



Excelling under pressure

RELAZIONE DI IMPATTO 2022



Excelling under pressure

**WONDER SVILUPPA E
PRODUCE TECNOLOGIE
PER IL SETTORE
AUTOMOTIVE,
PER MIGLIORARE LA
SICUREZZA SU STRADA
E RIDURRE L'IMPATTO
SULL'AMBIENTE.**

RELAZIONE DI IMPATTO 2022



Excelling under pressure





INDICE DEI CONTENUTI

1. INTRODUZIONE	7
Relazione di impatto 2022	9
Messaggio del Presidente	11
Invito alla lettura	13
2. ESSERE WONDER	14
Excelling under pressure	16
La nostra carta di identità	18
I valori	21
La storia	22
3. LA NOSTRA STRATEGIA PER LA SOSTENIBILITÀ	25
Sostenibilità: una parola che ci sta a cuore	26
Il motore di un'economia virtuosa	27
Essere una società benefit	29
Wonder società benefit	31
3 finalità per un beneficio comune	32
Il nostro contributo	34
Impatto complessivo	35
4. AZIONI E OBIETTIVI	41
Finalità 1: ambiente	42
Finalità 2: persone	48
Finalità 3: comunità	62
5. NOTA METODOLOGICA	70



1.INTRODUZIONE



Excelling under pressure





RELAZIONE DI IMPATTO 2022

Questo documento presenta le **attività svolte nel 2022** suddivise nei nostri tre obiettivi cardine, offrendo una **misurazione dell'impatto** in termini di sostenibilità di ogni singola azione.

1. **MINIMIZZAZIONE DELL'IMPATTO AMBIENTALE**
2. **BENESSERE DI DIPENDENTI E COLLABORATORI**
3. **DIFFUSIONE DELLA CULTURA E SOSTEGNO ALLO SVILUPPO DELLA COMUNITÀ**

Come società benefit, il nostro compito è impegnarci per offrire un **beneficio comune a persone, ecosistema e comunità**, in modo trasparente e coerente con i nostri valori e la nostra visione di impresa.



MESSAGGIO DEL PRESIDENTE

Nel 2022 Wonder ha compiuto **75 anni**. Ci siamo domandati come celebrare un anniversario così importante, cercando di dare il giusto peso all'evento e di trovare il contenuto adeguato.

Da qui è nata l'idea di trasformarci in **società benefit**, segnando una tappa fondamentale del percorso iniziato con il fondatore, l'ingegner **Gianfranco Carutti**, che ha sempre posto il bene dei lavoratori e della comunità al centro della sua visione d'azienda.

Sì, perché da sempre in Wonder crediamo che non si possa fare impresa senza includere **la salute, la sicurezza e il benessere** delle persone che lavorano con noi negli obiettivi di breve e lungo periodo.

Non si può creare valore se questo non è tale per l'ambiente in cui si opera e si vive; non si può crescere se la comunità non lo fa con noi.

Abbiamo deciso di impegnarci a farlo in modo strutturato e continuativo, includendo tra gli obiettivi propri dell'azienda nel nostro statuto – al pari del perseguimento dell'utile – le finalità di beneficio comune che più ci rappresentano.

La minimizzazione dell'impatto ambientale dei prodotti e dei processi produttivi, il benessere dei nostri dipendenti e collaboratori e il sostegno allo sviluppo della comunità saranno gli obiettivi legati indissolubilmente alla nostra **strategia d'impresa**.

Le nostre azioni in tal senso saranno pianificate e seguite con cura, il loro impatto sarà misurato e ne sarà dato conto in modo **responsabile e trasparente**.

Oggi si parla tanto di sostenibilità. Spesso più di quanto davvero si metta in pratica. Ecco, noi vogliamo fare le cose per bene. La sostenibilità non sarà per Wonder il vestito della stagione, ma **la spina dorsale della strategia aziendale** per gli anni che verranno, così come lo è stata dall'anno della sua fondazione. Settantacinque anni fa.

Buon compleanno Wonder, *Società Benefit*.

Carlo Gosi

Presidente Wonder Spa



W

W

NSATISFIED

PORTY & RICH
WELLNESS
Exercise. Eat Well.
Sleep More

W WONDER
Name: [unclear]
Title: [unclear]
[unclear]
[unclear]
[unclear]



INVITO ALLA LETTURA

Cara lettrice, caro lettore,

se hai ricevuto o scaricato questo documento significa che anche tu fai parte del nostro gruppo di **'portatori di interesse'**, un gruppo che da quest'anno è ancora più numeroso.

Con il recente cambio di statuto abbiamo allargato ufficialmente la platea dei beneficiari della generazione di valore, includendo **dipendenti, collaboratori e ambiente**, inteso sia come ecosistema sia come comunità.

Si tratta di un impegno che è da sempre al centro della nostra visione aziendale, ma in occasione del settantacinquesimo anniversario della fondazione abbiamo deciso di metterlo nero su bianco diventando **società benefit**.

Essere una società benefit significa puntare a raggiungere un **beneficio comune**, considerando la crescita non unicamente come un incremento del profitto, ma come un aumento del benessere di tutti coloro che sono coinvolti.

Per farlo bisogna adottare un metodo e applicarlo con disciplina e trasparenza sempre, anche nelle questioni che sembrano meno importanti, perché tutto ha un peso e di conseguenza **nulla deve essere trascurato**.

In questo documento sono elencate tutte **le azioni che abbiamo intrapreso nel 2022**, ognuna delle quali è stata misurata per valutarne l'impatto sui beneficiari e a livello di sostenibilità.

È stata un'occasione utile per imparare qualcosa in più su noi stessi e per **maturare maggiore consapevolezza** sul nostro modo di agire e di interagire, all'interno e con l'esterno.

Siamo orgogliosi di condividere con te i risultati del nostro lavoro in questa prima **Relazione di Impatto**: lo faremo ogni anno, mostrandoti cosa ha avuto successo e anche cosa invece non ha funzionato, perché è proprio grazie agli errori che **insieme possiamo migliorare**.

Il viaggio è appena cominciato. **Buona lettura**.

W WONDER



2. ESSERE WONDER



EXCELLING UNDER PRESSURE





Quando **Gianfranco Carutti fondò Wonder nel 1947** il mondo era molto diverso da come lo conosciamo. Nonostante un mercato in forte espansione, l'automobile era ancora un mezzo riservato a pochi, come poche erano le aziende a operare nel settore.

75 anni dopo ci troviamo in un **mercato globale e sovraffollato**, popolato da decine di migliaia di imprese e una quantità incalcolabile di prodotti simili tra loro: un contesto in cui è facile perdersi, diventando irriconoscibili e subendo la concorrenza di **aziende disposte a giocare al ribasso su prezzi e qualità**.

Essere stati tra i primi a intraprendere questa strada ci ha senza dubbio avvantaggiato, ma se ci fossimo accontentati di questo oggi non saremmo qui. Se siamo **leader in Europa per le valvole di primo equipaggiamento** è grazie a un progetto e alla capacità di rimanere focalizzati sull'obiettivo nel lungo periodo.

Il nostro obiettivo era diventare il punto di riferimento europeo del settore e per raggiungerlo ci sono voluti investimenti, impegno e oltre **un miliardo tra valvole e misuratori di pressione** prodotti e venduti in tutto il mondo.

Come ci siamo arrivati? Continuando a evolvere ma **senza mai cambiare i nostri valori** e il fine ultimo per cui esistiamo: la sicurezza delle persone attraverso una **mobilità sempre più efficiente e sostenibile**.

Per chi vuole crescere, **ogni giorno è una sfida** e ogni difficoltà un'opportunità per essere migliori. Un passo alla volta, **sempre un passo avanti**.

Excelling, under pressure.



LA NOSTRA CARTA DI IDENTITÀ

Siamo un'**azienda italiana** che si fonda su **risorse italiane** e sulla propria **capacità di innovare**. In **75 anni** siamo cresciuti molto, ampliando e rimodernando continuamente il nostro stabilimento **senza mai cambiare casa**.

AZIENDA

- Sede e stabilimento: Cremona
- Capitale sociale: 1.500.000 €
- Fatturato 2022: 33 milioni di €
- Dipendenti: 140
- Percentuale donne in azienda: 55%
- Età media: 43 anni
- Permanenza media: 14,25 anni

PRODUZIONE

- Superficie produttiva:
38 mila m² di cui 14 mila coperti
- Tonnellate di materia prima processata all'anno: 1.300
- Consumo energetico annuo: 3.600.000 kW
- Prodotti: valvole per pneumatici (65%), valvole per aria condizionata e sospensioni (15%), misuratori di pressione (15%), accessori (5%)

MERCATI

- Paesi serviti: 80
- Quote: 70% Unione Europea, 20% paesi extra UE, 10% Italia
- Settori: 70% Original Equipment, 30% After Market

RISORSE

- 24 brevetti

VALVOLE PER PNEUMATICI

- Produzione annua: 80 milioni di prodotti finiti
- Veicoli equipaggiati ogni anno: 20 milioni
- Articoli disponibili: oltre 1.000

VALVOLE PER ARIA CONDIZIONATA

- Produzione annua: 4 milioni
- Veicoli equipaggiati ogni anno: 2 milioni

MISURATORI DI PRESSIONE

- Officine rifornite: oltre 100.000
- Articoli disponibili: 150

RUOLI INTERNAZIONALI

- Fondatore e membro permanente (attualmente come chairman) di ETRTO (European Tyre and Rim Technical Organization) settore valvole.
- Rappresentante per l'Italia al CEN (European Committee for Standardization) / TC301 / WG8 e WG9 per la creazione e revisione di standard per manometri e interoperabilità manometri/Tpms.
- Rappresentante per l'Italia all'ISO (International Organization for Standardization) / TC031 / SC9 per la creazione di norme internazionali sulle valvole per pneumatici.
- Coordinamento GL1 (Valvole per pneumatici con o senza camera) e GL4 (Monitoraggio pressione pneumatici) di CUNA/Pneus (Commissione Tecnica di Unificazione dell'Autoveicolo).

RICONOSCIMENTI

- 2012-2016: GM Supplier Quality Excellence Award
- 2019-2022: Azienda Champion di ItalyPost

GOVERNANCE

- Carutti Finanziaria Srl: 99,90%
- Elisabetta Carutti: 0,05%
- Maria Giovanna Carutti: 0,05%

CERTIFICAZIONI

- IATF 16949:2016
- ISO 9001:2015
- UNI EN ISO 14001:2015

Nota: Wonder non detiene partecipazioni in altre società. Il sistema di governance si basa su un modello di amministrazione e controllo di tipo tradizionale, adeguato ai sensi del Decreto Legislativo n. 14 del 2019 (Codice della crisi d'impresa e dell'insolvenza) alla natura dell'attività societaria, anche in funzione della rilevazione tempestiva della crisi d'impresa e dell'assunzione di iniziative idonee.

