BILANCIO di SOSTENIBILITÀ 2022

DML S.P.A.

INDICE

LETTERA DEL PRESIDETE pag. 4

- *Perimetro e periodo di rendicontazione* pag. 6
- *Processo e ambito oggetto di rendicontazione* pag. 6

1. DML S.P.A.

1.1. *Chi siamo* pag. 11
1.2. *Mappatura dei punti vendita DML* pag. 13
1.3. *Missione e Valori* pag. 15
1.4. *Prospettive future* pag. 16

***2.* GOVERNANCE RESPONSABILE E CREAZIONE DEL VALORE**

2.1. *Governance e organizzazione (con organigramma funzionale)* pag. 19
2.2. *Valore economico generato e distribuito da DML* pag. 20

***3.* ELENCO DEI VARI STAKEHOLDER E MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO DEGLI STESSI** pag. 21

3.1. *L'importanza per il punto vendita fisica e il contatto con il cliente* pag. 25

4. **L'ANALISI DI MATERIALITÀ** pag. 30

5. **PERFORMANCE SOCIALE**

5.1. *Il valore delle persone* pag. 35
5.2. *Composizioni e caratteristiche* pag. 36 *(con grafici relativi a: Dipendenti per tipologia di contratto e di genere; Dipendenti per tipologia di impiego e di genere; Dipendenti per figura professionale e genere; Assunzioni e dimissioni)*

5.3. *Salute e sicurezza dei lavoratori* pag. 40
5.4. *La formazione* pag. 41 *(con grafici relativi a: Formazione in base alla figura professionale; Formazione in base al genere)*
5.5. *Trony Academy* pag. 43

6. **SOSTENIBILITÀ E RISPETTO AMBIENTALE** pag. 45
6.1. *Il progetto Green Power: minore immissione di CO2 nell'ambiente* pag. 45 *(con grafici relativi a: risparmio energetico climatizzazione, risparmio energetico linea TV, risparmio energetico illuminazione, risparmio energetico per altri consumi, consumo specifico per zona geografica, classifica consumo specifico per ciascun punto vendita)*
6.2. *Impianti fotovoltaici* pag. 54
6.3. *Il progetto Green Recycle: zero rifiuti nell'ambiente* pag. 56
6.4. *Il recupero di carta, cartone, polistirolo e nylon* pag. 58
6.5. *Il recupero del polistirolo* pag. 59
6.6. *Quantitativi di rifiuti recuperati negli anni 2020, 2021 e 2022* pag. 61
6.7. *Risparmio sull'utilizzo della carta: l'introduzione della bolla digitale* pag. 62

7. **LA COMUNITÀ E IL TERRITORIO** pag. 65
7.1. *Progetto Green: colonnine ricaricabili* pag. 65
7.2. *Scuole e Università. I progetti formativi* pag. 69

LETTERA DEL PRESIDENTE

"La misura dell'intelligenza è data dalla capacità di cambiare quando è necessario" (Albert Einstein).

Cari Stakeholder,

è con piacere che vi presentiamo il primo Bilancio di Sostenibilità di DML S.p.a. riferito all'anno 2022.

Questo traguardo nasce dalla volontà di affrontare e condividere la nuova sfida del momento: la sostenibilità, che non solo rappresenta la necessità di agire secondo un'ottica cautelativa e rispettosa dell'ambiente e delle risorse naturali che lo connotano, ma significa, in senso lato, l'agire guidati da un senso di responsabilità ed eticità, mossi dal desiderio di creare per noi e per le generazioni che ci succederanno un contesto più sano ed equo in cui vivere.

Per tale ragione, DML ha investito gran parte delle sue forze e risorse in importanti progetti aziendali, al fine di contribuire efficacemente alla creazione di una realtà esemplare per la collettività e il mondo imprenditoriale, con l'intenzione di volgere lo sguardo verso gli obiettivi futuri: la tutela ambientale e la creazione di un ambiente lavorativo sano, accogliente e inclusivo.

Pertanto, nel nostro Bilancio sono evidenziati i principali interventi che DML si è impegnata a promuovere in tal senso, quali la raccolta e il recupero

dei rifiuti, la cui gestione rappresenta un problema di non scarso rilievo, l'impegno verso il risparmio energetico, che ha consentito una riduzione degli ingenti consumi di energia, in particolar modo grazie all'installazione di impianti fotovoltaici per promuovere forme di energia rinnovabile.

Inoltre, DML appoggia e condivide un approccio aperto ed inclusivo verso l'"altro", che viene poi tradotto in un ambiente lavorativo privo di discriminazioni, all'interno del quale ciascun dipendente riceve un'adeguata formazione personale, adattata allo specifico ruolo professionale ricoperto.

Ricevere una formazione altamente qualificata consente all'operatore di accrescere le sue competenze in modo mirato, al fine di poterle concretamente attuare con un approccio maggiormente consapevole e specializzato all'interno della realtà lavorativa di riferimento.

Difatti, al fine di garantire alla nostra clientela un sevizio sempre più qualificato, la formazione altamente specializzata che il nostro personale riceve consente al dipendente di cogliere velocemente la richiesta del cliente e soddisfare le sue specifiche esigenze.

Gli obiettivi già raggiunti ci rendono fiduciosi e sempre più attenti alle nuove sfide a cui siamo chiamati, rendendoci pronti e volenterosi a mettere in campo tutte le nostre energie verso un impegno che possa spronare chi, come noi, sta cercando di lasciare un contributo nell'ampio e variegato universo imprenditoriale, non sempre virtuoso.

Firma **Ivo Amorino**

Presidente del Consiglio di Amministrazione

Perimetro e periodo di rendicontazione

Il presente documento rappresenta il primo Bilancio di sostenibilità della DML S.p.a. (in seguito DML).

I dati e le informazioni contenute in questo report fanno riferimento a DML S.p.A. e si riferiscono all'esercizio chiuso al 31.12.2022. I temi trattati sono presentati assicurando, ove possibile, un confronto con il biennio precedente per consentire una comparazione delle performance societarie nel tempo.

Processo e ambito oggetto di rendicontazione

L'Annual Report Integrato (*Report*) o anche Bilancio di sostenibilità è stato redatto secondo le Linee Guida del *GRI Sustainability Reporting Standard* (*GRI Standard*), pubblicate nel 2016 ad opera del *Global Sustainability Standards Board (GSSB)* ed in vigore dall'1.7.2018, quali principi internazionali per la Sostenibilità, secondo l'opzione *Core*.

Il Bilancio di sostenibilità contiene informazioni relative ai temi economici, ambientali e sociali, cosiddetti *ESG (Environmental, Social, Governance)*, utili al fine di evidenziare come tali ambiti siano approcciati da DML nello svolgimento delle attività ed iniziative a cui l'azienda è chiamata ogni giorno.

Il Bilancio di sostenibilità è stato redatto in conformità ai "*GRI Sustainability Reporting Standards*" pubblicati dal Global Reporting Initiative (GRI) e in particolar modo, all'interno del Reporting di sostenibilità, si fa riferimento ai seguenti *GRI Standard*:

- *GRI 1: Principi Fondamentali 2021* che illustra le finalità e il sistema degli Standard GRI di rendicontazione di sostenibilità (*GRI Sustainability Reporting Standards*) spiegando i concetti chiave della rendicontazione di sostenibilità. Inoltre, specifica i requisiti e i principi di rendicontazione che le aziende devono osservare per presentare i loro report in conformità agli Standard GRI. Il GRI 1 è il primo Standard che le aziende dovrebbero consultare per capire come preparare una reportistica basandosi sugli Standard GRI.
- *GRI 2: Informativa Generale 2021* che contiene informative che l'organizzazione utilizza per fornire dati in merito alle proprie pratiche di reporting e ad altri dettagli organizzativi, quali le sue attività, i suoi meccanismi di governance e le sue policy;
- *GRI 3: Temi materiali 2021* che offre indicazioni guidate rivolte alle aziende su come identificare i temi materiali. Inoltre, spiega come gli Standard di settore vengono utilizzati in questo processo.

  GRI 3 contiene inoltre informative per l'organizzazione al fine di rendicontare le informazioni sul processo volto a determinare i temi materiali, il loro elenco e il modo in cui essa gestisce ciascun tema;
- *GRI 201: Performance economica 2016* contiene informative per le organizzazioni che devono rendicontare informazioni sui loro impatti correlati alla performance economica e come li gestiscono;
- *GRI 202: Presenza sul mercato 2016* che contiene informative per le organizzazioni che devono rendicontare informazioni sui loro impatti correlati alla loro presenza sul mercato e come li gestiscono;

- *GRI 302: Energia 2016* che contiene informative per le organizzazioni che devono rendicontare informazioni sui loro impatti correlati all'energia e come li gestiscono;
- *GRI 306: Rifiuti 2020* che contiene informative per le organizzazioni che devono rendicontare informazioni sui loro impatti correlati ai rifiuti e le modalità con cui gestiscono tali impatti. Le informative consentono a un'organizzazione di fornire informazioni su come previene la generazione di rifiuti e come gestisce quelli che non possono essere prevenuti, nelle sue attività oltre che a monte e a valle nella sua catena del valore;
- *GRI 401: Occupazione 2016* che contiene informative per le organizzazioni che devono rendicontare informazioni sui loro impatti correlati all'occupazione e sul modo in cui li gestiscono;
- *GRI 405: Diversità e pari opportunità 2016* che contiene informative per le organizzazioni che devono rendicontare informazioni sui loro impatti relativamente a diversità e pari opportunità sul lavoro, e su come li gestiscono;
- *GRI 406: Non discriminazione 2016* che contiene informative per le organizzazioni che devono rendicontare informazioni sugli impatti correlati alla discriminazione e come li gestiscono.

I *GRI Standard* appena riportati si suddividono in *Standard GRI Universali* (GRI 1, GRI 2 e GRI 3) e *Standard GRI Specifici* (GRI 201, GRI 202, GRI 301, GRI 306, GRI 401, GRI 405 e GRI 406).

I *GRI Standards* selezionati e rendicontati sono indicati nel *GRI Content Index*, indice che consente la tracciabilità degli indicatori e delle altre informazioni quantitative e qualitative presentati all'interno del documento.

La selezione degli indicatori adottati ai fini della redazione del *Report*, rappresentativi degli specifici ambiti di sostenibilità analizzati e coerenti con l'attività svolta da DML, è stata effettuata sulla base di un'analisi di rilevanza degli stessi, come indicato nella sezione relativa all'analisi di materialità. L'eventuale ricorso a stime per le informazioni quantitative presentate è evidenziato nei diversi paragrafi del documento.

Il processo di redazione dell'informativa di sostenibilità ha visto il coinvolgimento dei responsabili delle diverse funzioni di DML.

Il Bilancio di sostenibilità è stato approvato dal Consiglio di Amministrazione di DML in data 16/06/2023 e non è stato assoggettato a revisione da parte di un revisore indipendente. Il Bilancio di Sostenibilità è pubblicato nel sito istituzionale della Società al seguente indirizzo www.e-stayon.com.

1. DML S.p.a.

1.1 Chi siamo

DML ha sede a Faenza (RA) e si occupa della vendita al dettaglio di elettrodomestici, apparecchi radio, televisori, computers, telefonia, video, casalinghi, materiale elettrico, articoli da regalo ed accessori.

La nostra società si costituisce nel 2002 a seguito dell'unione di due società che si possono definire "storiche" per data di nascita e tradizione nel territorio in cui operavano:

- "*Elettroluce di Amorino Antonio*", nata a Faenza (RA) nel 1954 per iniziativa del sig. Antonio Amorino;
- "*Piraccini di Piraccini Vittorio*", nata a Cesena (FC) negli anni '50 su impulso del sig. Vittorio Piraccini.

La DML S.p.A. è ad oggi partecipata da 5 soci:

- Amorino Ivo
- Amorino Marco
- Piraccini Serena
- Piraccini Carlotta
- Piraccini Maria Chiara

Nel 2005 la DML entra nella compagine societaria della G.R.E. S.p.A. – Grossisti Riuniti Elettrodomestici (GRE), nata nel 1972 dall'iniziativa di

otto imprenditori con lo scopo di ottimizzare la capacità di acquisto delle aziende socie ed attualmente gruppo leader nella distribuzione di prodotti nel settore dell'elettronica di consumo.

A seguito dell'acquisto nel 1996 del marchio TRONY dal gruppo La Rinascente, GRE, prima ed unica nel mercato, attua la strategia dell'insegna comune lanciando il marchio come insegna nazionale. Da qui il successivo passo strategico di modificare il proprio comportamento da semplice gruppo di acquisto a quello più complesso del gruppo di vendita, utilizzando e coordinando tutte le leve del marketing per trasmettere al consumatore il concetto di catena nazionale, prima completamente *made in Italy*, con punti vendita di elettrodomestici ed elettronica ed informatica al consumo aventi come denominatore comune una unica insegna e parametri e qualità costante e condivisa.

