelle sue aree di produzione ed in quelle in cui opera anche indirettamente, Garofoli si impegna a ridurre i propri impatti e a salvaguardare l'ambiente. Il raggiungimento degli obiettivi di decarbonizzazione e l'utilizzo di modelli sostenibili sono integrati nel nostro operato, tramite politiche di riduzione di:

- consumi energetici;
- consumi di risorse idriche;
- emissioni di gas climalteranti.

Per garantire una gestione efficace, effettuiamo il monitoraggio tramite is sistemi di gestione integrati:

- ISO 14001:2015
- ISO 45001:2018

Nei prossimi anni, Garofoli intende avere un ruolo attivo nella transizione ecologica, tramite il monitoraggio attivo delle emissioni, la sensibilizzazione dei fornitori e l'upgrade delle tecnologie.

La seguente tabella, mostra l'energia prodotta dal nostro sistema fotovoltaico:

ANNO	2019	2020	2021	2022
FV	[kWh]	[kWh]	[kWh]	[kWh]
FV Energia prodotta	956,215.00	1,284,658.00	1,908,428.00	1,284,658.00
FV Energia ceduta	159,040.00	292,796.00	281,843.00	292,796.00
FV Energia autoconsumata	797,175.00	991,862.00	1,626,585.00	991,862.00
ENERGIA prelevata dalla rete	6,189,662.00	4,932,252.40	6,424,856.00	4,679,830.00
Gas Metano acquistato (SMC)	646483	520631	503393	390398

La nostra sede è inoltre dotata di due post-combustori per tramutare determinate tipologie di sostanze inquinanti, in sostanze totalmente innocue per le persone:

- il post 1 nel 2022 ha consumato circa 115.000 m³ di metano;
- il post 2 nel 2022 ha consumato circa 75.000 m³ di metano.

Nell'insieme i postcombustori hanno consumato 190.000 m³ di metano nel 2022. Nello stesso anno, Per il riscaldamento e la produzione nel 2022 abbiamo consumato circa 109.000 m³ di metano, mentre per i veicoli aziendali sono stati acquistati 10000 litri di gasolio. Tramite il sito Climate Trade abbiamo calcolato le nostre emissioni di CO_2 nell'anno 2022, che hanno raggiunto le 62 tonnellate. Nei prossimi anni ci impegniamo a calcolare le emissioni Scope 1 e Scope 2 con cadenza costante, per monitorarle e fissare target di riduzione. La Direzione monitora costantemente i consumi tramite report giornalieri su post combustori, consumi dei quadri elettrici, contatori gas e luce, che vengono utilizzati in comitati di direzione utili a comprendere eventuali aree di efficientamento operativo aziendale mensilmente. ad esempio utilizzo coordinato durante fasce orarie identificate dalla produzione per ottimizzare i consumi e ridurre le emissioni.

Ad esempio, sono state sostituite tutte le lampadine con nuovi modelli a tecnologia LED. Inoltre, è attivo un progetto in collaborazione con Repower per due nuove colonnine esterne di ricarica elettrica ad utilizzo del personale e anche dei cittadini. Nel 2022 sono stati acquistati 784.293 kg di vernici, di cui solventi complessivi 534.825 kg. Per quanto riguarda questi prodotti, analisi COV (Sostanze Organiche Volatili) sono sempre state eseguite secondo scadenzario. Inoltre, stiamo testando la verniciatura ad ozono con ionizzazione aria, che permette la riduzione di atmosfere ridotte del 50% con riduzione di circa il 20% delle vernici. Test partito nel 2021 con rendicontazione nel 2023.

CONSUMI IDRICI

CONSUMI IDRICI

La tabella qui sotto, mostra i nostri consumi idrici annuali:

ANNO	2019	2020	2021	2022
	mc	mc	mc	mc
totale acqua attinta	6,758	14,075	13,473	9,69

L'azienda tratta e riutilizza l'acqua di scarto nell'ambito dei propri processi di produzione, per ridurre il consumo di acqua.

Per la fine del 2024, ci siamo impegnati ad installare un distributore di acqua potabile, per eliminazione di plastica all'interno dei siti produttivi con borraccia metallica nominale.

9,69 mc

totale acqua attinta

200 ton.

totale dei rifiuti prodotti

DIFFERENZIARE PER RICICLARE

CARTA, PLASTICA, VETRO E RIFIUTI SOLIDI URBANI

Nel contesto dei GRI Standards, la dimensione ambientale della sostenibilità riguarda gli impatti di un'organizzazione sui sistemi naturali viventi e non viventi, compresi il terreno, l'aria, l'acqua e gli ecosistemi. In questo contesto si innesta il tema dei rifiuti che possono essere generati dalle attività proprie dell'organizzazione, ma possono essere anche generati da soggetti a monte e a valle nella catena del valore dell'organizzazione.
I rifiuti, quindi, possono avere impatti negativi significativi sull'ambiente e sulla salute umana se gestiti in maniera inadeguata.