COMPOSIZIONE DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE AL 31/12/22

- Carlo Lodovico Gosi (Presidente del Cda)
- Maria Giovanna Carutti (Vicepresidente del Cda)
- Matteo Gosi (Consigliere e Direttore Generale)

COMPOSIZIONE DEL COLLEGIO SINDACALE AL 31/12/22

- Claudio Carboni (Presidente del Collegio)
- Daniele Battaglia (Sindaco effettivo)
- Michele d'Apolito (Sindaco effettivo)

I VALORI

SE NON CREDESSIMO A NULLA SAREMMO SOLO UNA FABBRICA

Quello che ci distingue non è solo la tecnologia, non è solo l'efficienza produttiva, non è solo la competenza del nostro personale. Per noi **un'industria è molto più di una macchina** in grado di produrre oggetti: è una **fonte di valore per la sua comunità**.

LA SICUREZZA SI FA STRADA

In Wonder non produciamo semplicemente valvole e misuratori di pressione. **Produciamo sicurezza su strada** e lo facciamo da 75 anni, impegnandoci per incrementare costantemente l'efficienza e l'affidabilità dei dispositivi, per permettere alle persone e alle merci di **spostarsi in modo più sicuro e sostenibile**.

FARE VUOL DIRE INNOVARE

24 brevetti nazionali e internazionali depositati negli ultimi quindici anni sono la prova che per noi ogni attività è finalizzata a creare innovazione e a migliorare continuamente ogni singolo dettaglio, per crescere come azienda e **far crescere l'intero settore**.

FARE DI PIÙ, CON MENO

Come tutte le imprese, puntiamo a crescere, ma siamo disposti a farlo solo a una condizione: **ridurre allo stesso tempo il nostro impatto sull'ecosistema e sul territorio**, focalizzando tutti i nostri sforzi e le nostre azioni per il raggiungimento di quello che per noi è un obiettivo imprescindibile.

IMPEGNARSI A LUNGO TERMINE

Siamo cresciuti assumendo personale a tempo indeterminato e oggi **i contratti interinali rappresentano meno del 2%**, con una permanenza media che supera i 14 anni. Questo perché il nostro obiettivo non è offrire semplicemente un impiego, ma una stabilità e un'**opportunità di crescita, professionale e personale**.



LA STORIA

LE TAPPE DEL NOSTRO PERCORSO

Sono tanti gli avvenimenti e i cambiamenti che da piccola fabbrica di provincia ci hanno permesso di diventare **un'azienda**

riconosciuta e apprezzata in tutto il mondo, partner e referente fidato dei grandi gruppi internazionali del settore automotive.

1947 Gianfranco Carutti fonda una piccola fabbrica per la produzione di valvole alla periferia di Cremona.

ANNI '50 Dopo Pirelli, arrivano altri clienti importanti, come Ceat, Michelin, Goodyear e Firestone.

ANNI '60 Inizia la collaborazione con Michelin per la produzione di manometri e pistolette di gonfiaggio.

1964 Wonder è tra i fondatori di ETRTO, organismo europeo che si occupa degli standard per l'accoppiamento di cerchi, pneumatici e valvole.

ANNI '70 Si afferma la tecnologia tubeless e Wonder diventa uno dei player di riferimento producendo valvole snap-in.

ANNI '80 L'automobile è ormai un prodotto di massa e la sicurezza su strada uno dei temi più caldi. Wonder investe in tecnologie, ricerca e materiali innovativi.

1983 Nasce EURODAINU, la pistoletta di gonfiaggio numero 1 al mondo, prodotta su licenza di Michelin.

ANNI '90 Si avvia la produzione di valvole per aria condizionata auto e arrivano le prime certificazioni ISO 9002:1994 e QS 9000:1998.

2008 Wonder diventa leader europeo nella fornitura di valvole per il mercato OE.

2012 Sviluppo della piattaforma per le valvole per sospensioni pneumatiche.

2021 Apre il Ristorante Wonder e nascono INFLATOR DIGITAL (la pistola di gonfiaggio digitale ad alte prestazioni) e INFLATOR PRO (la pistola a 11 bar evoluzione di EURODAINU).

ANNI '2000 Vengono depositati i primi brevetti di nuovi prodotti e iniziano gli studi sulle valvole per TPMS.

2009 Inizia la produzione di valvole TPMS.

2020 Ampliamento della superficie coperta con ultimazione del nuovo edificio in classe A destinato agli assemblaggi in ottica di industria 4.0.

2022 Wonder diventa società benefit.



((W))

L'ACQUA

3. LA NOSTRA STRATEGIA PER LA SOSTENIBILITÀ

SOSTENIBILITÀ: UNA PAROLA CHE CI STA A CUORE

“Soddisfare i bisogni della generazione presente senza compromettere quelli della generazione futura”. È questa la definizione di ‘sviluppo sostenibile’, obiettivo globale dell’**Agenda 2030 delle Nazioni Unite**.

Il concetto di **sostenibilità** è stato introdotto più di cinquant’anni fa, in occasione della prima conferenza ONU sull’ambiente, e da allora si è evoluto molto, allargandosi fino a includere anche la **dimensione economica e quella sociale**.

In pratica, **un sistema è sostenibile solo se in grado di garantire benessere** – a livello ambientale, economico e sociale – e di farlo in modo costante per assicurare alle generazioni future una qualità della vita che non sia inferiore a quella attuale.

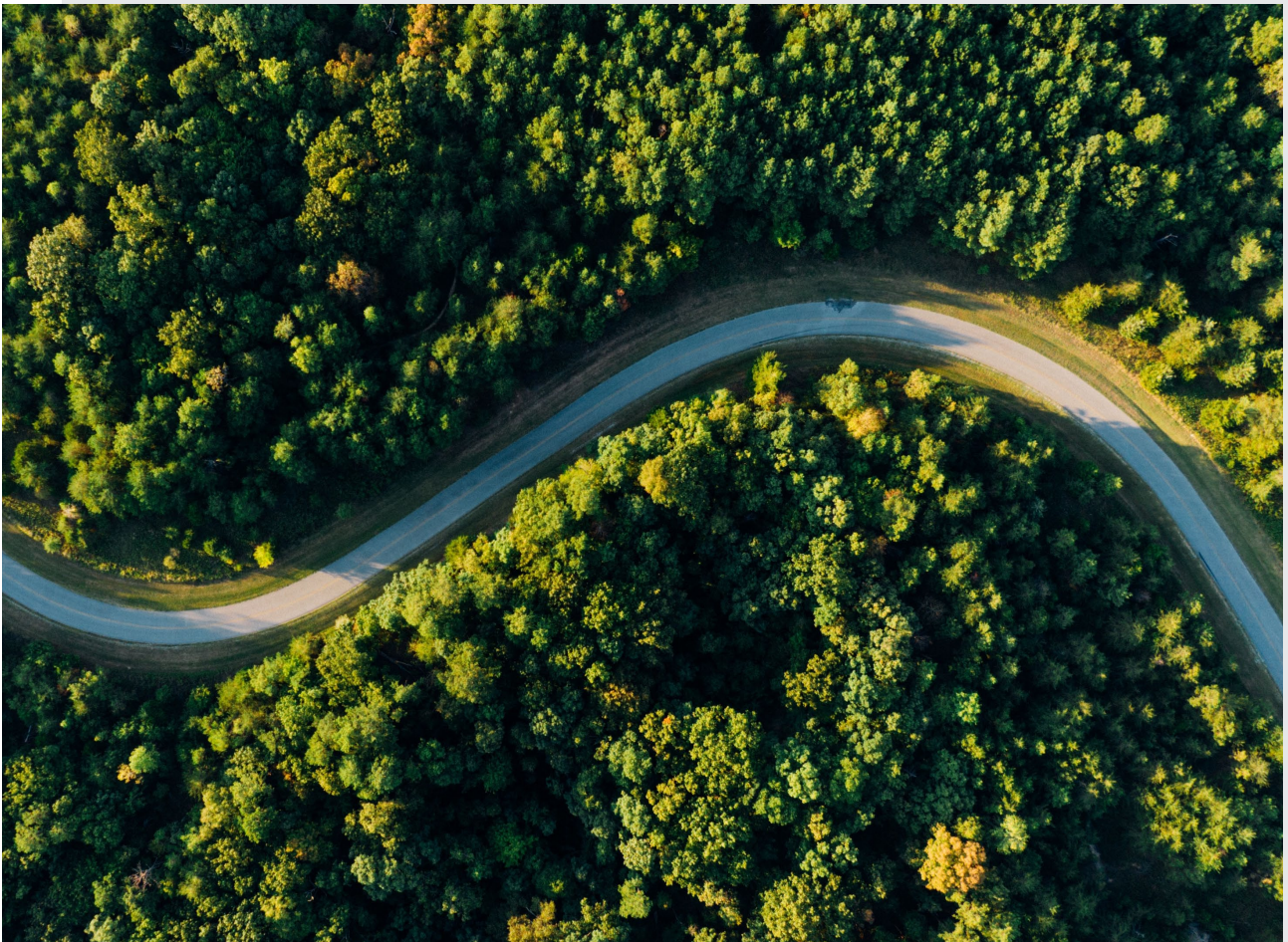
Per essere sostenibili non basta quindi ‘fare qualcosa di sostenibile’ o ottenere una certificazione, iniziative che vanno nella direzione corretta ma che risultano insufficienti se rimangono isolate.

La sostenibilità è un **impegno a lungo termine**, che deriva dalla volontà e dalla capacità di mettere a sistema le azioni da compiere, programmando gli obiettivi e misurando i risultati.

Essere sostenibili significa **essere sensibili a quello che ci sta intorno**, alle necessità degli altri, a come e quanto impattano le proprie attività sull’ambiente e sulla comunità.

La domanda che dobbiamo continuare a porci è: **siamo riusciti anche oggi a fare qualcosa per il bene comune?** Se la risposta è sì siamo sulla strada giusta.





IL MOTORE DI UN'ECONOMIA VIRTUOSA

Per noi essere sostenibili non è una novità, ma qualcosa che **permea il nostro modus operandi** da sempre in ogni fase della nostra attività, in azienda e fuori, in un **percorso che ha come traguardo il beneficio comune**.

MATERIE PRIME

Selezioniamo solo **materie prime di qualità e di origine sicura** – dall'ottone all'alluminio fino alla gomma naturale – e fornitori certificati che condividono il nostro impegno in ottica di ambiente, persone e qualità.