La titolarità del marchio registrato TRONY il cui valore in termini di posizionamento nel mercato, credibilità e notorietà sono ben noti ed indiscussi, attualmente appartiene alla società TRONY S.r.l, interamente partecipata da GRE che gestisce il marchio con licenza d'uso esclusiva.

Nel 2020 DML lancia il sito web www.e-stayon.com, il primo sito di e-commerce totalmente italiano dedicato alla vendita online di un vasto catalogo di prodotti elettronici al fine di garantire anche alla clientela online la qualità, il servizio e la cura già riscontrabili nei punti di vendita fisici.

La scelta si rivela vincente grazie sia alla concomitante espansione globale di vendite online di prodotti dell'elettronica al consumo a seguito delle

restrizioni alla mobilità dovute alla pandemia Covid 19 ma anche alla professionalità con cui affronta le sfide di un mercato in continua evoluzione come quello online, dedicando ad esso una piattaforma logistica altamente tecnologica ed un team di giovani specialisti adeguatamente formati.

Ad oggi DML si presenta come un'azienda dinamica e pronta ad affrontare le sfide che la modernità e le nuove tecnologie le presentano.

Essa conta complessivamente 31 punti vendita Trony affiliati e progetta una continua miglioria ed espansione del proprio parco negozi.

L'obiettivo è quello di interpretare e soddisfare le esigenze di mercato degli elettrodomestici in chiave moderna, con qualità, competenza ed alta presenza di servizi, attraverso la realizzazione di punti vendita multisettoriali con superficie compresa tra i 1500 e 2500 mq.

1.2 Mappatura dei punti vendita DML

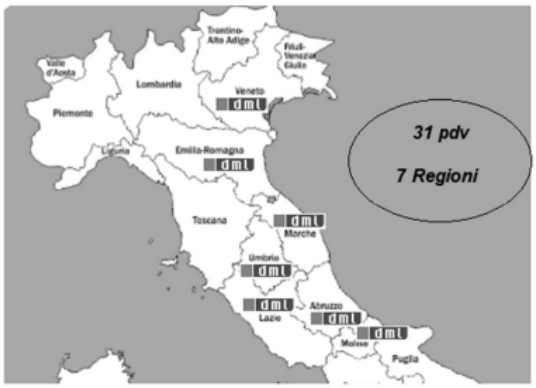
Il progetto industriale 2016 - 2020 prevedeva il raggiungimento di 30 punti vendita entro il 2020. A giugno 2021 la struttura contava ben 31 punti vendita distribuiti sull'intero territorio italiano.

La geolocalizzazione ha reso particolarmente integrata, flessibile ed efficiente la rete dei punti vendita, sotto il profilo della logistica, del marketing e del personale. Il piano strategico prevede future aperture nelle aree geografiche del Centro e del Nord Italia ad integrazione e a copertura degli attuali presidi di area.

Attualmente DML dispone di 31 punti vendita distribuiti in 7 Regioni italiane.

Nello specifico sono attivi:

- 4 punti vendita nel Veneto (Rubano-Padova, Conegliano, Chioggia, Torri di Quartesolo- Vicenza)
- 8 punti vendita in Emilia – Romagna (Faenza, Bologna, Imola, Reggio Emilia, Carpi, Fiorano Modenese, Cesena, Rimini)
- San Marino
- 8 punti vendita nelle Marche (Osimo, Monsano, Fabriano, San Benedetto del Tronto, Macerata, Civitanova Marche, Fano, Pesaro)
- 5 punti vendita in Abruzzo (L'Aquila, Avezzano, Rocca San Giovanni- Lanciano, Città Sant'Angelo, Teramo)
- 2 punti vendita in Umbria (Città di Castello, Foligno)
- 1 punto vendita nel Lazio (Rieti)
- 2 punto vendita nel Molise (Montenero di Bisaccia- Vasto, Termoli)



1.3 Missione e valori

DML si impegna ad una costante crescita in termini di sostenibilità, intesa come sostenibilità finanziaria, sociale, ambientale.

I valori a cui DML si ispira nel suo progetto imprenditoriale di DML sono:

- competenza, professionalità e formazione del proprio personale;
- innovazione, ricerca e dinamicità per affrontare le sfide di un mercato in continua e rapida evoluzione;
- tradizione, radicamento nel territorio e appartenenza alla comunità.

Nello specifico, DML fa costante riferimento agli obiettivi di seguito indicati:

1. Fidelizzazione del cliente mediante uno sviluppo sostenibile dei propri canali di vendita sia fisici che online;
2. Valorizzazione del proprio capitale umano;
3. La qualità prima di tutto;
4. Rispetto dell'ambiente.

1.4 Prospettive future

DML si impegna per il conseguimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) delle Nazioni Unite. Alla luce delle nuove sensibilità emergenti, legate al ruolo sempre più importante della sostenibilità, l'azienda si adopera sempre di più a comunicare agli stakeholder il proprio impegno nel raggiungere gli obiettivi di sostenibilità prefissati. I progressi maturati durante l'anno 2022, hanno permesso a DML di dimostrare il suo potenziale sotto il fronte della sostenibilità etica e ambientala, consapevoli, però, che la strada da percorrere sia ancora lunga e tortuosa. Per tale ragione, è essenziale prefissare degli obiettivi e lavorare per raggiungerli.

Fra i traguardi futuri per l'azienda si colloca innanzitutto la volontà di sensibilizzare, in misura sempre più crescente, i singoli dipendenti aziendali verso tutto ciò che concerne la sostenibilità sia etica che ambientale.

Ciò consentirebbe di agire in modo maggiormente consapevole nel totale rispetto dei cosiddetti SDGs di cui all'Agenza 2030.

In tal senso, DML si impegna a rafforzare il procedimento di recupero dei rifiuti, nell'ottica della *circular economy*. Inoltre, l'azienda intende

continuare ad investire nel settore energetico procedendo verso l'efficientamento energetico e la produzione di energia rinnovabile prodotta dagli impianti fotovoltaici.

L'operato della DML si sta muovendo sempre più concretamente verso un rafforzamento della formazione interna rivolta ai singoli collaboratori aziendali, al fine di incrementare in maniera sempre più mirata le specifiche competenze professionali e garantendo un'istruzione di qualità.

DML intende proseguire verso la strada della parità di genere, migliorando il rapporto di parità fra le posizioni professionali maschili e femminili e abbattendo eventuali disuguaglianze.

Per concludere, l'azienda intende valorizzare la manodopera a livello locale, rafforzando in tal senso il rapporto intercorrente fra la comunità e le risorse professionali ivi presenti.

In questa direzione, si rappresenta il raccordo tra le azioni e le progettualità intraprese dall'azienda e gli SDGs dell'Agenza 2030 che rappresentano un riferimento per le strategie di DML.

DML e gli obiettivi SDGs

Garantire una vita sana e promuovere il benessere di tutti a tutte le età

Garantire un'istruzione di qualità inclusiva ed equa e promuovere opportunità di apprendimento continuo per tutti

Raggiungere l'uguaglianza di genere e l'autodeterminazione di tutte le donne e ragazze

Garantire l'accesso all'energia a prezzo accessibile, affidabile, sostenibile e moderna per tutti

Promuovere una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, la piena occupazione e il lavoro dignitoso per tutti

Ridurre le disuguaglianze all'interno dei e fra i Paesi

Rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, resilienti e sostenibili

Garantire modelli di consumo e produzione sostenibili

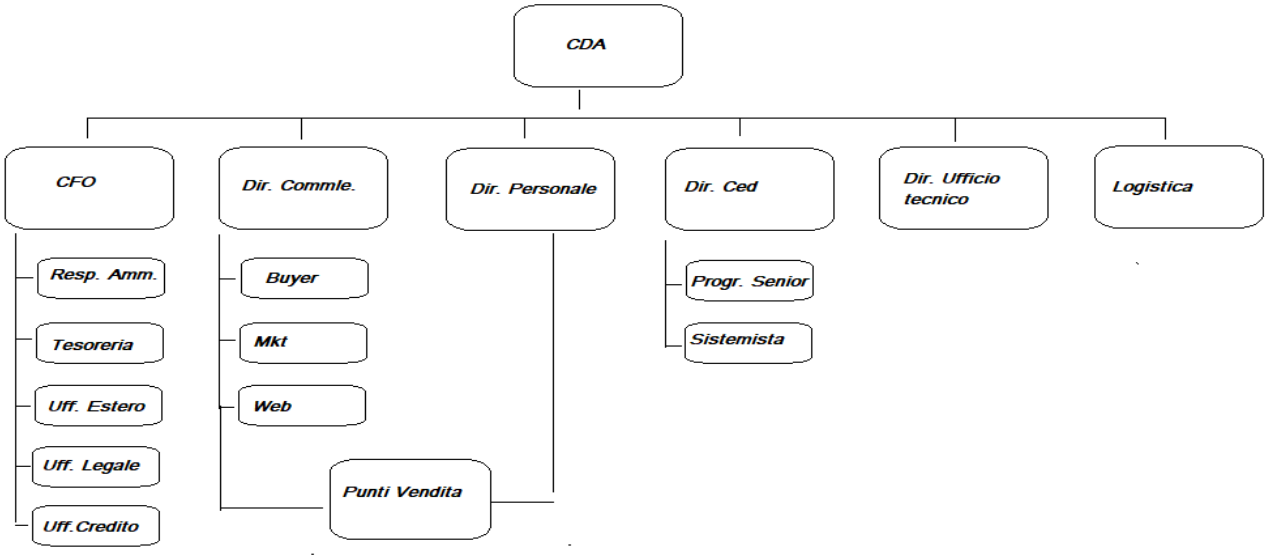
Adottare misure urgenti per combattere i cambiamenti climatici e le loro conseguenze

2. GOVERNANCE RESPONSABILE E CREAZIONE DEL VALORE

2.1 Governance e organizzazione

Si illustrano di seguito la composizione del Consiglio di Amministrazione, del Collegio Sindacale e delle principali funzioni aziendali:

Consiglio di Amministrazione DML S.p.A.	Amorino Ivo Presidente Amorino Marco Consigliere Piraccini Carlotta Consigliera Piraccini Maria Chiara Consigliera
Collegio Sindacale	Montini Matteo Presidente Montini Milena Sindaca Ferretti Aldo Sindaco



2.3. Valore economico generato e distribuito da DML

La società redige il proprio bilancio di esercizio in ossequio alle disposizioni degli artt. 2423 e ss. del Codice Civile ed in applicazione dei Principi Contabili Nazionali emanati dall'Organismo Italiano di Contabilità.

Il bilancio d'esercizio al 31 dicembre 2022, costituito dallo stato patrimoniale, dal conto economico e dal rendiconto finanziario per l'esercizio e dalla nota integrativa, è stato oggetto dell'attività di vigilanza da parte del Collegio Sindacale in carica e sottoposto alla revisione contabile ai sensi dell'art. 14 del d.lgs. 27 gennaio 2010, n. 39 svolta dal Revisore indipendente Dott.ssa Monia Bianchedi.

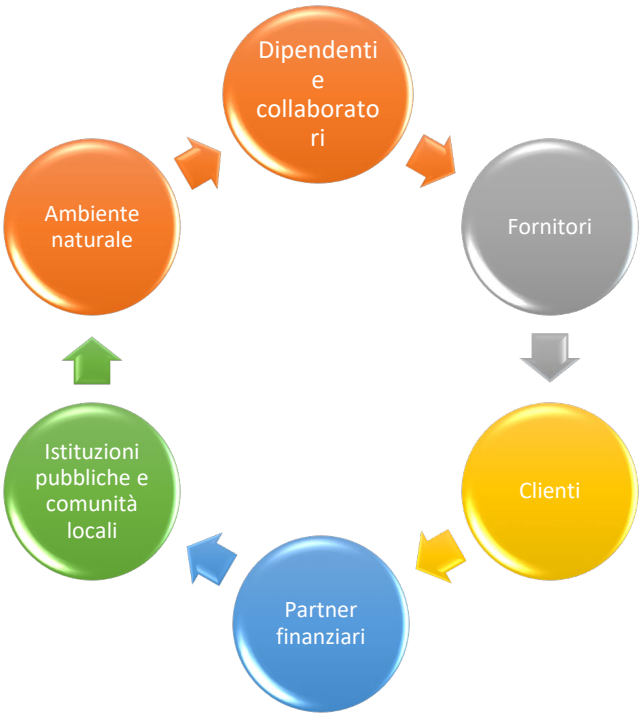
Di seguito un prospetto riepilogativo del valore economico direttamente generato e distribuito (EVG&D) nel triennio 2020 – 2022 in base ai criteri e alle definizioni contenute nel GRI 201.

