

Report di sostenibilità

AMAG Group AG

20
22

amag

Siamo gli apripista.

Indice

5 01 Introduzione

6 Editoriale

10 Una panoramica sul gruppo AMAG

12 Strategia di sostenibilità

19 Sostenibilità vissuta

20 02 Net Zero

26 03 Engage

32 04 Fairplay

38 Fatti

39 Net Zero

40 Engage

41 Fairplay

43 05 Report sui KPI secondo la GRI

48	GRI 2	Informativa Generale 2021
62	GRI 3	Analisi di materialità ed elenco dei temi materiali
63	GRI 302	Energia
65	GRI 305	Emissioni
70	GRI 306	Rifiuti
72	GRI 404	Formazione e istruzione
76	GRI 405	Diversità e pari opportunità
79	GRI 206	Comportamento anticompetitivo
82	GRI 403	Salute e sicurezza sul lavoro
89	GRI 418	Privacy dei clienti

In esclusiva su [amag.report](#)

Nella versione online del nostro report scoprirete più da vicino interessanti informazioni legate alle attività aziendali.

INTRODUZIONE

01

Editoriale



Martin Haefner, presidente del consiglio di amministrazione,
e Helmut Ruhl, CEO AMAG Group AG

«Ci fa veramente molto piacere che l'anno scorso siamo riusciti a entusiasmare la nostra clientela che ha così scelto l'elettromobilità.»

Prendiamo sul serio la sostenibilità, affrontandola attivamente. Dall'anno scorso forniamo informazioni dettagliate sulla nostra strategia in materia. Con questa trasparenza sistematica vogliamo spingere anche altre aziende a modificare e ad ampliare i propri modelli commerciali all'insegna della sostenibilità. In questo report sul 2022 mostriamo che la sostenibilità non dev'essere un ostacolo, bensì la base per nuove idee, nuove soluzioni e per i modelli aziendali del domani nell'interesse della nostra clientela.

E trasmettiamo questo approccio anche internamente: nell'estate del 2022, in occasione di un Family Day, abbiamo ripercorso con tutto il personale e le rispettive famiglie i successi della nostra storia lunga 77 anni e gettato le basi per il nostro futuro. Con circa 770 apprendisti e apprendiste e 7300 collaboratori e collaboratrici ci assumiamo le nostre responsabilità a livello sociale, economico ed ecologico. Riconosciamo l'importanza del cambiamento e sviluppiamo la nostra attività per offrire una mobilità individuale sostenibile. Ciò nella consapevolezza dell'importante contributo che AMAG è in grado di fornire per raggiungere gli obiettivi di sostenibilità della Svizzera. Ci assumiamo responsabilità con spirito imprenditoriale, tecnologia, innovazione e con la volontà di plasmare il nostro futuro.

L'anno scorso, con l'acquisizione di Helion, il più grande installatore di impianti fotovoltaici e pioniere dell'energia in Svizzera, abbiamo fatto un notevole passo avanti verso l'attuazione della nostra visione: commercializzare circa il 70 per cento di veicoli elettrici a batteria entro il 2030 e quasi il 100 per cento ben prima del 2040. Con Helion e altri partner vogliamo inoltre produrre l'elettricità necessaria a tale scopo. Grazie alla nostra partecipazione a Synhelion, spin-off svizzero del Politecnico di Zurigo, sosteniamo l'industrializzazione di e-fuel a basse emissioni di CO₂ per avere impatto oltre la nostra impronta di carbonio. Nel mondo esistono 1,3 miliardi di autovetture con propulsore a combustione: ci vorranno decenni prima che tutte, semmai possibile, saranno elettrificate. In questo contesto la tecnologia all'avanguardia svizzera, come quella di Synhelion, può avere effetti ecologici e sociali positivi. E, grazie a un contratto «Direct Air Capturing» a lungo termine con Climeworks, usiamo un'altra tecnologia svizzera promettente per raggiungere i nostri obiettivi climatici.

Ci fa veramente molto piacere che l'anno scorso siamo riusciti a entusiasmare la nostra clientela che ha così scelto l'elettromobilità: nel 2022 lo Škoda ENYAQ iV, l'Audi Q4 e-tron e l'ID.Buzz di Volkswagen sono stati tra i veicoli più amati in Svizzera. Alla fine il nostro grande impegno verso la sostenibilità ha senso solo se suscita anche l'interesse della nostra clientela. Per diventare il fornitore leader nel settore della mobilità individuale sostenibile, oltre a veicoli

allettanti, offriamo ulteriori soluzioni energetiche e di mobilità del tutto moderne: la nostra società affiliata AMAG Leasing AG, che opera nel settore dei servizi finanziari, consente alla clientela aziendale di finanziare impianti fotovoltaici, con allrside sosteniamo concetti di mobilità rispettosi delle risorse per aziende e aree esterne e ora, con Microlino, commercializziamo una compatta auto elettrica per il traffico cittadino. Il nostro nuovo settore di attività «AMAG Energy & Mobility» supporta la realizzazione dell'infrastruttura di ricarica, presso le nostre sedi Retail stiamo costruendo una rete di ricarica rapida e l'anno scorso i primi dei nostri autosili sono stati convertiti in luoghi di ricarica. Inoltre, in futuro, nel settore dell'elettromobilità la nostra clientela privata potrà ricevere tutto da un'unica fonte, anche la possibilità di produrre energia elettrica sul tetto di casa propria.

Entro il 2040, vogliamo avere un'impronta climatica neutrale. Nell'attuazione siamo aperti a partenariati con altri operatori di mobilità o aziende di erogazione di energia e a collaborazioni con le banche e siamo interessati a forme di finanziamento innovative. Già oggi lavoriamo con università e istituti di ricerca di eccellenza della Svizzera e ci confrontiamo con comuni, città e cantoni.

Da dieci anni, con il Family Business Award lanciato dal gruppo, AMAG rende omaggio ad aziende sostenibili. Con il supporto del Center for Corporate Responsibility and Sustainability dell'Università di Friburgo, vengono infatti premiate aziende svizzere a conduzione familiare che vantano successi da diverse generazioni e seguono un approccio molto responsabile e sostenibile a livello imprenditoriale. Nel 2023 vogliamo intensificare ulteriormente lo scambio con le imprese particolarmente sostenibili. Pensiamo infatti che sia giunto il momento di accelerare il processo di cambiamento con chi vuole essere apripista. Inoltre siamo convinti che, insieme, saremo ancora più veloci.



Martin Haefner
Presidente del consiglio di amministrazione



Helmut Ruhl
CEO

«Mostriamo che la sostenibilità non dev'essere un ostacolo, bensì la base per nuove idee e nuove soluzioni.»

Una panoramica sul gruppo AMAG

AMAG Group AG è il fornitore leader di mobilità individuale sostenibile e gestisce le società affiliate di seguito elencate.

AMAG Import SA importa e distribuisce i marchi Volkswagen, Audi, SEAT, CUPRA, Škoda e Volkswagen Veicoli Commerciali mediante la più vasta rete di rappresentanti della Svizzera composta da più di 450 concessionari e partner di servizio. AMAG Import SA gestisce inoltre un servizio clienti che fornisce ai concessionari e partner di servizio assistenza tecnica e supporto in merito a questioni sia specifiche del marchio che generali. Con un moderno centro di formazione, AMAG Import SA garantisce il costante aggiornamento di tutto il personale dell'organizzazione, sia a livello tecnico che in merito alla vendita e all'orientamento alla clientela.

Con gli oltre 80 garage AMAG Retail, **AMAG Automobili e motori SA** dispone della rete di concessionari più grande di tutta la Svizzera. Le aziende AMAG Retail garantiscono alla clientela un'assistenza capillare di altissimo livello. La gamma dei servizi dei garage AMAG Retail include la vendita, la riparazione e prestazioni di assistenza. Senza dimenticare le collaborazioni con AMAG Leasing AG e Volkswagen Financial Services Svizzera SA in materia di leasing e assicurazioni di veicoli a motore.

AMAG Leasing AG offre soluzioni di finanziamento per soggetti privati e aziende. Il leasing è una nota forma di finanziamento e, per molte persone, il modo migliore per realizzare i propri sogni in fatto di mobilità. AMAG Leasing AG provvede affinché i contratti siano finanziariamente sostenibili per la clientela.

Nel settore **AMAG Energy & Mobility**, fondato nel 2022, il gruppo AMAG riunisce tutte le offerte legate all'energia, alla ricarica e all'elettromobilità. Con Clyde (fornitore di abbonamenti per auto elettriche inclusa elettricità sostenibile), Volton (che offre Green Engineering e soluzioni di ricarica) e Helion (installazione di impianti fotovoltaici, pompe di calore, stazioni di ricarica e soluzioni di accumulo), AMAG Energy & Mobility supporta la propria clientela con un pacchetto a 360° per la mobilità sostenibile e soluzioni di gestione dell'energia.

AMAG First AG, la più grande organizzazione di concessionari Porsche, in complessivamente sei centri Porsche, avvera i sogni della clientela con qualità premium e servizio di prima classe.

AMAG Services AG detiene la licenza svizzera di Europcar e ubeeqo e, con oltre 80 stazioni, è il numero 1 nel business dell'autonoleggio. Fedele al proprio credo «happy to help», Europcar Svizzera assicura una mobilità che non conosce confini con una gamma di servizi che va ben al di là del noleggio auto convenzionale. Comprende anche Valet Parking agli aeroporti e servizi chauffeur per portare la clientela a destinazione senza stress e in piena comodità.

Con diversi autosili pubblici in posizioni veramente centrali a Zurigo, Berna, Sciaffusa, Olten e Cham, **AMAG Parking AG** copre altre sfaccettature della mobilità.

mobilog SA è il nuovo centro di competenza per la logistica di veicoli e ricambi. In qualità di fornitore leader in Svizzera per compiti logistici nel settore automobilistico, dispone di un'ampia rete in tutte le regioni. Capacità sufficienti e l'esperienza pluriennale nel campo della logistica garantiscono grande flessibilità, in modo da soddisfare sempre e ovunque le esigenze di mobilità della clientela.

Il gruppo AMAG gestisce inoltre un **Innovation & Venture LAB** che sviluppa e sperimenta nuovi modelli aziendali indipendenti in materia di «Smart City», «Mobility as a Service» e «Connected & Autonomous Car», investendo in start-up promettenti.

Il **consiglio di amministrazione** di AMAG Group AG è composto da sei membri non esecutivi che prima non erano parte della direzione o del management del gruppo AMAG: Martin Haefner (presidente), Josef Felder (vicepresidente), Raymond Bär, Anita Hauser, Peter Widmer e Christoph Brand.

La **direzione del gruppo** di AMAG Group AG è l'organo sottoposto al consiglio di amministrazione e si compone di Helmut Ruhl (CEO) e Martin Meyer (CFO). La direzione è composta dalla direzione del gruppo e da Mathias Gabler (AMAG Automobili e motori SA), Nicole Pauli (AMAG Leasing AG, dal 1° gennaio 2022), Olivier Wittmann (AMAG Import SA), Martin Everts (AMAG Energy & Mobility), Beat Jaeggi (mobilog SA), Hendrik Lütjens (AMAG Services AG e AMAG Parking AG), Adriano Rossi (AMAG First AG), Philipp Wetzel (Innovation & Venture LAB), Lorenz Aebersold (Legal and Compliance), Anja Bates (Group Human Resources), Dino Graf (Group Communication) e Thomas Sauer (CIO e CDO).

Wording usato nel presente report

Per migliorare la leggibilità del presente report relativo alla sostenibilità, in seguito useremo principalmente AMAG per indicare AMAG Group AG o il gruppo AMAG.

Una strategia chiara di fronte al cambiamento

Le sfide globali, come il cambiamento climatico e l'aumento dei conflitti sociali, richiedono nuove soluzioni. AMAG si assume la propria responsabilità e si impegna per una mobilità sostenibile in Svizzera, sviluppando nuove soluzioni e identificandosi quale fornitore di servizi di mobilità a 360°. Per avere, domani, successo economico e sostenibile servono una visione forte e il coraggio di seguirla.

La mobilità del domani dev'essere sostenibile e anche in grado di soddisfare le esigenze sempre maggiori dei consumatori e delle consumatrici. Con soluzioni efficaci, noi di AMAG vogliamo adeguare il panorama della mobilità della Svizzera alle esigenze dettate dal cambiamento climatico. Nel nostro ruolo di forte partner per la clientela, abbiamo una strategia chiara che seguiamo per realizzare quest'obiettivo, concentrando pertanto le nostre risorse in cinque priorità strategiche centrali. Oltre alla «sostenibilità», anche la nostra «attività», la nostra «clientela», la «digitalizzazione» e la «cultura». Ed è grazie alla loro interazione che vogliamo fare la differenza.

La nostra visione: vogliamo diventare il fornitore leader nel settore della mobilità individuale sostenibile.

Stupire con offerte e soluzioni

Nella nostra attività percorriamo nuove strade, ricorrendo alla nostra esperienza pluriennale in settori quali import, vendita, finanziamento, noleggio nonché nella manutenzione e nella logistica dei veicoli. Vogliamo continuare a sviluppare



Microlino: ampliamento in direzione micromobilità e attuazione coerente della strategia di sostenibilità di AMAG.

questa posizione di successo. Allo stesso tempo concepiamo nuove soluzioni, mettendo a disposizione offerte per una mobilità orientata al futuro:

- In modo ecologico, da un lato potenziando l'elettromobilità, con energia proveniente da fonti rinnovabili e investimenti nell'infrastruttura di ricarica della Svizzera. Dall'altro investendo nella ricerca, nello sviluppo e nella produzione di carburanti sintetici.
- In modo personalizzato, grazie a una gamma di abbonamenti flessibili, all'ampliamento delle offerte di leasing per e-bike e al finanziamento di impianti fotovoltaici.
- In modo indipendente, con lo sharing di offerte per veicoli a due, tre e quattro ruote per aziende e in aree esterne nonché in modo innovativo con nuovi veicoli come la Microlino o soluzioni a guida autonoma con le nostre collaborazioni con Holo, Kopernikus e Loxo. In breve: pensiamo la mobilità a 360° e all'insegna della sostenibilità.

Elettromobilità pensata nei minimi dettagli

Nel 2022 è stata acquisita l'azienda Helion, fornitore leader in Svizzera di soluzioni energetiche sostenibili, e integrata nella nuova divisione aziendale «AMAG Energy & Mobility», in cui il gruppo AMAG riunisce le proprie attività legate all'energia, alla ricarica e all'elettromobilità. Questo settore di attività comprende l'ecosistema dell'elettromobilità, le soluzioni di ricarica nonché l'offerta completa relativa a fotovoltaico, pompe di calore e infrastruttura di ricarica.

Digitalizzazione e cultura alla base di relazioni improntate sulla sostenibilità

Vogliamo rendere le nostre offerte di mobilità accessibili in modo semplice e sicuro. Per soddisfare le esigenze della nostra clientela, la digitalizzazione è uno strumento fondamentale. Con offerte quali l'app AMAG o il progetto «Sofa» per stipulare contratti di leasing comodamente da casa rendiamo possibile un customer journey senza soluzione di continuità e indipendente dal punto di vista temporale.

In tutti i cambiamenti interni è importante incoraggiare e sostenere il personale.

La digitalizzazione contribuirà a semplificare i processi interni e ad accelerare le procedure, incrementando così l'efficienza per la nostra clientela e la nostra azienda. Nell'anno d'esercizio 2022 abbiamo anche misurato la nostra posizione nella scala di maturità digitale e attuato già le prime misure con nuovi formati come la Power Platform o i coach digitali. Relativamente a tutti i cambiamenti interni è importante incoraggiare e sostenere il personale, facendo ben capire qual è il nostro ruolo per promuovere la trasformazione nel campo della mobilità e far diventare realtà la nostra visione. Nel 2022 l'AMAG Family Day a Interlaken ha stupito tutto il personale del gruppo. Questo fine settimana di confronto ha permesso di far conoscere meglio il purpose di AMAG che definisce altresì la sostenibilità quale senso e scopo dell'azienda.

AMAG, con la sua decennale tradizione svizzera, è un partner forte e affidabile del mercato del lavoro elvetico e vuole rimanere anche in futuro un datore di lavoro interessante. Per questo promuoviamo una cultura aziendale aperta in cui tutto il personale può crescere. La formazione e la formazione continua sono molto importanti presso AMAG: infatti, con circa 770 apprendiste e apprendisti definiamo nuovi standard nel nostro Paese. Mettiamo in luce i nostri investimenti nel futuro anche con l'AMAG Academy che ci consente di fornire continuamente formazioni e formazioni continue alle nostre officine di riparazione e alla rete dei nostri concessionari. Inoltre, al momento a Lupfig è in costruzione un nuovo edificio, in modo da preparare l'Academy ad affrontare le mutate esigenze formative.

Obiettivo n. 1: ridurre le emissioni di CO₂

AMAG si assume le proprie responsabilità lungo l'intera catena di creazione del valore. Oltre allo sviluppo di offerte di mobilità sostenibili e personalizzate, ci siamo posti obiettivi climatici chiari e ambiziosi per ridurre le emissioni negli acquisti, nell'azienda e nei nostri processi. Entro il 2025 intendiamo ridurre il 30 per cento di tutte le emissioni con misure specifiche ed entro il 2040 far salire questo valore al 90 per cento di tutte le emissioni riferite agli scope 1, 2 e 3. Misure quali ristrutturazioni energetiche, la sostituzione dei sistemi di riscaldamento e l'ampliamento sistematico degli impianti fotovoltaici sono strumenti importanti. Inoltre, anche per quanto riguarda la nostra flotta, puntiamo ai veicoli elettrici e all'ampliamento della nostra infrastruttura di ricarica. Presso la sede principale di Cham sono già 156 i posti auto dotati di una propria stazione di ricarica. Così lanciamo un segnale rivolto al futuro: trasformare gli autosili in luoghi di ricarica. Ed è per questo che AMAG Parking AG ha iniziato a convertire in modo corrispondente i propri autosili pubblici.

Ridurre, eliminare, se necessario compensare

La collaborazione a lungo termine con Climeworks per eliminare le emissioni di CO₂ inevitabili e storiche è un'importante pietra miliare nell'impegno verso la sostenibilità di AMAG.