PRODUZIONE

Tutti i nostri prodotti sono progettati e realizzati nello **stabilimento di Cremona** secondo i nostri standard, garantendo sicurezza, condizioni di lavoro adeguate e minimizzando l'impatto sull'ambiente anche grazie al recupero degli scarti di produzione.

CONFEZIONAMENTO

Il packaging è essenziale per far sì che i prodotti arrivino a destinazione nelle condizioni ottimali, ma è nostra responsabilità **ridurre al minimo l'utilizzo di imballi monouso** a favore di soluzioni riutilizzabili, oltre che informare sulle modalità di raccolta e di riciclo dei diversi materiali.

BENEFICIO SOCIALE

I nostri prodotti nascono per soddisfare una precisa necessità: **rendere più sicuro e meno impattante** il modo in cui le persone e le merci si muovono su gomma, contribuendo anche al benessere di guida.



ESSERE UNA SOCIETÀ BENEFIT

Nate negli Stati Uniti nel 2010 con il nome di **B Corp (Benefit Corporation)** e disciplinate in Italia con la Legge di Stabilità 2016 (n. 208/2015), le società benefit hanno come scopo il **bilanciamento tra interessi economici, interessi sociali e tutela dell'ambiente**.

Non una nuova forma giuridica d'impresa, ma una **trasformazione dell'oggetto sociale** che mira a inserire tra gli obiettivi aziendali, oltre alla generazione di utili, anche una o più finalità di beneficio comune.

Con **'beneficio comune'** ci si riferisce agli effetti positivi (o alla mitigazione di quelli negativi) nei confronti di **persone, comunità, territorio, ambiente naturale, beni e attività culturali o sociali, enti, associazioni** e altri portatori di interesse.

Una società benefit dichiara di perseguire queste finalità agendo in modo **responsabile, soste-**

nibile e trasparente. Beneficiari non sono più solo gli azionisti (shareholder), ma anche l'ambiente e tutti gli individui e le organizzazioni che in qualche modo entrano in relazione con l'attività dell'azienda.

Dovere di una società benefit è misurare l'impatto di ogni azione sui propri portatori di interesse (**stakeholder**) applicando lo stesso rigore metodologico che di norma si riserva all'analisi dei dati economico-finanziari.

Con la **Relazione di Impatto**, la società quantifica questi benefici e li comunica annualmente al suo pubblico di riferimento, dichiarando anche gli obiettivi per l'anno successivo.

A giugno 2022 erano circa duemila le società benefit in Italia, più del doppio dell'anno precedente: un fenomeno in forte crescita e destinato a diffondersi sempre più velocemente, promuovendo un **nuovo modo di fare impresa**.

FLAT VISOR
atlantis

W.M.

atlantis

WONDER SOCIETÀ BENEFIT

Abbiamo deciso di diventare società benefit per **sottoscrivere un impegno con i nostri portatori di interesse**, formalizzando e codificando quelli che da sempre sono i nostri obiettivi primari.

È stato un processo lungo e intenso, che ci ha insegnato molto e ha migliorato il nostro modo di lavorare, fornendoci **strumenti indispensabili** per affrontare con successo questa nuova fase.

Per sintetizzare meglio questo passaggio abbiamo creato anche una versione speciale del nostro logo, per comunicare il senso della scelta attraverso **la semplicità e l'immediatezza** di un'immagine.

Le finalità di Wonder non cambiano.

Cambia solo il nostro approccio, un approccio sistemico e più consapevole, volto a garantire quel beneficio comune che è scritto nero su bianco nel nostro statuto.

IL LOGO



L'azzurro di un cielo sereno, poche linee e un trattino che dicono tanto. **Due foglie e un volto sorridente**, figure che sembrano nascere spontaneamente dagli elementi grafici del logo.

Il tutto compreso tra le parentesi, simbolo di tutto ciò che ci riguarda e che **vogliamo proteggere**: l'ambiente, le persone e la nostra comunità.



3 FINALITÀ PER UN BENEFICIO COMUNE

Partendo dai nostri pilastri – **ambiente, persone e comunità** – abbiamo definito le tre finalità specifiche per il raggiungimento del beneficio comune. Nella prossima sezione saranno presentate nel dettaglio, riportando tutte le **azioni messe in campo** e offrendo per ognuna una misurazione dell'impatto.

1 MINIMIZZAZIONE DELL'IMPATTO AMBIENTALE

Integrare nel processo produttivo **pratiche virtuose e sostenibili**, seguendo i seguenti criteri: innovazione e miglioramento dei processi; risparmio energetico e maggiore efficienza; riduzione degli sprechi; uso di fonti rinnovabili e di prodotti a basso impatto ambientale.

2 BENESSERE DI DIPENDENTI E COLLABORATORI

Costruire un **clima di lavoro positivo e inclusivo** per assicurare a dipendenti e lavoratori: tutela dei diritti; sicurezza, formazione e valorizzazione delle competenze; sviluppo delle potenzialità (intese come valore reale per la collettività); creazione di spazi e iniziative per promuovere la salute e il benessere.

3 DIFFUSIONE DELLA CULTURA E SOSTEGNO ALLO SVILUPPO DELLA COMUNITÀ

Contribuire alla **crescita della comunità** mediante iniziative a sostegno dell'arte, della cultura, della salute, dello sport, favorendo l'assistenza dei soggetti più deboli e il miglioramento generale della qualità della vita.



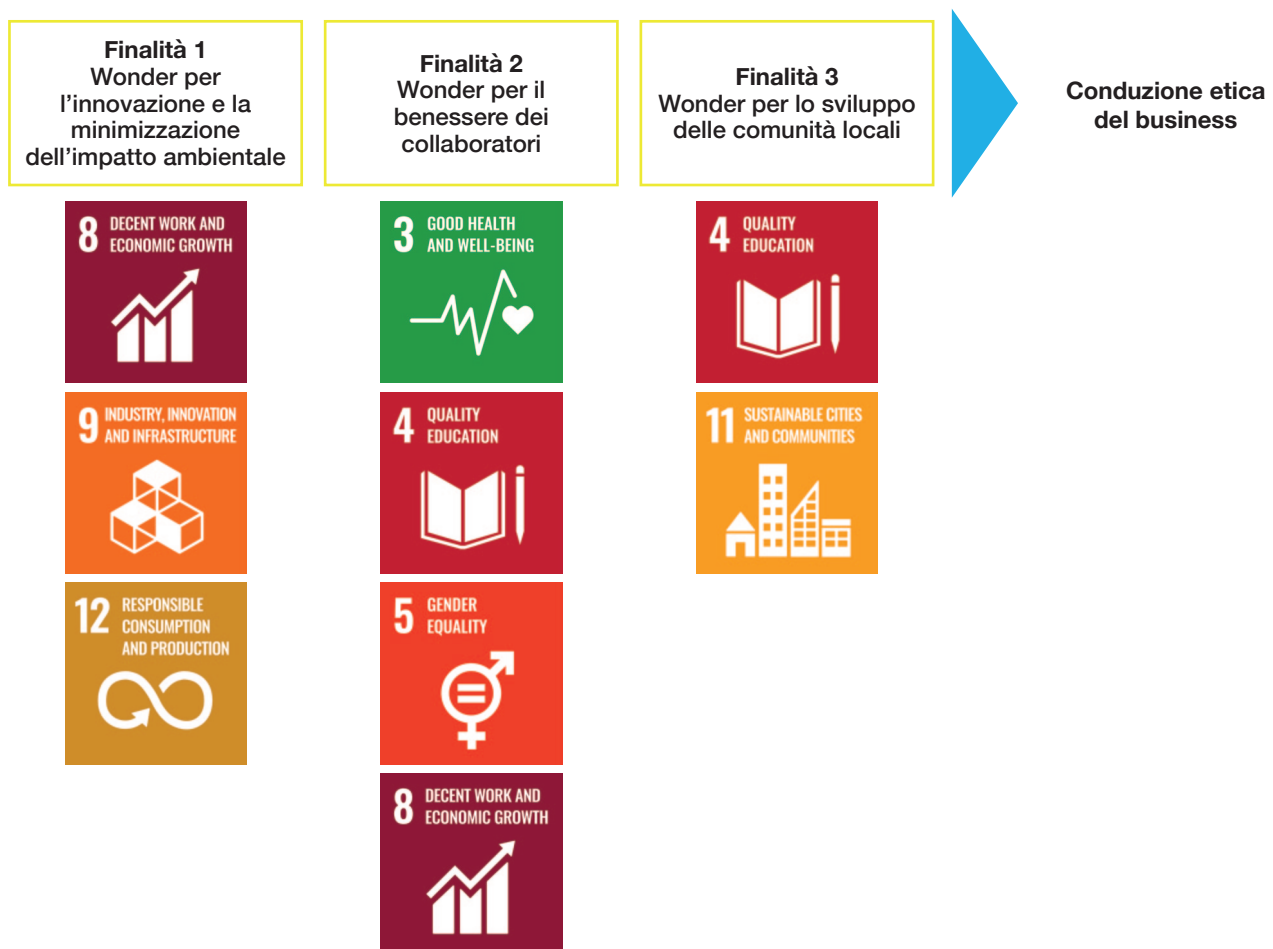
IL NOSTRO CONTRIBUTO AGLI OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE

Elaborati dal **Global Compact** delle Nazioni Unite nel 2015 e frutto della collaborazione con vari organismi a livello internazionale, gli **Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs)** costituiscono una sfida importante a livello globale.

Si tratta di **169 target specifici**, raggruppati in **17 macro-obiettivi**: all'interno del percorso di implementazione di un nuovo paradigma di business centrato sulla tripla bottom line della

sostenibilità (**Pianeta, Persone, Profitto**) li abbiamo considerati tutti con attenzione, individuando quelli più adatti a definire le nostre finalità specifiche per il beneficio comune.

Ne abbiamo scelti 7: per ognuno ci impegniamo a fornire una rappresentazione quantitativa puntuale, argomento principale della presente **Relazione di Impatto** e di tutte le prossime edizioni.



LEGENDA

Obiettivo 3: Assicurare una vita sana e promuovere il benessere per tutti a tutte le età.

Obiettivo 4: Garantire un'istruzione di qualità inclusiva e paritaria e promuovere opportunità di apprendimento permanente per tutti.

Obiettivo 5: Raggiungere la parità di genere e l'empowerment di tutte le donne e le ragazze.

Obiettivo 8: Incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva e un lavoro dignitoso per tutti.

Obiettivo 9: Costruire un'infrastruttura resiliente e promuovere l'innovazione e una

industrializzazione equa, responsabile e sostenibile.

Obiettivo 11: Rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, duraturi e sostenibili.

Obiettivo 12: Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo.

IMPATTO COMPLESSIVO

Lo standard internazionale scelto per rendicontare l'impatto è il **Benefit Impact Assessment (BIA)**. All'atto della prima compilazione, abbiamo ottenuto il punteggio complessivo di **81,6**.