VEG&D	***31.12.2020***	***31.12.2021***	***31.12.2022***
Ricavi	214.094.060	256.328.469	258.144.082,00
TOTALE VALORE ECONOMICO GENERATO	**214.094.060**	**256.328.469**	**258.144.082**
Costi operativi	14.808.686	18.355.418	20.710.662
Remunerazione del personale	18.952.609	21.396.394	22.366.786
Capitale di credito e di rischio	1.090.634	913.466	949.397
Imposte e tasse	1.199.902	1.647.297	1.629.787
TOTALE VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO	**36.051.831**	**42.312.575**	**45.656.632**
TOTALE VALORE ECONOMICO TRATTENUTO	**178.042.229**	**214.015.894**	**212.487.450**

3. ELENCO DEI VARI *STAKEHOLDER* E MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO DEGLI STESSI

DML considera il dialogo con i propri *stakeholder* di primaria importanza per la realizzazione dei propri obiettivi di crescita in ambito economico, sociale ed ambientale. Per *stakeholder* si intendono quei soggetti da cui la Società dipende, al fine della propria sopravvivenza e del proprio sviluppo, e sono rappresentati dalle seguenti categorie:

- Dipendenti e collaboratori;
- Fornitori;
- Clienti;
- Partner finanziari (bancari ed assicurativi);
- Istituzioni pubbliche;
- Comunità locali;
- Ambiente naturale.



I fornitori di DML sono i grandi produttori di elettronica di consumo con i quali la Società ha continui rapporti di *partnership* al fine di costruire e rafforzare nel tempo una filiera di valore e di redditività a vantaggio di tutti i soggetti coinvolti.

I partner finanziari sono coloro che sostengono finanziariamente il *business* nelle macro aree così individuabili:

- gestione corrente per soddisfare il fabbisogno di liquidità, mediante operazioni di indebitamento a breve termine;
- progetti di medio lungo periodo che consentono investimenti in *assets* patrimoniali, con indebitamento di medio lungo termine;
- microcredito a favore dei clienti al fine di agevolare le vendite;

- gestione finanziaria virtuosa della filiera di approvvigionamento grazie alle garanzie concesse dai partner finanziari ai fornitori, al fine di ottimizzare il *cash flow* aziendale.

DML ha sempre mirato ad instaurare un dialogo costruttivo e dinamico con i propri *stakeholder* allo scopo di intercettare ogni nuova esigenza e cogliere ogni opportunità di crescita per sé e per i propri interlocutori e ritiene strategico, anche per il futuro, monitorare costantemente aspettative, bisogni ed opinioni degli stessi.

In particolare, DML:

- coinvolge costantemente i propri fornitori presentando loro i progetti più innovativi e la programmazione di aperture dei nuovi punti vendita, in quanto importanti centri di riferimento nelle aree geografiche in cui essi operano. DML, inoltre, nel corso dell'anno 2023 si è impegnata a somministrare ai propri fornitori questionari virtuali, distribuiti al fine di valutare e tracciare il livello di importanza che tali fornitori esprimono in relazione ai valori perseguiti dall'operato dell'azienda (si rimanda in tal senso al capitolo 4 sull'Analisi di materialità);
- si relaziona sistematicamente i partner finanziari per condividere la strategia economico-finanziaria di breve, medio e lungo periodo mediante l'elaborazione di *Business Plan* triennali e *budget* periodici previsionali e a consuntivo a cadenza annuale, trimestrale e mensile;
- sviluppa ed elabora protocolli di sicurezza al fine di evitare l'uso fraudolento del microcredito e monitora mensilmente il grado di

solvibilità della clientela al fine di poter intervenire con eventuali correttivi;

- coinvolge la propria clientela tramite indagini di mercato utili per raccogliere e constatare il livello di soddisfazione espresso dai diversi clienti che si relazionano con la realtà aziendale. Difatti, DML, affidandosi ad una nota agenzia, ha condotto un'indagine di mercato sottoponendo ai propri clienti una serie di quesiti, redatti al fine di valutare il grado di preferenza espresso dagli stessi in relazione agli acquisti online e presso il punto vendita fisico (per una lettura maggiormente esaustiva sull'argomento si rimanda al paragrafo successivo).

Questa collaborativa, trasparente e proattiva modalità di relazione ha creato e consolidato nel tempo un rapporto di fiducia con i propri *stakeholder* ed ha contribuito a dare di DML una reputazione di solidità ed affidabilità che rappresenta un valore intangibile molto apprezzato nell'ambiente in cui DML opera.

Anche la regolarità nel rispetto delle scadenze di pagamento e la forte patrimonializzazione di DML fanno di essa un punto riferimento di prim'ordine per i suoi interlocutori.

3.1. L'importanza per il punto vendita fisico e il contatto con il cliente

Il mercato in cui DML opera è attualmente segmentato tra mercato "*fisico*", ossia rappresentato dai diversi punti vendita presso i quali acquistare i vari prodotti per il 76% circa e "*online*" per il restante il 24% circa.

Nel mercato *fisico* i *technical superstores* rappresentano circa il 71% delle tipologie di punti vendita utilizzati mentre Amazon si qualifica come leader nelle vendite del mercato *online*.

Oggi il cliente è sempre più *touch oriented* con un interesse sempre crescente per il mondo *digital*.

La rapida evoluzione tecnologica che interessa il *core business* di DML richiede però sempre maggiori competenze e conoscenza del prodotto, al fine di valorizzarne le sue peculiarità.

A tal fine il punto vendita svolge ancora un ruolo fondamentale in quanto consente di far sperimentare al cliente un'esperienza di acquisto a 360° mediante l'offerta di una consulenza *pre* e *post* vendita e una familiarizzazione diretta con il prodotto (*touch&feel experience*).

Da indagini di mercato commissionate da DML ad una prioritaria agenzia al fine di esaminare aspettative ed esigenze della clientela riguardo alle preferenze in tema di acquisti presso punti vendita piuttosto che *online*, è infatti risultato che l'assistenza fornita dal personale specializzato (ed in particolare l'assistenza sul funzionamento dei prodotti), è molto apprezzata

dal cliente e rende la rete di vendita *fisica* ancora oggi ampiamente privilegiata rispetto alla vendita *online*.

La platea dei soggetti intervistati corrisponde ad un campione eterogeneo per età e genere e così composto:

- 39% donne;
- 61% uomini

di età compresa fra i 19 e i 62 anni.

Dall'intervista è emerso che la maggior parte degli intervistati, circa il 22,9%, compra molto di più offline. Le persone che invece acquistano maggiormente online sono il 15,3%, mentre tra i due estremi abbiamo una serie di soggetti definiti "gli indifferenti", poiché effettuano acquisti in modo misto, ossia po' offline e un po' online, comprando in base alle offerte e/o comodità. Questi ultimi rappresentano circa il 16%.

Sulla base dei dati raccolti, si nota come il cliente durante un'esperienza di acquisto ricerchi principalmente un vasto assortimento, velocità e qualità del servizio, competenza, prezzi competitivi ed acquisto "esperienziale". Infine è stato riscontrato come il cliente desideri essere trattato come *una persona* e non solo come una controparte commerciale.

Gli aspetti sopra evidenziati hanno ottenuto un ampio riscontro da parte degli intervistati riguardo ad esperienze di acquisto presso Trony.

Difatti:

- l'assortimento da Trony è stato valutato molto ampio, con una media di 4,72;
- la velocità del servizio è stata qualificata come molto elevata, con un punteggio di 4,60;
- la qualità del servizio è stata giudicata molto positivamente, con una media di 5,29;
- la competitività dei prezzi è stata ritenuta pienamente soddisfacente guadagnandosi il punteggio di 4,66.

E infine, la clientela intervistata è rimasta piacevolmente colpita dal trattamento ricevuto, capace di far sentire il cliente non solo un cliente ma prima di tutto una *persona*: il cliente non si sente uguale a tutti gli altri ma riconosce che gli viene offerto un pacchetto di servizi-proposte coerente con le proprie esigenze. Per questa ragione, gli intervistati hanno espresso una media particolarmente elevata pari a 5,49.

Per quanto riguarda la vendita *online* (ed in particolare il canale di acquisto più utilizzato per la vendita digitale, ossia Amazon), l'intervista ha messo in luce indici particolarmente significativi in termini di:

- assortimento, giudicato come molto ampio con una media di 6,23;
- velocità del servizio, con una media di 6,13, (i tempi di consegna di Amazon Prime sono in media pari a 24 ore);
- qualità del servizio, con una media di 5,31;
- competitività dei prezzi, con una media di 5,37;

Per quanto concerne infine l'esperienza di acquisto, la media ricavata pari a 3,38 rivela una netta distanza tra la vendita *online* e quella che si realizza nel punto vendita.

Alla luce di questa intervista, è chiaro come, per la maggior parte della clientela, sia pressochè fondamentale poter ricevere un trattamento unico, in grado di valorizzare l'individuo prima come persona e poi come cliente.

È difficile riuscire a fidelizzare emotivamente con un cliente senza contatto fisico o visivo, ragione del fatto che la maggior parte degli intervistati si è sentita poco importante ed uguale a qualsiasi altra persona durante un'esperienza di acquisto online. Questa, difatti, è la principale difficoltà del mercato digitale.

Il *retail* fisico che ha sicuramente molte opportunità da cogliere in questo momento storico nella misura in cui riuscirà a proporre modalità di servizio integrate ed in grado di valorizzare le identità dello *store* rendendole complementari ai servizi offerti *online*.

La valorizzazione dei punti chiave di ogni distributore, in un contesto così fortemente mutevole, ha spinto e continuerà a spingere il *retail* anche nei prossimi anni a puntare verso una strategia di omnicanalità, ovvero integrando i diversi canali in modo da differenziare l'offerta commerciale e fornire un'esperienza unica e dedicata al consumatore. Ogni canale verrà valorizzato per le caratteristiche che ha e per il contributo/vantaggio che potrà dare al consumatore.

Il *trend* che si prevede per i prossimi anni sarà in primo luogo dominato da insegne con modelli di *business* integrati e sviluppati verticalmente, in grado di proporre, se non in maniera esclusiva almeno in parte, l'offerta dei propri prodotti e servizi.

Risulteranno vincenti le insegne che sapranno integrare la rete fisica con quella virtuale (*web* e *mobile*), con equilibri che si adatteranno a seconda della strategia aziendale adottata. In definitiva sarà vincente una relazione con il cliente che si combinerà su tre piani paralleli (fisico, *web* e *mobile*), dalla fase iniziale di contatto fino a quella in cui i clienti fidelizzati continueranno la loro relazione con il *brand* scelto.

4. L'ANALISI DI MATERIALITÀ

L'analisi di materialità è un processo utilizzato nelle aziende per identificare gli aspetti e gli impatti che sono rilevanti dal punto di vista ambientale, sociale ed economico (i cosiddetti ESG). L'obiettivo dell'analisi di materialità è quello di determinare quali temi sono più significativi per l'azienda e per i suoi stakeholder, al fine di concentrare gli sforzi e le risorse sulle questioni più importanti.

DML ha messo in atto un processo di analisi della materialità, allo scopo di assicurare la corretta rappresentazione e comprensione dell'attività, del suo andamento, dei risultati e dell'impatto dalla stessa prodotta in relazione agli ambiti ambientali, sociali ed economici.

Il processo di analisi della materialità seguito da DML per il Bilancio di Sostenibilità 2022 si è articolato come segue:

1. **Identificazione degli stakeholder:** DML ha iniziato dapprima identificando i principali gruppi di stakeholder che sono interessati o influenzati dalle attività dell'azienda.

2. **Ricerca e raccolta di informazioni:** in questa fase sono state raccolte informazioni sulle questioni di sostenibilità ritenute rilevanti per l'azienda. Tali temi sono stati poi aggregati e consolidati, individuando quelli potenzialmente rilevanti da sottoporre a valutazione da parte dei diversi stakeholder.