La società nelle sue sedi effettua la **raccolta differenziata**, conferendo: carta plastica vetro rsu.

Il totale dei rifiuti prodotti è pari a 200 ton.

QUALITÀ E TRASPARENZA DELL'OFFERTA

QUALITÀ E TRASPARENZA DELL'OFFERTA

Come recitato nella nostra mission: "Realizzare prodotti di alta qualità, che esprimano al meglio il valore estetico e tecnico del buon design italiano", vogliamo fornire ai nostri clienti la migliore ricerca della qualità delle materie prime e all'innovazione tecnologica. Le nostre certificazioni assicurano un prodotto che risponde a degli standard internazionali. Oltre a questo, tutta la produzione del Gruppo è supportata da tecnologie produttive di assoluta avanguardia, alcune delle quali coperte da brevetti registrati. La ricerca tecnologica si accompagna ad una continua ricerca di materie prime di altissima qualità. Il costante studio di tecniche di costruzione innovative, porta ad un affinamento quotidiano dei dettagli, e ad un continuo sperimentare finiture e nuove cromie. I nostri KPI aziendali monitorano costantemente l'efficienza, puntualità e ottimizzazione dei nostri prodotti.

Per fornire credibilità e rassicurare i nostri clienti che il nostri prodotti sono sicuri e sostenibili, ogni brevetto viene sottoposto a rigorose certificazioni di terze parti, test e ispezioni delle strutture progettate per garantire che i prodotti soddisfino i più elevati standard di qualità.

Nel 2022 è stato brevettato il kit per porte (telaio e mostrine intercambiabili), con la linea porte tagliafuoco che è certificata EI 30, EI 60 e EI 120, secondo UNI EN1634-1:2009 *(vedi tabella nella pagina seguente)*.

NAZIONI	**ITALIA**	**FRANCIA**	**INGHILTERRA**	**USA / CANADA**	**SVIZZERA**
COLLEZIONI					
Avio **Rei 30** (Singola)	-	-	EI, 30 certificate **30'**	-	-
Stila **Rei 30** (Singola)	EI, 30 certificate **30'**	EI, 30 certificate **30'**	EI, 30 certificate **30'**	EI, 30 certificate **30'**	EI, 30 certificate **30'**
Stila **Rei 30** (Doppia)	EI, 30 certificate **30'**	-	EI, 30 certificate **30'**	EI, 20 certificate **20' (USA)**	-
Timber **Rei 30** (Singola)	EI, 30 certificate **30'**	-	EI, 30 certificate **30'**	-	-
Filomuro **Rei 30** (Singola)	EI, 30 certificate **30'**	-	EI, 30 certificate **30'**	EI, 30 certificate **30'**	EI, 30 certificate **30'**
Poema **Rei 30** (Singola)	EI, 30 certificate **30'**	-	EI, 30 certificate **30'**	EI, 30 certificate **30'**	-
Plania **Rei 60** (Singola)	EI, 60 certificate **60'**	-	EI, 60 certificate **60'**	-	-
Gdesign **Rei 60** (Singola)	-	EI, 60 certificate **60'**	EI, 60 certificate **60'**	-	-
Gdesign **Rei 60** (Doppia)	EI, 60 certificate **60'**	-	-	EI, 60 certificate **30'**	-
Gold **Rei 60** (Singola)	EI, 60 certificate **60'**	-	EI, 60 certificate **60'**	-	-
Filomuro **Rei 60** (Singola)	EI, 60 certificate **60'**	-	EI, 60 certificate **60'**	EI, 45 certificate **45'**	-
Filomuro **Rei 60** (Doppia)	EI, 60 certificate **60'**	-	-	-	-
Rei 120 (Singola)	EI, 120 certificate **120' (da doppia)**	-	-	-	-
Rei 120 (Doppia)	EI, 120 certificate **120'**	-	EI, 120 certificate **120'**	-	-
Filomuro **Rei 120** (Singola)	EI, 120 certificate **120'**	-	-	-	-

GESTIONE DELLA QUALITÀ

RAPPORTI CON LA CLIENTELA

In tema di rapporti con la clientela, è di grande importanza come l'**azienda consideri gli impatti sulla salute e sicurezza dei propri clienti**, a partire dai prodotti e servizi che essa realizza e come questi impatti vengano valutati nelle diverse fasi del **ciclo di vita della propria attività**, dallo sviluppo del concept del prodotto, alla fase di ricerca e sviluppo ed eventuale successiva certificazione. Lo stesso impatto va ricercato nelle **fasi di realizzazione**, quindi di fabbricazione e produzione, ma anche nel marketing, fino alla fornitura, all'utilizzo e all'**attenzione che l'azienda pone** successivamente, comprendendo una fase di supporto post vendita fino al ciclo di fine vita del prodotto o servizio.

In questa logica, diventano quindi rilevanti le iniziative intraprese dall'organizzazione per affrontare il tema della sicurezza durante l'intero ciclo di vita di un prodotto o di un servizio e le valutazioni che attengono a questa tematica.