Si tratta di un risultato di rilievo, fonte di grande soddisfazione per diversi motivi:

- perché ottenuto in relazione alla nostra **prima esperienza** di rendicontazione degli impatti;
- perché supera la soglia richiesta da **B Lab** per il conferimento della **B Corp Certification**;
- perché lo score generale è **superiore al valore medio** calcolato da **B Lab** per le imprese italiane che hanno compilato il **BIA**, per quelle che operano nello stesso nostro settore (non solo in Italia) e per tutte quelle comparabili a noi per dimensione (espressa in termini di numero di addetti).

GOVERNANCE



15,4 pt

LAVORATORI



27,7 pt

COMUNITÀ



20,3 pt

AMBIENTE



14,7 pt

CLIENTI



3,3 pt

81,6/200
pt

Impact Area
Score

GOVERNANCE

Nell'area Governance vengono valutate la missione generale dell'azienda e la sua attitudine ad agire in modo etico, responsabile e trasparente. Il punteggio riscontrato è di **15,4 su 20 punti** complessivi, un dato sensibilmente superiore alla media nazionale, a quella del settore e della classe dimensionale di riferimento. Premiata è stata in particolare la **scelta volontaria di vincolarsi legalmente** a perseguire finalità ulteriori rispetto alla generazione di profitto, inserendole nel nuovo statuto di **società benefit**.

COMUNITÀ

In quest'area vengono valutati l'impegno per la comunità di riferimento e l'impatto generato dall'azienda nei suoi confronti. I temi indagati sono la tutela della diversità, la creazione di nuovi posti di lavoro e i rapporti con gli operatori economici locali. Con **20,3 punti su 40**, anche in questa sezione abbiamo ottenuto un risultato decisamente più alto di benchmark. Oltre alla **proprietà femminile della società**, sono stati valutati in modo positivo la **predominanza di donne a quasi tutti i livelli**, il privilegio accordato ai **fornitori locali e nazionali** e le pratiche di **partecipazione civica** implementate.

LAVORATORI

Nell'area dedicata al benessere economico, fisico e psicologico dei lavoratori il punteggio registrato è **27,7**. A essere maggiormente tenuti in considerazione sono stati l'**adeguamento dei salari** al costo della vita, la previsione di **compartecipazione agli utili** da parte dei lavoratori, la cura riservata alla **sicurezza degli ambienti di lavoro** (sancita da politiche e procedure scritte) e la **crescita personale** (grazie anche alla possibilità di accedere a percorsi di carriera). Positivo anche il riscontro per la previsione di **meccanismi interni di feedback** da parte dei lavoratori al fine di accrescerne la partecipazione attiva alla vita aziendale.

AMBIENTE

La sezione si occupa di valutare la gestione ambientale complessiva a livello aziendale, incluse le caratteristiche delle strutture produttive, l'uso delle risorse (anche idriche) e le emissioni in atmosfera. Grazie ai **programmi di riciclo e di riutilizzo dei materiali**, al **contenimento dell'impatto sull'ambiente** delle attività di trasporto e agli interventi per **migliorare l'efficienza energetica** degli edifici abbiamo ottenuto **14,7 punti**.

CLIENTI

In quest'area si valuta il modo in cui prodotti e servizi sono progettati e confezionati per risolvere esigenze specifiche dei clienti e delle comunità di riferimento. L'**attenzione riservata ai clienti**, a livello di prestazione di garanzie di prodotto e di servizio costante di assistenza, è valsa il punteggio di **3,3 punti su 5**, risultato che spicca nei confronti diretti per settore e dimensione.

I quesiti, suddivisi nelle varie aree, sono stati circa 280, ripartiti tra richieste di informazioni quantitative e qualitative. **Le risposte fornite hanno prodotto un punteggio di 81,6 punti su 200.**

È possibile operare una suddivisione ulteriore in **Impact Business Model** e **Operations**. Completa la valutazione aziendale una redistribuzione delle domande dell'assessment non applicabili (N/A Score = 6,1).

IMPACT BUSINESS MODEL

I punti ottenuti sulla base dei vari quesiti sono riaggregati per valutare il modello specifico di business adottato, incluso il sistema valoriale che è alla base delle scelte strategiche dell'azienda. Il risultato finale è pari a **10,7 punti**.

OPERATIONS

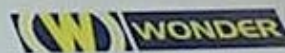
Si basa sulla valutazione delle attività quotidiane per approvvigionamento, produzione, distribuzione, gestione del personale, ecc. Il punteggio complessivo è di **64,7**.







OUR QUALITY
YOUR SAFETY



MORE THAN 75 YEARS OF EXPERIENCE
in design and production of air valves.

MORE THAN 1 BILLION
valves produced.

LEADER IN THE FIRST SUPPLY
to European car manufacturers.

Prodotto e distribuito in Italia e in Europa meridionale da Wonder, nel Sud-Est, Wonder produce oltre 100 milioni di valvole per climatizzatori auto ogni anno. Oggi la compagnia internazionale Wonder ha un mercato per ogni parte del mondo e un'esperienza di oltre 75 anni. Produzione, test, controllo, manutenzione, ingegneria, materiali, servizi ai clienti, Wonder è un'azienda internazionale specializzata nel settore dell'aria condizionata per automobili. Wonder ha 1400 dipendenti e 10 stabilimenti in Italia, Francia, Spagna, Germania, Cina, USA, Russia e India. Wonder è un'azienda leader nel settore.

OLTRE 75 ANNI DI ESPERIENZA
nella progettazione e produzione di valvole per
pneumatici.

OLTRE 1 MILIARDO
di valvole prodotte.

LEADER NELLA PRIMA FORNITURA
alle case automobilistiche europee.

Fondata nel 1947 e leader nel settore per oltre 75 anni, WONDER è la specialista europea del settore. Da allora, Wonder è leader nel settore per i pneumatici negli pneumatici.

Oggi WONDER produce più di 100 milioni di valvole all'anno con una gamma completa di oltre 1000 modelli.

La nostra linea di produzione, aggiornata con continui investimenti, utilizza le tecnologie più moderne e garantisce il massimo standard qualitativo e ambientale.

Wonder WONDER è leader europeo nella fornitura di valvole. Siamo per il primo sviluppo.

Abbiamo ottenuto le certificazioni ISO 9001:2015, ISO 14001:2015 e ISO 45001:2018 e ISO 13801:2015.

4. AZIONI E OBIETTIVI

FINALITÀ 1: MINIMIZZAZIONE DELL'IMPATTO AMBIENTALE

RILEVANZA DELLE FINALITÀ

Con riferimento alla classifica delle province italiane per qualità della vita elaborata nel 2022 da Il Sole 24 Ore, **Cremona ricopre il 95° posto per qualità dell'aria**; fatto che dal punto di vista ambientale rappresenta un problema serio anche se non recente.

Pur considerando il peso di parametri climatici non controllabili dall'uomo – come la percentuale di giornate di sole e il tasso di umidità ed eventi atmosferici avversi (rispetto ai quali Cremona è addirittura 104ª in graduatoria)

– questi non sono sufficienti a ridimensionare **l'urgenza del contributo che tutti (enti pubblici, privati cittadini e imprese) possono dare** per migliorare questa situazione.

Le analisi di **LCA (Life Cycle Assessment)** più recenti applicate alla produzione di auto – dalla catena di fornitura ai processi di smaltimento – permettono di misurare i margini di miglioramento per gli operatori del settore automotive sotto questo aspetto (fonte: Green NCAP, 2022).

COSA FACCIAMO PER MINIMIZZARE L'IMPATTO SULL'AMBIENTE

«Wonder Spa si pone come obiettivo primario la **fornitura di prodotti di elevata qualità** che sappiano non solo soddisfare, ma anche **anticipare e superare** le richieste delle più severe normative internazionali nell'ambito dei diversi settori di impiego, in una situazione di mercato sempre più esigente e globale».

«Questo è possibile solo **promuovendo la ricerca per lo sviluppo** costante di materiali, attrezzature e processi produttivi. La cura dei dettagli, l'ottimizzazione e il miglioramento del prodotto sono i principi che spingono Wonder Spa a **ricercare l'eccellenza** in ogni singola fase del processo, sia in ambito produttivo sia gestionale, nel rispetto dell'ambiente e di tutti i requisiti previsti dalla legge».

Dal documento Politica ambientale e della Qualità



LE NOSTRE RESPONSABILITÀ

Il nostro impegno per offrire **prodotti all'altezza delle aspettative** dei nostri partner e clienti e nel **rispetto dell'ambiente** è formalizzato nella *Politica ambientale e della Qualità*. Con questo documento, predisposto nel 2019, dichiariamo di assumerci come precise responsabilità:

- la **piena soddisfazione** del cliente rispetto ai prodotti e al servizio ricevuti, nell'ambito di una collaborazione reciproca;
- l'**ottimizzazione incessante dei processi produttivi** mediante la riduzione di sprechi e malfunzionamenti, in accordo con i dettami della lean production;
- la **formazione dei dipendenti** rispetto agli attributi del *Sistema di gestione Qualità e Ambiente* aziendale;

- l'**innovazione dei prodotti**, evitando impatti negativi sull'ambiente;
- l'**adeguamento della capacità produttiva**, al fine di restare competitivi;
- lo **stimolo al miglioramento** delle competenze e dell'offerta dei fornitori;
- il **rispetto delle norme** di settore;
- il **monitoraggio e la gestione dei rischi** aziendali e delle opportunità ambientali.

Ci impegniamo a perseguire la qualità **lungo tutta la catena del valore**, includendo anche il valore delle risorse e delle professionalità a cui ci affidiamo per offrire ai nostri clienti i migliori prodotti sul mercato.

LA CONCENTRAZIONE DELLE ATTIVITÀ

La produzione e le attività di logistica in entrata e in uscita sono svolte **integralmente presso la nostra sede di Cremona**; pur operando in un settore fortemente globalizzato, **più del 40% dei**

nostri acquisti sono effettuati da fornitori locali. È anche questa concentrazione che ci permette di distribuire parte del valore generato all'interno della nostra comunità di riferimento.

CICLO PRODUTTIVO E AMBIENTE

Quasi il 100% dello sfrido di ottone e alluminio derivante dal processo produttivo è **recuperato per essere riutilizzato**.

I trucioli metallici risultanti dalle lavorazioni meccaniche vengono disoleati tramite centrifugazione, poi tritati e riconsegnati alle fonderie dove vengono nuovamente fusi e trasformati in barre e filo. Si tratta della traduzione pratica di uno dei principi cardine dell'**economia circolare**, per quanto riguarda la riduzione del consumo di materie prime. Alla stessa logica risponde anche la scelta

di sostituire le box in cartone per l'invio dei prodotti ai clienti con **contenitori di plastica riutilizzabili** (in pratica, dei vuoti a rendere) che possono essere impiegati più volte nel ciclo.