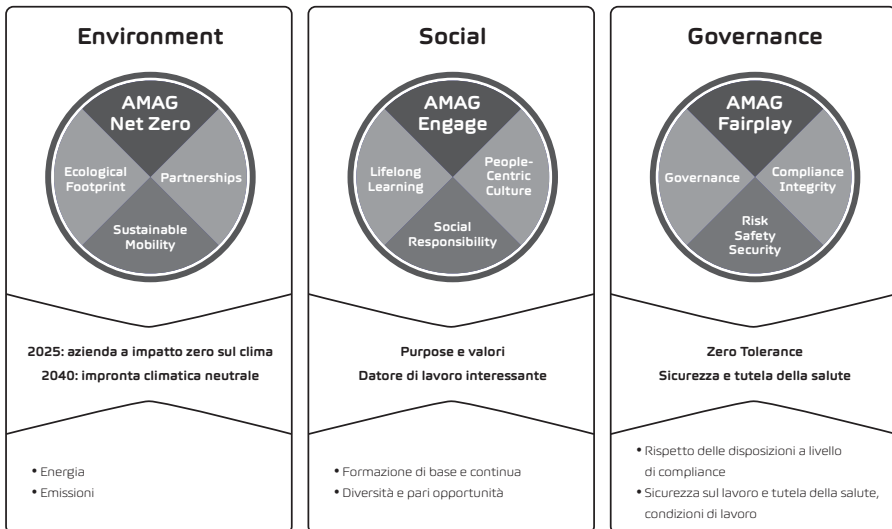
**Scoprite di più scansionando
il codice QR**

Come strumento di controllo abbiamo definito un prezzo interno di 120 franchi per tonnellata di CO₂ destinato alla verifica di tutti i progetti immobiliari e i calcoli business case. Le relative entrate confluiscono nel fondo per il clima con cui AMAG sostiene start-up svizzere che sviluppano tecnologie o modelli aziendali per la decarbonizzazione della mobilità. Per ridurre le emissioni nella nostra catena di fornitura lavoriamo concentrandoci su temi quali rifiuti, trasporto e acquisti.

Sostenibilità: il nostro approccio a 360°







AMAG si assume le proprie responsabilità non solo per temi ecologici, bensì anche per temi sociali. Una gestione nel rispetto degli standard etici e osservando scrupolosamente tutti i requisiti normativi ne è quindi la base.

Sono tre gli ambiti chiave in cui concretizziamo attivamente questa responsabilità e secondo il principio di rilevanza. Con AMAG Net Zero concentriamo tutte le attività finalizzate a ridurre le emissioni di CO₂ e ad ampliare i servizi di mobilità sostenibili. AMAG Engage riunisce tutte le iniziative e gli impegni a favore della società, del nostro personale e della nostra clientela. AMAG Fairplay racchiude tutte le misure legate alla governance e alla gestione dei rischi nonché il nostro impegno per sviluppare una forte resilienza informatica e per promuovere e osservare i più alti standard di sicurezza e nell'ambito della salute.



Creare valore aggiunto all'insegna della sostenibilità

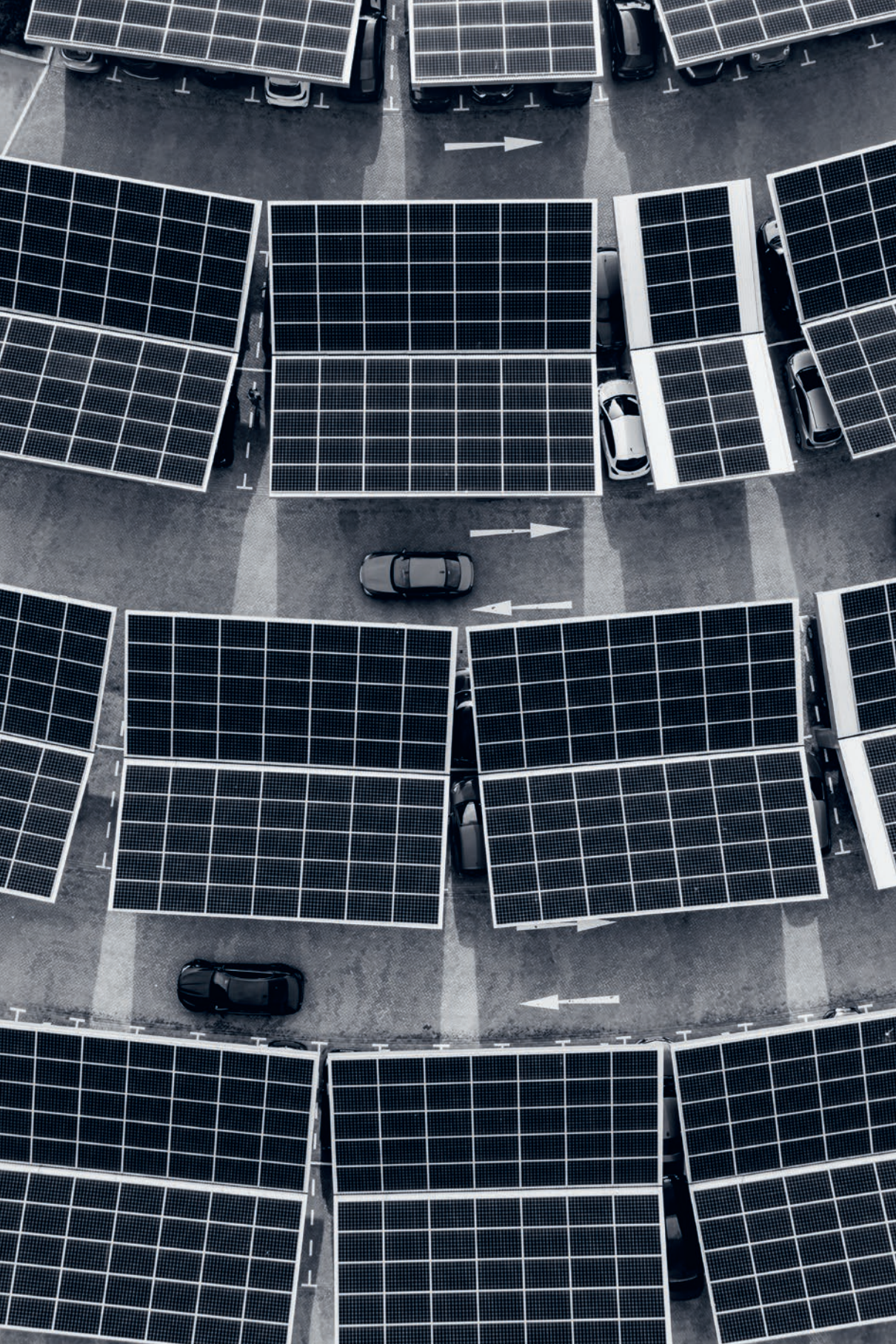
Il nostro impegno sostiene l'agenda nazionale e internazionale in fatto di sostenibilità. Gli obiettivi di sviluppo sostenibile (OSS) delle Nazioni Unite sono il piano d'azione globale per risolvere le attuali sfide economiche, sociali ed ecologiche del nostro tempo. Entro il 2030 si mira così a consentire in tutto il mondo di vivere in un ambiente intatto, nella prosperità e in pace. La Svizzera ha radicato gli obiettivi dell'ONU nella strategia della Confederazione per uno sviluppo sostenibile, definendo tre punti chiave: «Consumo e produzione responsabile», «Clima, energia e biodiversità» e «Pari opportunità e collaborazione sociale». Ai fini di un'implementazione efficace, la Confederazione dipende dalla collaborazione con il mondo economico, con i cantoni, i comuni e la società civile. Con il nostro impegno contribuiamo attivamente a sei dei 17 obiettivi di sviluppo sostenibile. Tramite il nostro core business nel campo automobilistico, al momento riteniamo di poter intervenire maggiormente nel settore della protezione del clima e nella continua riduzione delle emissioni

AMAG Engage	AMAG Engage	AMAG Fairplay	AMAG Net Zero	AMAG Net Zero	AMAG Net Zero
 <p>4 ISTRUZIONE DI QUALITÀ</p>	 <p>5 PARITÀ DI GENERE</p>	 <p>8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA</p>	 <p>9 IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE</p>	 <p>12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI</p>	 <p>13 LOTTA CONTRO IL CAMBIAMENTO CLIMATICO</p>
→ Report sui KPI pagina 72	→ Report sui KPI pagina 76	→ Report sui KPI pagina 78	→ Report sui KPI pagina 60, 61, 66	→ Report sui KPI pagina 22, 39	→ Report sui KPI pagina 65
<ul style="list-style-type: none"> ☑ Gestione dei talenti ☑ AMAG Academy ☑ Nuove figure professionali 	<ul style="list-style-type: none"> ☑ Diversità ☑ Pari opportunità ☑ Valori e cultura 	<ul style="list-style-type: none"> ☑ Integrità ☑ Concorrenza leale ☑ Piazza economica svizzera 	<ul style="list-style-type: none"> ☑ AMAG Innovation & Venture LAB ☑ Fondo per il clima AMAG ☑ Partnership 	<ul style="list-style-type: none"> ☑ The square ☑ Drive electric ☑ AMAG Energy & Mobility 	<ul style="list-style-type: none"> ☑ SBTi ☑ Prezzo CO₂ ☑ Strategia climatica

di CO₂. Un'altra efficace area d'intervento è l'istruzione. Con la digitalizzazione e l'elettromobilità le figure professionali del nostro settore stanno cambiando. Essendo una delle aziende formatrici più grandi della Svizzera, sfruttiamo le nostre competenze in merito e forniamo un contributo significativo, sviluppando indirizzi di formazione a prova di futuro e assicurando la parità di genere. Rientra inoltre nella strategia di sostenibilità di AMAG anche una condotta esemplare improntata alla correttezza etica e alla trasparenza, che riteniamo la condizione essenziale per eque condizioni di mercato che potenziano a lungo termine la piazza economica svizzera.

Sostenibilità vissuta

AMAG si assume ogni giorno le proprie responsabilità nelle tre dimensioni legate alla sostenibilità, impegnandosi attivamente per l'ambiente, il personale, la clientela e società nel complesso. Nel prossimo capitolo, gli articoli su Net Zero, Engage e Fairplay permetteranno di gettare uno sguardo dietro le quinte, mostrando come ci impegniamo per garantire la sostenibilità: con decisione, trasparenza e coerenza. Continuate a leggere e scoprite tante informazioni interessanti.



NET ZERO

02

Veicoli e infrastruttura: combinati per un futuro sostenibile

Le auto elettriche sono determinanti per un sistema di trasporto sostenibile. Eppure, allo stesso tempo, dev'essere garantita anche la sicurezza dell'approvvigionamento di energia rinnovabile. A tale scopo servono soluzioni interconnesse per la produzione, l'infrastruttura di ricarica e l'immagazzinamento dell'energia. Sulla strada per diventare il fornitore leader nel settore della mobilità individuale sostenibile, AMAG punta su un'offerta globale che includa veicoli e infrastruttura. L'acquisto di Helion avvenuto nel 2022 ha consentito di fare un importante passo avanti in tale direzione.

Più impianti fotovoltaici e stazioni di ricarica

Il gruppo AMAG punta a raggiungere entro il 2040 un'impronta climatica neutrale secondo Net Zero. Inoltre, nel 2030, almeno il 70 per cento dei veicoli venduti nei concessionari AMAG dovrà essere completamente elettrico e vogliamo produrre autonomamente, con i partner, sempre più la corrente destinata a tale scopo. Rientrano nella futura offerta globale anche soluzioni di ricarica intelligenti per la gestione dell'energia in azienda o a casa.

Nel passaggio all'elettromobilità la nostra offerta globale fornisce vantaggi ecologici ed economici.

In fatto di veicoli AMAG dispone da sempre di competenze eccezionali. Nel 2022 abbiamo intensificato ulteriormente le attività legate a energia, ricarica ed elettromobilità, riunendole nel nuovo settore AMAG Energy & Mobility che ingloba l'offerta di Clyde, Volton e Helion. Clyde è un innovativo pacchetto ad abbonamento per usare veicoli in tutta flessibilità. All'inizio del 2022 è cominciato il processo di trasformazione, che concluderemo nel 2024, per diventare un fornitore di mobilità completamente elettrica. Con il brand Volton, il gruppo

AMAG offre servizi di consulenza e assistenza per clientela aziendale e flottisti. Nel 2022 Volton ha sviluppato un'offerta con accesso a oltre 7000 stazioni di ricarica pubbliche.



Rebecca Berghaus e Roger Bitterli

Nello stesso anno, con Helion, AMAG ha acquisito un'azienda svizzera leader specializzata in fotovoltaico, accumulatori di corrente, pompe di calore e stazioni di ricarica per veicoli elettrici, dalla consulenza e pianificazione all'installazione e manutenzione. «Insieme a Helion e ai suoi 460 collaboratori e collaboratrici possiamo ampliare notevolmente la nostra gamma di servizi legati all'elettromobilità», afferma Martin Everts, Managing Director di AMAG Energy & Mobility. AMAG e Helion intendono inoltre fornire, insieme, una soluzione per la ricarica intelligente che permetta di usare le auto elettriche come unità di accumulo per un migliore utilizzo dell'energia solare e come accumulatori per la stabilizzazione della rete elettrica.

Sviluppi tecnologici che aprono nuove prospettive

Da novembre 2022 Helion fa parte di AMAG. Il potenziale per soluzioni e offerte condivise è enorme. Un settore prioritario per il futuro è rappresentato da opzioni per la ricarica intelligente. Rebecca Berghaus (RBe), Director Fleet presso AMAG Retail, e Roger Bitterli (RBi), Key Account Management Commercial presso Helion, discutono le sfide da affrontare nel processo di sviluppo delle offerte condivise.

A che punto siete con il processo di sviluppo della collaborazione?

RBi: Noi abbiamo già collaborato con AMAG. Ma ora si tratta di crescere insieme velocemente e di comunicare chiaramente sul mercato i vantaggi della nostra offerta da un'unica fonte.

RBe: Siamo in una fase in cui si svolgono molte riunioni per favorire l'integrazione. Per me è molto importante che questo processo funzioni anche nelle singole regioni di vendita, con visite ai clienti svolte insieme, così da mostrare il connubio dei nostri punti di forza nella consulenza e nella vendita.

La vostra offerta combinata a chi fornisce un valore aggiunto?

RBe: Non ci concentriamo su un gruppo target preciso: si va da PMI con cinque veicoli a grandi gruppi. Non appena ci rendiamo conto che un'azienda è interessata alla sostenibilità e che le auto elettriche e l'autoproduzione di elettricità diventano un'opzione, allora mettiamo in gioco Helion.

La conoscenza come motore

Il veicolo come accumulatore di corrente

Usare l'auto elettrica come accumulatore di corrente? Con la ricarica intelligente o bidirezionale è possibile. Nel primo caso la batteria del veicolo viene ricaricata nel modo più sostenibile possibile. Ad esempio quando è disponibile molta energia solare. Con la ricarica bidirezionale la corrente fluisce in entrambe le direzioni: dalla rete elettrica o dai pannelli solari nella batteria del veicolo e anche dalla batteria del veicolo alla rete elettrica o domestica.

Nella videointervista il Dr. Jonas Huber, Senior Researcher presso il Power Electronic Systems Laboratory del Politecnico di Zurigo, fornisce esempi chiari per illustrare le sfide che comporta in pratica la ricarica bidirezionale e il valore aggiunto che può derivarne.



**Scoprite di più scansionando
il codice QR**

RBi: Venendo dal fotovoltaico, affrontiamo sempre velocemente aspetti quali auto elettriche e progetti globali. Se noi di Helion e voi di Fleet sintetizziamo bene quello che vogliamo trasmettere, i gruppi target capiscono rapidamente che la nostra unione fornisce loro un valore aggiunto.

Quali sfide vi riserva il mercato?

RBe: L'elettromobilità richiede consulenze di alto livello, visto che lo sviluppo tecnologico avanza molto velocemente. Ad esempio, dall'inizio del 2023 il gruppo Volkswagen sta lanciando sul mercato i primi veicoli adatti alla ricarica bidirezionale. Ed entro il 2024 tutte le auto elettriche del gruppo dovranno avere questa dotazione. Si aprono così nuove prospettive per soluzioni complete...

RBi: ... con un enorme potenziale per un'elettromobilità sostenibile. Oggi, in una casa su due, installiamo un accumulatore da 10 kilowatt per immagazzinare provvisoriamente la corrente prodotta dall'impianto fotovoltaico. Le auto elettriche attuali hanno batterie che accumulano fino a 70 kilowatt. AMAG vuole fornire un contributo essenziale per rendere fruibile questo potenziale per un approvvigionamento elettrico sicuro.

AMAG vuole fornire un contributo essenziale per rendere fruibile il potenziale della ricarica intelligente.

Che cosa lo impedisce?

RBi: Per legge, oggi la ricarica bidirezionale o intelligente non è ancora possibile.

RBe: Esempi dai Paesi Bassi mostrano però che la ricarica bidirezionale funziona. Ed è questo quello che vogliamo trasmettere maggiormente.

Dal punto di vista della clientela che cos'è più importante: l'aspetto ecologico o quello economico?

RBe: Oggi la maggior parte delle aziende ha obiettivi di sostenibilità ambientale. Ma, alla fine, il CFO esamina il costo totale di una soluzione. O, in altre parole, la sostenibilità economica che, naturalmente, è altrettanto necessaria. Con l'elettromobilità cambia il quadro finanziario generale. Prima l'attenzione era rivolta al costo dei veicoli. Oggi la situazione è molto più complessa, ad esempio per i costi dell'infrastruttura e i cambiamenti legati ai prezzi della corrente e alla remunerazione per l'immissione di elettricità.

RBi: Sì, il rincaro dei prezzi della corrente non è da sottovalutare: oggi, infatti, CEO e CFO devono chiedersi se possano permettersi di non installare un impianto fotovoltaico.

RBe: Per questo presso Helion e Fleet dobbiamo fornire consulenze di elevatissima qualità. Nel passaggio all'elettromobilità vogliamo assistere le aziende a 360°, mostrando loro i vantaggi ecologici ed economici della nostra offerta globale.

Scoprite il nostro special online

Nella versione online del nostro report di sostenibilità su amag.report potrete scoprire ulteriori informazioni interessanti sulle attività della nostra azienda e non solo.



ENGAGE

03

Plasmare il futuro: le competenze per il domani

AMAG vuole rendere fruibile la mobilità individuale sostenibile al maggior numero di persone in Svizzera. Per poter offrire le infrastrutture, i veicoli e i servizi necessari a tale scopo, abbiamo bisogno di validi collaboratori e collaboratrici con competenze orientate al futuro. Un enorme potenziale è rappresentato dalle persone che già lavorano da noi. Per questo la formazione e la formazione continua su misura rivestono per AMAG un ruolo estremamente importante. Soprattutto in questa fase di carenza di personale specializzato.

Apprendimento continuo per un successo che dura

La strada per diventare il fornitore leader nel settore della mobilità individuale sostenibile è impegnativa. Più intenso sarà il contributo fornito dal nostro personale per spianare questa strada, più velocemente avanza. Per questo forniamo assistenza on the job e formazione continua. Allo stesso tempo vogliamo attirare talenti: apprendiste e apprendisti, laureate e laureati, specialiste e specialisti con esperienza.

Team misti permettono di ottenere prospettive molto diverse ed elaborano soluzioni migliori.

AMAG fa molto per essere un datore di lavoro interessante per tutto il personale, indipendentemente dall'età e dall'origine. Nell'AMAG Academy offriamo opportunità di training e formazione continua. Altri esempi sono la gamma di corsi online AMAG Learning & Development, l'AMAG CAS Leadership, una pianificazione sistematica delle successioni, il programma di incentivazione Young Talents e progetti di coaching per rafforzare l'idoneità digitale. Nel 2022 poi, nella formazione e nella formazione continua, ci siamo concentrati maggiormente sull'elettromobilità, in linea con la nostra strategia aziendale.