L'azienda attesta il proprio sistema di gestione della qualità, avendo ottenuto la certificazione ISO 9001.

QUALITÀ DELLA CUSTOMER EXPERIENCE

La nostra qualità della customer experience si basa su un robusto sistema di gestione sviluppato internamente.

Grazie ai nostri KPI rigorosamente monitorati, a cadenza costante e come obiettivo aziendale:

- valutiamo attentamente i feedback dei clienti per fornire prodotti migliori;
- abbiamo procedure di resi e reclami costantemente aggiornate;
- comunichiamo con dei survey per analizzare i dati e intraprendere le azioni correttive emerse dai punti di debolezza;
- verifichiamo eventuali segnalazioni e/o reclami riferibili alla gestione sostenibile delle foreste inoltrati dalla nostra clientela.

“

Realizzare prodotti di alta qualità, che esprimano al meglio il valore estetico e tecnico del buon design italiano

FERNANDO GAROFOLI
Fondatore

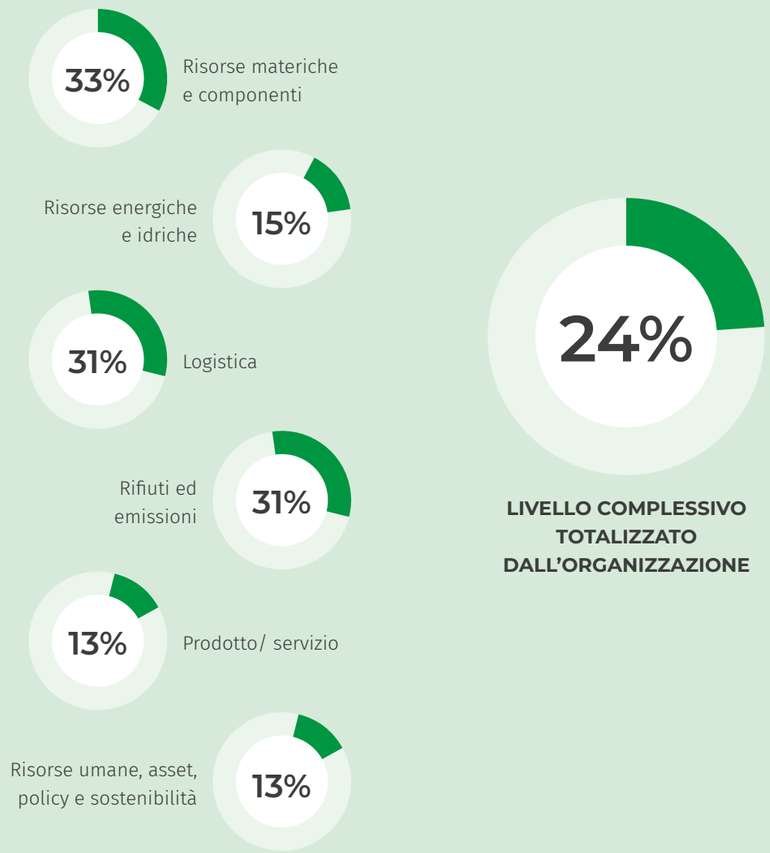
GESTIONE DELLE RISORSE NATURALI ED ECONOMIA CIRCOLARE

GESTIONE DELLE RISORSE NATURALI ED ECONOMIA CIRCOLARE

La materia prima principale dei nostri prodotti è il legno. Per quanto riguarda il legno vergine questo viene acquistato esclusivamente in USA mentre i materiali legnosi sono acquistati in tutto il mondo. Nel 2022, da parte di Garofoli, sono statte acquistate 3000 tonnellate di legno e 199 tonnelate di metalli, usati per produrre 3250 tonnellate di porte. Per assicurare la circolarita' dei nostri prodotti, siamo stati oggetto di misurazione tramite UNI/TS 11820 "Misurazione della Circolarità Metodi ed indicatori per la misurazione dei processi circolari delle organizzazioni". Questa specifica tecnica fornisce le indicazioni su come misurare e valutare le prestazioni di circolarità di un'organizzazione e utilizzarle per verificare l'efficacia delle strategie di circolarità attraverso un set di indicatori di economia circolare. Essa fornisce inoltre la metodologia per la raccolta delle informazioni necessarie per consentire la misurazione della circolarità. Il sistema di misurazione non prevede un valore soglia minimo di circolarità, ma consente di valutare il livello dell'organizzazione, rispetto al massimo raggiungibile. Il nostro rating di circolarità è stato del 24%.