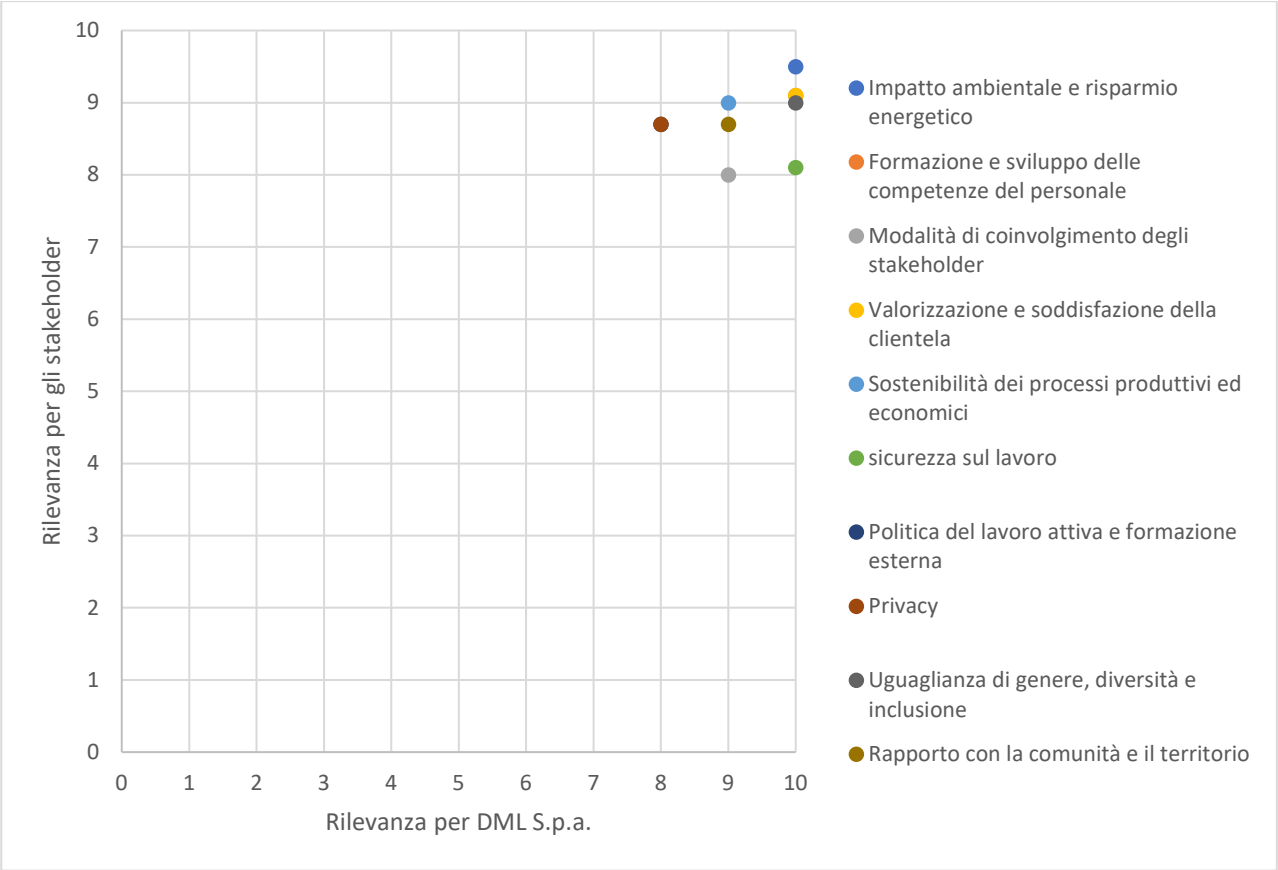
3. **Prioritizzazione delle questioni:** DML ha poi sottoposto un questionario online ai responsabili delle varie funzioni aziendali, ai

quali è stato chiesto di prioritizzare le tematiche proposte al fine di valutarne la rilevanza strategica per DML. I partecipanti sono stati chiamati ad esprimere la propria votazione tramite un punteggio che varia da 0 (nullo) a 10 (massimo), tenendo in considerazione la rilevanza che ciascun tema presenta per DML e per i principali stakeholder con cui l'azienda si relaziona durante lo svolgimento della sua attività. I dati raccolti sono stati consolidati così da ottenere la matrice di materialità. Le questioni identificate vengono quindi valutate in termini di priorità.

4. **Comunicazione e report:** infine, i risultati dell'analisi di materialità sono comunicati sia internamente che esternamente. Questi risultati possono essere utilizzati per orientare la pianificazione strategica, lo sviluppo di politiche e programmi, la creazione di report di sostenibilità e la comunicazione con gli stakeholder.

I risultati dell'analisi di materialità sono rappresentati graficamente attraverso un diagramma cartesiano definito Matrice di materialità, che riporta sull'asse delle ordinate la rilevanza per gli stakeholder e sull'asse delle ascisse la rilevanza per DML. Tutte le tematiche individuate dall'azienda hanno ricevuto una valutazione molto alta da parte dei responsabili intervistati, a conferma della estrema rilevanza che questi aspetti rivestono per tutti i soggetti coinvolti e della comprensione degli impatti che DML ha sui temi di sostenibilità.

In particolare, sono risultate prioritarie le tematiche relative alla sostenibilità ambientale (in termini di recupero rifiuti e risparmio energetico), nonché il tema della formazione e sviluppo delle competenze del personale e la valorizzazione e soddisfazione della clientela. A queste tematiche se ne aggiungono altre quali l'attenzione che DML nutre per l'uguaglianza di genere, l'inclusione e la diversità, il rapporto con la comunità e il territorio e le modalità di coinvolgimento degli stakeholder.



I temi rilevanti per DML S.p.a. e per i suoi stakeholder

Tematiche	***Rilevanza per DML S.p.a. (asse delle X)***
Impatto ambientale e risparmio energetico	10
Formazione e sviluppo delle competenze del personale	10
Valorizzazione e soddisfazione della clientela	10
Modalità di coinvolgimento degli stakeholders	9
Sostenibilità dei processi produttivi ed economici	9
Sicurezza sul lavoro	10
Politica del lavoro attivo e formazione esterna	8
Privacy	8
Uguaglianza di genere, diversità e inclusione	10
Rapporto con la comunità e il territorio	9

Tematiche	***Rilevanza per gli stakeholder (asse delle Y)***
Impatto ambientale e risparmio energetico	9,5
Formazione e sviluppo delle competenze del personale	9,1
Valorizzazione e soddisfazione della clientela	9,1
Modalità di coinvolgimento degli stakeholders	8
Sostenibilità dei processi produttivi ed economici	9,2
Sicurezza sul lavoro	8,1
Politica del lavoro attivo e formazione esterna	8,7
Privacy	8,7
Uguaglianza di genere ,diversità e inclusione	9
Rapporto con la comunità e il territorio	8,7

5. PERFORMANCE SOCIALE

5.1 Il valore delle persone

DML riconosce nelle persone che con essa collaborano un elemento di imprescindibile valore; perciò favorisce e stimola nei propri collaboratori un mix equilibrato di competenza, affidabilità, serietà, professionalità e condivisione della medesima *mission* aziendale.

DML è ben consapevole di quanto una buona formazione umana e professionale sia la chiave per garantire qualità e competenza ed assicurare un servizio di altissimo livello.

Essa, pertanto, è costantemente impegnata a promuovere per ciascun dipendente una formazione efficace e peculiare; favorisce inoltre un ambiente di lavoro stimolante ed accogliente per agevolare lo scambio di esperienze, la solidarietà ed, in definitiva, migliorare il benessere delle persone che lo vivono.

Per questo DML si impegna anche a tutelare e valorizzare ogni forma di diversità, contrastando qualunque tipo di discriminazione, diretta o indiretta, fondata su ragioni di carattere sindacale, politico, religioso, razziale, di lingua o di genere nell'ambito dei processi di selezione e valutazione del personale.

5.2 Composizione e caratteristiche

Dipendenti per tipologia di contratto e di genere – Tabella 1

Attualmente DML conta all'incirca 608 dipendenti, di cui 377 di genere maschile e 231 di genere femminile. Tra gli stessi si conteggiano anche 16 dipendenti diversamente abili.

Da sempre DML adotta un comportamento inclusivo, abbattendo differenze di genere e favorendo, in tal senso, un ampio coinvolgimento anche della popolazione femminile che risulta ben distribuita all'interno della realtà aziendale.

Per realizzare tale obiettivo, DML tiene in particolare considerazione l'impegno delle "quote rosa", vantando, all'interno dell'azienda, una percentuale delle stesse di oltre 38%.

Ciò vale anche per la propria compagine societaria dove DML conta una presenza femminile pari al 60%.

L'impegno continua con i propri collaboratori. Infatti, a fine 2022, risultano assunti con contratto a tempo indeterminato 250 dipendenti di genere maschile e 150 dipendenti di genere femminile, mentre con contratto a tempo determinato risultano assunti 127 dipendenti di genere maschile e 81 dipendenti di genere femminile.

Dipendenti per tipologia di impiego e di genere – Tabella 2

I dati esposti nella *Tabella 2* evidenziano come il numero complessivo di assunti con contratto a tempo indeterminato si sia mediamente incrementato mentre quello degli assunti con contratto a tempo determinato sia mediamente diminuito, a testimoniare il fatto che DML intende incentivare la permanenza in azienda dei propri dipendenti ed adotta prospettive di lungo periodo nella gestione delle Risorse Umane.

Infatti, di norma, i dipendenti vengono inizialmente assunti con tirocinio o contratto a tempo determinato, per poi, se capaci e meritevoli, essere stabilmente inseriti nell'organico con contratto a tempo indeterminato, che è sostanzialmente l'obiettivo comune ad entrambe le parti contrattuali, DML ed i suoi dipendenti.

I dipendenti vengono assunti prevalentemente *full time*. Difatti, a fine 2022, 377 dipendenti di genere maschile e 224 dipendenti di genere femminile sono stati assunti a tempo pieno, mentre la percentuale di assunzioni *part time* interessa solamente dipendenti di genere femminile, il cui numero dal 2021 al 2022 rimane costante. Nello specifico, nel corso del biennio, le donne con contratto di lavoro *part time* non superano il numero di 7.

Dipendenti per figura professionale e genere – Tabella 3

Per quanto riguarda la composizione dei dipendenti in funzione della qualifica professionale, la maggior parte dei dipendenti ricopre il ruolo di "operaio" e tra gli stessi la percentuale maschile è in netta maggioranza rispetto alla percentuale femminile. È innegabile che tale divergenza sia

legata principalmente alle ragioni storiche e sociali che da sempre hanno portato la popolazione femminile a ricoprire in misura minoritaria, rispetto alla popolazione maschile, tale genere di impiego.

Si precisa, inoltre, come la qualifica di "operaio" interessi un alto numero di dipendenti con età inferiore ai 30 anni (nello specifico, a fine 2022, se ne contano 200).

Complessivamente, l'età media di assunzione può definirsi mista, perlopiù giovane, aggirandosi prevalentemente attorno ai 29 anni di età.

Assunzioni e dimissioni – Tabella 4

Il *turn over* del personale è molto elevato e in aumento a seguito della pandemia di COVID - 19: difatti i neoassunti al 13.12.2022 sono pari a 541 di cui 315 di genere maschile e 226 di genere femminile. Il numero complessivo di assunzioni, nell'anno 2022, è maggiore rispetto a quello riscontrato negli anni 2020 e 2021 grazie soprattutto alla recente espansione aziendale ed interessa prevalentemente il genere maschile.

Anche il numero di dimissioni, esclusi i pensionamenti, ha raggiunto nel 2022 livelli importanti poiché si contano in totale 536 dimessi, tra cui 308 di genere maschile e 228 di genere femminile.

I dati raccolti attestano che le dimissioni sono leggermente aumentate nel corso del 2022 rispetto agli anni passati, anche se la crescita non è particolarmente distante rispetto a quanto registrato al 2020 e 2021.

Dipendenti per tipologia di contratto e di genere – Tabella 1

Dipendenti per tipologia di contratto e di genere		***Uomini***	***Donne***	***Totale***
Tempo indeterminato	al 31.12.2020	236	129	365
	al 31.12.2021	260	145	405
	al 31.12.2022	250	150	400
Tempo determinato	al 31.12.2020	125	92	217
	al 31.12.2021	105	79	184
	al 31.12.2022	127	81	208
Totale dipendenti 31.12.2020	***Uomini***	361	***Donne***	221
Totale dipendenti 31.12.2021	***Uomini***	365	***Donne***	224
Totale dipendenti 31.12.2022	***Uomini***	377	***Donne***	231

Dipendenti per tipologia di impiego e di genere – Tabella 2

Dipendenti per tipologia di impiego e di genere		***Uomini***	***Donne***	***Totale***
Full time	al 31.12.2020	361	214	575
	al 31.12.2021	365	217	582
	al 31.12.2022	377	224	601
Part time	al 31.12.2020	0	7	7
	al 31.12.2021	0	7	7
	al 31.12.2022	0	7	7
Totale dipendenti		1103	676	1779

Dipendenti per figura professionale e genere – Tabella 3

Dipendenti per figura professionale e genere		***Uomini***	***Donne***	***Totale***
Impiegati	al 31.12.2020	67	25	92
	al 31.12.2021	68	21	89
	al 31.12.2022	68	21	89
Operai	al 31.12.2020	294	196	490
	al 31.12.2021	297	203	500
	al 31.12.2022	309	210	519
Totale dipendenti		1103	676	1779

Assunzioni e dimissioni – Tabella 4

Assunzioni e dimissioni		***Uomini***	***Donne***	***Totale***
Nuovi assunti	al 31.12.2020	262	174	436
	al 31.12.2021	289	241	530
	al 31.12.2022	315	226	541
Dimessi (esclusi i pensionamenti)	al 31.12.2020	310	217	527
	al 31.12.2021	262	218	480
	al 31.12.2022	308	228	536

5.3. Salute e sicurezza dei lavoratori

DML si impegna al rispetto delle prescrizioni di cui al D.lgs. 9 aprile n. 81 del 2008 in tema di sicurezza sul lavoro, adottando tutti gli accorgimenti necessari o utili a ridurre i rischi per la salute e la sicurezza dei lavoratori e tutelando gli stessi da possibili infortuni.