Una questione che ci sta molto a cuore è la diversità. Genere, età, origine, bagaglio di esperienze: team misti permettono di ottenere prospettive molto diverse ed elaborano soluzioni migliori. Nel 2022 hanno lavorato per noi perso-

ne provenienti da 71 nazioni. Per aumentare la quota di donne del 16,7 per cento, nello stesso anno abbiamo diffuso tra l'altro la campagna d'informazione «women@AMAG».

Un importante pool di talenti è rappresentato dalle oltre 770 persone in apprendistato, circa l'11 per cento della forza lavoro, in oltre una dozzina di indirizzi di formazione. Dall'acquisto di Helion nel 2022, a partire dai tirocini che inizieranno nel 2024 AMAG istruirà anche installatori/installatrici di impianti solari AFC. Vogliamo potenziare su base continuativa l'impegno nel settore della formazione. Inoltre stiamo ampliando ulteriormente un pretirocinio d'integrazione di



Saskia Kamber e Giuseppe Ferrandino

un anno che avvicini richiedenti asilo e giovani svantaggiati a un tirocinio regolare. Nel 2021 AMAG ha formato cinque tirocinanti e nel 2022 undici che, così come molti altri giovani collaboratori e collaboratrici, appartengono alla generazione Z, con anno di nascita dopo il 1995: hanno una forte affinità digitale e una notevole consapevolezza ambientale. Attribuiscono grande importanza alla formazione da parte di coach, alla diversità, alla giustizia sociale, ad attività significative e ad un buon equilibrio tra lavoro e vita privata. AMAG conosce queste esigenze e le integra nell'organizzazione della quotidianità lavorativa.

Generazione Z: lavoro di squadra e work life balance

Come coinvolgere il personale e fargli prendere la strada verso il futuro, in modo particolare anche la generazione Z? Due chiacchiere con Saskia Kamber

(19; SK), viceresponsabile del team addetto alle merci in arrivo presso mobilog SA a Buchs ZH, e Giuseppe Ferrandino (50; GF), amministratore presso AMAG Buchrain con 140 dipendenti.

Come riuscite a coinvolgere il personale nella trasformazione in atto nel settore della mobilità?

GF: Una cosa è certa: a tale scopo abbiamo bisogno del massimo impegno da parte di tutto il personale, e specialmente anche della giovane generazione che influirà in maniera determinante sul successo che avremo sul nostro cammino. Per assicurare che tutti partecipino servono diverse misure.

Potete fare qualche esempio?

GF: Nella nostra azienda ci concentriamo sulle attività d'informazione, ad esempio con un evento a cadenza regolare, durante il quale parliamo di approvvigionamento energetico, corrente ecologica e possibilità di ricarica. L'importante è avvicinare gradualmente le persone al tema dell'elettromobilità. Inoltre abbiamo messo già più volte a disposizione del personale dei veicoli demo, in modo da permettere di fare esperienze personali.

SK: Una buona comunicazione è molto importante, anche perché da noi nella logistica la trasformazione in parte disorienta. Le auto elettriche hanno meno componenti e, quindi, alcuni si chiedono se nei magazzini serviranno automaticamente meno persone.

Quanto è interessante il settore automobilistico per le giovani generazioni come luogo di lavoro?

GF: Molti giovani hanno un'idea ormai antiquata del settore e di AMAG. Lo riscontriamo parlando con genitori, ragazze e ragazzi interessati, nelle candidature e nelle classi scolastiche. Ogni volta dico che da noi la tutela ambientale è molto importante, che ad esempio abbiamo un intero sistema di smaltimento, un sistema di trattamento dell'acqua biologica e un impianto fotovoltaico per l'alimentazione elettrica sul tetto. Spesso si tratta di una rivelazione, visto che soprattutto la generazione Z è molto attenta all'ambiente e vuole avere un buon futuro, proprio come noi per i nostri figli e le nostre figlie.

La generazione Z quali altri messaggi apprezza in modo particolare?

GF: Il lavoro di squadra nonché il rispetto dell'individualità e l'impegno. Di tutto questo e molto altro ancora teniamo conto nella quotidianità lavorativa, soprattutto nel lavoro dirigenziale.

SK: A chi viene a fare sessioni di prova racconto sempre che abbiamo spesso momenti in cui ci divertiamo molto, anche se il lavoro richiede rigore.

Voi di AMAG Buchrain che cosa fate concretamente per la generazione Z?

GF: Se i giovani pensano che una giornata lavorativa con meno di dieci ore non sia possibile, li perdiamo. Per questo noi di AMAG Buchrain abbiamo ridotto l'orario di apertura la mattina e la sera senza però naturalmente perdere di vista l'attenzione alla clientela. Inoltre offriamo orari di lavoro flessibili che vengono organizzati direttamente nei team.

SK: È vero: per la mia generazione è molto importante un buon equilibrio tra lavoro e tempo libero. Lo vedo già di persona. Ho un cane e sono contenta quando la sera non torno a casa troppo tardi. Ho affrontato la questione anche con il responsabile del mio team, che mi sostiene molto.

La conoscenza come motore

La differenza è una forza

«La diversità è inevitabile», afferma la Dr. Jamie Gloor, Assistant Professor all'Università di San Gallo, che, in una breve videointervista, spiega quale ruolo riveste oggi la diversità e quali effetti positivi può avere per le aziende, illustrando quanto sia importante definire obiettivi realistici e in che modo valori aziendali concreti rendano interessante un datore di lavoro anche per i gruppi target più giovani.



Scoprite di più scansionando
il codice QR

GF: È un ottimo approccio. La generazione Z e, in generale, le collaboratrici e i collaboratori più giovani tengono molto alla partecipazione. Per questo spesso delego le decisioni nei team.

E che cosa ci dite in merito al tema della diversità?

SK: Il settore automobilistico continua ad avere un'impronta maschile. Eppure noi donne siamo in grado di svolgere lo stesso lavoro degli uomini. Da AMAG il numero di donne dovrebbe essere maggiore. Viene già fatto molto al riguardo. Il mio stesso esempio dimostra che le donne ricevono prospettive di avanzamento e vengono incoraggiate.

GF: È vero: in questo ambito miglioreremo se il personale sarà più misto, a livello di origine, formazione o genere. Noi cerchiamo la persona migliore per una posizione. In qualità di superiore, faccio valere consapevolmente la mia opinione già all'inizio del processo di reclutamento. È in questo modo che facciamo progressi: con tante misure mirate nella quotidianità miglioriamo la nostra agilità, assicurando di essere percepiti come azienda moderna e orientata al futuro. Siamo gli apripista!

Scoprite il nostro special online

Nella versione online del nostro report di sostenibilità su amag.report potrete scoprire ulteriori informazioni interessanti sulle attività della nostra azienda e non solo.



FAIRPLAY

04

Per AMAG la protezione dei dati ha la massima priorità

Per AMAG la protezione dei dati è fondamentale. Tant'è che già oggi fa moltissimo per proteggere i dati della clientela. Ma in futuro quest'impegno diventerà ancora più importante: la mobilità a impatto zero del futuro si basa su soluzioni digitali, mezzi di trasporto interconnessi e grandi quantità di dati. Un esempio al riguardo è l'app AMAG introdotta alla fine del 2022 che permette alla clientela di accedere direttamente a importanti dati del veicolo e a diversi servizi. Per questo le esperte e gli esperti di AMAG in materia di protezione dei dati sono stati coinvolti fin dall'inizio nello sviluppo dell'app.

La digitalizzazione e la connettività dei veicoli richiedono una maggiore protezione dei dati

AMAG attribuisce la massima importanza alla protezione di tutti i dati della clientela, del personale, dei fornitori e di altri partner. Adottiamo quindi specifiche misure tecniche e organizzative per proteggere le informazioni da un eventuale utilizzo non autorizzato. Questa protezione dei dati a 360° e

«Vogliamo e dobbiamo mostrare alla clientela con trasparenza che cosa succede con i loro dati.»

la stretta osservanza delle rispettive leggi sono integrate direttamente nei processi AMAG, con chiare regole e controlli. In questo modo assicuriamo la privacy dall'interno. Per AMAG è una priorità assoluta anche la protezione da attacchi esterni, nell'ambito della nostra strategia di cibersicurezza.

AMAG si occupa attivamente di privacy già da tempo. Al riguardo beneficiamo del fatto che, con l'affiliata del Liechtenstein AMAG Vaduz, disponiamo di esperienze approfondite anche nel contesto della protezione dei dati a livello

europeo, ad esempio con il regolamento dell'UE sulla protezione dei dati (GDPR) introdotto nel 2018. Negli ultimi anni la privacy è diventata sempre più importante, visto il forte aumento del volume di dati legati all'uso di auto, ad es. per il trasferimento di informazioni tecniche o per offerte digitali. In tal caso rivestono un ruolo importante sia le maggiori capacità di connettività dei veicoli che l'intensa introduzione di soluzioni digitali che rendono possibile una mobilità moderna. Rientrano ad esempio nel mondo AMAG anche le offerte



Michael Bertschi e Susan Siemann

Clyde, allride e Volton nonché l'app AMAG introdotta a fine 2022 con l'opzione di una carta di ricarica e di credito integrata (vedi l'intervista a pagina 36). Ciò comporta però una sfida: per queste soluzioni una protezione dei dati a 360° è complessa, visto che diventa sempre più difficile individuare i flussi di dati e le fonti. Di conseguenza, in questi progetti AMAG esamina fin dall'inizio questioni legate alla privacy, considerando e coordinando ogni volta anche le interfacce con i brand.

Ottima user experience nonostante regole chiare

L'app AMAG semplifica per la clientela i processi legati al veicolo, ad esempio l'organizzazione di un appuntamento di assistenza, e si può anche collegare a una carta di credito e di ricarica. Il tool fornisce anche consigli, ad esempio per

uno stile di guida ecologico. L'uso dell'app comporta un intenso scambio di dati relativi a persone e veicoli tra utenti e rispettivi partner presso AMAG. Susan Siemann (SSI), Group Data Privacy Officer presso AMAG Group, e Michael Bertschi (MB), Responsabile di progetto Digital Business presso AMAG Retail e dell'app AMAG, discutono come AMAG assicuri proattivamente la protezione dei dati e quali sfide ciò comporta.

Perché AMAG ha introdotto un'app per la mobilità?

MB: Vogliamo mettere a disposizione della clientela AMAG un'app su misura per i nostri servizi e le nostre offerte. L'app precedente di un fornitore terzo non era più adeguata. Per questo all'inizio del 2022 abbiamo optato per un'app interna che potesse anche crescere insieme ai

La conoscenza come motore

Protezione sostenibile per aziende

Con la digitalizzazione e la crescente massa di informazioni, la protezione dei dati diventa una sfida cruciale. Spesso sono soprattutto le aziende il principale obiettivo di eventuali attacchi. Nella videointervista Pascal Lamia, Responsabile Sicurezza informatica operativa nel Centro nazionale per la cibersecurity (NCSC) della Confederazione, sottolinea che una gestione informatica di vasta portata è molto importante per un elevato grado di protezione, spiegando come le aziende possono difendersi al meglio dagli attacchi hacker e perché una buona collaborazione con la Confederazione è fondamentale.



**Scoprite di più scansionando
il codice QR**

nostri servizi e alle nostre offerte. Novità a misura di cliente nell'app sono ad esempio la prenotazione di appuntamenti, di recente introduzione, per servizi di assistenza o la possibilità di notificare sinistri. Alla fine del 2022 abbiamo quindi attivato l'app. Nel primo semestre del 2023 passeremo le/gli utenti dal fornitore terzo, che continuerà a essere responsabile della base tecnica dell'app, ad AMAG.

È complesso garantire la protezione dei dati nell'app?

MB: Sì, molto! Tutti i dati relativi alle persone e ai veicoli sono sensibili. Per questo ogni volta che si attiva un servizio aggiuntivo nell'app serve il consenso, laddove è garantita la trasparenza. L'attenzione è posta in modo particolare sulla sicurezza delle informazioni e dei dati di natura finanziaria. La carta di ricarica collegabile all'app permette infatti di ricaricare l'auto elettrica presso oltre 7000 punti di ricarica in Svizzera a condizioni agevolate. Chi vuole una soluzione ancora più semplice sceglie subito anche la funzione di carta di credito, cosa che comporta ulteriori requisiti in materia di protezione dei dati.

Quali sono state le più grandi sfide del progetto relativamente alla protezione dei dati?

SSi: Individuare i flussi di dati e chi ne è responsabile. Con il fornitore terzo abbiamo infatti dovuto analizzare esattamente quand'è che ne siamo responsabili noi di AMAG e dov'è l'interfaccia con il relativo ambito di responsabilità. Dopo sono serviti accordi ben precisi in materia e disposizioni per il progetto. Difatti vogliamo e dobbiamo mostrare alla clientela con trasparenza che cosa succede con i loro dati. Ed è quanto impone anche la revisione della Legge svizzera sulla protezione dei dati valida da settembre 2023.

MB: In veste di responsabile di progetto, per me era importante che ci occupassimo della privacy non solo alla fine del progetto, bensì intergrandola interamente fin dall'inizio. Sicuramente è più complesso, ma necessario per una soluzione sicura.

SSi: Grazie per la lungimiranza, Michael. Noi di AMAG Legal and Compliance abbiamo la reputazione di showstopper se alla fine di un progetto dobbiamo dire che qualcosa non è possibile per motivi legati alla protezione dei dati. Una situazione che può essere evitata integrando ogni volta tempestivamente considerazioni sulla privacy.

Come convincete le/gli utenti dell'elevato standard di protezione dei dati di AMAG?

MB: La trasparenza e la comunicazione sono molto importanti. Un esempio: in molte applicazioni si possono accettare le condizioni generali con un segno di spunta senza neanche esaminarle. Invece chi si registra all'app AMAG accede innanzitutto a una schermata specifica per il consenso su cui mostriamo esattamente come vengono usati i dati relativi a persone e veicoli. Solo successivamente si possono accettare le CG e si può autorizzare il trattamento dei dati.

SSi: Io ero entusiasta di questa idea della schermata specifica. Un altro aspetto è che ci si può registrare all'app anche solo come persona, quindi senza l'interconnessione tra persona e veicolo.

La protezione dei dati è garantita anche per eventuali ulteriori sviluppi di soluzioni digitali?

SSi: La protezione dei dati è nel DNA di AMAG. Sempre. Siamo convinti che questa posizione coerente rafforzi la fidelizzazione della clientela, consentendoci di acquisire nuove e nuovi clienti.

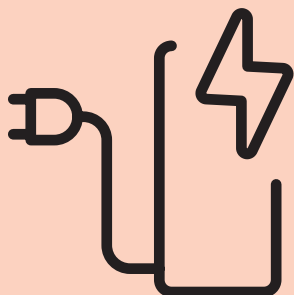
Scoprite il nostro special online

Nella versione online del nostro report di sostenibilità su amag.report potrete scoprire ulteriori informazioni interessanti sulle attività della nostra azienda e non solo.

FATTI

Net Zero

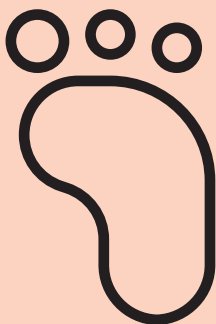
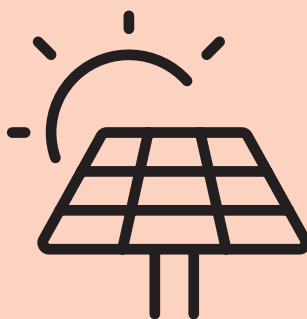
Elettrificazione per andare incontro al futuro, impegno in molti settori



- Fino alla fine del 2022 AMAG ha installato 1258 stazioni di ricarica in tutta la Svizzera
- Nel 2022 la quota di mercato dei veicoli puramente elettrici risultava in Svizzera del 17,8 per cento; l'anno scorso, con 12'458 veicoli di questo tipo di nuova immatricolazione, AMAG ha ampliato la leadership di mercato con una crescita del 27,6 per cento
- Continuazione di the square al The Circle dell'aeroporto di Zurigo, un New Mobility Hub e il primo centro di competenza ed esperienze per la nuova mobilità individuale sostenibile
- Gestione della piattaforma comunitaria «drive-electric.ch» con risposte a tutte le domande sull'elettromobilità
- Sviluppo dell'app «allride» che, all'interno del proprio circolo di utenti, permette di accedere a soluzioni di mobilità (auto, bici ecc.)

Più sole

- Impianti fotovoltaici installati sui tetti dell'azienda per 20'994 m²
- AMAG compie un passo importante verso l'energia sostenibile, acquisendo nel 2022 il precursore del solare «Helion»



Impronta ecologica di AMAG in tonnellate CO₂ equivalente

Scope 1: 19'605

Scope 2: 858

Scope 3: 3'010'055

Totale emissioni riferite agli scope 1, 2 e 3: 3'030'518

Engage

71 nazionalità

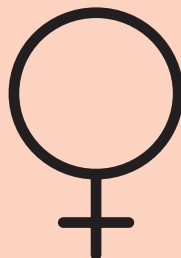
176 sedi

1 AMAG Family Day

16,7% di donne

Obiettivi ambiziosi

- Entro il 2025 AMAG intende raddoppiare la quota di apprendiste dall'11,7 (2022) al 20 per cento
- Entro il 2028 la quota di donne in posizioni dirigenziali dovrà salire dal 15 (oggi) a oltre il 25 per cento



6892
collaboratori
e collaboratrici

Diversity dalle mille sfaccettature

A fine anno, nel complesso erano 6892 le persone che lavoravano per AMAG (vedi pagina 52 del report). Da novembre del 2022 altri 460 dipendenti di Helion forniscono ad AMAG nuovo know-how e nuove competenze.

Più diversità grazie all'inclusione

AMAG considera l'integrazione parte di una società incentrata sulla sostenibilità. Nel 2022 ha seguito undici partecipanti nel programma «Pre tirocinio d'integrazione».



Fairplay

2172

corsi di formazione sul diritto sui cartelli

6412

corsi di formazione sul codice di condotta

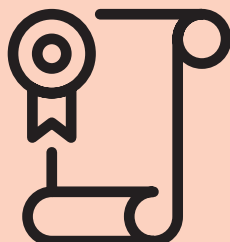


Riconoscimenti

Il team di AMAG Cyber Security ha vinto il primo Courage Award dell'Information Security Society Switzerland e Inside IT che premia le aziende che, dopo un attacco informatico, comunicano in modo aperto e ben strutturato.

Consapevolezza in ambito di sicurezza informatica

Con il programma di training «Hoxhunt» e i testimonial «Troy» e «Trixie», AMAG sensibilizza il personale in merito ai cyber-rischi, aumentando la resilienza informatica. Trixie, figura ideata nel 2022, si concentra sul social engineering, mostrando come i criminali informatici si guadagnano la fiducia del personale.