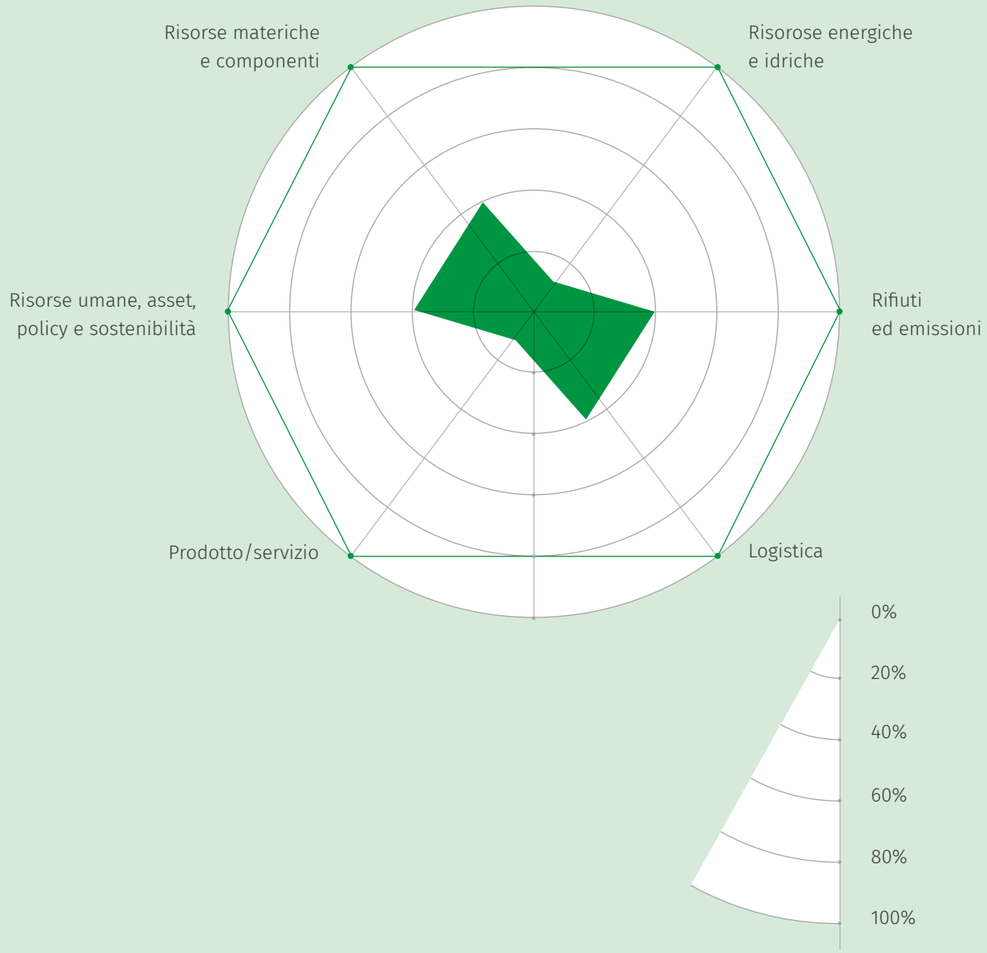
RATING DI CIRCOLARITÀ

Livello per singola categoria totalizzato dall'organizzazione



CATEGORIE DI VALUTAZIONE

Il presente grafico riporta i livelli di circolarità raggiunti nelle singole categorie di indicatori.



6

defribillatori

CRESCITA PROFESSIONALE E TUTELA DELLA SALUTE

CRESCITA PROFESSIONALE E TUTELA DELLA SALUTE

Lo sviluppo e il mantenimento delle professionalità e delle competenze sono condizioni che permettono alle imprese di poter perseguire i propri obiettivi strategici di creazione di valore all'organizzazione.
Un ambiente di lavoro adeguato, che favorisca l'inclusione sociale e l'equilibrio tra vita professionale e privata dei dipendenti, valorizzi la diversità e offra pari opportunità, accompagnato da strumenti di welfare, migliora le performance dell'impresa e rafforza la capacità di adattamento dell'organizzazione a eventi di carattere straordinario.

In tema di miglioramento delle professionalità, l'azienda, nell'anno di rendicontazione, ha erogato mediamente **50 ore di formazione per dipendente**. Nel corso dell'anno, le principali tematiche oggetto della formazione erogata sono state salute e sicurezza sul lavoro, privacy (ex Gdpr), comunicazione, collaboratività e team building.

L'azienda applica procedure interne aggiuntive, ad integrazione dei protocolli standard, a **garanzia della salute e sicurezza sul lavoro** dei propri dipendenti. In particolare: definizione di regole per la suddivisione delle fasi di lavoro al fine di ridurre i rischi di interferenza, investimenti in formazione e sensibilizzazione del personale, nonché il monitoraggio delle performance con attività di controllo e audit. La società è inoltre in possesso delle certificazioni **OHSAS 18001** o **ISO 45001** relativamente alla gestione sicurezza e salute dei lavoratori.

L'azienda si è dotata di 6 defibrillatori.

L'azienda si è dotata di 6 defibrillatori e 12 membri del team Garofoli sono stati formati da Italian Resuscitation Council per apprendere manovre di rianimazione di base.

Sono state allestite inoltre aree per la conviviali e l'ospitalità, in modo da garantire un ambiente luminoso e spazioso a chi trascorre del tempo nell'headquarters per lavoro.