È prevista la presenza di un Medico competente che opera all'interno del contesto aziendale al fine di eseguire le opportune visite mediche ai dipendenti di DML.

All'interno di ogni unità produttiva sono stati, inoltre, nominate due figure preposte alla sicurezza e addette alla prevenzione di potenziali rischi per la salute dei lavoratori, le quali si occupano, per l'appunto, di assicurare il rispetto della normativa applicabile in materia (D.lgs. 81/2008).

Grazie all'elevata e accurata attenzione che DML ripone nell'ambito della tutela e sicurezza dei lavoratori, ad oggi gli infortuni sul lavoro effettivamente registrati possono considerarsi esigui, di cui all'incirca nessuno può definirsi grave.

A titolo esemplificativo, nel corso dell'anno 2022 sono stati registrati 6 incidenti sul posto di lavoro, di cui 5 hanno colpito lavoratori maschili e soltanto 1 ha riguardato una dipendente femminile; mentre sono stati rilevati 8 infortuni in itinere, di cui 5 hanno colpito dipendenti di genere maschile e 3 dipendenti di genere femminile.

Infortuni sul posto di lavoro – Tabella 5

Tassi infortunistici	2020			2021			2022		
Numero di infortuni sul posto di lavoro di cui:	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Sul lavoro	6	1	7	3	0	3	5	1	6
In itinere	3	2	5	6	3	9	5	3	8

5.3 La formazione

La selezione, la formazione, la gestione e lo sviluppo professionale sono effettuati senza discriminazione alcuna, secondo criteri di merito, di competenza e di professionalità.

DML considera la formazione professionale dei propri dipendenti un vero e proprio investimento, ed è per tale ragione che promuove in modo sistematico corsi di formazione ed aggiornamento che possano migliorare la competenza, comprendere i cambiamenti in atto, acquisire nuove idee, migliorare la produttività, maturare una crescita individuale del dipendente e complessiva dell'azienda.

Un corretto sviluppo aziendale passa necessariamente attraverso la valorizzazione del ruolo di tutti i dipendenti e la definizione di opportuni percorsi di carriera per le singole risorse.

Attraverso i percorsi formativi promossi, quali la piattaforma *Trony Academy*, si consente al singolo lavoratore di acquisire nuove e specifiche *skillness* fondamentali per il ruolo che ricopre e dunque utili al fine di garantire un servizio maggiormente efficiente e qualificato.

Si tratta di processi di crescita continuativi che portano allo sviluppo di competenze specifiche e multidisciplinari all'interno dell'organizzazione, estremamente importanti per far fronte ai cambiamenti di un settore in continua evoluzione.

Formazione in base alla figura professionale – Tabella 5

Al 31.12.2022, il numero totale di ore di formazione dedicate alla categoria degli impiegati risulta pari a 3.560, con un valore medio di formazione *pro capite* pari a 40 ore.

Gli operai, invece, hanno svolto complessivamente all'incirca 46.710 ore di formazione per un valore medio *pro capite* pari a 90 ore.

Tali risultati, indubbiamente notevoli, rispecchiano l'importanza che la formazione riveste per DML.

Formazione in base al genere – Tabella 6

La possibilità di usufruire dell'opportunità formativa offerta da DML non è in alcun modo condizionata dalle differenze di genere, in quanto sono garantite pari opportunità sia ai dipendenti maschili che a quelli femminili.

Ciò si desume chiaramente dai dati riportati in tabella che indicano come, in relazione al 2022, il numero complessivo di ore di formazione per i dipendenti femminili sia pari a 19173, mentre per i lavoratori maschili sia equivalente a 31291 ore complessive di apprendimento.

Affine, invece, il numero medio di ore di formazione per entrambe le categorie di dipendenti (244 ore medie di formazione).

Le informazioni riportate ci permettono di evidenziare, con soddisfazione, come l'azienda abbia incentivato la formazione professionale nel corso degli anni, in forza del fatto che sia le ore complessive che le ore medie sono state interessate da un evidente aumento dal 2020 al 2022.

Formazione in base alla figura professionale – Tabella 5

Numero ore totali e medie di formazione per categoria professionale	***al 31.12.2022***	
	Num. Totale	*Num. Medio*
Impiegati	3.754	76
Operai	46.710	90

Formazione in base al genere – Tabella 6

Ore complessive* e ore *medie di formazione per genere	***Donne***	***Donne***	***Uomini***	***Uomini***
	Num. Totale	*Num. Medio*	*Num. Totale*	*Num. Medio*
al 31.12.2020	17.680	80	28.880	80
al 31.12.2021	18.144	81	29.565	81
al 31.12.2022	19.173	83	31.291	83
Totale	54.997	244	89.736	244

5.4. Academy

Come già sottolineato in precedenza, l'assistenza *pre* e *post* vendita (ed in particolare l'assistenza sul funzionamento dei prodotti) risultano essere i servizi più graditi da parte della clientela.

Questi servizi non sono presenti sul *web* e rappresentano il punto di forza della rete fisica che potrà sopravvivere al *web* solo se e nella misura in cui sarà in grado di specializzarsi offrendo contenuti aggiuntivi.

In questa ottica è nata *Trony Accademy*, un portale "*tutor*" per formare ed informare i collaboratori.

Tale piattaforma rappresenta un vero e proprio filo diretto tra industria e punto vendita, ideata al fine di fornire al dipendente, fin dalla fase di assunzione, una formazione tecnica completa e specifica.

Il portale ha, inoltre, una funzione di vero e proprio *social* di interconnessione tra tutti i punti vendita Trony d'Italia.

In tale sede è possibile:

• scambiare opinioni circa il funzionamento dei prodotti;

• rispondere efficacemente ai quesiti posti dalla clientela;

• conferire al servizio quel *quid pluris* che rende l'acquisto un'esperienza unica e gratificante per il cliente.

Il portale viene gestito in collaborazione con i produttori più importanti ed è un prezioso strumento di formazione per la forza vendita.

All'interno del portale *Trony Academy* è possibile seguire diversi corsi aventi ad oggetto i prodotti e le tecniche di vendita.

A fine corso, i collaboratori possono sostenere dei veri e propri esami il cui positivo superamento permette di accedere ad un sistema di incentivazione alla vendita.

6. SOSTENIBILITÀ E RISPETTO AMBIENTALE

DML ha una forte coscienza ecologica e rispetta l'ambiente come bene unico e prezioso.

Persegue l'obiettivo di contribuire in modo positivo alla protezione e alla salvaguardia dell'ambiente, attraverso lo sviluppo di strategie e iniziative volte a favorire il contenimento e la riduzione degli impatti ambientali connessi allo svolgimento dell'attività imprenditoriale.

Pertanto, si impegna nella costante ricerca delle soluzioni più idonee a garantire un utilizzo responsabile delle risorse e una riduzione dei consumi energetici.

Il progetto *Green* promosso da DML prevede:

- Minore immissione di CO2 nell'ambiente (*Green Power*)
- Zero rifiuti nell'ambiente (*Green recycle*)

6.1. Il progetto *Green Power*: minore immissione di CO2 nell'ambiente

Nel 2008 DML, con il supporto dello Studio Tecnico Associato Easy Project e Energy Team, ha dato inizio al progetto "*Green Power*", con il quale si è inteso perseguire lo scopo di migliorare l'efficienza energetica di tutti i Punti Vendita riducendo gradualmente i consumi, e di conseguenza l'inquinamento, al fine di preservare l'ambiente, migliorare la consapevolezza ecologica aziendale e conformarsi sempre più ad un modello imprenditoriale sostenibile.

In particolare, si è realizzato il totale *relamping* dei punti vendita tramite la sostituzione del tradizionale sistema di illuminazione mediante lampade fluorescenti con apparati LED a basso impatto ambientale.

Inoltre, si è proceduto anche ad anche un adattamento degli impianti di termoregolazione al fine di poter regolare i consumi illuminotecnici e di riscaldamento in modalità da remoto, ossia a distanza, tramite l'utilizzo di una *Control Room*. Quest'ultima costantemente ed automaticamente monitora e dialoga con i sistemi integrati di apparecchiature e quadri elettrici, definendo i parametri di consumo in funzione delle temperature esterne e degli orari di apertura dei punti vendita.

Sostanzialmente, tale efficace sistema consente a DML in tempo reale di monitorare il consumo energetico all'interno di ciascun punto vendita di un insieme di fonti energivore quali:

- climatizzazione;
- espositori TV;
- illuminazione;
- altre fonti di consumo.

A titolo esemplificativo, tramite la *Control Room* è possibile verificare *online* la temperatura impostata ai fini di un'adeguata climatizzazione presso i vari Punti Vendita e mantenerla costante (di norma intorno ai 19/20 gradi) evitando sprechi ed inutili picchi energetici.

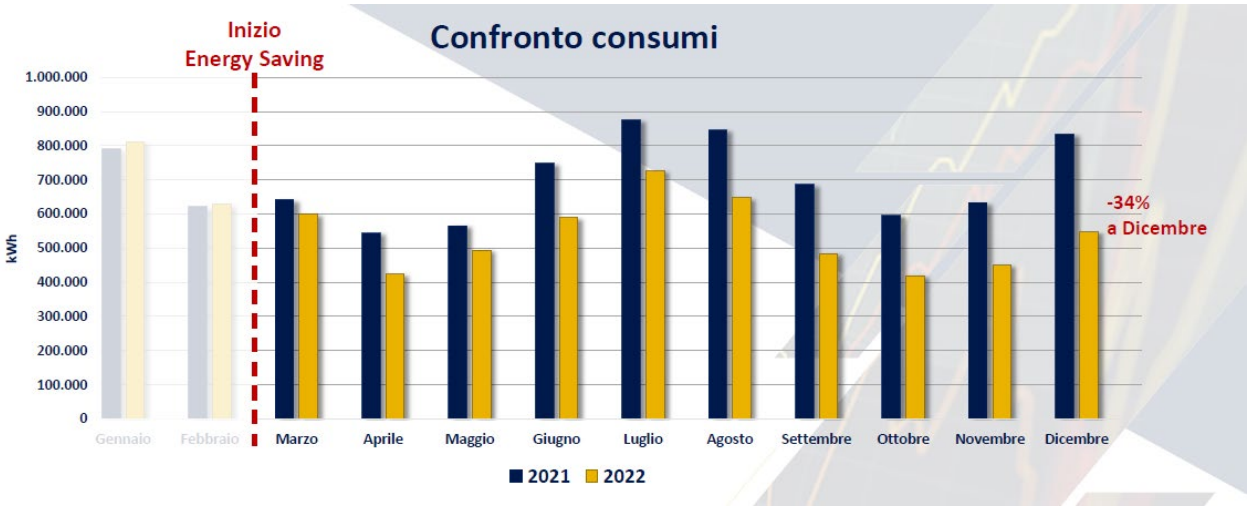
Inoltre, è stata differenziata la temperatura tra Punti Vendita e magazzini: in questi ultimi (dove si tende a lasciare spesso porte aperte che disperdono il

calore), presso le postazioni lavorative, sono state montate delle lampade infrarossi dotate di sensore di presenza in modo tale che la climatizzazione entri in funzione solo quando la persona fisica è in postazione.

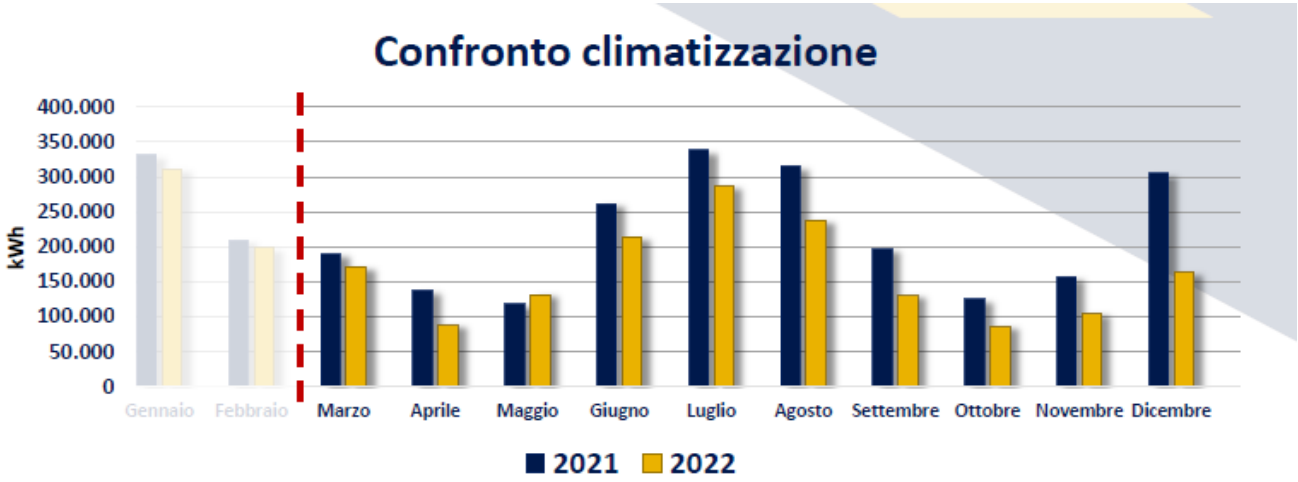
Per un ulteriore efficientamento energetico in alcuni Punti Vendita sono stati ulteriormente predisposti sistemi di coibentazione delle pareti di perimetrazione con sostituzione dei climatizzatori e ciò ha permesso un risparmio energetico all'incirca pari al 70% dei consumi annui.