Certificazione CFSL

AMAG utilizza un proprio sistema di gestione con specialiste e specialisti per la sicurezza sul lavoro e la tutela della salute.

REPORT SUI KPI SECONDO LA GRI

05

Indice dei contenuti GRI

AMAG Group AG ha fornito rapporto per il periodo che va dal 1° gennaio 2022 al 31 dicembre 2022 in conformità con gli Standard GRI 2021. Per l'indice dei contenuti è stato eseguito il servizio «Content Index – Essentials» GRI che verifica se l'indice GRI è rappresentato in modo chiaro e in conformità con gli Standard e se i riferimenti per le informative da 2-1 a 2-5, 3-1 e 3-2 corrispondono alle rispettive sezioni nel report sui KPI di AMAG Group. Questo servizio è stato fornito per la versione tedesca del report.



Informativa Generale

Standard GRI	Informativa	Riferimento	Ragione di omissione (Re), ragione (Ra), spiegazione (S)
GRI 1: Principi Fondamentali 2021			
1. L'organizzazione e le sue prassi di rendicontazione			
GRI 2: Informativa Generale 2021	2-1	Dettagli organizzativi	48
	2-2	Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	48
	2-3	Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	49
	2-4	Revisione delle informazioni	49
	2-5	Assurance esterna	49
2. Attività e lavoratori			
	2-6	Attività, catena del valore e altri rapporti di business	52
	2-7	Dipendenti	52
	2-8	Lavoratori non dipendenti	54
3. Governance			
	2-9	Struttura e composizione della governance	54
	2-10	Nomina e selezione del massimo organo di governo	55
	2-11	Presidente del massimo organo di governo	55
	2-12	Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	55
	2-13	Delega di responsabilità per la gestione di impatti	56
	2-14	Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	56
	2-15	Conflitti d'interesse	56
	2-16	Comunicazione delle criticità	56
	2-17	Conoscenze collettive del massimo organo di governo	57
	2-18	Valutazione della performance del massimo organo di governo	57
	2-19	Norme riguardanti le remunerazioni	57
	2-20	Procedura di determinazione della retribuzione	57

Re: Valutazione del massimo organo di governo
 Ra: Vincoli di riservatezza
 S: Società di proprietà privata

2-21	Rapporto di retribuzione totale annuale	57	Re: Valutazione del massimo organo di governo Ra: Vincoli di riservatezza S: Società di proprietà privata
4. Strategia, politiche e prassi			
2-22	Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	58	
2-23	Impegno in termini di policy	58	
2-24	Integrazione degli impegni in termini di policy	58	
2-25	Processi volti a rimediare impatti negativi	59	
2-26	Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	59	
2-27	Conformità a leggi e regolamenti	59	
2-28	Appartenenza ad associazioni	60	
5. Coinvolgimento degli stakeholder			
2-29	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	60	
2-30	Contratti collettivi	61	

Temi materiali

Standard GRI	Informativa	Riferimento	Ragione di omissione (requisito (Re), ragione (Ra), spiegazione (S))
Analisi di materialità ed elenco dei temi materiali			
GRI 3: Temi materiali 2021	3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	62
	3-2	Elenco dei temi materiali	62
Energia			
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	63
GRI 302: Energia - versione 2016	302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	64
	302-4	Riduzione del consumo di energia	64
Emissioni			
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	65
GRI 305: Emissioni - versione 2016	305-1	Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	66
	305-2	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	66
	305-3	Altre emissioni indirette di GHG (Scope 3)	67
	305-5	Riduzione delle emissioni di GHG	69

Rifiuti					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali		70	
GRI 306: Rifiuti 2020	306-1	Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti		71	
	306-2	Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti		71	
	306-3	Rifiuti prodotti		71	Re: Rifiuti in tonnellate Ra: Dati non disponibili S: Rilevazione dei dati in fase di sviluppo
	306-4	Rifiuti non destinati a smaltimento		71	Re: Rifiuti in tonnellate Ra: Dati non disponibili S: Rilevazione dei dati in fase di sviluppo
	306-5	Rifiuti destinati a smaltimento		71	Re: Rifiuti in tonnellate Ra: Dati non disponibili S: Rilevazione dei dati in fase di sviluppo
Formazione e istruzione					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali		72	
GRI 404: Formazione e istruzione - versione 2016	404-1	Numero medio di ore di formazione all'anno per dipendente		73	
	404-2	Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e di assistenza nella transizione		74	
	404-3	Percentuale di dipendenti che ricevono periodicamente valutazioni delle loro performance e dello sviluppo professionale		75	
Diversità e pari opportunità					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali		76	
GRI 405: Diversità e pari opportunità - versione 2016	405-1	Diversità negli organi di governance e tra i dipendenti		77	
	405-2	Rapporto tra salario di base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini		78	
Compliance					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali		79	
GRI 206: Comportamento anticompetitivo - versione 2016	206-1	Azioni legali relative a comportamento anticompetitivo, attività di trust e prassi monopolistiche		80	
Salute e sicurezza sul lavoro					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali		82	
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro - versione 2018	403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro		82	
	403-2	Identificazione del pericolo, valutazione del rischio e indagini sugli incidenti		83	
	403-3	Servizi per la salute professionale		84	

	403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori in merito a programmi di salute e sicurezza sul lavoro e relativa comunicazione	85
	403-5	Formazione dei lavoratori sulla salute e sicurezza sul lavoro	86
	403-6	Promozione della salute dei lavoratori	86
	403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro direttamente collegati da rapporti di business	87
	403-8	Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	87
	403-9	Infortuni sul lavoro	88
Privacy dei clienti			
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	89
GRI 418: Privacy dei clienti – versione 2016	418-1	Fondati reclami riguardanti violazioni della privacy dei clienti e perdita di loro dati	89

GRI 2

Informativa Generale

1. L'organizzazione e le sue prassi di rendicontazione

2-1

Dettagli organizzativi

Denominazione dell'organizzazione: AMAG Group AG

Sede centrale dell'organizzazione: Alte Steinhäuserstrasse 12, 6330 Cham

Natura della titolarità e struttura legale: AMAG Group AG con sede a Cham (ZG) è la holding del gruppo AMAG (AMAG). AMAG Group AG non è quotata. Nessuna delle affiliate detenute direttamente o indirettamente è quotata. AMAG Leasing AG, una società interamente controllata da AMAG Group AG, detiene cinque società veicolo nel giorno di chiusura del bilancio, di cui due che hanno emesso obbligazioni quotate alla borsa svizzera SIX Swiss Exchange. AMAG Leasing AG ha essa stessa emesso un'obbligazione quotata.

Siti operativi: AMAG ha circa 100 sedi in Svizzera e con AMAG (Vaduz) AG ha una sede nel Liechtenstein.

2-2

Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione

Entità incluse nel bilancio consolidato:

Il rapporto relativo alla sostenibilità include tutte le affiliate di AMAG Group AG, che sono AMAG Import SA, AMAG Automobili e motori SA incl. AMAG (Vaduz) AG, AMAG First AG, AMAG Leasing AG, AMAG Services AG, AMAG Parking AG, AMAG Corporate Services AG nonché mobilog SA e le relative aziende controllate da AMAG.

Attività, marchi, prodotti e servizi:

AMAG Group AG è un'impresa svizzera. Fa parte di essa anche AMAG Import SA, che importa e distribuisce mediante la più vasta rete di rappresentanti della

Svizzera (più di 450 concessionari e partner di servizio) veicoli dei marchi Volkswagen, Audi, SEAT, Škoda, CUPRA e Volkswagen Veicoli Commerciali. AMAG comprende anche AMAG Automobili e motori SA, cui fanno capo circa 80 garage e centri occasioni e carrozzeria propri. Inoltre, è un punto di riferimento per quanto riguarda il marchio Bentley. Al gruppo AMAG appartiene anche l'affiliata AMAG First AG, la più grande organizzazione di concessionari Porsche in Svizzera.

Fanno capo ad AMAG anche AMAG Leasing AG, società che offre servizi finanziari, AMAG Parking AG, responsabile di diversi autosili, e AMAG Services AG, che detiene la licenza di Europcar e ubeeqo per la Svizzera e offre servizi di valet parking presso gli aeroporti svizzeri e servizi di noleggio con conducente in tutta la Svizzera. Dal 2021 mobilog SA eroga servizi di logistica anche a terzi; inoltre, AMAG gestisce un Innovation & Venture LAB. Dal 2018, AMAG è proprietaria di autoSense, una soluzione d'interconnessione digitale per veicoli, e dal 2019 offre con Clyde un modello di abbonamento auto. Inoltre, è partner di Swiss Start-up Factory.

A novembre 2022 AMAG ha acquisito Helion, integrando la propria gamma di servizi con l'installazione di impianti fotovoltaici e pompe di calore nonché con la pianificazione e la realizzazione di un'infrastruttura di ricarica. Dall'anno di riferimento 2023 Helion AG verrà integrata nella rendicontazione di sostenibilità e, pertanto, ancora non rientra negli indicatori di cui in seguito.

2-3

Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto

Periodo di rendicontazione: 1.1.2022–31.12.2022. Il report di sostenibilità di AMAG Group AG viene allestito a cadenza annuale. Data del report più recente: luglio 2022.

Contatto: Dr. Ina Maria Walthert, Head of Group Sustainability AMAG Group

2-4

Revisione delle informazioni

Revisione delle informazioni: nessuna

Modifiche nella rendicontazione: nessuna

2-5

Assurance esterna

Il bilancio dei gas serra di AMAG Group AG viene sottoposto a verifica esterna. Inoltre il Group CEO e il Sustainability Board di AMAG sono coinvolti nel processo di approvazione dei contenuti del report.



Ernst & Young SA
Maagplatz 1
Casella postale
CH-8010 Zurigo

Telefono: +41 58 286 31 11
www.ey.com/en_ch

Alla Direzione di

AMAG Group AG, Cham

Zurigo, 5 giugno 2023

Relazione della società di revisione indipendente sugli indicatori di energia ed emissioni nel rapporto di sostenibilità AMAG 2022

Siamo stati incaricati di svolgere un esame limitato (l'incarico) sugli indicatori di energia e di emissioni contrassegnati con un "E" (i KPI) riportati nel Rapporto di sostenibilità 2022 (il report) di AMAG Group AG (il Gruppo) per il periodo di rendicontazione dal 1 gennaio 2022 al 31 dicembre 2022.

Oltre a quanto descritto nel paragrafo precedente, che definisce l'ambito del nostro incarico, non abbiamo svolto procedure di garanzia sulle restanti informazioni incluse nella relazione e, di conseguenza, non esprimiamo una conclusione su tali informazioni.

Criteri applicabili

Il Gruppo ha definito come criteri applicabili (di seguito "criteri applicabili"):

- ▶ Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards (GRI Standards).

Una sintesi di questi standard è disponibile sul sito Internet del GRI. Siamo dell'avviso che questi criteri siano appropriati per lo svolgimento del nostro incarico al fine di ottenere un esame limitato.

Responsabilità della Direzione

La Direzione è responsabile della selezione dei criteri applicabili e della preparazione e presentazione, in tutti gli aspetti rilevanti, dei KPI divulgati in conformità con i criteri applicabili. Questa responsabilità include la progettazione, l'implementazione e il mantenimento del controllo interno relativo alla preparazione dei KPI che siano esenti da errori sostanziali, siano essi dovuti a frode o errore.

Indipendenza e controllo della qualità

Ci siamo attenuti ai principi in materia di indipendenza e di etica professionale dell'International Code of Ethics for Professional Accountants (compreso dell'International Independence Standards) dell'International Ethics Standards Board for Accountants (codice IESBA), che si fonda sui principi fondamentali di integrità, obiettività, competenza professionale e diligenza, riservatezza e comportamento professionale.

La nostra società di revisione applica l'International Standard on Quality Control 1, Quality Control for Firms that Perform Audits and Reviews of Financial Statements, and Other Assurance and Related Services Engagements e, di conseguenza, mantiene un sistema completo di controllo di qualità che include direttive e procedure documentate riguardanti il rispetto dei principi etici, degli standard professionali e alle disposizioni di legge e dei regolamenti applicabili.

La nostra responsabilità

La nostra responsabilità consiste, sulla base degli elementi probatori acquisiti, nell'esprimere una conclusione sui KPI sopra menzionati. Abbiamo svolto il nostro incarico secondo quanto previsto dal principio International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information. Questo standard richiede la pianificazione e lo svolgimento di procedure al fine di ottenere un livello di sicurezza limitato che i KPI nel report siano privi di errori significativi, siano essi imputabili a frode o errore.

Sintesi del lavoro svolto

Sulla base delle considerazioni di rischio e materialità, abbiamo intrapreso procedure per ottenere prove sufficienti. Le procedure selezionate dipendono dal giudizio del professionista. Ciò include la valutazione dei rischi di errori significativi nei suddetti KPI. Le procedure condotte nell'ambito di un esame limitato sono meno ampie in natura e tempistiche rispetto allo svolgimento di un esame completo ("reasonable assurance engagement"). Di conseguenza, il livello di sicurezza ottenuta in un esame limitato è sostanzialmente inferiore rispetto ad un esame completo.

Sebbene abbiamo considerato l'efficacia del controllo interno della direzione nel determinare la natura e l'estensione delle nostre procedure, il nostro incarico non è stato concepito per fornire garanzia sul controllo interno. Le nostre procedure non hanno incluso il controllo dei test o l'esecuzione di procedure relative al controllo dell'aggregazione o del calcolo dei dati all'interno dei sistemi IT.

Il processo di quantificazione dei gas serra (GhG) è soggetto a incertezza scientifica, che sorge a causa di conoscenze scientifiche incomplete riguardanti la misurazione dei gas serra. Inoltre, le procedure relative ai gas serra sono soggette all'incertezza di stima (o misurazione) derivante dai processi di misurazione e calcolo utilizzati per quantificare le emissioni entro i limiti delle conoscenze scientifiche esistenti.

Le nostre procedure di esame limitato includono, tra le altre, le seguenti attività:

- ▶ Valutazione dell'adeguatezza dei criteri sottostanti e della loro coerente applicazione
- ▶ Interviste con il personale interessato per comprendere il processo aziendale e di rendicontazione, compresa la strategia, i principi e la gestione della sostenibilità
- ▶ Interviste con il personale chiave del Gruppo per comprendere il sistema di rendicontazione di sostenibilità durante il periodo di rendicontazione, incluso il processo di raccolta, confronto e rendicontazione dei KPI
- ▶ Verifica della corretta applicazione dei criteri di calcolo secondo le metodologie delineate nei criteri applicabili
- ▶ Procedure di revisione analitica per supportare la ragionevolezza dei dati
- ▶ Identificazione e verifica delle ipotesi a supporto dei calcoli
- ▶ Esame analitico, su base campionaria, delle fonti delle informazioni sottostanti per verificare l'accuratezza dei dati

Riteniamo che le prove che abbiamo ottenuto siano sufficienti e appropriate per fornire una base per la nostra conclusione di esame limitato.

Conclusione

Sulla base delle procedure svolte e delle evidenze acquisite, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che facciano ritenere che i KPI per il periodo di rendicontazione dal 1 gennaio 2022 al 31 dicembre 2022 non siano stati redatti, in tutti gli aspetti significativi, in conformità con i criteri applicabili.

Ernst & Young SA

Mark Veser
Partner

Claude-Aline Dubi
Manager

2. Attività e lavoratori

2-6

Attività, catena del valore e altri rapporti di business

Mercati serviti: sostanzialmente Svizzera e Liechtenstein

Catena di fornitura: il gruppo AMAG importa e distribuisce in Svizzera auto-veicoli e veicoli commerciali e fornisce diversi servizi nel settore della mobilità. Tra questi figurano servizi centrali inerenti alla manutenzione, alla riparazione e alla gestione danni, ma anche servizi di autonoleggio e car sharing. Oltre all'import di veicoli e alla stretta collaborazione con il gruppo Volkswagen, AMAG acquista altre merci e servizi classificati in diversi gruppi merceologici. Fra questi figurano ad esempio IT, servizi logistici e di trasporto, pezzi di ricambio, vernici e pneumatici, materiali da ufficio nonché servizi finanziari e di consulenza.

Modifiche significative all'organizzazione e alla sua catena di fornitura:

Nell'anno di riferimento vi sono stati ritardi di fornitura per via della mancanza di microchip. Per via del COVID-19 e del conflitto in Ucraina ci aspettiamo anche in futuro problemi nelle catene di fornitura. Prevediamo inoltre che la situazione di fornitura di auto nuove resterà critica e che permarrà una carenza nell'attività dei veicoli d'occasione. Una task force monitora costantemente i rischi. Se del caso vengono attuate misure per contrastare eventuali danni.

A novembre 2022 AMAG ha acquisito Helion. Di conseguenza al modello aziendale e alla catena di fornitura si aggiunge l'acquisto di impianti fotovoltaici e pompe di calore. L'integrazione nel bilancio dei gas serra di AMAG avverrà nell'anno di riferimento 2023.