GAROFOLI EXCELLENCE ACADEMY

TRAINING CONTINUO

Nata dalla volontà di creare un progetto formativo dedicato al mondo dell'arredo e dei serramenti, la Garofoli Excellence Academy costruisce e ospita progetti didattici che mirano a incrementare il know-how tecnico necessario agli installatori per svolgere al meglio il loro lavoro, così come quello specifico dedicato a rivenditori e professionisti del settore. I corsi, che si svolgono sia nella sede della Academy a Castelfidardo che online e in tour in diverse aree di Italia, sono pensati sia per il pubblico italiano che per quello internazionale. L'attività formativa punta infatti a coinvolgere tutto il network aziendale, anche quello estero.

Tipologie corsi:

- **in sede**
- **in aula**
- **online**

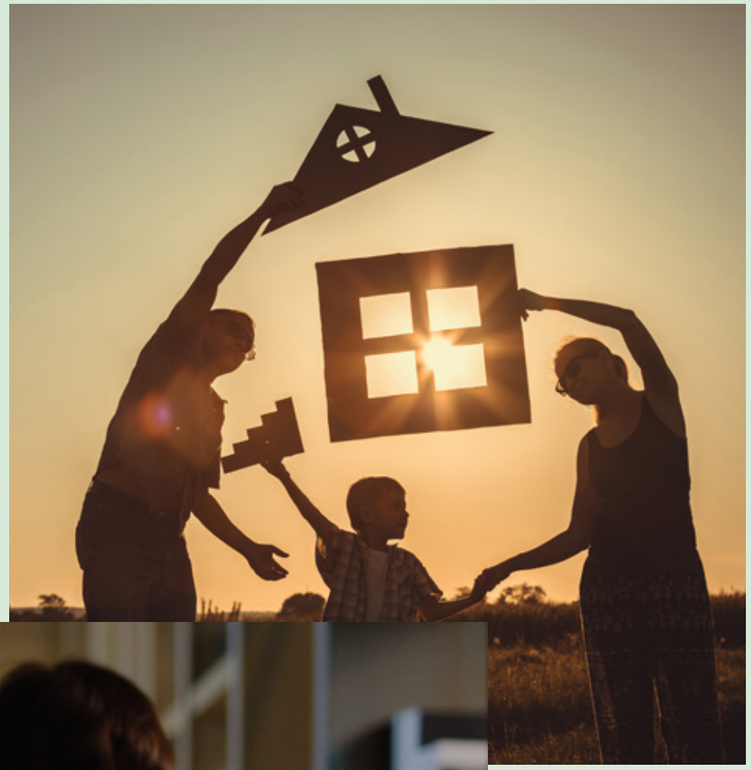
Ogni anno l'azienda organizza percorsi formativi dedicati ai rivenditori della propria rete commerciale, ai posatori e ai professionisti del settore. Tali corsi si pongono l'obiettivo di innalzare ulteriormente la qualità dei servizi del network di vendita così come di condividere know-how tecnico specifico.

Alla sede principale della Academy nel 2022 sono iniziate i lavori del laboratorio formativo dedicato alla posa, inaugurato poi nel 2023.

Parallelamente ai corsi in presenza e ai webinar, l'azienda ha dato vita a una piattaforma di e-learning che funziona come archivio digitale di video, manuali e materiali tecnici.

40

corsi annui



30

case con affitto calmierato per i dipendenti

SICUREZZA E BENESSERE PER UNA VITA AZIENDALE DI QUALITÀ

SCUOLA E CASA

Ferma sostenitrice dell'approccio montessoriano la Garofoli ha supportato la nascita della **prima scuola media montessoriana di Castelfidardo**, fornendo prodotti per la costruzione della sede e supportandone le attività didattiche nel tempo. Assieme alla cura della formazione dei più piccoli grande importanza è stata data al tema del "diritto alla casa".

Per questo motivo il Gruppo ha costruito il **VILLAGGIO GAROFOLI**, un insieme di 30 case che mette a disposizione dei propri dipendenti con affitto calmierato ovvero un affitto del 30% più basso rispetto a quelli medi di mercato.

Allo stesso modo, nel 2022 ha portato a termine il progetto **GAROFOLI "HOUSING FIRST / LA CASA PRIMA DI TUTTO"**, che ha previsto l'acquisto di 10 abitazioni all'asta, la successiva ristrutturazione per la vendita ai dipendenti con prezzi al mq più bassi del 50% rispetto a quelli di mercato nella stessa zona.

SOSTEGNO AI DIPENDENTI

Il 2022 ha rappresentato un anno difficile per le famiglie italiane, con effetti negativi sulle bollette dovuti anche al conflitto tra Russia e Ucraina.

Per dare sostegno alle famiglie dei propri dipendenti il Gruppo ha distribuito **buoni pasto**, **buoni carburante** e **buoni spesa** per un totale di **135.000€**.

Il piano welfare aziendale prevede inoltre l'adesione al Fondo ARCO per garantire, tramite l'Assicurazione Altea, la **copertura delle spese mediche dei collaboratori.**

È inoltre stata stipulata una **convenzione** con il **supermercato** più prossimo all'Headquarter. Grazie a questa convenzione per 2 giorni alla settimana viene garantito un 10% di sconto ecslusivamente dedicato ai dipendenti Garofoli.