Nella tabella *Confronto Consumi* sotto riportata è possibile notare come, da quando si è iniziato ad attuare il programma *Energy Saving* (marzo 2022), il consumo complessivo sia mediamente diminuito del 23% rispetto all'anno precedente, con un risparmio energetico di circa 1.600.000 kWh.

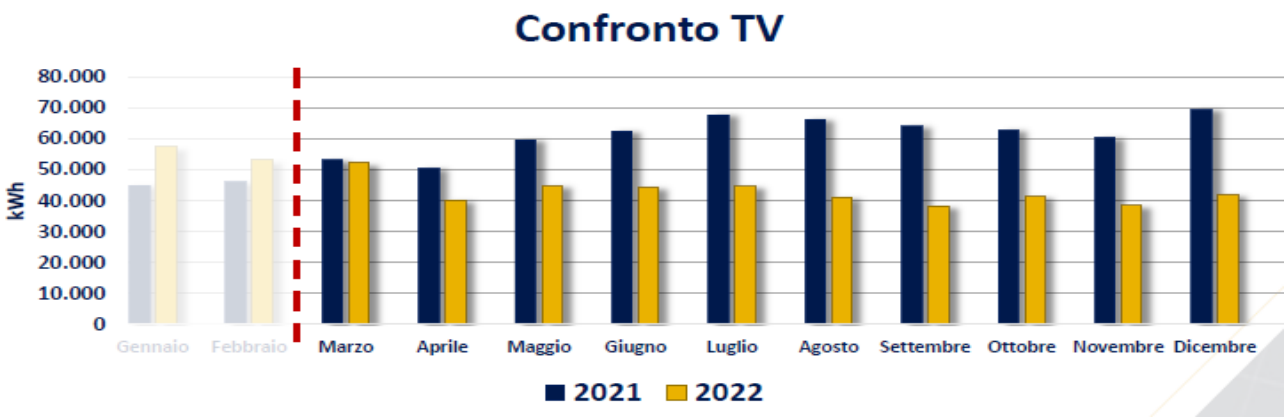
Questo ha permesso fino ad oggi un risparmio quantificabile in circa 750.000 € (v. *Tabella Confronto consumi*).



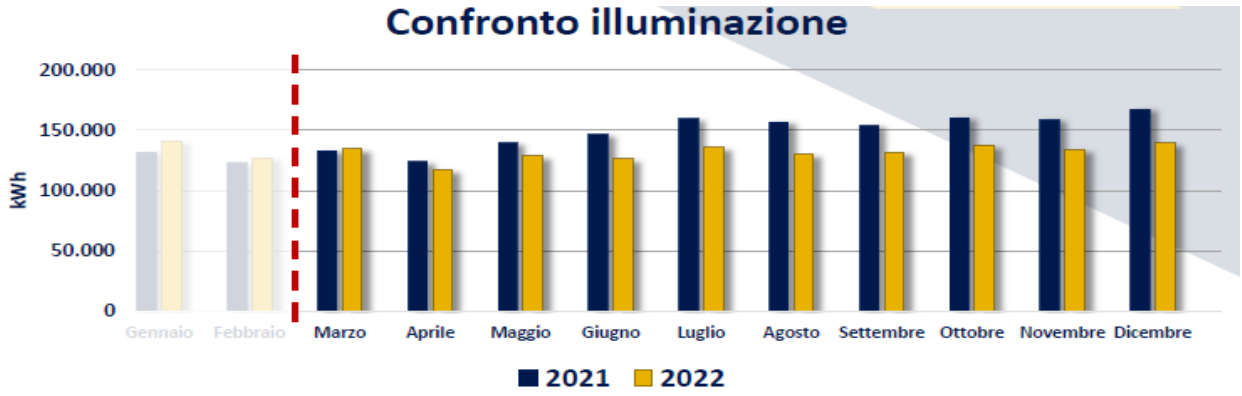
Nello specifico, andando ad analizzare le singole voci di consumo, è interessante notare come, a partire da marzo 2022, il consumo legato alla climatizzazione sia diminuito di circa il 25% rispetto all'anno 2021. Nel mese di dicembre è stato raggiunto il risultato più elevato, registrandosi un risparmio di circa il 44% rispetto al corrispondente mese del 2021 (v. *Tabella Confronto climatizzazione*).



Per quanto riguarda invece il risparmio legato alla linea TV, sempre a partire da marzo 2022, esso è stato del 31% rispetto allo scorso anno. Anche in questo caso il risparmio maggiore, pari al 40%, si registra nel mese di dicembre (v. *Tabella Confronto TV*).



Nel campo dell'illuminazione, da marzo 2022 il risparmio è del 12% in più rispetto allo scorso anno, mentre nel mese di dicembre, si calcola il 16% di minori consumi rispetto all'anno antecedente (v. Tabella *Confronto illuminazione*).



Infine, per quanto concerne gli ulteriori consumi registrati, da marzo 2022 il risparmio è del 34% in più rispetto allo scorso anno. Nell'ultimo mese di dicembre il consumo è diminuito di circa il 33% rispetto al 2021 (v. *Tabella Confronto Altri consumi*).

Complessivamente, come si evince dalla tabella di seguito riportata, i risultati in termini di risparmio energetico raggiunti dai numerosi Punti Vendita situati sul territorio italiano sono risultati alquanto positivi, registrandosi complessivamente nei Punti Vendita del Nord un risparmio percentuale in termini di KWh/mq di circa il 29,7%, al Centro 41,3%, al Sud del 29,3% (v. *Tabella Classifica consumo specifico zona*).

Classifica consumo specifico zona

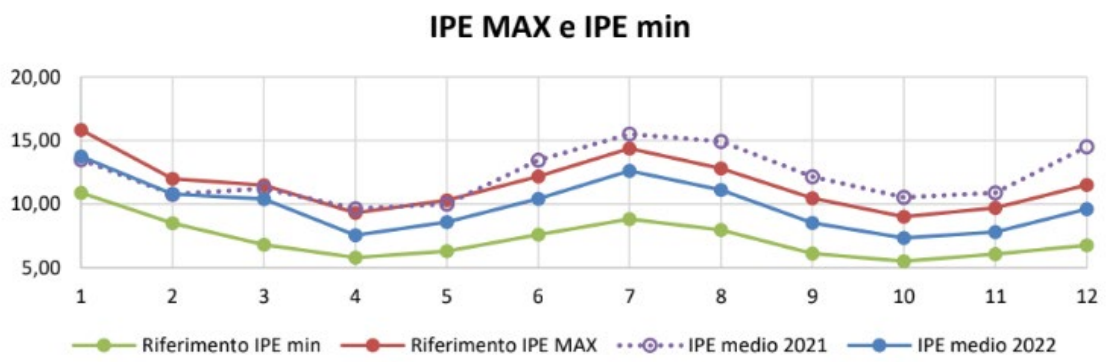
ZONA	PUNTO VENDITA	Consumo Specifico Medio Odierno kWh/mq	Consumo Specifico Medio Un anno fa kWh/mq	Differenza %
Nord	Bologna	9,6	13,6	- 29,7%
	Carpi			
	Cesena			
	Chioggia			
	Conegliano			
	Faenza			
	Fiorano Modenese			
	Imola			
	Padova			
	Reggio Emilia			
	Vicenza			
Centro	Città di Castello	9,1	15,5	- 41,3%
	Fabriano			
	Fano			
	Pesaro			
	RSM			
	Rimini			
	Monsano			
	Osimo			
	Civitanova			
	SBT			
Sud	Avezzano	10,2	14,4	- 29,3%
	Foligno			
	L'Aquila			
	Lanciano			
	Macerata			
	Montenero			
	Pescara			
	Rieti			
	Teramo			
	Termoli			

Di grande efficacia al fine di massimizzare il risparmio energetico complessivo è stata la campagna di sensibilizzazione nei confronti del personale dei vari Punti vendita mediante l'introduzione di un parametro di efficienza ("*IPE*").

Affinché il consumo risulti ottimale e dunque virtuoso nel periodo di riferimento, è necessario che l'indice IPE si mantenga al di sotto del valore ordinario, ossia non superi la soglia di 9 kW/mq, ma bensì si aggiri attorno alla soglia del 6,8 kW/mq (*IPE min*); quando invece l'*IPE* supera la soglia degli 11,5 kW/mq (*IPE max*) si evidenzia un'inefficienza nei consumi che necessita di correttivi (v. *Tabella Consumo specifico mensile*).

Consumo specifico mensile

INSUFFICIENTE (Migliorabile)		
IPE MAX	**11,5**	*kWh/mq*
ORDINARIO (Accettabile)		
IPE min	**6,8**	*kWh/mq*
OTTIMALE (Virtuoso)		



Dal grafico proposto (*IPE MAX e IPE min*) è possibile notare come, a seguito della sensibilizzazione attuata nei singoli Punti Vendita, sia stato possibile raggiungere mediamente in un solo anno un notevole risparmio energetico e presso alcuni punti vendita addirittura un risparmio ottimale.

Nella *Tabella Classifica Consumo specifico punto vendita*, sono elencati in dettaglio in ordine crescente i consumi registrati nei diversi Punti Vendita con l'evidenza delle relative riduzioni intervenute nell'arco temporale 2021-2022.

Classifica consumo specifico punto vendita

Classe IPEm	PUNTO VENDITA	Consumo Specifico Odierno kWh/mq	Consumo Specifico Un anno fa kWh/mq	Differenza %
★	Foligno	5,9	8,0	- 25,9%
★	Città di Castello	6,1	13,3	- 54,3%
	Reggio Emilia	7,0	10,0	- 30,1%
	Fiorano Modenese	7,1	12,0	- 41,1%
	SBT	7,4	24,9	- 70,3%
	Chioggia	7,6	12,1	- 37,7%
	Carpi	7,6	12,3	- 38,2%
	Termoli	7,9	10,1	- 21,5%
	Monsano	8,3	12,0	- 30,9%
	Fabriano	8,4	12,7	- 34,2%
	Imola	8,5	ND	
	Teramo	8,5	12,3	- 30,8%
	Bologna	8,5	12,2	- 29,9%
	Pesaro	9,2	10,8	- 14,6%
	Vicenza	9,2	14,5	- 36,1%
	Rimini	9,2	13,4	- 31,2%
	Montenero	9,6	12,6	- 23,7%
	Fano	9,7	15,1	- 36,1%
	Cesena	9,8	18,8	- 47,6%
	Avezzano	10,0	15,8	- 36,9%
	Osimo	10,0	17,0	- 41,4%
	Lanciano	10,1	10,2	- 1,7%
	Macerata	10,4	13,3	- 21,5%
	Rieti	10,6	14,5	- 27,3%
	Civitanova	10,7	14,4	- 25,6%
	Pescara	10,8	19,8	- 45,5%
	Conegliano	12,0	13,1	- 8,4%
	RSM	12,3	21,7	- 43,5%
	Faenza	13,3	19,7	- 32,7%
	Padova	14,6	11,4	+ 27,6%
	L'Aquila	17,9	27,2	- 34,3%

I risultati mostrano come nei Punti Vendita di Foligno e Città di Castello, il consumo specifico sia rimasto al di sotto dell'indice *IPE min*, ossia inferiore alla soglia di 6,8 kW/mq mentre cinque Punti Vendita superano ancora l'*IPE max*.

Complessivamente il risultato raggiunto può definirsi soddisfacente in quanto la netta maggioranza dei Punti Vendita ha mantenuto un consumo

inferiore alla soglia dei 9 kW/mq e, comunque, tutti tranne uno hanno ridotto, in alcuni casi in modo drastico, i propri consumi energetici.

Sempre nell'ambito del progetto *Energy Saving* è stata adottata un'ulteriore iniziativa che prevede lo spegnimento delle insegne dei negozi dopo le 21.30, evitando in questo modo l'accensione per l'intero periodo notturno, come previsto in precedenza.

Infine, negli stabilimenti della logistica è stata adottata un'innovativa modalità di illuminazione tramite "crepuscolari", grazie ai quali viene disposta l'accensione delle luci solo nel caso in cui il livello di luminosità sia insufficiente. In tal modo la luce si accende solo dove e quando serve, evitando inutili sprechi energetici.