2-7

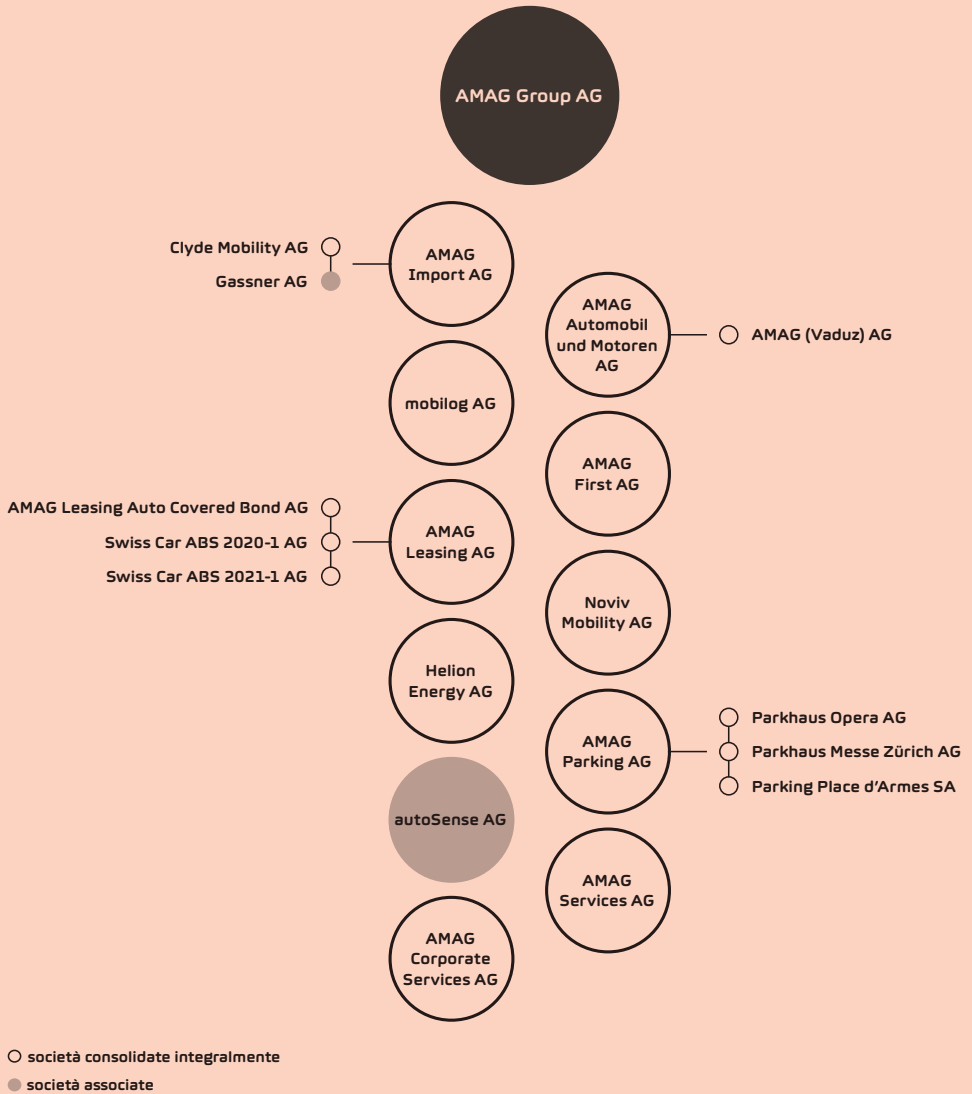
Dipendenti

	2020	2021	2022
Fatturato netto in miliardi di CHF	4,0	4,3	4,4
Numero totale di dipendenti*	6064	6224	6562
Di cui apprendiste/apprendisti	728	745	771

alla rispettiva data di riferimento 31 dicembre

*Si riferisce al totale di dipendenti con un rapporto di lavoro a tempo determinato e indeterminato, senza Helion. Insieme ad altri gruppi di dipendenti (hostess, personale a chiamata, autisti incaricati e Chauffeur Drive), al 31 dicembre 2022 AMAG aveva all'attivo un totale di 6892 dipendenti (senza Helion).

Partecipazioni essenziali AMAG Group AG:



Nell'organigramma rappresentato vengono indicate solo le partecipazioni essenziali.

Lavoratori non dipendenti

Composizione dell'organico: contratto di lavoro e tipologia di impiego

	Donne			Uomini			Totale		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Totale di dipendenti per contratto di lavoro									
A tempo indeterminato	949	990	1120	4985	5112	5766	5934	6102	6886
A tempo determinato	20	24	33	110	98	103	130	122	136
Totale di dipendenti per tipologia di impiego									
Tempo pieno	679	717	782	4794	4936	5206	5473	5653	5988
Part-time	290	297	371	301	274	663	591	571	1034

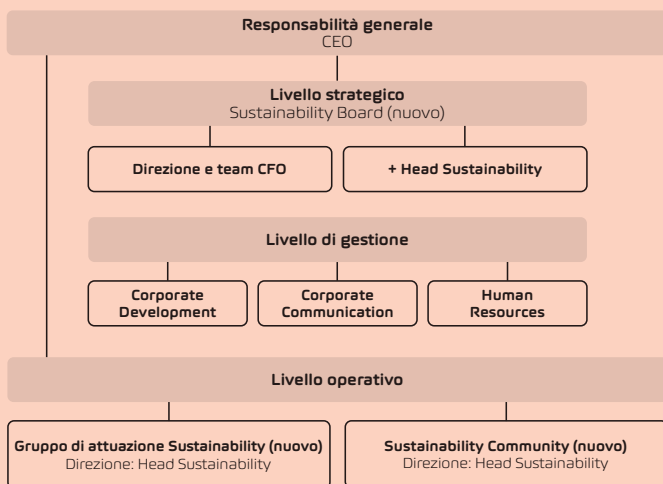
3. Governance

Struttura e composizione della governance

Il consiglio di amministrazione di AMAG è composto da sei membri non esecutivi, che neanche prima erano parte della direzione o del management del gruppo AMAG. AMAG Group AG è una società per azioni di proprietà privata non quotata. In qualità di massimo organo esecutivo, il consiglio di amministrazione esercita una funzione di direzione a livello generale, vigilanza e controllo sulla società. La direzione del gruppo è l'organo subordinato al consiglio di amministrazione ed è composto dal CEO e dal CFO.

La direzione si compone della direzione del gruppo, dei managing director delle affiliate nonché di altri report diretti del CEO. La direzione finanziaria generale del gruppo AMAG è coordinata dal team CFO, composto dalla direzione del gruppo, dai CFO delle affiliate nonché dagli altri report diretti del Group CFO. I compiti dettagliati di responsabilità dei vari organi sono disciplinati nell'ambito di un regolamento organizzativo soggetto a regolare aggiornamento.

La responsabilità rispetto al radicamento strategico e all'attuazione operativa a livello di sostenibilità risulta impostata nell'organizzazione come di seguito illustrato:



2-10

Nomina e selezione del massimo organo di governo

La condizione per la nomina a membro del consiglio di amministrazione è la conformità a uno specifico profilo richiesto. I membri del consiglio di amministrazione valutano su base continuativa la competenza specialistica necessaria in tale organo. Al riguardo evitare conflitti d'interesse è un criterio importante, così come una certa eterogeneità.

2-11

Presidente del massimo organo di governo

Martin Häefner, presidente del consiglio di amministrazione.
Helmut Ruhl, CEO AMAG Group AG.

2-12

Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti

In virtù dei requisiti di legge e ai sensi del regolamento organizzativo di AMAG Group AG, al consiglio di amministrazione spetta la direzione a livello generale della società e delle società del gruppo (funzione direttiva), la definizione della strategia aziendale dell'intero gruppo AMAG e la concessione delle istruzioni necessarie tenendo conto delle disposizioni di legge svizzere applicabili. Il consiglio di amministrazione viene informato a cadenza regolare dal CEO di AMAG Group AG in merito ai progressi legati all'attuazione della strategia di sostenibilità.

Delega di responsabilità per la gestione di impatti

Il controllo e la gestione di tutti i temi di sostenibilità sono di responsabilità delle business unit e vengono promossi tramite la strategia del gruppo e le strategie delle singole business unit. La determinazione delle priorità strategiche in materia di sostenibilità a livello di gruppo si basa sulla valutazione di temi materiali nei settori ecologia, economia e società. In quanto fornitore di servizi e di soluzioni legate alla mobilità AMAG ha un impatto enorme nell'organizzazione delle offerte di mobilità sostenibili. I progressi vengono misurati tramite indicatori specifici e discussi nel Group Sustainability Board insieme alla definizione delle priorità di temi e progetti. Il Group Sustainability Board con la partecipazione di tutti i senior executive, CEO incluso, si riunisce quattro volte all'anno.

Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità

I temi legati alla sostenibilità vengono discussi nel Group Sustainability Board su base trimestrale. La strategia climatica fa parte della strategia del gruppo che viene approvata dal consiglio di amministrazione.

Conflitti d'interesse

La prevenzione dei conflitti d'interesse è sancita nel codice di condotta di AMAG Group AG ed è vincolante per tutto il personale.

Comunicazione delle criticità

Eventuali criticità possono venire comunicate tra l'altro in forma anonima tramite il portale di segnalazione di AMAG. Tutte le questioni vengono elaborate dal reparto Legal and Compliance del gruppo AMAG, eventualmente coinvolgendo altri reparti quali HR o Audit interno. Altri provvedimenti vengono presi dal responsabile Legal and Compliance con i rispettivi responsabili decisionali. Nel 2022 vi sono state segnalazioni, ma nessuna criticità. Il responsabile Legal and Compliance fa capo direttamente alla direzione del gruppo AMAG e fa regolarmente rapporto al consiglio di amministrazione del gruppo AMAG.

2-17

Conoscenze collettive del massimo organo di governo

Durante le riunioni del Group Sustainability Board, i senior executive vengono informati a cadenza regolare in merito ai temi di sostenibilità e alle tendenze. Tra cui figurano cambiamenti a livello normativo (nazionale e internazionale) e priorità specifiche in materia di AMAG Net Zero, AMAG Engage e AMAG Fairplay.

Il consiglio di amministrazione viene informato periodicamente in merito ai progressi di tutte le priorità strategiche, tra cui anche la sostenibilità. In questo contesto vengono inoltre messe a disposizione informazioni generali necessarie ai fini della comprensione.

2-18

Valutazione della performance del massimo organo di governo

Nessuna comunicazione.

2-19

Norme riguardanti le remunerazioni

La remunerazione dei membri del consiglio di amministrazione non è associata a fattori di successo. Si tratta invece di una semplice remunerazione di base fornita sotto forma di risorse pecuniarie, il cui ammontare riflette il tempo e il lavoro che i membri investono per adempiere i loro incarichi. I membri del consiglio di amministrazione non ricevono in particolare pagamenti di bonus né altre prestazioni finanziarie. Hanno diritto a un'auto di servizio.

2-20

Procedura di determinazione della retribuzione

La retribuzione totale dei membri della direzione del gruppo è composta da una quota fissa nonché da una quota variabile a breve termine e da una variabile a lungo termine. Tutte e tre le componenti vengono fornite sotto forma di risorse pecuniarie. La retribuzione di base riflette l'esperienza, le conoscenze e le continue prestazioni dei membri della direzione del gruppo nonché la concorrenzialità in confronti di mercato esterni alla luce di benchmark salariali relativi alla funzione specifica. Il consiglio di amministrazione stabilisce la retribuzione fissa del CEO e degli altri membri della direzione del gruppo per il rispettivo anno successivo.

2-21

Rapporto di retribuzione totale annuale

Nessuna comunicazione.

4. Strategia, politiche e prassi

2-22

Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile

Si veda l'editoriale all'interno del presente report, pagina 6.

AMAG si è posta un'ambiziosa finalità a livello climatico e punta a raggiungere un obiettivo in termini di emissioni nette pari a zero, in linea con l'obiettivo di 1,5 gradi raggiunto dall'Accordo di Parigi sul clima. In termini di attuazione, AMAG si orienta alle disposizioni di «Science Based Target Initiative». Il raggiungimento di tale obiettivo climatico risulta garantito dalla strategia climatica del gruppo AMAG; questa costituisce la principale componente nell'ambito di approfondimento AMAG Net Zero e, insieme agli altri ambiti di approfondimento AMAG Engage e AMAG Fairplay, rappresenta la promessa di sostenibilità di AMAG. Questi tre ambiti di approfondimento sono parte integrante della strategia del gruppo e rientrano tra le responsabilità della direzione del gruppo di AMAG.

2-23

Impegno in termini di policy

Agire in modo responsabile nei confronti del nostro personale, della nostra clientela, dei fornitori e dei partner è radicato nel codice di condotta di AMAG. Nell'anno di riferimento abbiamo iniziato con la valutazione sistematica della catena di fornitura e fissato la sostenibilità quale criterio di valutazione della collaborazione.

Per il nostro personale il codice di condotta è parte integrante del contratto. Per ulteriori informazioni in merito si prega di consultare la pagina 79 del presente report.

2-24

Integrazione degli impegni in termini di policy

Il codice di condotta del gruppo AMAG fissa gli standard nell'ambito dei settori a rischio rilevanti per la compliance. I seguenti soggetti: consiglio di amministrazione, direzione, personale, terzi quali concessionari, aziende fornitrici e altri partner di AMAG Group AG e relative società affiliate controllate, sono tenuti a osservare e a rispettare tali standard nell'ambito delle loro attività professionali. Ciò include anche il rispetto dei diritti umani. Il reparto Legal and Compliance ha disciplinato diversi temi in direttive vincolanti, fornisce consulenza a tutto il personale di AMAG e lo istruisce in questioni rilevanti per la compliance, ha creato canali di segnalazione per esaminare violazioni e indaga su eventuali infrazioni.

2-25

Processi volti a rimediare impatti negativi

Per prevenire eventuali impatti negativi, vengono svolte valutazioni di rischio a cadenza regolare su diversi temi. Al riguardo il rispetto di tutti i requisiti legali è il principio guida e viene supportato da Legal and Compliance. Tramite il servizio alla clientela di AMAG è possibile segnalare eventuali richieste degli stakeholder. Si può inoltre contattare l'azienda anche tramite l'ufficio stampa, il portale di segnalazione anonimo o il settore della sostenibilità.

Relativamente alla gestione delle richieste presentate e giustificate, il gruppo AMAG è solito collaborare con le autorità regolamentari in Svizzera.

2-26

Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni

Il gruppo AMAG ha un reparto Legal and Compliance incaricato di fornire consulenza e supporto al management e al personale in questioni legali. Inoltre il gruppo AMAG ha emanato tra l'altro una direttiva del gruppo relativa all'organizzazione della compliance, secondo la quale il personale può esternare i propri timori sulla condotta commerciale alla persona superiore diretta o indiretta, all'ufficio del personale competente, al reparto Legal and Compliance o tramite il portale di segnalazione di AMAG. In quest'ultimo caso è possibile fare comunicazioni anche in forma anonima. Il portale è accessibile anche a persone esterne. Tutte le segnalazioni vengono prese in esame e, all'occorrenza, vengono adottate le misure adeguate. Il gruppo AMAG dispone inoltre di un reparto Audit interno che controlla a cadenza regolare e sistematicamente il rispetto dei processi.

2-27

Conformità a leggi e regolamenti

A giugno 2022 la Commissione della concorrenza (COMCO) ha sanzionato AMAG Automobili e motori SA e altri sei concessionari di veicoli dei marchi Volkswagen nel Canton Ticino con nel complesso circa 44 milioni di franchi per accordi illegali in materia di concorrenza. Gli accordi sanzionati sono stati commessi nel Canton Ticino dal 2006 al 2018. Alla luce dell'indagine aperta dalla COMCO nel 2018, il gruppo AMAG ha riscontrato le violazioni. Nel corso del processo il gruppo AMAG ha pienamente collaborato con le autorità. Tra l'altro come risultato di questa indagine nel 2018, AMAG ha messo in piedi un ampio programma di compliance che mira a impedire violazioni di questo tipo.

Nel periodo di rendicontazione non sono state inflitte sanzioni pecuniarie per significative violazioni di leggi o regolamenti commesse nel periodo di rendicontazione.

Appartenenza ad associazioni

Nel periodo di rendicontazione, AMAG risultava membro di aee, dell'Unione professionale svizzera dell'automobile (UPSA), di auto-schweiz, Auto-Strassenhilfe-Schweiz (ASS), Avenir Mobilité, Avenir Suisse, Cardossier, Center for Corporate Venturing Switzerland, digitalswitzerland, electrosuisse/e'mobile, Gesellschaft für Marketing (gfm), G51, dell'Associazione dedicata all'advertising interattivo (IAB), di Schweizer Mobilitätsverband (sffv), Utenti Svizzeri Pubblicità (SWA), Schweizerischer Leasingverband (SLV), Smart City Verein Bern, Stiftung Auto Recycling Schweiz, Swiss Alliance for Collaborative Mobility (CHACOMO), Swiss Association of Autonomous Mobility (SAAM), Swiss Association for Automotive Transformation (SAAT), swisscleantech, Swiss eMobility, Swiss Power-to-X Collaborative Innovation Network (SPIN) eMobil Zug, della Camera di Commercio di Zugo e di Zugwest.

5. Coinvolgimento degli stakeholder

Approccio al coinvolgimento degli stakeholder

Tra i principali gruppi di stakeholder di AMAG compaiono: Volkswagen AG, la clientela, i concessionari e i garage indipendenti nonché il personale. Inoltre, importanti stakeholder sono anche i partner commerciali, i fornitori, le associazioni industriali, gli istituti normativi nonché i media e il mondo scientifico.

Individuazione e selezione degli stakeholder:

AMAG porta avanti un fitto scambio con i vari stakeholder, i quali influiscono in modo sostanziale sul successo dell'azienda e, a loro volta, vengono influenzati in modo significativo dalle attività commerciali di AMAG. Tra tali stakeholder compaiono, in particolare, la clientela e il personale AMAG. Le richieste provenienti dalla clientela vengono elaborate sia dai concessionari e dalle aziende partner del gruppo AMAG sia dal proprio servizio clienti. Il personale viene informato e coinvolto nelle varie questioni ricorrendo agli strumenti online.

Approccio al coinvolgimento degli stakeholder:

AMAG si posiziona come azienda fornitrice di soluzioni di mobilità sostenibili e, inoltre, come azienda dalla lunga tradizione e di proprietà della famiglia. È da questa idea di base che AMAG trae la propria responsabilità in ambito ambientale e sociale, persegue i propri obiettivi e imposta le proprie misure all'insegna del massimo impegno.

La concezione portata avanti da AMAG è frutto di un'assunzione di responsabilità legata a una visione solida, che punta a produrre servizi di mobilità su misura e in linea con le esigenze individuali ricorrendo a tecnologie innovative e a basse emissioni. In tal senso, AMAG investe notevolmente nello sviluppo e nella promozione delle competenze del proprio personale. Grande valore assume l'ampio programma formativo, assolutamente all'avanguardia, previsto per le apprendiste/gli apprendisti nonché le competenze a livello tecnologico e in termini di assistenza volte a offrire un supporto ottimale alla clientela AMAG. Inoltre, AMAG porta avanti una stretta collaborazione con i partner finalizzata a promuovere la Svizzera come polo di ricerca. Il fine di AMAG Innovation & Venture LAB è ricercare sia uno scambio attivo che una collaborazione con le start-up, in modo da creare un collegamento diretto e ottimale tra il gruppo AMAG ed eventuali nuovi sviluppi. È inoltre con la massima apertura che AMAG accoglie i riscontri e i feedback provenienti dagli stakeholder coinvolti. AMAG prende parte attivamente al dialogo pubblico inerente alla mobilità e rilascia regolarmente informazioni in occasione di conferenze stampa relative all'attuale sviluppo delle proprie attività.

2-30

Contratti collettivi

Percentuale dei dipendenti che rientrano nei contratti collettivi

2020	2021	2022
8%	12%	27%*

* Dati senza Helion.

L'aumento registrato nel 2022 è stato determinato perlopiù dalla rivalutazione dell'assoggettamento al CCL dei gruppi professionali nelle aziende esistenti.

GRI 3

Analisi di materialità ed elenco dei temi materiali

3-1

Processo di determinazione dei temi materiali

Nel 2022 la scelta dei temi materiali è stata confermata da colloqui con esperte/i esterne/i. Il tema dei rifiuti è stato quindi inserito nel report quale nuovo tema materiale ed è stata lanciata la rilevazione delle quantità di rifiuti.