Meno riferita al ciclo produttivo, ma comunque legata a un'esigenza diffusa di tutela ambientale, è la decisione di fornire a tutti i dipendenti una **borraccia in acciaio inox per l'acqua**, così da invitarli a diminuire l'acquisto di bottigliette di plastica. Nel 2021 sono state distribuite le prime **150** borracce ai collaboratori.

ENERGIE RINNOVABILI, RISPARMIO ENERGETICO, MATERIALI

Sempre in tema di sostenibilità ambientale del processo produttivo, nel 2022 abbiamo intrapreso diverse iniziative per ottimizzare il mix delle fonti di energia e il suo consumo. A novembre 2022 è entrato in funzione un **impianto fotovoltaico con potenza di 160 kW** posizionato sul tetto del nuovo edificio aziendale, che dal 2023 sarà in grado di produrre circa **180 mila kW/anno**. Anche grazie al contributo del nuovo impianto, la quota di energia consumata proveniente da fonti rinnovabili nel 2022 è stata pari al **47%**.

Nell'ottica di ridurre il consumo, è stato completato il **rinnovo dell'impianto di illuminazione**, passato da alogeno a **LED**, e sono state implementate soluzioni di **domotica avanzata** per evitare la dispersione di calore durante le stagioni fredde e di aria fresca in estate.

Nel corso del quinquennio 2018-2022 abbiamo inoltre scelto di **sostituire quattro muletti** in dotazione al personale per la movimentazione dei carichi, passando da modelli a batteria nichel-cadmio a modelli con **batterie agli ioni di litio**, scelta dettata dalla maggiore efficienza energetica di questi dispositivi, dalla durata superiore e dalla drastica riduzione delle emissioni nocive. Oltre ai mezzi, si sono poi resi necessari anche investimenti importanti per l'**adeguamento dei locali dedicati al posteggio**.

Ma sostenibilità ambientale non vuol dire solo grandi investimenti: per preservare la funzionalità dei macchinari, infatti, abbiamo scelto di utilizzare esclusivamente **olio da taglio vegetale**, eliminando quello minerale, derivato dal petrolio.

ATTIVITÀ DI VENDITA, MARKETING E COMUNICAZIONE

L'attività di vendita, esclusivamente B2B, è gestita da **venditori interni suddivisi per tipologia di cliente** (Original Equipment e Aftermarket), con l'obiettivo di garantire il presidio della relazione con il cliente. A supporto delle vendite vengono svolte anche **attività di**

formazione ad hoc. L'attività di **marketing e comunicazione**, gestita da una funzione interna dedicata e da un consulente esterno, si focalizza prevalentemente sulla gestione dei **canali social** e sulla stesura di **comunicati stampa**.

RISORSE UMANE, APPROVVIGIONAMENTO, RICERCA E SVILUPPO

Tra le attività di supporto, centrale è la gestione delle risorse umane che, come vedremo più avanti, è fortemente orientata al benessere, alla crescita delle competenze e alla **conciliazione tra esigenze lavorative e di vita personale dei collaboratori**.

Fondamentale è anche la **strategia di approvvigionamento**, che mira a conciliare qualità, costi e il rispetto di criteri definiti nel *Manuale qualità dei fornitori*.

Importante è poi l'attività interna di **ricerca e sviluppo**, in stretto accordo con le indicazioni e i bisogni dei clienti.

RICONOSCIMENTI E CERTIFICAZIONI

La serietà con cui perseguiamo gli obiettivi di qualità e innovazione è confermata da **certificazioni** rilasciate da enti terzi e da **riconoscimenti internazionali**.

Dal 2012 al 2016 siamo stati premiati da **General Motors Europa** con il **GM Supplier Quality Excellence Award**, riservato ai fornitori del settore automotive che soddisfano requisiti e parametri definiti da GM in tema di **efficienza e qualità**.

A giugno 2018 abbiamo rinnovato le certificazioni **IATF 16949:2016** (discendente dalla certificazione ISOTS 16949 ottenuta per la prima volta nel 2011) e **ISO 9001:2015** (discendente dalla omonima ISO ottenuta nel 1996 e dalla QS9000 del 1998); la prima assicura un forte orientamento alla soddisfazione del cliente; la seconda riguarda invece il *Sistema di gestione qualità aziendale*.

Nel 2022 abbiamo infine rinnovato la certificazione **ISO 14001:2015** relativa al *Sistema di gestione ambientale* (prima certificazione 14001 nel 2011).



SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOAL COLLEGATI



TABELLA DELLE AZIONI 2022

AREA	AZIONE	INDICATORE	STATO
CICLO PRODUTTIVO	Investimenti in attività di Ricerca&Sviluppo	Spesa R&S/Fatturato	Circa 2%
UTILIZZO DELL'ENERGIA	Installazione di nuovi pannelli fotovoltaici	% del consumo complessivo di energia che proviene da fonti rinnovabili	47%
	Completamento della conversione a tecnologia LED per l'illuminazione dei reparti produttivi	Risparmio di energia elettrica (misurata in kWh) rispetto al 2021 (%)	1%
	Implementazione di soluzioni di domotica avanzata per la gestione del condizionamento e dei consumi energetici del nuovo capannone	Risparmio di metano (misurato in Nmc) rispetto al 2021 (%)	20%
CICLO DI VITA DEI PRODOTTI E DEI MATERIALI DI CONSUMO	Iniziative per ridurre il consumo netto di carta e cartone – Sostituzione degli imballaggi in cartone con soluzioni riutilizzabili in plastica/Klt	N° scatole di cartone risparmiate in un anno	Circa 8.400 scatole di cartone risparmiate con i clienti
	Iniziative per ridurre il consumo netto di plastica – Consegna di una borraccia a tutti i dipendenti	N° bottigliette in plastica risparmiate in un anno	60.000 (*)

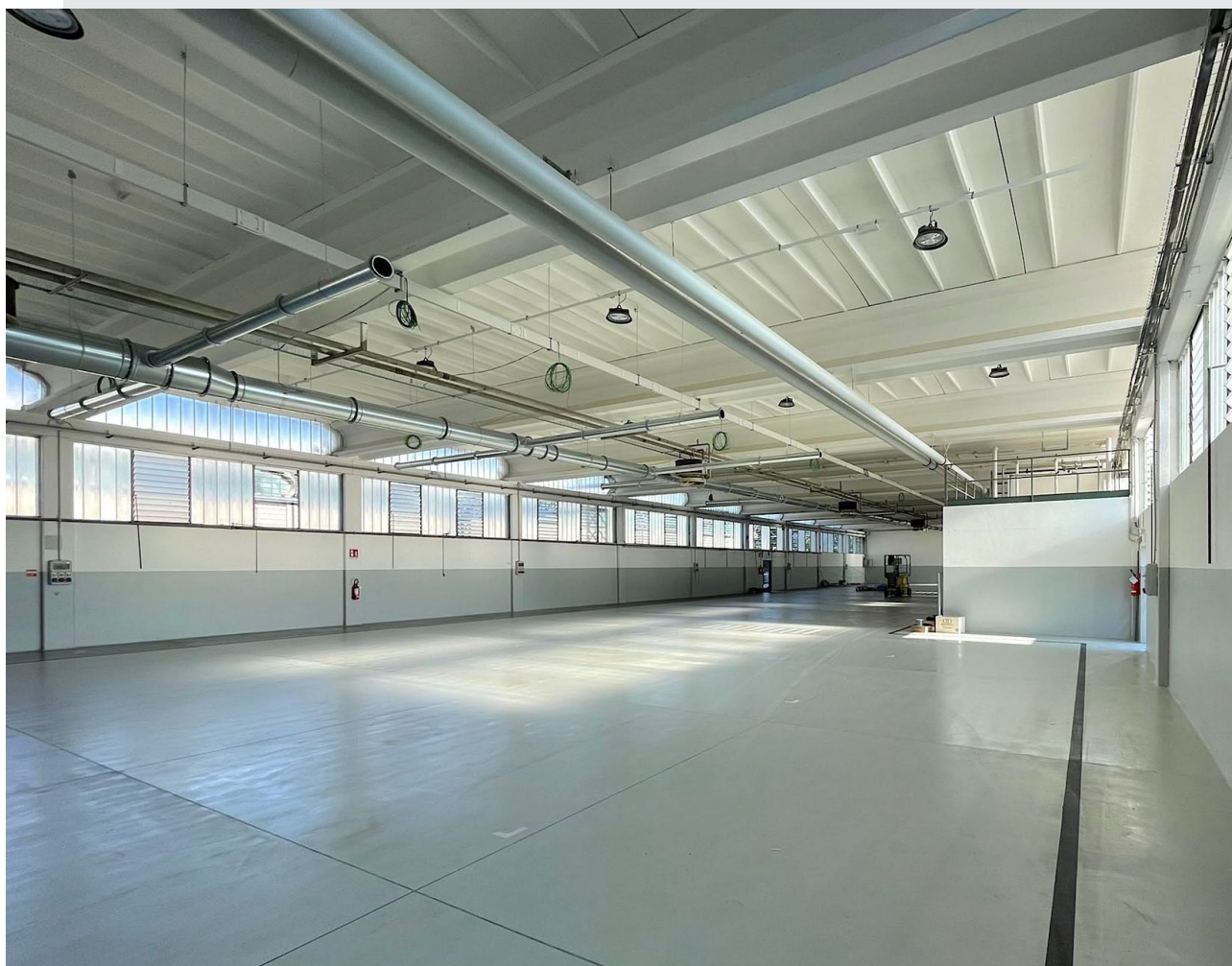
Per il futuro abbiamo pianificato una nutrita lista di interventi che riguarderanno sia le attività produttive in senso stretto sia quelle d'ufficio (come, per esempio, l'opzione di privilegiare per non meno dell'80% degli acquisti di carta per il 2023 materiali provenienti da riciclo).

L'attuazione di molti di questi interventi dipende in modo critico dalla capacità di coinvolgere i fornitori nello sforzo di efficientare il consumo netto di risorse e di ridurre l'impatto delle attività sull'ambiente.

(*) Valore stimato sotto un'ipotesi di consumo pari a due bottigliette di acqua al giorno per ciascun dipendente.