Il progetto *Green Power* ha portato nel corso degli ultimi tre anni ad un risparmio di circa 1.500.000 kw annui che corrispondono ad una minore immissione nell'ambiente 795.000 kg. di CO2. Poiché ogni nuovo albero piantato è in grado di assorbire una determinata quantità di anidride carbonica, 795.000 kg. di CO2 corrispondono alla capacità di assorbimento di 39.000 alberi distribuiti su 130 ettari di terreno.

6.2. Impianti Fotovoltaici

DML investe anche nel campo dell'energia rinnovabile con un progetto di installazione del fotovoltaico che prevede lo stanziamento di circa 500 mila euro annui.

Attualmente, i Punti Vendita presso i quali sono già stati installati impianti fotovoltaici sono quelli di:

- Foligno (presso il quale sono generati 64,68 Kw di energia rinnovabile);
- Osimo (presso il quale sono generati 102,96 Kw di energia rinnovabile);
- Carpi 80 Kw;
- Fano (presso il quale sono generati 65,52 Kw di energia rinnovabile);
- Madrara (presso il quale sono generati 65,52 Kw di energia rinnovabile);
- Rimini (presso il quale sono generati 74,37 Kw di energia rinnovabile);
- Imola (presso il quale sono generati 91,53 Kw di energia rinnovabile);
- Maranello (presso il quale sono generati 90,20 Kw di energia rinnovabile);
- Reggio Emilia (presso il quale sono generati 70,42 Kw di energia rinnovabile).

Per i restanti Punti Vendita l'attivazione dei rispetti impianti fotovoltaici è ancora in fase di *work in progress*.

6.3. Il progetto *Green Recycle*: zero rifiuti nell'ambiente

Come già inizialmente specificato, DML, nell'ottica della salvaguardia ambientale, ha elaborato anche un progetto *Green Recycle*, letteralmente "riciclo verde", al fine di recuperare tutto ciò che oramai è già "rifiuto", al fine di conferire allo stesso una seconda vita.

Senza dubbio uno dei passi più importanti che l'azienda ha mosso in tal senso riguarda la possibilità di recuperare presso gli stabilimenti della logistica ingenti quantità di nylon, polistirolo, carta e cartone, ordinariamente utilizzati come imballaggi per la vendita dei prodotti Trony, perfettamente riciclabili e quindi riutilizzabili per la produzione.

Così facendo, si raggiunge l'obiettivo virtuoso di garantire loro una seconda vita e dunque un successivo riutilizzo.

A tal fine, DML ha creato presso i propri stabilimenti logistici una vera e propria catena del recupero del rifiuto.

Tutti i Punti Vendita dislocati sul territorio nazionale separano i rifiuti prodotti in funzione delle possibili opzioni di riciclo. I rifiuti sono poi trasportati con propri automezzi autorizzati presso il Centro di Raccolta Logistico DML a Faenza. Qui la lavorazione di compattazione è affidata ad una cooperativa specializzata con contestuale avvio al riciclo del rifiuto prodotto in una logica di totale "autosostentamento", in base alla quale il rifiuto che non inquina diventa una risorsa che genera lavoro.

Quali sono i vantaggi?

- Maggior sostenibilità dell'ambiente

- Il rifiuto diventa un mezzo per generare lavoro e risparmio.

Ciò rappresenta l'esempio di come l'economia *Green*, oltre ad essere eticamente giusta e necessaria ai fini della sostenibilità ambientale, sia in grado di produrre anche un importante risparmio economico.

Tale soluzione si sposa perfettamente con il concetto di *Circular Economy*, ossia un modello di produzione e consumo che prevede la condivisione, il riutilizzo, la riparazione, la ristrutturazione e il riciclaggio di materiali e prodotti esistenti allungando il ciclo di vita dei prodotti, con l'intento di ridurre al minimo gli sprechi.

I materiali riciclati infatti possono essere utilizzati in modo produttivo più e più volte, creando così ulteriore valore ed evitando di ricadere all'interno del meccanismo del "*prendi-fai-consuma-usa"*, ma adottando piuttosto la visione che *"tutto si crea ma nulla si distrugge*".

6.4. Il recupero di carta, cartone, polistirolo e nylon

Il processo di recupero dei materiali (carta, cartone, polistirolo e nylon) si realizza mediante l'utilizzo di due differenti tipologie di macchinari situati presso lo stabilimento della logistica, entrambi adibiti al riciclo.

Nello specifico, una delle due macchine presenti altro non è che una pressa verticale dotata di una camera *extra-large* profonda di 1,1 metri e con un ingresso molto ampio pari a 1,82 m. capace di ospitare balle di rifiuto fino a 750 kg. le quali, una volta sottoposte alla pressatura, fuoriescono in dimensioni compatte misurare cm. 18,2 x cm. 11 x cm. 11, ottimizzando così il trasporto delle stesse.

Inoltre, grazie alle grandi dimensioni della camera di pressatura, non risulta più necessario ridurre il volume dei rifiuti per lo smaltimento. Tale macchinario consente il riciclo di grandi quantità di rifiuti.

Grazie al controllo da remoto, è inoltre possibile monitorare in tempo reale l'esatto numero di balle prodotte, il tempo di funzionamento della macchina, la localizzazione, e così via. Inoltre, è prevista la possibilità di avvisare automaticamente il raccoglitore quando le balle sono pronte per il ritiro.

Immagini che dimostrano l'utilizzo e la riduzione volumetrica che il materiale immesso subisce al termine della lavorazione

6.5. Il recupero del polistirolo

L'altro macchinario è specificamente adibito al recupero di *EPS* (conosciuto comunemente come "polistirolo"). E' anch'esso una pressa che svolge la funzione di compattare il polistirolo ed è consigliato per chi deve smaltire un volume di oltre 50 tonnellate all'anno di materiale.

La compattazione avviene tramite una vite a coclea che permette di ottenere blocchi concentrati della densità di circa 350 Kg/m³. Il polistirolo compattato può essere accatastato manualmente su bancali, semplificando la gestione dello smaltimento in maniera innovativa, moderna ed ecologica.

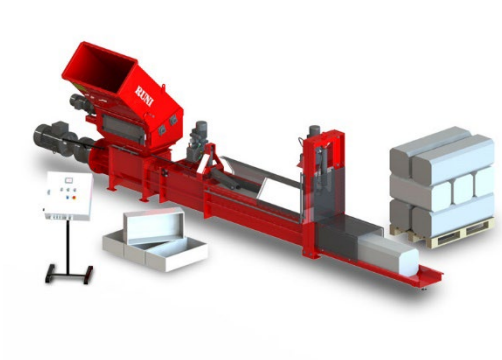
Se prima della compattazione erano necessari 50 camion per il trasporto del materiale presso i centri di raccolta, ora ne è sufficiente soltanto uno, sul quale si possono caricare fino a 20 tonnellate di polistirolo.

Per rendere possibile ciò, il polistirolo viene pre-triturato all'interno della tramoggia, dalla quale viene poi spinto e compattato grazie alla vite a coclea in solidi blocchi in uscita attraverso un canale idraulico. La densità e le dimensioni del polistirolo sono cruciali per la scelta del pre-trituratore.

Il compattatore può essere alimentato manualmente grazie ad una speciale tramoggia a 45°, oppure attraverso un nastro trasportatore e una tramoggia verticale. I diversi sensori installati garantiscono anche la necessaria tutela della sicurezza dei lavoratori coinvolti anche grazie al processo automatico di *Start & Stop* e di regolazione della velocità.

Sostanzialmente, tale macchinario granula il polistirolo in entrata, lo scalda e lo trasforma in una massa dura (una sorta di panetto) che fuoriesce dalla macchina compatto e molto più resistente rispetto a quello in ingresso.

Immagini relative al macchinario e al polistirolo lavorato:



Così facendo i blocchi di polistirolo vengono recuperati diventando, in seguito, perfettamente vendibili come materia riciclabile.

DML pertanto effettua anche la vendita del polistirolo compattato ad aziende produttrici di plastica o aziende di costruzione, realizzando un importante controvalore economico.

La lavorazione del rifiuto nel modo descritto ha consentito una sensibile riduzione dei costi di lavorazione (anche a seguito dell'abbattimento delle ore di lavoro manuale), trasporto e stoccaggio.

L'attività di recupero è svolta in collaborazione con un'azienda terza affittuaria dei macchinari che effettuano il riciclo dei rifiuti provenienti dai Punti Vendita di DML.

6.6. Quantitativi di rifiuti recuperati negli anni 2020, 2021 e 2022

Il 2022 è l'anno in cui sono state registrate le minori quantità complessive di rifiuti prodotti (si vede a riguardo la sezione della tabella indicata come "*carico*") sia per quanto concerne gli imballaggi di carta e cartone, sia per quanto concerne gli imballaggi di plastica, per un totale di 72.180 tonnellate caricate.

Al secondo posto si colloca l'anno 2020 con 91.250,00 tonnellate complessive di rifiuti prodotti, mentre il 2021 è l'anno in cui è stato raggiunto il quantitativo più elevato a livello di produzione dei rifiuti, pari a 105.791,00 tonnellate di rifiuti prodotti.

Con l'intento di mettere a confronto i dati riguardanti le quantità prodotte dei rifiuti riferiti ad imballaggi di carta e cartone (Codice CER 150101) ed imballaggi di plastica (Codice CER 150102), si riportano di seguito le tabelle riferite ai tre differenti periodi temporali del 2020, 2021 e 2022.

Tabella per il periodo temporale dal 1 gennaio 2020 al 31 dicembre 2020

C.E.R.		Quantità			
		Carico	Scarico	Saldo	Peso destino
150101	imballaggi di carta e cartone	49.545,00	0,00	49.545,00	0,00
150102	imballaggi di plastica	41.705,00	0,00	41.705,00	0,00
	TOTALI GENERALI	91.250,00	0,00	91.250,00	0,00

Tabella per il periodo temporale dal 1 gennaio 2021 al 31 dicembre 2021

C.E.R.		Quantità			
		Carico	Scarico	Saldo	Peso destino
150101	imballaggi di carta e cartone	63.230,00	0,00	63.230,00	0,00
150102	imballaggi di plastica	42.561,00	0,00	42.561,00	0,00
	TOTALI GENERALI	105.791,00	0,00	105.791,00	0,00

Tabella per il periodo temporale dal 1 gennaio 2022 al 31 dicembre 2022

C.E.R.		Quantità			
		Carico	Scarico	Saldo	Peso destino
150101	imballaggi di carta e cartone	33.035,00	0,00	33.035,00	0,00
150102	imballaggi di plastica	39.145,00	0,00	39.145,00	0,00
	TOTALI GENERALI	72.180,00	0,00	72.180,00	0,00

6.7. Risparmio sull'utilizzo della carta: l'introduzione della bolla digitale

Nel 2022 DML si è impegnata nella lotta contro il consumo di carta, introducendo un sistema informatico unificato (EDAI) che permette di comunicare gli ordini ai fornitori direttamente attraverso un formato elettronico, evitandone la stampa in formato cartaceo.

Sicuramente un'importante novità riguarda l'introduzione della bolla digitale che ha sostituito l'originaria bolla cartacea utilizzata per il trasferimento delle merci dalla logistica al Punto Vendita.

Prima dell'introduzione della bolla digitale, il consumo della carta registrato da DML era molto alto in quanto per ogni spedizione venivano stampati ingenti quantitativi di bolle cartacee per ciascun Punto Vendita. Attualmente, invece, il formato cartaceo è stato sostituito completamente dal formato digitale.

Operativamente, la bolla viene creata digitalmente da un gestionale e spedita in automatico al programma telematico Quaza al fine del relativo inserimento dati.

Il vettore poi firma digitalmente la bolla elettronica tramite l'utilizzo di un *tablet* o di uno *smartphone* e riporta la modalità di trasferimento su un cedolino.

Tale processo ha permesso di semplificare e velocizzare un'operazione che precedentemente richiedeva un maggiore intervento manuale, con anche ampi risparmi in termini di minor carta utilizzata.

Infatti, attualmente l'utilizzo della carta viene ridotto al minimo (si parla di un risparmio di circa 10 risme di carta al giorno), poiché è sufficiente stampare soltanto un unico foglio da apporre sul pacco oggetto di spedizione, contenente un *QR code* che rimanda alla bolla di riferimento in formato elettronico. Tale *QR code,* una volta fotografato, permette di tracciare il percorso del pacco fino all'arrivo a destinazione.

La stessa cosa viene fatta nell'ambito delle spedizioni via *web*, integrando i sistemi con modalità di tracciatura del pacco tramite la possibilità di fotografare la lettera di vettura, che un tempo veniva stampata e conservata, mentre oggi si conserva solo in formato elettronico, con l'eventuale stampa soltanto ove necessario.

Per incentivare gli operatori coinvolti nel flusso digitale a ridurre la necessità di stampare i documenti generati dal programma, si sono anche dotate le postazioni *big monitor* che consentono di monitorare al meglio il processo informatico.