Nel corso del 2021 tutti gli altri temi materiali sono stati identificati e valutati nell'ambito dei colloqui personali condotti con tutte/i le/i dirigenti delle singole business unit. Per la preselezione dei temi materiali sono stati adottati criteri focalizzati sulla rilevanza e sul valore aggiunto per specifici stakeholder di AMAG, per la società e con riferimento all'impatto globale, in linea con gli obiettivi di sviluppo sostenibile. Per ulteriori informazioni si prega di consultare la pagina 17 del presente report. Partendo da questo presupposto, il settore specialistico Corporate Development, in collaborazione con la direzione di Group Sustainability nonché con esperte/i esterne/i specializzate/i, ha provveduto a delimitare ulteriormente i vari temi. I temi selezionati sono stati quindi discussi all'interno della direzione per poi essere presentati al consiglio di amministrazione ai fini dell'approvazione. Infine, i temi con la priorità maggiore sono stati sottoposti al Group Sustainability Board (composto dalla direzione e da tutti i responsabili finanziari), che ha quindi provveduto ad approvarli.

3-2

Elenco dei temi materiali

I temi identificati come essenziali vengono assegnati agli ambiti di approfondimento di responsabilità di AMAG e sono parte integrante della strategia di gruppo di AMAG:

Ambito di approfondimento	Temi materiali
AMAG Net Zero	Energia, Emissioni, Rifiuti
AMAG Engage	Formazione e istruzione, Diversità e pari opportunità
AMAG Fairplay	Compliance, Salute e sicurezza sul lavoro, Privacy dei clienti

GRI 302

Energia

3-3

Gestione dei temi materiali

L'energia rappresenta un importante fattore nella quotidianità aziendale di AMAG, ad esempio nell'utilizzo e nel mantenimento degli immobili aziendali, nel garantire l'infrastruttura IT e i sistemi informatici, in tutti i servizi logistici, così come nei processi aziendali delle aziende addette alla carrozzeria e alla verniciatura e nei garage di proprietà di AMAG. La strategia di sostenibilità del gruppo AMAG è stata nuovamente approvata nel 2021. In tal senso, ogni business unit è stata obbligata a definire sia adeguati obiettivi parziali che misure idonee. Gli indicatori a livello di gruppo guidano e controllano i progressi e risultano registrati nell'ambito di rapporti trimestrali. Il processo alla base del report è integrato all'interno del Group Controlling, che consente di garantire la coerenza del reporting ESG. AMAG Import SA e mobilog SA hanno attuato un sistema di gestione ambientale in linea con lo standard ISO 14001:2015. Come precedentemente accennato, gli obiettivi formulati al suo interno risultano in linea con gli obiettivi di sostenibilità sovraordinati del gruppo AMAG.

Entro il 2025 AMAG intende diventare un'azienda a impatto zero sul clima e ridurre di almeno il 30 per cento le proprie emissioni riferite agli scope 1 e 2. Un'importante leva in tal senso è rappresentata dal costante miglioramento e dalla costante ottimizzazione di tutte le spese in ambito energetico, che verranno realizzati nell'ambito di un piano pluriennale stilato per tutti gli immobili aziendali. Ove possibile, le nuove sedi sono infatti realizzate ricorrendo a un tipo di produzione dell'energia priva di carburanti fossili, ad esempio utilizzando sonde geotermiche, pompe di calore o l'allacciamento a reti di teleriscaldamento locali. I processi che richiedono un elevato consumo di energia nell'ambito delle attività di carrozzeria e verniciatura sono invece integrati da un sistema di recupero di calore. Nel caso delle sedi attuali è in corso lo sviluppo di un piano di eliminazione graduale volto alla dismissione della produzione energetica a base di combustibili fossili, in base al ciclo di vita dell'impianto e alla disponibilità di possibili alternative. Nel caso delle sedi molto estese, AMAG applica già dal 2013 le direttive del modello per grandi consumatori emanate dall'Agenzia dell'energia per l'economia (AEnEC), che definiscono valori limite e obiettivi desunti dagli obiettivi climatici della Svizzera. Secondo i piani, entro il 2026 il modello per grandi consumatori sarà esteso a tutte le altre sedi.



Energia consumata all'interno dell'organizzazione

in MWh	2020	2021	2022
Olio da riscaldamento	9131	6488	9520
Gas naturale	24'195	24'562	18'427
Biogas	327	1'366	271
Truciolato	163	0	25
Propano	0	217	877
Diesel	40'546	25'134	19'286
Benzina	28'932	26'621	29'872
Corrente (altra fonte, fonte rinnovabile)	37'891	36'360	37'612
Corrente (altra fonte, fonte non rinnovabile/ mix energetico svizzero)	1255	1893	2069
Teleriscaldamento	4746	4583	4213
Totale in MWh	147'186	127'224	122'172

I dati sono riferiti a tutti gli immobili aziendali (sedi di proprietà e in affitto) di AMAG Group AG, senza Helion AG. Piccole superfici in affitto (quota ca. 20% del totale degli immobili aziendali) sono state valutate con un consumo medio di 150 kWh/m² di superficie riscaldata (riferimento: parco immobiliare 2050 - visione dell'UFE, 2022) e divise proporzionalmente in 60% di riscaldamento e 40% di energia elettrica (riferimento: Energieinstitut der Wirtschaft GmbH, 2012). La quota di riscaldamento è stata fattorizzata esclusivamente con combustibili fossili (gas naturale e olio da riscaldamento), quella di energia elettrica con il mix energetico svizzero. Per qualsiasi tipo di consumo, il periodo di riferimento dei dati è di dodici mesi. In base alla disponibilità e a causa delle date di riferimento della fatturazione fissate nel corso dell'anno, nel caso di singoli fornitori il periodo di rilevamento è stato modificato per la stima. Negli anni 2019 e 2020 il propano è stato incluso nella categoria del gas naturale, mentre dal 2021 viene riportato separatamente. Con la modifica alla metodologia d'indagine sulla base dei dati dei fornitori, nell'anno di riferimento è stato possibile rilevare con maggiore esattezza le quantità di propano, cosa che spiega il forte aumento rispetto all'anno precedente. Nell'anno di riferimento 2019 il totale in MWh era pari a 160'996.

Riduzione del consumo di energia

Al riguardo si veda l'Informativa 305-5 a pagina 69 del presente report. Una copertura completa dell'Informativa 302-4 è attualmente in fase di sviluppo e prevista per i prossimi anni di riferimento.

 Ernst & Young AG ha eseguito una revisione per il conseguimento di una sicurezza limitata relativamente ai KPI energia (indicatore 302-1, pagina 64) ed emissioni (indicatori 305-1, 305-2, 305-3, pagine 66-67) per l'anno di rendicontazione 2022. Le sezioni corrispondenti sono contrassegnate con un segno di spunta . Il report di revisione è allegato al presente report alle pagine 50-51.

GRI 305

Emissioni

3-3

Gestione dei temi materiali

Le emissioni inerenti alla categoria degli scope 1 e 2 prodotte da AMAG vengono prodotte principalmente dall'azienda e dal consumo di carburante da parte dei veicoli della flotta di proprietà, ma anche dai consumi legati all'olio da riscaldamento all'interno degli immobili aziendali. Per le categorie dello scope 1 e dello scope 2, AMAG si è impegnata con la SBTi al fine di ridurre le emissioni di almeno il 30 per cento entro il 2025 e di almeno il 70 per cento entro il 2030. In tal senso, dal 2021 è in corso l'elettrificazione dell'intera flotta di veicoli aziendali che, a medio termine, comporterà notevoli risparmi in termini di diesel e benzina. Sarà possibile ottenere altri consumi nell'ambito della gestione immobiliare e tramite le ristrutturazioni energetiche. Per raggiungere l'obiettivo della neutralità climatica nelle categorie dello scope 1 e 2 dal 2025, AMAG investe sia in progetti di protezione del clima che in nuove tecnologie per eliminare le emissioni residue. All'interno di AMAG, le emissioni nell'ambito della categoria dello scope 3 sono prodotte principalmente dalla vendita e dalla distribuzione di veicoli. Ulteriori emissioni provengono dal traffico pendolare del personale e dal trasporto di merci e veicoli. L'obiettivo di riduzione delle emissioni a lungo termine nell'ambito dello scope 3 prevede una riduzione del 90 per cento entro il 2040. Già entro il 2025 le emissioni dovranno essere ridotte di almeno il 30 per cento. La riduzione delle emissioni prodotte dai veicoli venduti viene gestita attivamente da AMAG incrementando la percentuale di elettrificazione e la stretta collaborazione con il costruttore. Pertanto nel 2022 la quota di mercato dei veicoli puramente elettrici risultava in Svizzera del 17,8 per cento; l'anno scorso, con 12'458 veicoli di questo tipo di nuova immatricolazione, AMAG ha ampliato la leadership di mercato con una crescita del 27,6 per cento. In futuro, nuovi concetti di mobilità e nuove offerte di servizi, come la possibilità di guidare e ricaricare da un'unica fonte, e la promozione della qualità dei servizi dei concessionari nella consulenza e nella manutenzione dei veicoli elettrici assumeranno un ruolo sempre più preponderante. Nel trasporto di merci e servizi, AMAG porta costantemente avanti il proprio impegno volto alla riduzione del consumo di carburante per chilometro percorso. Nell'anno di riferimento è stata anche rafforzata la collaborazione con i concessionari e la rete commerciale di AMAG a livello di sostenibilità.

Come nel settore dell'energia, i progressi saranno guidati, controllati e rilevati nell'ambito di rapporti trimestrali ricorrendo a indicatori a livello di gruppo. Dall'anno di riferimento 2022 il tema dei rifiuti è un nuovo tema materiale e, in futuro, verrà altresì integrato nel cockpit KPI. Il processo alla base del report è integrato all'interno del Group Controlling, che consente di garantire la coerenza del reporting ESG. AMAG Import SA e mobilog SA hanno attuato un sistema di gestione ambientale in linea con lo standard ISO 14001:2015. Come precedentemente accennato, gli obiettivi formulati al suo interno risultano in linea con gli obiettivi di sostenibilità sovraordinati di AMAG. Con riferimento alle restanti emissioni, AMAG ha elaborato una strategia di compensazione e di eliminazione. In modo da fissare standard interni, ai progetti viene apposto un prezzo interno di 120 franchi per tonnellata di CO₂. Le entrate confluiranno nel fondo per il clima AMAG e saranno quindi investite nell'ambito di misure e partnership a favore del clima. Inoltre, AMAG porta avanti una stretta collaborazione con Synhelion che, ricorrendo all'energia solare, trasforma il CO₂ in carburanti sintetici. In futuro i carburanti sintetici consentiranno di gestire anche le auto classiche tramite carburanti rinnovabili e, quindi, a impatto zero.

305-1

Emissioni dirette di GHG ✓ (Scope 1)

Per maggiori dettagli si veda la tabella: emissioni di gas serra AMAG riferite agli scope 1, 2 e 3, pagina 67

305-2

Emissioni indirette di GHG da consumi energetici ✓ (Scope 2)

Per maggiori dettagli si veda la tabella: emissioni di gas serra AMAG riferite agli scope 1, 2 e 3, pagina 67

Altre emissioni indirette di GHG ☑ (Scope 3)

Per maggiori dettagli si veda la tabella: emissioni di gas serra AMAG riferite agli scope 1, 2 e 3, pagina 67

in tonnellate CO ₂ equivalente	2020	2021	2022
Totale emissioni riferite allo scope 1	27'332	22'104	19'605
Olio da riscaldamento	2429	1726	2535
Gas naturale	4863	4937	3712
Propano	0	50	202
Diesel	10'866	6736	5166
Benzina	9108	8380	7936
di cui emissioni biogeniche			
Biogas	66	275	54
Totale emissioni riferite allo scope 2	805	880	857
Elettricità (fonte non rinnovabile secondo mix energetico svizzero)	188	284	310
Teleriscaldamento	617	596	547
Totale emissioni riferite agli scope 1 e 2	28'137	22'984	20'463
Totale emissioni riferite allo scope 3	3'253'861	3'001'500	3'010'055
Emissioni prodotte dalle attività commerciali e dall'azienda (emissioni derivanti dai prodotti acquistati, dai servizi, dai rifiuti, dai viaggi di lavoro, dai pernottamenti in hotel e dagli investimenti)	517'739	560'479	919'098
Emissioni prodotte dai veicoli venduti, incl. ciclo di vita	2'736'121	2'441'021	2'090'957
Totale emissioni riferite agli scope 1, 2 e 3	3'281'998	3'024'484	3'030'518

Emissioni di gas serra AMAG riferite agli scope 1, 2 e 3

Calcolate sulla base delle direttive del Greenhouse Gas Protocol

Metodo: nell'anno di riferimento 2019 il totale delle emissioni riferite agli scope 1, 2 e 3 era di 4'113'168 di tonnellate CO₂e, di cui quelle riferite agli scope 1 e 2 di 31'558 tonnellate CO₂e; emissioni riferite allo scope 3 4'081'611 tonnellate CO₂e. L'anno di riferimento è stato fissato al 2019, in modo da illustrare come riferimento per la riduzione le condizioni di un anno d'esercizio quanto normale possibile. Per la prima volta nel 2022 le emissioni di gas serra sono state rilevate per il gruppo AMAG retroattivamente per il 2019, 2020 e 2021 (approccio Operational Control). Nell'anno di riferimento la metodologia d'indagine è stata ulteriormente precisata. Le emissioni riferite allo scope 3 sono state calcolate per tutte le categorie pertinenti secondo il GHGP sulla base di dati di input. Il calcolo si fonda su una serie di metodologie su misura per i dati. Il calcolo delle emissioni riferite allo scope 3, categoria 1 e 2, è avvenuto tramite i costi e la categorizzazione settoriale delle spese secondo il metodo Carnegie Mellon;

per le altre categorie sono stati applicati gli appositi fattori di emissione e gli approcci della letteratura e della pratica. Per le emissioni riferite allo scope 1 e 2, il volume di consumo è stato rilevato a livello di sede ed è stata eseguita una rilevazione diretta presso il fornitore (ulteriori informazioni cfr. GRI 302-1, pagina 64 di questo report). La rilevazione delle emissioni riferite allo scope 3 si basa per tutte le categorie su specifici dati di input fattorizzati e calcolati secondo i requisiti del GHGP. Per il calcolo della categoria 15, Investments, è stato eseguito un tool-based screening.

Scope 1: emissioni di gas serra dirette prodotte, ad esempio, dall'uso dei veicoli di servizio con funzionamento a gas e a benzina o dal consumo dei riscaldamenti.

Scope 2: emissioni di gas serra indirette prodotte nell'ambito della produzione di elettricità acquistata e del teleriscaldamento.

Scope 3: emissioni di gas serra indirette prodotte nell'ambito di attività commerciali a monte o a valle all'interno della catena di creazione del valore. Le emissioni prodotte dalla vendita di veicoli sono state calcolate sulla base di dati di veicoli in linea con le tipologie in conformità a WLTP (Standard in conformità alla Worldwide harmonized Light vehicles Test Procedure), presupponendo una prestazione in chilometri di 200'000 km. Nel 2019 i dati WLTP non erano ancora disponibili in modo sistematico; in tal caso l'analisi è stata quindi basata sui dati NEDC (Nuovo ciclo di guida europeo). Per l'anno di riferimento 2022 sono stati utilizzati esclusivamente valori WLTP. Sono stati considerati anche gli investimenti in partecipazioni non del tutto consolidate (esclusa Helion AG che nel 2023 verrà integrata nel bilancio dei gas serra).

Fattori di emissione: per la conversione in emissioni di gas serra sono stati utilizzati i fattori di emissione in conformità alla scheda informativa dell'inventario sui gas serra della Svizzera (UFAM 2022), le emissioni di gas serra dei mix a base di elettricità e teleriscaldamento svizzero in conformità al Greenhouse Gas Protocol secondo Treeze (2017) nonché i valori medi globali in conformità al World Input-Output Database (WIOD). Le emissioni considerate includono CO₂, CH₄ e N₂O. Le emissioni biogeniche sono prodotte dal consumo di truciolato e biogas (si veda in tal senso l'Informativa 302-1 nel presente report). Ai sensi della scheda informativa dell'inventario svizzero sui gas serra, il consumo di truciolato non produce significative emissioni di CO₂. Per il calcolo delle emissioni biogeniche prodotte dalla combustione di biogas si è ricorsi allo stesso fattore di emissione del CO₂ del gas naturale fossile.

Riduzione delle emissioni di GHG

Rispetto all'anno di riferimento 2019, le emissioni totali del gruppo AMAG sono ulteriormente diminuite. Nelle categorie degli scope 1 e 2 questo è dovuto principalmente all'aumento dell'efficienza a livello di tecnologia per l'edilizia e a livello di termotecnica, ma anche alla maggiore elettrificazione della propria flotta e alla conseguente e progressiva riduzione del consumo di benzina e in particolare di diesel. Per lo stesso motivo è aumentato il fabbisogno di elettricità. L'incremento di olio da riscaldamento è da ricondurre ai maggiori acquisti a fine 2022 dovuti alla crisi energetica, a causa della quale, dall'autunno del 2022, sono state prese maggiori misure di risparmio energetico che spiegano ulteriori cali, come ad esempio del gas naturale. Nel complesso le emissioni riferite allo scope 3 sono leggermente aumentate. Ciò è da ricondurre, da un lato, alla metodologia dettagliata usata per il calcolo delle relative categorie secondo il GHGP (cfr. al riguardo Metodo, pagina 67). Dall'altro, ora sono considerate anche le emissioni dovute agli spostamenti dei pendolari. Rispetto all'anno precedente le emissioni prodotte dai viaggi di lavoro sono leggermente aumentate. Le emissioni prodotte dalla vendita di veicoli hanno registrato un ulteriore calo e nel 2022, rispetto al 2019 e come nel 2021, la quota di veicoli plug-in e di veicoli completamente elettrici è ulteriormente aumentata. Una copertura completa dell'Informativa 305-5 è attualmente in fase di sviluppo e prevista per il prossimo anno di riferimento.

GRI 306

Rifiuti

3-3

Gestione dei temi materiali

Evitare gli sprechi e smaltire correttamente o riciclare i materiali utilizzati è una delle preoccupazioni principali di AMAG, membro di Stiftung Auto Recycling Schweiz.

Le categorie più sostanziali di rifiuti sono legate all'esercizio dei nostri garage. Tra cui figurano in particolare pneumatici usati, olio motore e olio del cambio, batterie di avviamento, rottami di ferro e di acciaio nonché rifiuti di cartone.

Con la maggiore elettrificazione della mobilità, aumenta continuamente il fabbisogno di batterie agli ioni di litio. In Svizzera le batterie usate sono considerate rifiuti speciali a cui viene applicata una tassa di smaltimento anticipata gestita dall'organizzazione INOBAT. La corretta gestione e il corretto smaltimento possono inoltre aiutare a risparmiare risorse come il litio.

Per tutte le categorie di rifiuti AMAG ha un sistema specifico consolidato. In collaborazione con una società professionale di smaltimento, i rifiuti vengono smaltiti, riciclati o riutilizzati secondo l'OPSR, l'Ordinanza sulla prevenzione e lo smaltimento dei rifiuti dell'Ufficio federale dell'ambiente.