TABELLA DEGLI OBIETTIVI 2023

AZIONE		INDICATORE	TARGET 2023
CICLO PRODUTTIVO	Rafforzamento dei criteri ambientali per la selezione dei fornitori	% degli acquisti (a valore) da fornitori dotati di certificazione UNI EN ISO 14001:2015	65% dell'ordinato in valore
UTILIZZO DELL'ENERGIA	Investimento per circa 350 kW di fotovoltaico su tetti	% energia consumata proveniente da fonti rinnovabili	> 50%
MATERIALI DI CONSUMO	Progressiva digitalizzazione dei documenti commerciali e amministrativi	Riduzione del numero di pagine stampate (variazione % delle risme di carta acquistate rispetto al 2022)	20%
	Richiesta ai fornitori di certificazioni ambientali/ecologiche per la carta e i prodotti usati per le pulizie	% fornitori sottoposti a richiesta di certificazione ecologica per prodotti di cartoleria e pulizia (n° fornitori sul totale di quelli relativi a tali categorie di prodotto)	50%
ALTRI INTERVENTI	Ibridizzazione progressiva del parco automezzi	% automezzi elettrici o ibridi sul totale delle nuove autovetture	50%
	Riduzione dell'inquinamento acustico e del consumo energetico per il raffreddamento dei locali – Sistemazione della facciata sud con barriera verde	% delle postazioni soggette a maggior ombreggiatura sul totale delle postazioni	60%
	Aumento dell'efficacia della barriera idraulica, anche per ridurre il consumo energetico	Aumento della portata della barriera, misurata in metri cubi/h (variazione % rispetto al 2021)	50%



FINALITÀ 2: BENESSERE DI DIPENDENTI E COLLABORATORI

RILEVANZA DELLE FINALITÀ

Negli ultimi tempi abbiamo imparato a familiarizzare con il termine **'great resignation'**, coniato oltreoceano per descrivere l'aumento del numero dei casi di **professionisti che decidono di abbandonare il posto di lavoro** pur non avendo tra le mani altre opportunità lavorative.

Tale tendenza si è diffusa durante l'emergenza Covid-19, periodo durante il quale in molti hanno iniziato a dare maggiore importanza alla **qualità della vita e del lavoro**, al proprio desiderio di **realizzazione personale e professionale**.

Numerose sono le imprese che si sono ritrovate nella condizione di dover prendere provvedimenti nel tentativo di arginare questo trend. È anche alla luce di ciò che si comprende come la percentuale delle **imprese che considerano il welfare una leva strategica di sviluppo sostenibile** e di ritenzione delle risorse umane sia raddoppiato in soli sei anni, passando da **6,4% nel 2016 a 14,1% nel 2022** (fonte: Generali Italia, Welfare Index 2022).

COSA FACCIAMO PER IL BENESSERE DI DIPENDENTI E COLLABORATORI

«Wonder crede nelle persone e si impegna per assicurare **condizioni di lavoro ottimali e sistemi di sicurezza sempre più efficienti**, con lo scopo di trasformare gli obiettivi e le aspirazioni dei singoli in **valore reale per la collettività**».

Dalla pagina <https://www.wonder.auto/it/responsibility/risorse-umane>

UN IMPEGNO SU PIÙ FRONTI

Siamo consapevoli che per **dare attuazione alle aspirazioni e alle potenzialità dei singoli** – integrandole al contempo come opportunità nel percorso di sviluppo aziendale – sono necessarie molte attenzioni.

Sicurezza economica, crescita professionale, qualità dell'ambiente di lavoro e delle relazioni interpersonali: nel 2022 abbiamo intrapreso azioni a favore dei nostri collaboratori da ognuno di questi punti di vista, implementando le policy aziendali anche a seguito dell'adozione (a partire da maggio 2018) del *Modello organizzativo, di gestione e controllo* ai sensi del D. Lgs. 231/01.



CONTRATTI E SICUREZZA ECONOMICA

La sicurezza economica dei singoli passa anzitutto dalla scelta aziendale di **privilegiare contratti di lavoro a tempo indeterminato**, con l'obiettivo di continuare a costruire una **comunità di lavoratori Wonder**.

PREMI E BONUS

Strumenti come i **premi di risultato**, oltre ad accrescere il senso di sicurezza economica, rafforzano anche la percezione di una **responsabilità comune** rispetto ai risultati raggiunti. Tra i parametri valutati ai fini del calcolo del premio figurano, per esempio, i costi della non qualità, i reclami dei clienti, l'**Overall Equipment Effectiveness (OEE)** e la marginalità operativa aziendale.

La stabilità delle relazioni che ne consegue aumenta in modo significativo la probabilità che le persone trovino piacevole condividere il tempo con i colleghi **anche al di fuori dell'orario di lavoro**. Facciamo così da sempre ed è anche per questo che oggi **meno del 2% della forza lavoro complessiva è assunta con contratti interinali**, per lo più legati alla stagionalità.

Erogando invece benefit di tipo diverso, come i **buoni carburante**, dimostriamo la nostra gratitudine per gli sforzi dei collaboratori e il nostro desiderio di sostenerli anche in situazioni ordinarie come le piccole spese quotidiane. Nel 2022 sono **123** i collaboratori che hanno potuto beneficiare dei buoni carburante.

Secondo la stessa logica, vengono preparati dei **'box notte'** contenenti bibite e altri generi alimentari per tutti i collaboratori assegnati al turno serale.

LEGALE IN AZIENDA

A partire da settembre 2022 abbiamo deciso di mettere a disposizione dei nostri collaboratori il **supporto di un legale**, stipulando con lo stesso una convenzione ad hoc: un'iniziativa che ha trovato conferme di gradimento da parte di numerosi dipendenti, che hanno già iniziato a beneficiarne.

Si tratta di un richiamo a un'azione simile intrapresa nel 2021, ovvero la possibilità di accedere alle prestazioni di un **commercialista presente direttamente in azienda**, il tutto a tariffe calmierate.



PENSIERI E OMAGGI

Dietro le attenzioni che riserviamo ai nostri collaboratori ci sono intenzioni profonde e un **senso di responsabilità genuino**. Ecco perché omaggi come quelli che facciamo regolarmente alle nostre collaboratrici in occasione della **Festa della Donna** non sono da interpretare come manifestazioni retoriche, ma come azioni sincere e disinteressate, come regalare **fiori, cene** e perfino una sessione di **massaggi in azienda**.

RIQUALIFICAZIONE AMBIENTI DI LAVORO

Consapevoli che la qualità dell'ambiente fisico ha un'influenza diretta sui lavoratori, nel 2022 abbiamo deciso di **riqualificare la pavimentazione dei reparti** di lavorazione LM1 e LM2, del **magazzino** e dell'**area assemblaggio valvole** gommate, per una superficie totale di **4.500 metri quadri**: un restyling non solo estetico ma soprattutto funzionale. Sempre a livello di rinnovo locali, abbiamo scelto di **rendere neutri i servizi igienici**, perché è anche da questi piccoli gesti che si comunica accettazione e accoglienza nei confronti di tutti, nessuno escluso.

SMART LOCKER

Abbiamo inoltre pensato di mettere a disposizione di tutti i nostri collaboratori uno **smart locker**, così da permettere a ognuno di farsi consegnare i propri **acquisti online direttamente in azienda**.

Installato nel 2021, il dispositivo è stato sempre più utilizzato nel 2022 (con ben **204 depositi** effettuati contro i 54 del 2021) a dimostrazione di un gradimento crescente dell'iniziativa.



RISTORANTE WONDER

A dicembre 2021 è stato inaugurato il nuovo **Ristorante Wonder**. Spazioso, luminoso e simile nel layout e nel concetto a un vero ristorante, il locale è a disposizione dei dipendenti oltre che di fornitori e clienti, **anche per eventi e feste private**.

Con l'apertura del Ristorante Wonder i nostri collaboratori hanno di fatto la possibilità di consumare **pasti di qualità, preparati in giornata**, prenotando solo i piatti che desiderano – quindi contribuendo sensibilmente a **ridurre lo spreco alimentare**.







FORMAZIONE

Il ruolo della formazione è fondamentale perché ogni collaboratore possa **esprimere a pieno il suo potenziale** e noi riteniamo che debba avere come fine sia la crescita professionale sia quella personale.

Per questo, nel mix delle attività formative sono previsti temi tecnici e trasversali, ma anche temi relativi alla **crescita della persona a 360 gradi**. I corsi tecnici vengono progettati o selezionati a partire dalle mansioni di coloro che li frequenteranno e tenendo conto dei possibili percorsi di **avanzamento professionale**.

Nel 2022 sono state approfondite tematiche specifiche come le fattispecie più particolari che possono verificarsi in relazione alla **gestione delle paghe** o degli **adempimenti doganali**.

Sotto il profilo della formazione trasversale, invece, i temi affrontati sono stati (tra gli altri) l'uso dell'applicativo **PowerBI** – a supporto di una comunicazione e un'analisi efficaci delle informazioni – e la **metodologia FMEA (Failure Mode and Effect Analysis)** – per l'ottimizzazione dei processi.

In ottobre è stato organizzato un corso per approfondire motivazioni e tecniche utili a **interrompere la dipendenza dal fumo**, che ha visto la partecipazione volontaria di 10 collaboratori: a cinque mesi di distanza dalla fine del corso, ben **8 hanno dichiarato di aver smesso di fumare**.

In totale, nel 2022 le ore di formazione erogate sono state **5.728**, a beneficio dei **138 dipendenti** (contro le 3.544 del 2021).

NUMERO ORE DI FORMAZIONE PER QUALIFICA E GENERE, ANNI 2020 – 2022

Qualifica professionale	31/12/2022			31/12/2021			31/12/2020		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	8	0	8	0	0	0	0	0	0
Quadri	112	26	138	40	238	278	32	16	48
Impiegati	327	674	1.001	690	402	1.092	298	139	431
Operai	1.903	2.678	4.581	864	2.312	3.176	204	665	870
Totale	2.350	3.378	5.728	1.594	2.952	3.544	534	820	1.349

Menzione particolare meritano i **canali di comunicazione interna** attivati. Nel progettare il mix abbiamo pensato a favorire i feedback da parte di tutti sulle materie di interesse comune, garantendo naturalmente una **distribuzione omogenea e tempestiva delle informazioni**.

Oltre a ricorrere all'email per tutte le comunicazioni ufficiali, abbiamo predisposto una **piattaforma digitale interna per raccogliere in tempo reale e in forma anonima** il parere dei lavoratori sulle questioni portate alla loro attenzione.

TEAM BUILDING

Il 2022 ha visto una ripresa delle iniziative informali e di team building per rafforzare il **senso di appartenenza**. Si è festeggiato l'inizio della pausa estiva con la tradizionale **grigliata sul Lago di Garda**, l'inaugurazione dei mondiali di calcio in Qatar è stata l'occasione per organizzare il **primo torneo di calcio balilla aziendale (WonderCup)**, mentre le festività natalizie sono state celebrate con una partecipata **cena aziendale**, oltre che con una **lotteria** riservata ai dipendenti in cui sono stati **ridistribuiti gli omaggi** ricevuti dai fornitori.