In tema di mobilità sostenbile, l'azienda ha inoltre creato una stazione per la ricarica elettrica nel parcheggio della sede. La **stazione di EV Charging** è **gratuita** e a disposizione di clienti, fornitori e dipendenti.

135 mila €

distribuiti in buoni pasto
buoni carburante e buoni spesa

PERFORMANCE ECONOMICA

PERFORMANCE ECONOMICA

Oltre alla Governance solida, Garofoli si impegna a garantire una performance economica e finanziaria capace di implementare le strategie aziendali e flussi economici positivi che permettano di fare investimenti nella sicurezza del lavoro, capitale umano e tutela ambientale. Questo tema è anche rilevante per gli stakeholders, che possono fare affidamento su Garofoli come per l'implementazione delle loro strategie.

Nel 2022 Garofoli ha raggiunti il seguente valore economico generato e distribuito.I dettagli sono elencati di seguito:

ANNO	2020	2021	2022
VALORE ECONOMICO GENERATO	€	€	€
	36.616.664	43.090.007	46.262.990
VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO	€	€	€
Costi operativi	25.755.137	32.967.802	34.700.876
Salari e benefit	8.180.452	9.226.784	9.070.000
Fornitori di capitale	31.801	41.511	16.794
Pubblica amministrazione	0	0	0

Nel 2022 sono tra l'altro anche stati investiti €138.000 per interventi di sponsorizzazione a comunità locali.

20 mila €

donazioni / investimenti

IMPEGNO VERSO LE COMUNITÀ E IL TERRITORIO

COMUNITÀ LOCALI

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

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

È quindi importante sottolineare che sono stati effettuati investimenti a vantaggio della comunità della zona in cui opera l'azienda. Tali investimenti si sono suddivisi tra quelli volti a incentivare l'attività sportiva, a quelli indirizzati al supporto di attività didattiche e culturali.

ATTIVITÀ PER LA COMUNITÀ

LO SPORT

L'azienda tiene molto a sostenere la comunità, sia attraverso progetti culturali che sportivi. Siamo infatti convinti che lo sport sia vitale per la crescita dei più giovani e la condivisione di valori positivi. In quest'ottica nel 2022 abbiamo confermato le nostre sponsorizzazioni: alla squadra di calcio G.S.D. Castelfidardo, al centro Mini Basket Robur di Osimo e alla società ciclistica Sporting Club Sant'Agostino di Castelfidardo.

Oltre al supporto dato a queste squadre il Gruppo ha anche sponsorizzato diversi trofei cilistici nelle Marche.

130 mila €

in sponsorizzazioni sportive (calcio, pallacanestro e ciclismo)

LA CULTURA

Lo sviluppo e l'appoggio di attività culturali e didattiche nasce dalla convinzione, ben salda in Garofoli, che la un'azienda abbia un ruolo nella cittadinanza e debba quindi essere partecipe della sua crescita. Con queste premesse il Gruppo ha cofondato l'associazione "Paesaggio eccellenza", un ecosistema composto da imprese, università, business school, istituti superiori, ITS e municipalità che operano nella regione Marche che si pone, dal 2005, l'obiettivo di rendere centrale e condivisa la cultura produttiva del territorio valorizzando il Patrimonio Industriale come motore per lo sviluppo locale e vantaggio per le imprese. L'associazione aderisce a **Museimpresa**, progetto che promuove in Italia e nel mondo il Patrimonio Industriale Italiano e organizza visite negli headquarters delle aziende.

Convinta sostenitrice dell'importanza di condividere il patromonio tecnico e il know-how produttvo con la comunità, Garofoli ha anche creato il **Museo della porta**, l'unico museo italiano che racconta l'evoluzione dei macchinari utilizzati per la produzione di porte da interni. Il museo, sito a Castelfidardo, è a disposizione degli stakeholder, che possono orgnanizarci visite guidate o iniziative speciali.

Parlando di attività culturali legate al territorio non si può non citare la sponsorizzazione del **Festival Internazionale di Fisarmonica**, un festival di nicchia ma dalla grande storia e tradizione. Tutta la zona di Castelfidardo e dei paesi limitrofi è infatti internazionalmente conosciuta per la produzione di fisarmoniche e organetti, una produzione di qualità che ha lasciato la propria impronta nei decenni.

Tra le attività culturali vanno annioverate anche le iniziative didattiche ospitate nella sede Garofoli di Via Recanatese; dall'open day con le Scuole superiori della città di Castelfidardo ai diversi congressi annuali (di economia e architettura), per cui l'azienda offre la sua nuovissima sala formazione.

TERRITORIO E BUSINESS

SINERGIE

Nel corso degli anni l'azienda ha sviluppato **sinergie** con **enti locali** e **nazionali** per lo sviluppo di **business** e il **supporto alle imprese**.