Per la gestione delle batterie ad alto voltaggio, AMAG ha aderito alla soluzione settoriale di auto-schweiz riconosciuta dall'Ufficio federale dell'ambiente e dall'INOBAT (entrata in vigore nell'estate del 2022; valida fino alla fine del 2023). L'ente titolare della soluzione settoriale svizzera per il ritiro e la valorizzazione degli accumulatori agli ioni di litio è la Società cooperativa sestorec. Al fine di osservare le disposizioni di questa soluzione settoriale, AMAG ha creato un processo che disciplina chiaramente la gestione delle batterie, che comprende i veicoli delle categorie Battery Electric Vehicle (BEV), Hybrid Electric Vehicle (HEV) e Plug-in-Hybrid Electric Vehicle (PHEV).

Vanno inoltre segnalate a sestorec tutte le batterie messe in circolazione delle categorie di cui sopra nonché le riparazioni svolte, il riutilizzo, il riciclaggio e lo smaltimento.

Anche per riciclare le batterie ad alto voltaggio e singoli moduli batteria AMAG impiega il sistema per rifiuti specifico summenzionato con cui assicuriamo che sia il trasporto che il riciclaggio vengano eseguiti da partner certificati. Ciò vale, tenendo conto delle rigorose direttive per l'imballaggio e il trasporto, anche per batterie e moduli batteria critici.

In casi eccezionali le batterie o i moduli batteria difettosi vengono richiesti anche dal costruttore a fini analitici. In questo caso AMAG Import SA organizza insieme al costruttore il trasporto, inclusi i moduli doganali necessari.

L'obiettivo principale è un processo di riciclaggio efficiente e che quanti più materiali riciclabili delle batterie e dei moduli batteria vengano trattati a fini di riciclaggio.

Al riguardo l'UE sta lavorando all'elaborazione di norme corrispondenti con l'obiettivo di dare ai costruttori chiare disposizioni sulla percentuale dei materiali da riciclare.

306-1

Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti

La rilevazione delle quantità di rifiuti è al momento in fase di sviluppo. Per i primi dati sull'impatto dei rifiuti prodotti, si veda Gestione dei temi materiali 306 Rifiuti, pagina 70 del presente report.

306-2

Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti

La rilevazione delle quantità di rifiuti è al momento in fase di sviluppo.

306-3

Rifiuti prodotti

La rilevazione delle quantità di rifiuti è al momento in fase di sviluppo.

306-4

Rifiuti non destinati a smaltimento

La rilevazione delle quantità di rifiuti è al momento in fase di sviluppo.

306-5

Rifiuti destinati a smaltimento

La rilevazione delle quantità di rifiuti è al momento in fase di sviluppo.

GRI 404

Formazione e istruzione

3-3

Gestione dei temi materiali

AMAG intende posizionarsi come fornitore leader nel settore della mobilità individuale sostenibile. Per riuscire a raggiungere quest'obiettivo, l'azienda necessita di personale competente a livello tecnico e che risulti impegnato, aperto alle innovazioni e orientato a fornire performance eccellenti. In tal senso rivestono una grande importanza sia la formazione professionale che una qualifica e uno sviluppo costante del personale. AMAG assicura al proprio personale una concorrenzialità sul mercato grazie a un'offerta di formazioni e di formazioni continue completa e orientata alle esigenze, sia attraverso l'AMAG Academy che Leadership & Development.

Direttive, responsabilità e requisiti normativi

Le formazioni e le formazioni continue sono disciplinate all'interno del rispettivo regolamento. In tal senso, AMAG porta avanti il concetto legato al «Lifelong Learning» partecipando in modo sostanziale ai costi legati alle formazioni e alle formazioni continue rilevanti a livello aziendale. In linea di principio, tutte le offerte di formazione sono accessibili a tutto il personale, indipendentemente dal genere, dalla funzione o dall'età.

La responsabilità nel settore delle formazioni e delle formazioni continue è dell'AMAG Academy nel caso di tutte le formazioni tecniche e rilevanti per gli stabilimenti; nel caso dei training di gestione e a livello di sviluppo del personale, la responsabilità è invece affidata al reparto specialistico Leadership & Development.

Impostazione dei programmi di formazione e di formazione continua

L'offerta di formazioni e formazioni continue di AMAG è sottoposta a controlli regolari e viene adeguata sulla base delle esigenze strategiche dell'azienda in termini di «Future Skills». In tal senso, ci si concentra sull'apprendimento basato sull'esperienza, in quanto risulta particolarmente efficace ed efficiente.

La qualità dei contenuti delle formazioni e delle/dei trainer è oggetto di regolare verifica sulla base dei feedback forniti dalle/dai partecipanti. I contenuti valutati come insufficienti vengono quindi rielaborati oppure la persona che li fornisce viene sostituita da altre/i specialiste/i. Il rilevamento sistematico delle esigenze avviene in occasione dei colloqui annuali effettuati con il personale.

Questo offre ad AMAG la possibilità di reagire in modo molto tempestivo, anticipando i cambiamenti in termini di esigenze, e di adeguare quindi la propria offerta.

Digitalizzazione e sviluppo di un mindset digitale e agile

Il cambiamento innescato dalla digitalizzazione interessa anche le funzioni interne all'industria automobilistica e, in parte, modifica in modo sostanziale il modo in cui si lavorerà in futuro. Per preparare il personale a tali cambiamenti si impiegano anche nuove forme di apprendimento digitale (online oppure blended learning) che riscuotono un grandissimo successo. Inoltre, in tutta l'organizzazione sono state/i istruite/i coach digitali che porteranno ulteriormente avanti questo tema tra il personale. In questo settore, particolare attenzione viene rivolta anche alle/ai dirigenti AMAG che, nella loro funzione, svolgono un ruolo di esempio e che, insieme ai loro team, attuano e promuovono a tutti gli effetti la trasformazione digitale. Le offerte formative per dirigenti (Leadership Basic, nuove/i dirigenti@AMAG e, dal 2023, anche il nuovo programma «Advanced Leadership») riflettono questa tendenza e affrontano tra l'altro temi quali «New Work», «hybrid Leadership», «Generare sicurezza psicologica» ecc.

Gestione dei talenti

Oltre all'offerta di formazioni e di formazioni continue in linea con le esigenze, una gestione strategica dei talenti rappresenta un'ulteriore componente fondamentale volta a identificare, sviluppare e a legare all'azienda il personale maggiormente qualificato. All'interno di AMAG i talenti vengono identificati ogni anno in modo sistematico attraverso colloqui con il personale svolti in modo capillare. Un talento evidenzia, da una parte, un percorso costellato da performance straordinarie e, dall'altra, la volontà personale di continuare a svilupparsi e di assumere una nuova funzione. A tutti i talenti viene assegnato un piano di sviluppo personale (PEP) che fissa in modo dettagliato i successivi avanzamenti professionali e le formazioni che si renderanno necessarie. Le cosiddette «conferenze relative ai talenti» consentono di affrontare il tema dei talenti a livello trasversale alle business unit. Questo garantisce che i talenti migrino sistematicamente verso le funzioni vacanti e che possano quindi occupare le rispettive posizioni chiave.

404-1

Numero medio di ore di formazione all'anno per dipendente

AMAG investe ogni anno nello sviluppo del proprio personale e offre un ampio spettro di soluzioni formative e risorse di apprendimento. È attualmente in fase di sviluppo un sistema di rilevazione delle ore dedicate annualmente alla formazione per singola persona.

Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e di assistenza nella transizione

Ampia offerta di formazioni e di formazioni continue

Il personale di AMAG ha la possibilità di iscriversi a tutti i training offerti direttamente attraverso le piattaforme di apprendimento (Learn, REXX). L'attenzione si concentra sulle competenze specialistiche, metodologiche e dirigenziali, sulle competenze personali e sociali, sulle competenze in tecnica automobilistica, sulle conoscenze nel settore delle vendite, a livello di project management, sulle capacità di utilizzo dei sistemi informatici nonché sulle lingue straniere. Inoltre, su richiesta o qualora si renda necessario, vengono sviluppati programmi specifici per singoli reparti, team o business unit. Tra questi rientrano, ad esempio, i training telefonici rivolti al personale operativo all'interno dei call center o i training dirigenziali specifici per le/i dirigenti inquadrati/i nei livelli gerarchici più bassi. Rientrano nell'offerta anche le formazioni relative alle nuove direttive e a temi quali la gestione del rischio, la revisione e la compliance nonché la protezione dei dati e la sicurezza sul lavoro.

Per mantenere il più a lungo possibile all'interno del processo lavorativo anche il personale in età avanzata, AMAG ha sviluppato il programma «Long Term Empowerment (LTE)» che racchiude offerte specifiche per il personale over 50 e interessa le capacità a livello digitale e il benessere sia fisico che psicologico. Nel 2021 è stato implementato con grande successo il programma Mentoring, nell'ambito del quale le/i dirigenti di lunga esperienza mettono a disposizione le loro conoscenze e il loro know-how a favore delle/dei dirigenti più giovani, così da supportarle/i nell'ambito del loro sviluppo.

AMAG attribuisce grande importanza alla formazione delle nuove generazioni e alla promozione dei giovani talenti e risulta infatti uno dei principali centri di formazione della Svizzera. Attualmente i corsi vedono impegnati oltre 700 apprendiste/i, distribuiti nell'ambito di 13 diverse professioni che spaziano dall'officina alla logistica, dal commercio al dettaglio fino alle attività amministrative. Inoltre, circa il 10 per cento delle/degli apprendiste/i risulta inserito in via esclusiva nell'ambito del programma «Young talents». Per assicurare che tutte le apprendiste/tutti gli apprendisti possano accedere a una formazione eccellente, i rispettivi formatori sono tenuti ogni anno a frequentare dei moduli nell'ambito di una formazione continua.

Valutazione delle prestazioni

AMAG prevede ogni anno colloqui obbligatori con il personale, nell'ambito dei quali vengono tematizzate e pianificate le formazioni continue individuali nonché la pianificazione della carriera. Il controllo effettuato dall'ufficio del personale ha evidenziato per l'anno 2022 una percentuale di completamento pari al 99 per cento.

404-3

Percentuale di dipendenti che ricevono periodicamente valutazioni delle loro performance e dello sviluppo professionale

	2020	2021	2022
Percentuale dipendenti con valutazione delle performance	79%	77%	75%
Percentuale uomini con valutazione delle performance	79%	77%	76%
Percentuale donne con valutazione delle performance	75%	75%	74%
Percentuale dipendenti operanti nella distribuzione con valutazione delle performance	98%	95%	93%
Percentuale dipendenti operanti nell'amministrazione con valutazione delle performance	75%	74%	74%
Percentuale dipendenti operanti in officina e in magazzino con valutazione delle performance	73%	71%	69%

GRI 405

Diversità e pari opportunità

3-3

Gestione dei temi materiali

AMAG ravvisa il fatto che i team misti apportino una grande varietà di idee e di prospettive e consentano quindi di elaborare soluzioni e servizi migliori a favore della clientela. AMAG considera la diversità una grande opportunità volta a migliorare la comprensione reciproca e a creare una cultura vivace e basata sull'apprezzamento. Nell'anno di riferimento AMAG impiegava l'83,3 per cento di uomini e il 16,7 per cento di donne di 71 nazioni diverse.

Maggiore diversità grazie al ricorso a modelli di lavoro flessibili nonché alla promozione del part-time

La varietà e le pari opportunità rappresentano componenti fondamentali della strategia aziendale. Il personale ha a disposizione le stesse possibilità di sviluppo professionale, indipendentemente dall'età, dalla nazionalità, dalle condizioni di vita private o dallo stato civile. Nell'ambito della strategia legata alla diversità, il settore Human Resources definisce misure finalizzate a promuovere la varietà e le pari opportunità. Tra queste rientrano anche modelli di lavoro flessibile, l'home office nonché la promozione di posti a tempo parziale trasversalmente a tutte le funzioni.

Nel 2022 AMAG punta a promuovere le donne nel personale. Entro il 2025 intendiamo raddoppiare la quota di apprendiste al 20 per cento ed entro il 2028 oltre il 25 per cento delle posizioni dirigenziali dovrà essere occupato da donne.

Incentivare le pari opportunità

Nel complesso, rispetto all'anno precedente AMAG è riuscita ad aumentare leggermente la quota di donne. Nel 2022 la percentuale di donne sul totale del personale si attestava al 16,7 per cento, nei quadri al 15,0 per cento e tra le persone in apprendistato all'11,7 per cento.

Negli anni a venire AMAG intende incrementare la varietà sia di genere che generazionale ricorrendo a un pacchetto di misure completo. Il ricorso a valori limite specifici all'attività commerciale e a valutazioni regolari rappresentano la base per tutte le misure. Grande attenzione viene posta sull'attrattiva nei

confronti delle/dei candidate/i e sull'assunzione di diversi profili di collaboratrici/collaboratori, sulla promozione attiva di offerte part-time e di job sharing, nonché sul consolidamento del Lifelong Learning e su programmi rivolti a chi intende cambiare carriera.

405-1

Diversità negli organi di governance e tra i dipendenti

	2020	2021	2022
Consiglio di amministrazione	6	5	6
Donne	1	1	1
Uomini	5	4	5
Direzione	12	14	14
Donne	1	1	2
Uomini	11	13	12
Fascia d'età fino ai 30 anni	0	0	0
Fascia d'età compresa tra i 30 e i 50 anni	2	6	7
Fascia d'età oltre i 50 anni	10	8	7
Altri vertici aziendali	17	17	16
Donne	1	1	1
Uomini	16	16	15
Fascia d'età fino ai 30 anni	0	0	0
Fascia d'età compresa tra i 30 e i 50 anni	6	4	3
Fascia d'età oltre i 50 anni	11	13	13

Totale collaboratrici e collaboratori			
	2020	2021	2022
Totale	6064	6224	6562
Donne	969	1014	1092
Uomini	5095	5210	5470
Collaboratrici e collaboratori in fascia d'età fino ai 30 anni	2128	2171	2345
Donne	340	351	386
Uomini	1788	1820	1959
Collaboratrici e collaboratori in fascia d'età compresa tra i 30 e 50 anni	2693	2772	2885
Donne	451	474	500
Uomini	2242	2298	2385
Collaboratrici e collaboratori in fascia d'età oltre i 50 anni	1243	1281	1332
Donne	178	189	206
Uomini	1065	1092	1126

alla rispettiva data di riferimento 31 dicembre

Rapporto tra salario di base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini

Nel 2020 AMAG ha incaricato un fornitore esterno di svolgere un'analisi esaustiva relativa alla parità salariale. L'analisi Fair-ON-Pay è stata portata a termine da Comp-On AG e comprende uno studio volto a determinare la parità salariale a livello aziendale utilizzando lo strumento di parità salariale della Confederazione (Logib). In tal senso, sulla base dei dati relativi al personale, gli esperti effettuano delle analisi seguendo un processo sistematico. L'analisi principale nonché tutte le sottoanalisi confermano in modo netto che il gruppo AMAG nonché tutte le sottoentità, comprendenti oltre 100 collaboratrici e collaboratori, rispetta chiaramente la parità salariale aziendale tra uomini e donne nell'ambito delle attuali disposizioni Logib. Con tale certificazione AMAG non solo supera in modo netto la verifica prevista per legge, bensì, con il suo risultato, si attesta anche oltre il margine di tolleranza definito per legge del 5 per cento. Pertanto si esclude una discriminazione statisticamente documentata.

GRI 206

Compliance

3-3

Gestione dei temi materiali

AMAG si impegna a portare avanti una concorrenza equa e a mantenere un comportamento etico e legalmente corretto in qualsiasi momento e senza riserve. In tal senso, AMAG ha emanato un codice di condotta che definisce i principi base vincolanti per il personale di AMAG, i quali comprendono anche il rigoroso rispetto della legge sui cartelli. Il personale ha confermato per iscritto il rispetto del codice di condotta AMAG. Con riferimento a eventuali accordi illegali in materia di concorrenza, AMAG applica una rigorosa politica di tolleranza zero. Tale principio viene comunicato attivamente e su base regolare, ad esempio in occasione di meeting del personale, di presentazioni al management e su Intranet. È possibile segnalare eventuali reclami e altri episodi a un ufficio di comunicazione indipendente.

Il codice di condotta è parte integrante di un programma di compliance completo di responsabilità del reparto AMAG Legal and Compliance. A livello di gruppi, il reparto Legal and Compliance emana direttive, altrettanto vincolanti, relative a vari temi inerenti al settore della «compliance». Il personale ha la possibilità di prendere visione della direttiva inerente al diritto sui cartelli in qualsiasi momento. Programmi di formazione mirati supportano il personale di AMAG nell'ambito dell'osservanza di tutte le disposizioni di legge.

In totale, il reparto «Legal and Compliance» ha formato oltre 2000 collaboratrici/collaboratori nell'ambito di corsi svolti in presenza relativi al tema del diritto sui cartelli. Il management di AMAG Automobili e motori SA viene formato e sensibilizzato su base regolare e in modo approfondito sul tema del diritto sui cartelli. Il tema della compliance e, in particolare, il diritto sui cartelli costituiscono anche una componente costante delle formazioni interne AMAG rivolte alle nuove/ai nuovi dirigenti.

Inoltre, AMAG ha introdotto un programma di e-learning relativo al codice di condotta AMAG, obbligatorio per il personale; tale programma tratta anche il tema del diritto sui cartelli. Al momento, l'e-learning è stato completato da oltre 6000 collaboratrici/collaboratori. Tutto il personale, una volta portata a termine la formazione sulla compliance, sottoscrive un documento in cui conferma per iscritto di attenersi rigorosamente al diritto sui cartelli. Il personale del management e il personale operante nella distribuzione sottoscrivono annualmente suddetta conferma.

Azioni legali relative a comportamento anticompetitivo, attività di trust e prassi monopolistiche

Nell'anno di riferimento 2022 si è concluso nel Canton Ticino un procedimento d'indagine aperto nel 2018 dalla Commissione della concorrenza federale contro AMAG Group AG e AMAG Automobili e motori SA nonché altri concessionari dei marchi Volkswagen. Dal 2006 al 2018 AMAG Automobili e motori SA e altri sei concessionari avevano infatti preso accordi illeciti in materia di concorrenza nel Canton Ticino. Nel corso dell'indagine le società AMAG hanno collaborato pienamente e accettato la sanzione inflitta.

Nell'anno di riferimento non si è tenuta e non è stata avviata alcuna ulteriore azione legale per comportamento anticompetitivo.

AMAG farà di tutto per evitare, in futuro, un comportamento di questo tipo. AMAG si impegna a portare avanti una concorrenza equa e a mantenere un comportamento etico e legalmente corretto in qualsiasi momento e senza riserve. In tal senso, AMAG ha emanato un codice di condotta che definisce i principi base vincolanti per il personale di AMAG, i quali comprendono anche il rigoroso rispetto della legge sui cartelli. Il personale ha confermato per iscritto il rispetto del codice di condotta AMAG. Con riferimento a eventuali accordi illegali in materia di concorrenza, AMAG applica una rigorosa politica di tolleranza zero. Tale principio viene comunicato attivamente e su base regolare, ad esempio in occasione di meeting del personale, di presentazioni al management e su Intranet. È possibile segnalare eventuali reclami e altri episodi a un ufficio di comunicazione indipendente.