COMPOSIZIONE DEL PERSONALE

Le donne rappresentano il 55,1% della forza lavoro totale. Tra i quadri, il numero di donne e di uomini si equivalgono, mentre in produzione quasi due collaboratori su tre sono donne (61,7% degli operai). Nel complesso, **l'83% dei nostri dipendenti ha meno di 50 anni.**

COMPOSIZIONE PER QUALIFICA E GENERE, ANNI 2020 – 2022

Qualifica professionale	31/12/2022			31/12/2021			31/12/2020		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	2	0	2	1	0	1	1	0	1
Quadri	3	3	6	1	3	4	1	3	4
Impiegati	21	15	36	21	13	34	22	12	34
Operai	36	58	94	37	56	92	36	53	89
Totale	62	76	138	60	72	132	60	68	128
Di cui disabili e categorie protette	3	5	8	2	5	7	2	5	7

COMPOSIZIONE PER AREA GEOGRAFICA DI PROVENIENZA E GENERE, ANNI 2020 – 2022

Regione	31/12/2022			31/12/2021			31/12/2020		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Cremona	40	55	95	39	52	91	39	50	89
Resto d'Italia	19	13	32	17	13	30	18	13	31
Resto del mondo	3	8	11	4	7	11	3	5	8
Totale	62	76	138	60	72	132	60	68	128

COMPOSIZIONE PER FASCIA D'ETÀ, ANNI 2020 – 2022

Età	31/12/2022			31/12/2021			31/12/2020		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
< 30 anni	10	7	17	8	8	16	7	6	13
30 - 50 anni	43	50	93	41	49	90	44	49	93
> 50 anni	9	19	28	11	15	26	9	13	22
Totale	62	76	138	60	72	132	60	68	128

COMPOSIZIONE PER TIPOLOGIA CONTRATTUALE E GENERE, ANNI 2020 – 2022

Tipologia contratto	31/12/2022			31/12/2021			31/12/2020		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Tempo indeterminato	59	72	131	59	69	128	56	70	126
Tempo determinato	3	1	4	0	2	2	0	0	0
Apprendistato	1	2	3	1	1	2	1	1	2
Totale	63	75	138	59	71	132	57	71	128

COMPOSIZIONE PER TIPOLOGIA DI IMPIEGO E GENERE, ANNI 2020 – 2022

Tipologia di impiego	31/12/2022			31/12/2021			31/12/2020		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Full-time	60	68	128	59	64	123	55	63	122
Part-time	1	9	10	1	8	9	1	6	7
Totale	61	77	138	60	72	132	56	79	129

ASSUNZIONI PER FASCIA D'ETÀ E GENERE, ANNI 2020 – 2022

Genere	2022			2021			2020		
	< 30 anni	30 - 50 anni	> 50 anni	< 30 anni	30 - 50 anni	> 50 anni	< 30 anni	30 - 50 anni	> 50 anni
Uomini	4	3	0	3	2	0	1	0	1
Donne	4	4	1	2	3	0	1	0	0
Totale	8	7	1	5	5	0	2	0	1

CESSAZIONI PER FASCIA D'ETÀ E GENERE, ANNI 2020 – 2022

Genere	2022			2021			2020		
	< 30 anni	30 - 50 anni	> 50 anni	< 30 anni	30 - 50 anni	> 50 anni	< 30 anni	30 - 50 anni	> 50 anni
Uomini	0	2	1	0	3	2	3	1	0
Donne	1	3	1	0	1	0	0	1	1
Totale	1	5	2	0	4	2	3	2	1





SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOAL COLLEGATI

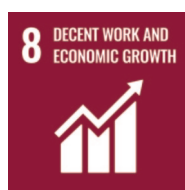


TABELLA DELLE AZIONI 2022

AREA	AZIONE	INDICATORE	STATO
RETRIBUZIONI E BENEFIT	Offrire un supporto legale qualificato ai collaboratori	Messa a disposizione di un legale disponibile presso la sede aziendale entro il 31 dicembre 2022	Strutturato supporto legale entro 31.12.2022
	Disponibilità di un commercialista in azienda	N° utilizzatori Gradimento medio dei dipendenti	13 lavoratori Valutazione 4,86/5,00
	Erogazione di un buono carburante ai dipendenti	N° beneficiari Valore dell'iniziativa in €	123 persone € 24.600
	Pacco aziendale con prodotti a km zero in occasione delle festività natalizie	Valore dell'iniziativa in €	€ 8.250
FORMAZIONE E OPPORTUNITÀ DI CRESCITA PERSONALE	Attività di formazione tecnica, trasversale e personale erogate a favore dei dipendenti, di cui:	N° medio ore di formazione per dipendente	41,5 h/dip. (26,8 h/dip. nel 2021)
	Corso per smettere di fumare	Tasso di successo a cinque mesi (% dei partecipanti che hanno smesso di fumare)	80%
	Iniziativa in favore della parità di genere in azienda	% donne per categoria	50% tra i quadri 41,7% tra gli impiegati 61,7% tra gli operai
QUALITÀ DELL'AMBIENTE DI LAVORO	Entrata a regime del nuovo Ristorante Wonder	Gradimento medio dei dipendenti	3,35/4,00 (3,55 nel 2021)
	Iniziativa di team building organizzate durante l'anno	N° iniziative	5
	Rifacimento della pavimentazione nei reparti LM1, LM2, magazzino e assemblaggio valvole snap-in	m² rinnovati	4.500 m²

Per il futuro siamo intenzionati a portare avanti, sostenendole, quelle iniziative che hanno riscontrato un gradimento generale da parte dei collaboratori. Tra queste i servizi forniti dall'**esperto legale**, dal **commercialista** e la disponibilità dello **smart locker**.

Riguardo alle nuove progettualità, vogliamo continuare a investire sul **miglioramento dei locali** per aumentare il **comfort** dei lavoratori.

Inoltre, contiamo di riuscire a completare entro la fine del 2023 la fase istruttoria per ottenere la certificazione per il *Sistema di gestione per la Salute e Sicurezza sul lavoro* – **UNI EN ISO 45001:2018**.

TABELLA DEGLI OBIETTIVI 2023

AREA	AZIONE	INDICATORE	TARGET 2023
RETRIBUZIONI E BENEFIT	Allargamento della fruizione dello smart locker	N° depositi/anno	210
QUALITÀ DELL'AMBIENTE DI LAVORO E SICUREZZA	Sistema di raffrescamento dei nuovi reparti LM2 e mescole	m ² di superficie aziendale addizionali coperti dal sistema di raffrescamento/condizionamento	+ 1.500 m ² (rispetto al 2022)
	Ottenimento della certificazione UNI EN ISO 45001:2018	Completamento della fase istruttoria per la richiesta della certificazione entro il 31 dicembre 2023	Completamento della fase istruttoria
FORMAZIONE E OPPORTUNITÀ DI CRESCITA PERSONALE	Cadenza annuale del monitoraggio della soddisfazione e consapevolezza dei lavoratori	Attivazione del questionario annuale	Erogazione del questionario di monitoraggio nel 2023
	Corso per smettere di fumare	Tasso di successo a un anno (% dei partecipanti che hanno smesso di fumare)	> 50%



FINALITÀ 3: DIFFUSIONE DELLA CULTURA E SOSTEGNO ALLO SVILUPPO DELLA COMUNITÀ

RILEVANZA DELLE FINALITÀ

Istruzione, cultura e sport sono fattori chiave per lo sviluppo personale e per quello della società nel suo complesso. Per questo diventano voci della spesa pubblica legate ad attività essenziali per la **qualità della vita individuale e collettiva**.

Ciò nonostante, spesso a queste voci corrispondono **frazioni irrisorie della spesa**

complessiva, in alcuni casi addirittura calanti nel tempo. A livello locale, poi, il dato si fa anche più sconcertante.

A questo va aggiunta la **salute**, come ulteriore determinante della qualità della vita e intesa come possibilità di accesso tempestivo a cure adeguate. Per questo, il **contributo del settore privato rappresenta una necessità**.

COSA FACCIAMO PER LA DIFFUSIONE DELLA CULTURA E PER LO SVILUPPO DELLA COMUNITÀ

«Per la comunità in cui è nata e opera, Wonder rappresenta un punto di riferimento, concretamente impegnato nel promuovere il suo **sviluppo economico, sociale e culturale**».

I BAMBINI DELLE FATE

Nel 2022 abbiamo aderito per la prima volta a **I Bambini delle Fate per l'inclusione sociale**, impresa sociale fondata nel 2005 da Franco e Andrea Antonello e presente su quasi tutto il territorio nazionale.

Lo scopo dell'iniziativa è offrire sostegno economico a **progetti di inclusione** gestiti da partner locali, che vedono come beneficiari le famiglie che hanno a che fare con **l'autismo** e con altre forme di disabilità.

Il progetto che sosteniamo si chiama **“0-30 Passi da Gigante”** e coinvolge la Fondazione Istituto Ospedaliero di Sospiro nell'ambito territoriale della provincia di Cremona.

L'obiettivo è **moltiplicare le opportunità di inclusione sociale e lavorative** delle persone affette da autismo, creando occasioni concrete per la loro assunzione e intervenendo anche sui luoghi di lavoro con modifiche ambientali e relazionali, dove necessario.

ILLUMINA

Per motivi analoghi abbiamo sostenuto il progetto **IlluMina**, partecipando nel 2021 alla spesa per l'acquisto delle luminarie natalizie di Cremona, ispirate a **brani famosi di Mina**.

A luglio 2022 le stesse luminarie sono state messe all'asta e il ricavato è andato a favore di **Occhi Azzurri Onlus**, organizzazione di volontariato cremonese che si prende cura dei bambini affetti da patologie genetiche rare e delle loro famiglie.



TEATRO AMILCARE PONCHIELLI

Nel 2022 abbiamo confermato la nostra adesione alla **Fondazione Teatro Amilcare Ponchielli** in qualità di **soci fondatori emeriti** e rimanendo in carica per la gestione dello storico teatro cremonese.

Proprio sul palco del Ponchielli si è svolta a ottobre 2022 la seconda edizione di **TEDxCremona**, edizione cittadina del celebre format di conferenze creato dalla no profit americana **TED**, la cui mission è diffondere “ideas worth spreading” (idee che vale la pena condividere).

CREMONESI DELL'ANNO

Crediamo nella funzione esemplare dei buoni modelli. Per questo abbiamo sostenuto la nuova edizione de “**I cremonesi dell'anno**”, iniziativa portata avanti da oltre 40 anni dal giornale cremonese **Mondo Padano**.