Garofoli è socio della Camera di Commercio delle Marche e fa parte del Consorzio per lo sviluppo del territorio. È inoltre associata a Confindustria Marche e, a livello nazionale, a Federlegno, la federazione che tutela e rappresenta gli interessi della filiera industriale che va dalla lavorazione della materia prima legno alla produzione di mobili, arredamento e serramenti.

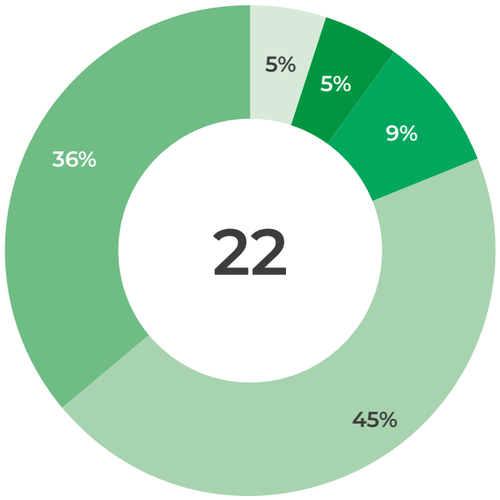
GESTIONE DELLA CATENA DI FORNITURA A TUTELA DELLA SOSTENIBILITÀ

Oltre ad effettuare una due diligence attenta dei nostri fornitori di materia prima, che devono essere certificati dal Forest Stewardship Council tramite il Sistema Catena di Custodia - CoC (FSC-PEFC), in Garofoli abbiamo deciso di invitare i nostri partner a compilare il questionario Synesgy tramite un self-assessment effettuato online. Synesgy è la piattaforma digitale globale per la valutazione della sostenibilità ESG all'interno della supply chain. Consente di raccogliere e gestire informazioni sulla sostenibilità delle aziende attraverso un rating ESG, completo di valutazione, benchmark e indicazioni sul piano di sviluppo da intraprendere. Synesgy è il primo network mondiale dedicato al mondo ESG destinato a grandi aziende e PMI che ha l'obiettivo di incrementare consapevolezza e trasparenza nei processi delle filiere produttive.
Synesgy è la digital platform globale che tramite la compilazione di un questionario da parte delle aziende ne permette di rilevare l'impegno verso i temi ambientali, sociali e di Governance. Al termine della compilazione verrà generato un attestato valido 12 mesi da condividere con i propri partner commerciali o esporre sul proprio sito web.
Abbiamo deciso di partecipare e compilare il questionario per la misurazione e gestione del nostro impatto ambientale e abbiamo invitato tutta la nostra filiera produttiva. Inoltre, il questionario Synesgy è perfettamente allineato con gli standard GRI, permettendo un'ulteriore accuratezza nella rendicontazione.

Per quanto riguarda i fornitori Garofoli, lo score generale è il seguente:

OVERALL SCORE

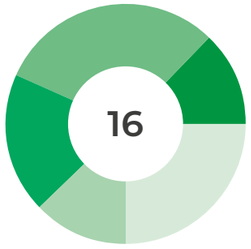
- **A** → **5%** ECCELLENTE
- **B** → **9%** BUONO
- **C** → **36%** SODDISFACENTE
- **D** → **45%** SUFFICIENTE
- **E** → **5%** SCARSO



E può essere osservato ancora più in dettaglio tramite i grafici qui sotto:

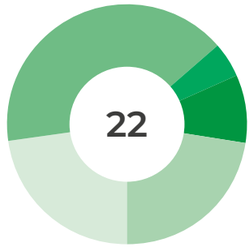
BUSINESS SCORE

- **A** → **13%** ECCELLENTE
- **B** → **19%** BUONO
- **C** → **31%** SODDISFACENTE
- **D** → **13%** SUFFICIENTE
- **E** → **25%** SCARSO



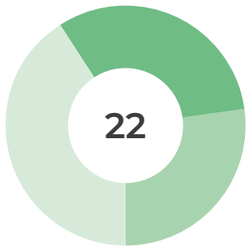
ENVIRONMENTAL SCORE

- **A** → **9%** ECCELLENTE
- **B** → **5%** BUONO
- **C** → **41%** SODDISFACENTE
- **D** → **23%** SUFFICIENTE
- **E** → **23%** SCARSO