Il codice di condotta è parte integrante di un programma di compliance completo di responsabilità del reparto AMAG Legal and Compliance. A livello di gruppi, il reparto Legal and Compliance emana direttive, altrettanto vincolanti, relative a vari temi inerenti al settore della «compliance». Il personale ha la possibilità di prendere visione della direttiva inerente al diritto sui cartelli in qualsiasi momento. Programmi di formazione mirati supportano il personale di AMAG nell'ambito dell'osservanza di tutte le disposizioni di legge.

In totale, il reparto Legal and Compliance ha formato oltre 2000 collaboratrici/ collaboratori nell'ambito di corsi svolti in presenza relativi al tema del diritto sui cartelli. Il management viene formato e sensibilizzato su base regolare e in modo approfondito sul tema del diritto sui cartelli. Il tema della compliance e, in particolare, il diritto sui cartelli costituiscono anche una componente costante delle formazioni interne AMAG rivolte alle nuove/ai nuovi dirigenti. Tutto il personale, una volta portata a termine la formazione sul diritto sui cartelli sottoscrive un documento in cui conferma per iscritto di attenersi

rigorosamente al diritto sui cartelli. Il personale del management e il personale operante nella distribuzione sottoscrivono annualmente suddetta conferma.

Inoltre, AMAG ha introdotto un programma di e-learning relativo al codice di condotta AMAG, obbligatorio per il personale; tale programma tratta anche il tema del diritto sui cartelli. Al momento, l'e-learning è stato completato da oltre 6000 collaboratrici/collaboratori.

AMAG ha inoltre implementato un portale di segnalazione tramite il quale è possibile notificare, su richiesta anche in forma anonima, violazioni osservate o presunte della compliance. Tutte le segnalazioni vengono prese in esame e, all'occorrenza, vengono adottate le misure adeguate.

GRI 403

Salute e sicurezza sul lavoro

3-3 **Gestione dei temi materiali**

Evitare possibili rischi alla sicurezza e garantire la salute di tutto il personale riveste per AMAG un'importanza cruciale. Tale gestione è portata avanti a livello centrale da parte delle Human Resources e del responsabile sicurezza e tutela della Salute. I vari requisiti variano in base al campo di attività e all'ambiente di lavoro. All'interno di ogni sede è presente una persona addetta alla sicurezza che offre supporto in termini di attuazione e verifica delle disposizioni; un concetto di formazione attuato in modo attivo e strutturato ne integra la relativa attuazione presso tutte le sedi.

403-1 **Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro**

Dal 1° gennaio 2000 si applica in Svizzera la direttiva CFSL 6508 relativa al ricorso a medici del lavoro e ad altre/i specialiste/i della sicurezza. Tale direttiva, basata sull'assicurazione infortuni (LAINF) e sull'ordinanza sulla prevenzione degli infortuni e delle malattie professionali (OPI), delinea concretamente i doveri dei datori di lavoro rispetto al ricorso a specialisti e specialiste della sicurezza: nell'ambito degli obblighi generali (artt. 3-10 OPI e artt. 3-9 OLL 3), tutte le aziende AMAG rilevano l'insorgere dei rischi alla sicurezza e alla salute delle/dei dipendenti e adottano le necessarie misure di protezione nonché le necessarie disposizioni sulla base delle regole ufficialmente riconosciute a livello tecnologico. AMAG verifica regolarmente le misure di protezione e i dispositivi di protezione adottati, in particolare in caso di eventuali modifiche a livello aziendale. AMAG Group AG dispone di un proprio sistema di sicurezza aziendale, che prevede un/una proprio/a specialista per la sicurezza sul lavoro e la salute, in linea con la direttiva CFSL 6508 e, inoltre, certificato/a da CFSL.

Identificazione del pericolo, valutazione del rischio e indagini sugli incidenti

AMAG è tenuta ad adottare misure volte a prevenire possibili incidenti e danni alla salute. È pertanto necessario valutare tutti i rischi e i vincoli all'interno di tutte le aziende. La valutazione dei rischi rappresenta la base necessaria per pianificare le misure da adottare. Una valutazione sistematica dei rischi viene svolta annualmente da parte delle persone addette alla sicurezza della rispettiva sede ricorrendo al nostro sistema di sicurezza (ASA Control) e per mezzo di liste di controllo per il rilevamento dei pericoli.

Tutti gli eventi indesiderati quali incidenti, quasi incidenti e danni materiali vengono sistematicamente registrati e chiariti al fine di evitare in futuro il verificarsi di simili eventi e migliorare costantemente il sistema di sicurezza aziendale.

A livello di sicurezza, nell'ambito della pianificazione delle misure viene portata avanti costantemente una ricerca rispetto a quelle misure di sicurezza in grado di neutralizzare nel modo più efficace possibile un rischio rilevato. Il principio STOP ordina le misure di sicurezza sulla base del loro livello di efficacia ed evidenzia il tipo di misura da preferire. Il ricorso al principio STOP consente al personale di proteggersi da eventuali ferite o malattie. Al contempo, il principio «STOP» risulta facile da memorizzare e, in linea di principio, prevede il seguente comportamento: «fermo, rifletti e valuta prima di agire.» Questo rappresenta il fulcro alla base del principio «STOP».

STOP

S	Sostituzione	Sostituire il prodotto pericoloso con un prodotto meno pericoloso
T	Tecnologia	Applicare dei dispositivi di sicurezza (ringhiere, coperture ecc.)
O	Organizzazione	Divieto di accesso alle zone pericolose, istruzioni di lavoro, determinazione dei controlli
P	Persona	Protezione della persona tramite DPI, formazione della persona

Servizi per la salute professionale

Nell'ambito dei servizi rivolti alla soluzione per gruppi aziendali AMAG, l'AEH Zentrum für Arbeitsmedizin effettua prestazioni nell'ambito della medicina del lavoro in conformità alla legislazione svizzera (CFSL 6508) nonché altre prestazioni nell'ambito della medicina aziendale. Gli aspetti inerenti alla medicina aziendale sono disciplinati all'interno della soluzione per gruppi aziendali AMAG, capitolo 9 (e allegati). Tra le prestazioni rientrano i seguenti punti:

- Svolgimento di rilevamenti di rischi e pericoli a livello collettivo
- Consulenza ai datori di lavoro (direzione e superiori) e alle/ai dipendenti rispetto alla sicurezza e alla tutela della salute sul posto di lavoro (inclusa ora di consulenza)
- Elaborazione di proposte volte a scongiurare il rischio di incidenti, malattie professionali e a rendere sicure le zone pericolose
- Organizzazione del primo soccorso, di trattamenti medici d'emergenza e salvataggio
- Valutazione degli aspetti relativi alla tutela della salute dal punto di vista della medicina del lavoro
- Analisi delle situazioni legate al posto di lavoro con riferimento alla prevenzione delle malattie professionali
- Indagini in fase di accesso e indagini di controllo volte a valutare l'idoneità delle/dei dipendenti all'attività prevista o all'attività attualmente svolta (su richiesta)
- Consulenza in fase di riabilitazione medica e professionale e di reintegro delle/dei dipendenti (su richiesta)
- Svolgimento di valutazioni relative ai rischi nell'ambito della protezione della maternità

Per adempiere ai propri incarichi, AEH dispone di un team esperto in medicina del lavoro composto da sei medici specialisti (una lista dettagliata è consultabile in Internet su sgarm.ch/wordpress) nonché di personale medico specializzato. AEH dispone inoltre di tutte le autorizzazioni necessarie per portare a termine le attività previste.

Tutti i dati medici sono soggetti a segreto professionale e vengono gestiti conformemente alle disposizioni in materia di protezione dei dati; in tal senso AEH dispone di un software specifico al settore medicina del lavoro che prevede un livello speciale di protezione (ISISMED).

Partecipazione e consultazione dei lavoratori in merito a programmi di salute e sicurezza sul lavoro e relativa comunicazione

Sulla base dell'art. 10 della Legge sulla partecipazione, dell'art. 82 paragrafo 2 della LAINF, dell'art. 6a dell'OPI, dell'art. 6 della LL e degli artt. 5 e 6 della OLL 3, al personale di AMAG, ai rispettivi rappresentanti nonché ai rispettivi superiori spettano particolari diritti di partecipazione. Tali diritti comprendono un diritto di ricevere udienza in modo tempestivo e completo nonché il diritto di presentare delle proposte prima di qualsiasi decisione presa da AMAG in qualità di datore di lavoro. In tale ruolo, AMAG è tenuta a motivare la propria decisione nel caso in cui non tenga conto o tenga conto solo in parte delle obiezioni o delle proposte avanzate dalle/dai dipendenti.

A livello di ente (direzione AMAG) la partecipazione si espleta attraverso una rappresentanza delle/dei dipendenti e un'esperta/un esperto in materia di lavoro e sicurezza, ovvero la cosiddetta/il cosiddetto specialista ASA. A livello di ente, sia la rappresentanza delle/dei dipendenti che lo/la specialista ASA risultano completamente integrati all'interno del comitato direttivo.

Tra i vari aspetti, a livello di aziende AMAG la partecipazione del personale mira a incentivare il dialogo a livello aziendale contribuendo quindi a creare una collaborazione positiva tra il datore di lavoro e le proprie collaboratrici/i propri collaboratori. Infatti, delle/dei dipendenti ben informate/i si identificano maggiormente con l'azienda e questo influisce anche sulla loro motivazione e sulla loro produttività.

Il personale esercita un diritto di partecipazione nei seguenti settori:

- Tutte le condizioni di lavoro purché riguardanti la tutela della salute e la sicurezza sul lavoro (ad es., l'organizzazione degli spazi e delle postazioni di lavoro, l'organizzazione delle macchine e degli impianti, l'organizzazione e l'impostazione del lavoro)
- Il trasferimento dell'azienda a terzi
- I licenziamenti di massa

La partecipazione del personale è disciplinata all'interno della soluzione per gruppi aziendali AMAG, capitolo 8 (e allegati).

Formazione dei lavoratori sulla salute e sicurezza sul lavoro

Un comportamento sicuro e attento alla salute presuppone sia delle conoscenze che delle capacità in tal senso. È necessario informare il personale, in base ai rispettivi livelli, durante il regolare orario di lavoro e il personale è tenuto a prendere parte regolarmente a formazioni e a formazioni continue necessarie a svolgere i propri compiti. Il personale deve essere informato in merito ai rischi e ai vincoli presenti in azienda; inoltre, il personale è tenuto a conoscere le misure di protezione adeguate.

La fase di avviamento delle nuove/dei nuovi dipendenti deve essere effettuata subito dopo l'inizio del lavoro. Una particolare attenzione deve essere rivolta alle apprendiste/agli apprendisti e al personale temporaneo.

La fase di avviamento del nuovo personale deve comprendere:

- Obiettivi
- Pericoli in azienda
- Diritti e doveri
- Misure necessarie
- Situazione legata a un'eventuale assenza, malattia e incidente
- Comportamento in caso di emergenza

Promozione della salute dei lavoratori

La tutela della salute presso il posto di lavoro è disciplinata nell'art. 6 della legge sul lavoro. L'ordinanza 3 relativa alla legge sul lavoro indica concretamente i seguenti requisiti minimi:

AMAG è tenuta ad adottare tutte le misure necessarie a garantire e a migliorare la tutela della salute e ad assicurare la salute fisica e psichica delle/dei dipendenti.

Nell'anno di riferimento sono state attuate tra l'altro le seguenti misure:

- **Luci anche di giorno** (luci di circolazione diurna per e-bike)
- **Ergonomia sul posto di lavoro** (consigli per lavorare correttamente alla scrivania)
- **Spuntino «in forma@AMAG»** (le prime tre aziende classificate nel settore della sicurezza e della salute saranno omaggiate con uno spuntino da «in forma@AMAG»)
- **Helix rennt** (fare jogging insieme)
- **Zona fitness AMAGtiv** (offerta fitness presso la sede di Cham)
- **AMAG Tennis Club**
- **Corsa delle Aziende B2Run a Zugo**
- **AMAG Lightnings** (dal 2014 dipendenti appassionati/e di hockey sul ghiaccio aderiscono alla nostra associazione AMAG Lightnings)
- **Zona fitness** (offerta fitness presso diverse sedi)
- **«Vitalmenu»** (offerta speciale presso il ristorante «timeout» del personale all'interno della sede di Cham)

403-7

Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro direttamente collegati da rapporti di business

Per lo svolgimento di fiere o del servizio Chauffeur Drive si ricorre anche a forza lavoro non assunta da AMAG, alla quale si applicano egualmente sia le rigorose basi giuridiche in linea con le direttive CFSL per il personale esterno sia gli standard di sicurezza interni. Per dettagli si veda Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro 403-1, pagina 82.

403-8

Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro

Tutti i collaboratori e le collaboratrici AMAG risultano coperti/e dalla soluzione per gruppi aziendali AMAG per la sicurezza e la tutela della salute.

Infortunati sul lavoro

		2020	2021	2022
Per tutto il personale AMAG	Numero dei decessi conseguenti a ferite causate dall'attività lavorativa	0	0	0
	Percentuale dei decessi conseguenti a ferite causate dall'attività lavorativa	0,0000	0,0000	0,0000
	Numero delle ferite causate dall'attività lavorativa che implicano un'assenza superiore ai sei mesi	2	1	4
	Percentuale delle ferite causate dall'attività lavorativa che implicano un'assenza superiore ai sei mesi	0,0416	0,0197	0,0767
	Numero di ferite causate dall'attività lavorativa che prevedono un obbligo di notifica (inclusi decessi conseguenti a ferite causate dall'attività lavorativa)	322	360	384
	Percentuale delle ferite causate dall'attività lavorativa che prevedono un obbligo di notifica (inclusi decessi conseguenti a ferite causate dall'attività lavorativa)	6,6966	7,1009	7,3588
	Numero delle ore lavorate	9'616'764	10'139'494	10'436'515
Per tutto il personale non dipendente AMAG, il cui lavoro e/o posto di lavoro è tuttavia soggetto al controllo di AMAG (ad esempio, hostess e host)	Numero dei decessi conseguenti a ferite causate dall'attività lavorativa	0	0	0
	Percentuale dei decessi conseguenti a ferite causate dall'attività lavorativa	0	0	0
	Numero delle ferite causate dall'attività lavorativa che implicano un'assenza superiore ai sei mesi	0	0	0
	Percentuale delle ferite causate dall'attività lavorativa che implicano un'assenza superiore ai sei mesi	0	0	0
	Numero di ferite causate dall'attività lavorativa che prevedono un obbligo di notifica (inclusi decessi conseguenti a ferite causate dall'attività lavorativa)	3	0	0
	Percentuale delle ferite causate dall'attività lavorativa che prevedono un obbligo di notifica (inclusi decessi conseguenti a ferite causate dall'attività lavorativa)	3,4219	0,0000	0,0000
	Numero delle ore lavorate	175'339	118'179	130'699

Le cifre indicate corrispondono al rispettivo stato al 31 dicembre. Per via delle notifiche pervenute successivamente, la base dei dati è spesso soggetta a modifiche retroattive. Tutte le percentuali sono state calcolate sulla base di 200'000 ore lavorate. Gli incidenti delle/dei pendolari sono compresi nei suddetti valori e, attualmente, non possono essere estrapolati per via della rilevazione interna dei dati.

GRI 418

Privacy dei clienti

3-3

Gestione dei temi materiali

Il gruppo AMAG porta avanti la propria responsabilità volta a gestire con attenzione i dati personali sia del personale che della clientela. L'utilizzo di tali dati rappresenta un potenziale enorme per il gruppo AMAG. Al contempo il gruppo AMAG ha la responsabilità di rispettare i requisiti in vigore in materia di protezione dei dati nonché di tutelare e proteggere i diritti della personalità del proprio personale e della propria clientela. In tal senso, a livello di gruppo AMAG ha sviluppato un'organizzazione incaricata della protezione dei dati e volta a garantire la compliance in termini di protezione dei dati all'interno dell'azienda, ricorrendo a misure quali l'emanazione di direttive, misure di sensibilizzazione e di formazione rivolte al personale, nonché ricorrendo alla verifica e all'adeguamento a intervalli regolari dei principali processi sulla base dei requisiti in vigore in materia di protezione dei dati.

418-1

Fondati reclami riguardanti violazioni della privacy dei clienti e perdita di loro dati

Nel corso del 2022 non si è registrato alcun reclamo fondato legato al furto di dati e alla perdita di dati.

Ecologia del prodotto

Il rapporto è stato realizzato in modalità sostenibile, che consente quindi una produzione rispettosa delle risorse:

- L'ottimizzazione del formato ha infatti permesso di ridurre di circa il 40 per cento lo spreco di carta.
- La carta utilizzata «Refutura GSM» è realizzata al 100 per cento in carta riciclata e a zero impatto con le certificazioni Angelo Blu, FSC e Nordic Swan.
- Per la rilegatura si è ricorsi alla tecnologia Smartflat di Palamides, con un risparmio di energia di oltre il 50 per cento. Inoltre, tale lavorazione non produce fumi tossici.
- Vengono prodotti solo gli esemplari effettivamente richiesti.



Scoprite il nostro report 2022 nello special online

Riceverete così interessanti informazioni legate alle attività aziendali e alle nostre collaborazioni nonché video esclusivi di esperte ed esperti esterni.

Impressum

Editore: AMAG Group AG, Group Communication,
Alte Steinhäuserstrasse 12, 6330 Cham
amag.ch

© 2023 AMAG Group AG, Group Communication, Dino Graf

L'opera e le sue diverse parti sono protette dal diritto d'autore.

È vietata qualsivoglia riproduzione o distribuzione senza l'autorizzazione dell'editore e dell'autore. Questo si applica in particolare alla riproduzione elettronica o in altro formato, alla traduzione nonché alla diffusione e alla pubblicazione.

Contatto:

Dr. Ina Maria Walthert, ina.walthert@amag.ch

Realizzazione: Heads Corporate Branding AG, heads.ch
Realizzazione e redazione: Dominique Banschbach, Natascha Almeida
Creazione e produzione: Marco Simonetti, Roman von Arx
Organizzazione del progetto: Sina Frank

Testi «Sostenibilità vissuta»: Felix Müller, fmkomm.ch

Fotografia: Nicolas Bruni (nicolasbruni.com), Simon Iannelli (simonnelli.com)

Foto: Copertina: Serhat Beyazkaya (Unsplash), pagina 13 Microlino,
pagina 20 istock.com, pagina 32 ThisisEngineering RAEEng (Unsplash)

Stampa e ulteriore elaborazione: Bubu AG, bubu.ch

Traduzione: Diction AG, diction.ch

Nota

Il rapporto relativo alla sostenibilità è pubblicato in lingua tedesca, inglese, francese e italiana. Determinante risulta sempre la versione tedesca.



stampato in
svizzera