Infine, è in corso di realizzazione un progetto per introdurre etichette elettroniche sul punto vendita, al fine di azzerare completamente il consumo della carta.

Tale progetto richiederà circa euro 650,000 di investimenti.

7. COMUNITÀ E TERRITORIO

DML dialoga abitualmente con le istituzioni, gli enti di formazione e le organizzazioni attive sul territorio, al fine di accoglierne le richieste, intercettarne le aspettative, andare incontro alle necessità delle diverse realtà locali in cui opera.

La sua attenzione e cura per la formazione porta DML a prediligere collaborazioni volte a sostenere progetti indirizzati alla cultura e alla sensibilizzazione verso la sostenibilità ambientale e a tal fine promuove costantemente un dialogo attivo con istituzioni, università e scuole di formazione.

DML crede che la collettività giochi un ruolo fondamentale nel costruire, a partire dal presente, solide basi per un futuro migliore a vantaggio delle generazioni che verranno e, dunque, si impegna sistematicamente con piccoli gesti e grandi iniziative a rendere sostenibile il proprio sviluppo.

7.1. Progetto *Green*: colonnine ricaricabili

In conformità al *Goal* n. 11 dell'Agenda 2000 ("*Città e Comunità sostenibili*") , il quale ha l'obiettivo di rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, duraturi e sostenibili, DML si sta attualmente attivando al fine di rendere operativo un progetto a beneficio della comunità, il quale prevede la realizzazione di una stazione di ricarica per automobili e biciclette elettriche totalmente *green*.

In pratica, la stazione di ricarica prevede l'installazione di colonnine elettriche ricaricabili tramite energia rinnovabile prodotta da impianti fotovoltaici collocati sulla superficie di due grandi *containers*, i quali fungerebbero da pensiline di appoggio con pannelli in PVC espanso, *forex* o simili.

Al fine di trasmettere al lettore un'idea più concreta del progetto, se ne riportano alcuni disegni.

Grafico n. 1

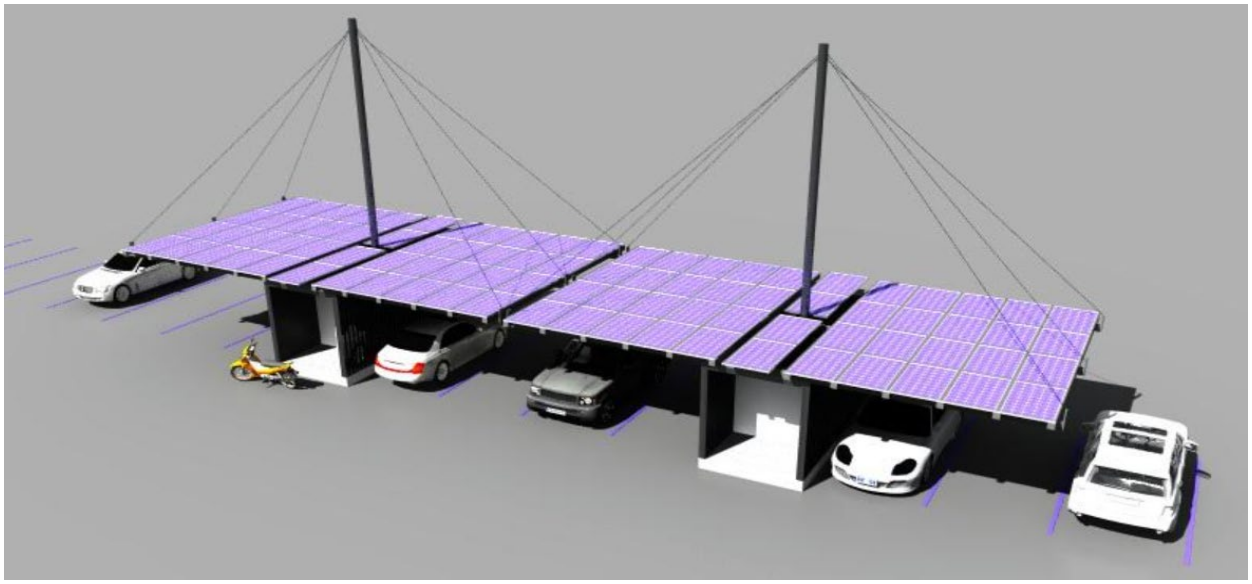
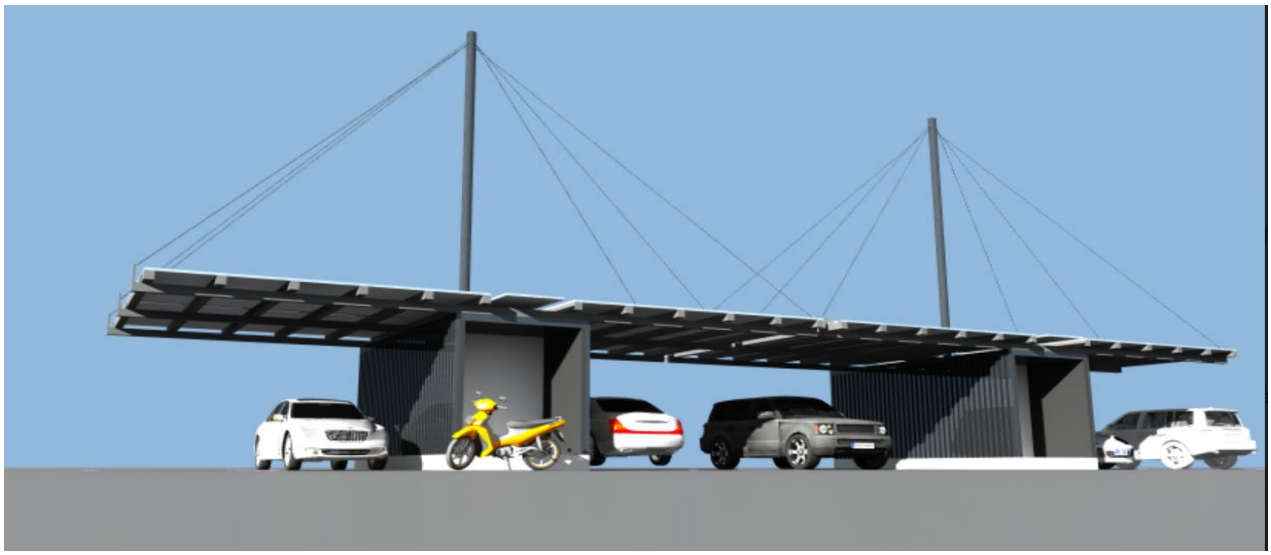


Grafico n. 2



Come si evince dai *lay out*, l'intento è quello di realizzare un punto di sosta per automobilisti e ciclisti al fine di consentire la ricarica dei relativi mezzi trasporto alimentati con energia elettrica.

Per di più, una parte del progetto prevederebbe la creazione di una sala d'attesa all'interno di uno dei due *containers* che funga da luogo di accoglienza durante la sosta prevista per il rifornimento del mezzo di trasporto elettrico.

All'interno dell'altro *container* invece l'obiettivo virtuoso consisterebbe nel realizzare un'"isola ecologica", ossia un centro di recupero dei rifiuti ivi depositati dai cittadini.

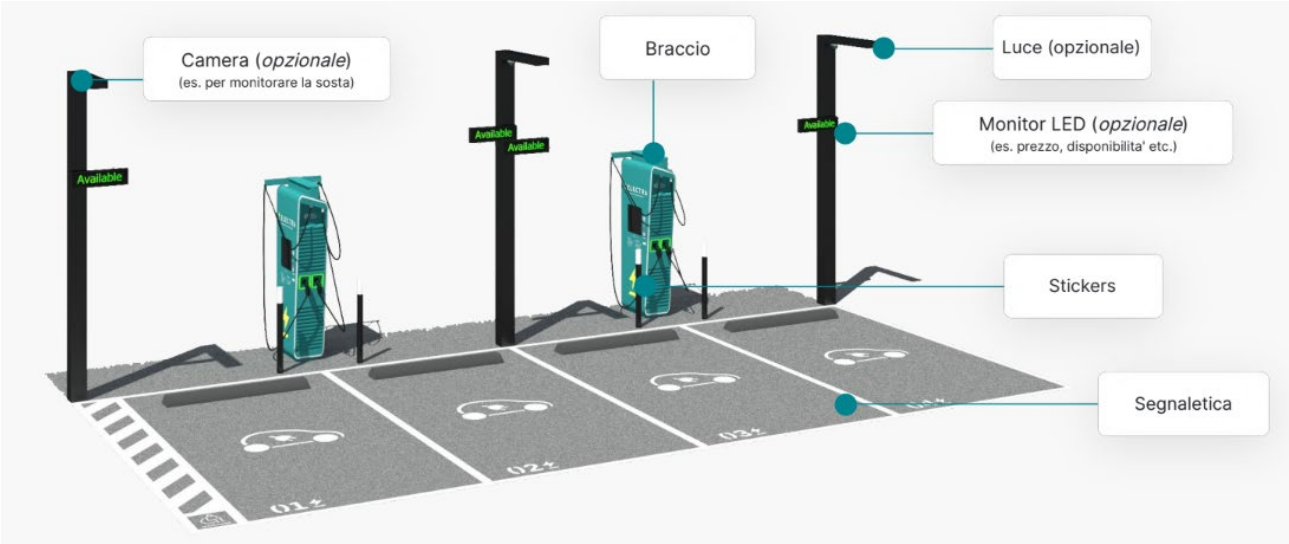
L'intento di DML è dunque quello di realizzare un progetto posto a vantaggio esclusivo della comunità e di indubbia utilità sociale, soprattutto considerando che, attualmente, il 68% circa degli utenti italiani non è soddisfatto dall'esperienza di ricarica.

Difatti, i dati attestano che il 25,3% circa delle sessioni di ricarica fallisce, i prezzi risultano poco trasparenti con metodi di pagamento inadeguati ed il numero di colonnine presenti sul territorio italiano risulta, purtroppo, ancora insufficiente, provocando di conseguenza lunghe file di attesa nei pressi dei pochi centri di ricarica.

In considerazione di tali inefficienze e sempre nel solco della sua vocazione *eco green*, DML sta elaborando il progetto in collaborazione con l'azienda Electra, un "*pure player*" internazionale specializzato nella ricarica veloce ed ultra veloce per i veicoli elettrici che opera in tutte le principali città europee.

Le soluzioni prospettate da Electra prevedono stazioni di ricarica esteticamente apprezzabili ed efficienti, volte a garantire la migliore esperienza per il cliente grazie ad un servizio operativo 24 ore su 24 e 7 giorni su 7, con almeno un parcheggio disabili per ciascun sito di ricarica, la possibilità di aggiungere opzioni come tettoie per sole o pioggia e, dunque, assicurando stazioni sia all'aperto che al coperto. Inoltre, Elettra propone stazioni modulari con aggiunta di punti di ricarica extra, una gestione degli accessi automatizzata e sicura, la possibilità di utilizzare tutti i metodi di pagamento (app, carta di credito, badge) ed infine una ricarica rapida da 150 a 300 kW, compatibile con il 100% dei veicoli elettrici.

Tutto ciò nel pieno rispetto dell'ambiente, grazie all'utilizzo di energia rinnovabile.



7.2. Scuole e Università. I progetti formativi

Il sostegno alla formazione rappresenta per DML un valore aggiunto per il proprio *business* e per la realizzazione della propria *mission* come azienda socialmente sostenibile.

In questo senso, DML instaura rapporti di collaborazione con le scuole superiori (in particolare istituti tecnici) al fine di consentire agli studenti di affacciarsi al mondo del lavoro.

In particolare, le scuole si rivolgono all'azienda con l'intento di promuovere tirocini gratuiti nell'ambito dell'alternanza scuola-lavoro. DML partecipa attivamente a tale iniziativa, ospitando ogni anno alcuni studenti per *stage* formativi: nel 2022, sono stati 5 i ragazzi accolti da DML per il progetto di alternanza scuola-lavoro.

Inoltre, DML collabora con alcune Università del territorio bolognese per offrire agli studenti universitari tirocini curriculari ed extracurriculari.

Complessivamente, i tirocini curriculari ed extracurriculari attivati da DML nel 2022 ammontano a 99.

Gli studenti ed i giovani laureati hanno poi la possibilità di consultare in tempo reale le opzioni formative sulle diverse piattaforme preposte, quali *Linkedin* ed *Indeed*, che DML si preoccupa di aggiornare costantemente.

Inoltre, DML si serve del supporto qualificato di un'Agenzia per il Lavoro oltre che per la ricerca del personale ai fini di un'eventuale assunzione anche per l'attivazione dei tirocini sopra descritti.

Le diverse opportunità formative offerte da DML si sono tradotte in una costante e proficua occasione di crescita anche per i più giovani e, al contempo, consentono all'azienda di coltivare nuovi talenti e crescere professionalmente, grazie all'apporto di preziose risorse per il *business* aziendale.