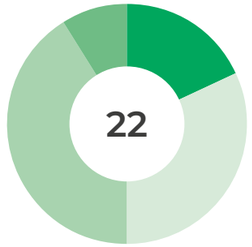
SOCIAL SCORE

- **C** → **32%** SODDISFACENTE
- **D** → **27%** SUFFICIENTE
- **E** → **41%** SCARSO



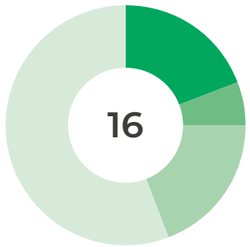
GOVERNANCE SCORE

- **B** → **18%** BUONO
- **C** → **9%** SODDISFACENTE
- **D** → **41%** SUFFICIENTE
- **E** → **32%** SCARSO



INDUSTRY SCORE

- **B** → **19%** BUONO
- **C** → **6%** SODDISFACENTE
- **D** → **19%** SUFFICIENTE
- **E** → **56%** SCARSO



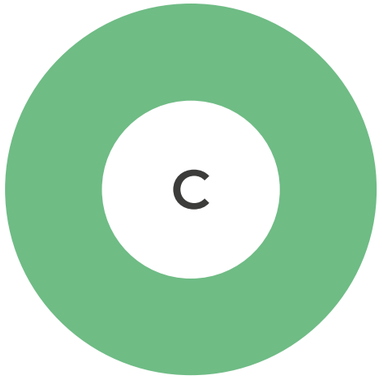
Dai risultati riportati nelle precedenti pagine è chiaro che in generale circa metà della catena di fornitura Garofoli ha uno 'score' sufficiente, con un 5% nella fascia di eccellenza e un 5% nella fascia molto bassa. Se si va ad osservare per settore, si nota come gli 'score' cambino, specialmente nel 'Social' e nell''Industry' in cui il livello si abbassa. La Direzione prenderà in esame questi risultati per valutare azioni da intraprendere nell'anno a venire.

Come azienda, abbiamo anche noi compilato il questionario e raggiunto un 'score C' che rappresenta un livello soddisfacente di sostenibilità.

Questo ci ha permesso di avere un'immagine chiara dei nostri punti di forza e allo stesso tempo delle aree da migliorare. Inoltre, ci è stato fornito un action plan che seguiremo per intraprendere iniziative che porteranno a migliorare il rating. Valuteremo di estendere la valenza della normativa interna in materia di salute e sicurezza nei luoghi di lavoro anche alla filiera produttiva.

OVERALL SCORE

A
B
C → Livello SODDISFACENTE di Sostenibilità
D
E



ENVIRONMENTAL SCORE

A
B
C → Livello SODDISFACENTE di Sostenibilità
D
E

SOCIAL SCORE

A
B
C → Livello SODDISFACENTE di Sostenibilità
D
E

GOVERNANCE SCORE

A
B
C → Livello SODDISFACENTE di Sostenibilità
D
E

INDUSTRY SCORE

A
B
C → Livello SODDISFACENTE di Sostenibilità
D
E

PIANO D'AZIONE

AZIONI SPECIFICHE	PRIORITÀ	TARGET TEMPORALE
Valutare di estendere la valenza della normativa interna in materia di salute e sicurezza nei luoghi di lavoro anche alla filiera produttiva	**MEDIA**	Fine 2025
Individuare una figura responsabile per la funzione di Whistleblowing	**MEDIA**	Fine 2025
Creazione di un Codice Etico aziendale	**ALTA**	Fine 2024
Misurare annualmente le emissioni aziendali relative all'inquinamento atmosferico Scope 1 e 2 per comprendere il proprio impatto ambientale e individuare le opportune azioni di miglioramento	**ALTA**	Fine 2024
Adottare misure tese all'incremento delle materie prime riciclate/riutilizzate come input produttivi	**MEDIA**	Fine 2025
Adottare una politica sulla privacy e sicurezza dei dati	**MEDIA**	Fine 2025
Adottare la certificazione certificazione ISO 37001 sul sistema di gestione per la prevenzione della corruzione	**BASSA**	Fine 2026
Creazione di un a Policy per la Diversity & Inclusion	**ALTA**	Fine 2024
Adottare la PDR125 per l'uguaglianza di genere	**ALTA**	Fine 2024
Adottare policies per la gestione dei diritti umani e del lavoro minorile, forzato o obbligatorio	**ALTA**	Fine 2024

AZIONI SPECIFICHE	PRIORITÀ	TARGET TEMPORALE
Rafforzare le consultazioni regolari con i principali stakeholder	**ALTA**	Fine 2024
Adottare la certificazione ISO 50001 sui sistemi di gestione dell'energia	**MEDIA**	Fine 2025
Progetto in collaborazione con Repower per due nuove colonnine esterne di ricarica elettrica ad utilizzo del personale e anche dei cittadini	**ALTA**	Fine 2024
Installazione di distributore ed acqua per eliminazione plastica all'interno dei siti produttivi con borraccia metallica nominale	**ALTA**	Fine 2024
Verniciatura ad ozono con ionizzazione aria con riduzione atmosfere ridotte del 50% con riduzione di circa il 20% delle vernici. test partito nel 2021	**ALTA**	Fine 2023

Garofoli S.p.A
Via Recanatese, 37
60022 Castelfidardo (AN)
Tel (+39) 071727171
Fax (+39) 071780380
info@garofoli.com

garofoli.com

Questo Report
di Sostenibilità è stato realizzato
in collaborazione con:
Exceed Italia

www.exceeditalia.it

REPORT DI
SOSTENIBILITÀ
2022

Copyright© 2024 Garofoli Group S.p.A
Tutti i diritti riservati

garofoli.com