Per l'edizione 2022, dal titolo “**Favolosa complessità. Danzando sull'orlo del caos**” abbiamo avuto il piacere di essere coinvolti come **silver partner**. Una proposta di qualità, pensata per dare possibili chiavi di lettura e azione rispetto a un contesto sociale la cui complessità (appunto) ha reso una sfida **orientare in senso etico i propri comportamenti** individuali e collettivi.

Per maggiori informazioni



Una pubblicazione dove vengono menzionati **i cittadini che nel corso dell'anno si sono distinti** nei campi dell'attività pubblica, della cultura, della solidarietà e dello sport.



SPORT

Crediamo da sempre nella capacità dello sport di infondere valori importanti, come lealtà e spirito di squadra. Per questo nel 2022 abbiamo sostenuto finanziariamente **6 associazioni sportive** del territorio.

I valori che lo sport riesce a trasmettere prescindono dal livello in cui lo si pratica ed è significativo che alcune tra queste associazioni aggregino **atleti professionisti** mentre altre **amatori** e **appassionati**.

Queste le società:

CC Cremonese 1891, storica realtà locale di ciclismo dilettantistico;

Cremona Runners Club, società attiva tra l'altro nell'organizzazione della **HMC – Half Marathon Cremona**;

Vanoli Basket Cremona, la cui prima squadra milita nella lega nazionale di basket maschile, serie A2;

Ju.Vi Cremona Basket 1952, neopromossa nella stessa serie;

U. S. Esperia Volley, che accompagna pallavoliste in erba e affermate, la cui prima squadra gareggia nel campionato italiano femminile di serie A2;

U.S. Cremonese, principale società calcistica del territorio, impegnata quest'anno nella massima lega italiana dopo 26 anni di assenza.



FONDAZIONE ITS

Ancora i giovani al centro degli interventi in favore della comunità locale, grazie al nostro sostegno alla **Fondazione ITS Nuove Tecnologie per il Made in Italy**, con sede a Crema (CR), nata nel 2010 e specializzata in alta formazione tecnica post diploma con lo scopo di **favorire l'inserimento lavorativo** dei giovani nei territori di Cremona e Brescia.

Nel 2010 ha mutato pelle, riformulando la sua proposta didattica per riuscire a intercettare meglio le esigenze di personale qualificato delle **imprese della mecatronica e della chimica**.

Tre i percorsi formativi attualmente attivi, tra cui **“Automazione e Innovazione per la transizione ecologica”**, corso biennale presentato a giovani studenti e genitori per la prima volta proprio presso il nostro stabilimento, a luglio 2022.

Al centro dell'attività formativa teorica e pratica ci sono i temi della **sostenibilità** e delle nuove **tecnologie digitali**. Il corso mira a formare futuri **esperti di automazione industriale** con competenze aggiornate anche sul tema della sostenibilità dei processi produttivi. Su mandato dell'assemblea di partecipazione, il nostro **Direttore Generale Ing. Matteo Gosi** è anche membro del Consiglio di indirizzo dell'ente, a testimonianza del legame quanto mai solido tra noi e Fondazione ITS Nuove Tecnologie per il Made in Italy.

Per scoprire di più sulle attività della Fondazione



STUDENTI IN AZIENDA

Mentre attraverso le attività sopra indicate siamo noi a entrare nel mondo della scuola, con le **visite degli studenti in azienda** accade esattamente il contrario. Le visite, infatti, possono aiutare gli studenti a decifrare meglio le proprie inclinazioni in vista delle scelte future.

Altra opportunità utile è quella di veder incarnati in un'attività di impresa in funzionamento le **tematiche incontrate nei libri di testo**, comprese quelle relative alla sostenibilità.

A questo proposito, nel 2022 abbiamo rinnovato l'alleanza educativa con la sede cremonese del **Politecnico di Milano**, accogliendo in visita **22 studenti del terzo anno** del corso di laurea triennale in Ingegneria gestionale.



TANTA ROBBA FESTIVAL

Il **Tanta Robba Festival** è ormai da anni un evento musicale di grande richiamo in città per il pubblico dei più giovani. Da sette estati, il festival porta a Cremona **artisti di grande rilievo** per alcune serate all'insegna della festa. Come **sponsor**, abbiamo voluto dare il nostro contributo per aumentare la qualità della vita cittadina offrendo occasioni di svago per i giovani.



PORTE APERTE IN AZIENDA

Sempre nell'ottica di favorire la disseminazione di **best practice** – e per sostenere la crescita di tutto il sistema produttivo locale – a marzo 2022 abbiamo aperto le nostre porte ad altre aziende, con una visita allo stabilimento organizzata in collaborazione con l'**Associazione Industriali di Cremona** in cui hanno preso parte **24 soggetti** in rappresentanza di altrettante realtà imprenditoriali del territorio.



WONDER



SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOAL COLLEGATI



TABELLA DELLE AZIONI 2022

AREA	AZIONE	INDICATORE	STATO
BENESSERE SOCIO-ECONOMICO	Iniziative in favore di soggetti che soffrono di condizioni croniche di svantaggio	N° iniziative attivate nell'anno	2: Bambini delle Fate; progetto IlluMina per Occhi Azzurri Onlus
	Sostegno a iniziative e soggetti del mondo dell'arte e della cultura	N° iniziative sostenute	3: TEDxCremona; Fondazione Teatro A. Ponchielli; Tanta Robba Festival
LIBERALITÀ E SPONSORIZZAZIONI	Sostegno a iniziative e soggetti del mondo dello sport	N° associazioni sostenute	6: Club Ciclistico Cremonese 1891; Cremona Runners Club; Vanoli Basket Cremona; Ju.Vi. Basket Cremona 1952; U. S. Cremonese; U. S. Esperia
	Sostegno a iniziative e soggetti che operano a favore della salute pubblica	N° iniziative sostenute	1: dono di un defibrillatore all'Istituto Comprensivo Cremona 4
RAPPORTI CON SCUOLE E UNIVERSITÀ	Relazioni con università, scuole e altri soggetti per diffondere la conoscenza dell'organizzazione aziendale, avvicinare i giovani al mondo del lavoro e perfezionare la formazione tecnica	N° iniziative svolte nell'anno con la Fondazione ITS Nuove Tecnologie per il Made in Italy	1: attivazione del corso di formazione biennale «Automazione e innovazione per la transizione ecologica»
		N° studenti accolti in visita presso l'azienda	22 studenti del terzo anno del corso di laurea in Ingegneria gestionale – Politecnico di Cremona
			28 studenti dalle scuole superiori della provincia di Cremona
RAPPORTI CON ALTRE IMPRESE DEL TERRITORIO	Visite in azienda organizzate in favore di altre imprese del territorio	N° imprese ospitate	24

Nel 2023 intendiamo confermare le partnership con la maggior parte dei soggetti attivi nel mondo del **no profit**, dell'**arte**, della **cultura**, dello **sport** e della **salute** con cui abbiamo collaborato con successo nei passati dodici mesi.

Con tutti questi vogliamo portare avanti un **dialogo costruttivo**, consapevole e in grado di stimolare una creatività speciale per rispondere alle **necessità del territorio**.

TABELLA DEGLI OBIETTIVI 2023

AREA	AZIONE	INDICATORE	TARGET 2023
BENESSERE SOCIO-ECONOMICO	Iniziative in favore di soggetti che soffrono di condizioni croniche di svantaggio	N° iniziative sostenute	2
	Sostegno a iniziative e soggetti del mondo dell'arte e della cultura	N° iniziative sostenute	3
LIBERALITÀ E SPONSORIZZAZIONI	Sostegno a iniziative e soggetti del mondo dello sport	N° associazioni sostenute	6
	Sostegno a iniziative e soggetti che operano a favore della salute pubblica	N° iniziative sostenute	1

A queste si aggiungono le **iniziative con scuole e università**, oltre alle attività con le

imprese del territorio che verranno portate avanti anche nel 2023.



5. NOTA METODOLOGICA

Come **società benefit** siamo tenuti – ai sensi dell’art. 1, c. 382 della Legge 28.12.2015, n. 208 (Legge di stabilità 2016) – alla redazione annua di una relazione relativa al perseguimento del **beneficio comune**, da allegare al bilancio societario.

Poiché Wonder non controlla altre società, il perimetro della rendicontazione coincide con quello dell’azienda. Il periodo di rendicontazione va **dal 1° gennaio al 31 dicembre 2022**, come per il bilancio di esercizio.

Per valutare l’impatto generato è stato impiegato lo standard **Benefit Impact Assessment (BIA)**, sviluppato da **B Lab**, ente no profit con sede in Pennsylvania (US). Tale strumento, utilizzato da decine di migliaia di imprese in tutto il mondo, soddisfa i requisiti fissati dall’allegato 4 della legge sopra citata, al fine di garantire una **valutazione credibile degli impatti**, fornendo un assessment esauriente (che proviene da un ente terzo indipendente rispetto al compilante).

In virtù delle caratteristiche dell’ente che lo ha prodotto, lo standard BIA può essere considerato credibile e fondato su una **metodologia trasparente**.

Si è scelto di aderire al BIA anche perché copre le aree previste dall’allegato 5 della Legge di stabilità 2016 per la valutazione, vale a dire **governo dell’impresa, lavoratori, altri portatori di interesse e ambiente**.

Precisiamo che **Wonder non ricade nel campo di applicazione del D. Lgs. n. 254** del 30 dicembre 2016, che in attuazione della Direttiva 2014/95/UE ha previsto l’obbligo di redazione di una Dichiarazione Non Finanziaria (DNF) per gli enti di interesse pubblico che superano determinate soglie quantitative.

Il processo di redazione di questo documento ha coinvolto il **Consiglio di amministrazione** e i responsabili delle diverse funzioni aziendali. La **Relazione di Impatto 2022** è stata approvata dal Consiglio di amministrazione in data **12/04/2023**.

La **Relazione di Impatto 2022** sarà pubblicata sul sito web **wonder.auto**.

Relazione di impatto a cura di NEXUS
www.nexusac.it

Copywriter
Roberto Calvi
www.robertocalvi.com

Progetto grafico
Giuseppe Lombardi
www.kodoodesign.com

Logo Wonder Società Benefit
Lucia Cariani
www.luciacariani.com

Foto
Reed Young - www.reedyoung.com
Cecilia Ferrari - IG @ceciliaferrari
Leonardo Calvi - www.leonardocalvi.com
Marcin Jozwiak - www.marcinjozwiak.gumroad.com
Chang Qing - IG @lakegrass
Alessandro Bajo - IG @alessandeobajo_iphoneography
Trace Hudson - IG @tracehudson_
Pixmike - IG @pixmike
Kelly - IG @kellymlacy

Data di pubblicazione: giugno 2023
© Wonder Spa. Tutti i diritti riservati.



wonder.auto