

OMEGA GROUP - P.IVA 03134160278

RENDICONTAZIONE DI SOSTENIBILITA'

ANNO 2024



| | |
|--|----|
| EXECUTIVE SUMMARY – SECTION | 3 |
| Lettera agli stakeholder | 3 |
| Criteri per la redazione – Informativa B 1 | 5 |
| Pratiche per la transizione verso un’economia più sostenibile – Informativa B 2 | 7 |
| Analisi di materialità | 7 |
| Coinvolgimento degli stakeholder (stakeholder engagement) | 9 |
| Strategia: Modello di business e iniziative correlate alla sostenibilità – Informativa C 1 | 10 |
| Descrizione di pratiche, politiche e iniziative future per la transizione verso un’economia più sostenibile – Informativa C 2 | 11 |
| E - ENVIRONMENT – SECTION | 11 |
| Energia ed emissioni di gas a effetto serra – Metriche base – Ambiente B 3 | 13 |
| Inquinamento di aria, acqua e suolo – Metriche base – Ambiente B 4 | 13 |
| Biodiversità- Metriche base – Ambiente B 5 | 13 |
| Acqua – Metriche base – Ambiente B 6 | 13 |
| Uso delle risorse, economia circolare e gestione dei rifiuti – Metriche base – Ambiente B 7 | 13 |
| Obiettivi di riduzione delle emissioni di GHG e transizione climatica – Metriche comprensive – Ambiente C 3 | 14 |
| Rischi climatici – Metriche comprensive – Ambiente C 4 | 14 |
| S - SOCIAL SECTION | 15 |
| Caratteristiche generali – Metriche base – Questioni sociali B 8 – Forza lavoro | 15 |
| Salute e sicurezza – Metriche base – Questioni sociali B 9 – Forza lavoro | 15 |
| Retribuzione, contrattualizzazione collettiva e formazione – Metriche base – Questioni sociali B 10 – Forza Lavoro | 16 |
| Forza lavoro (Generale) Caratteristiche aggiuntive – Metriche comprensive – Questioni sociali C 5 | 16 |
| Politiche e processi sui diritti umani – Metriche comprensive – Questioni sociali C 6 | 18 |
| Incidenti gravi sui diritti umani – Metriche comprensive – Questioni sociali C 7 | 18 |
| G - GOVERNANCE SECTION | 21 |
| Condanne e sanzioni per corruzione attiva e passiva – Metriche base – Condotta delle imprese B 11 | 21 |
| Strategia: Modello di business e iniziative correlate alla sostenibilità – Informativa C 1 | 21 |
| Descrizione di pratiche, politiche e iniziative future per la transizione verso un’economia più sostenibile | 22 |
| Ricavi da determinati settori ed esclusione dai benchmark di riferimento dell’UE – Metriche base – Condotta delle imprese C 8 | 23 |

EXECUTIVE SUMMARY – SECTION

Lettera agli stakeholder

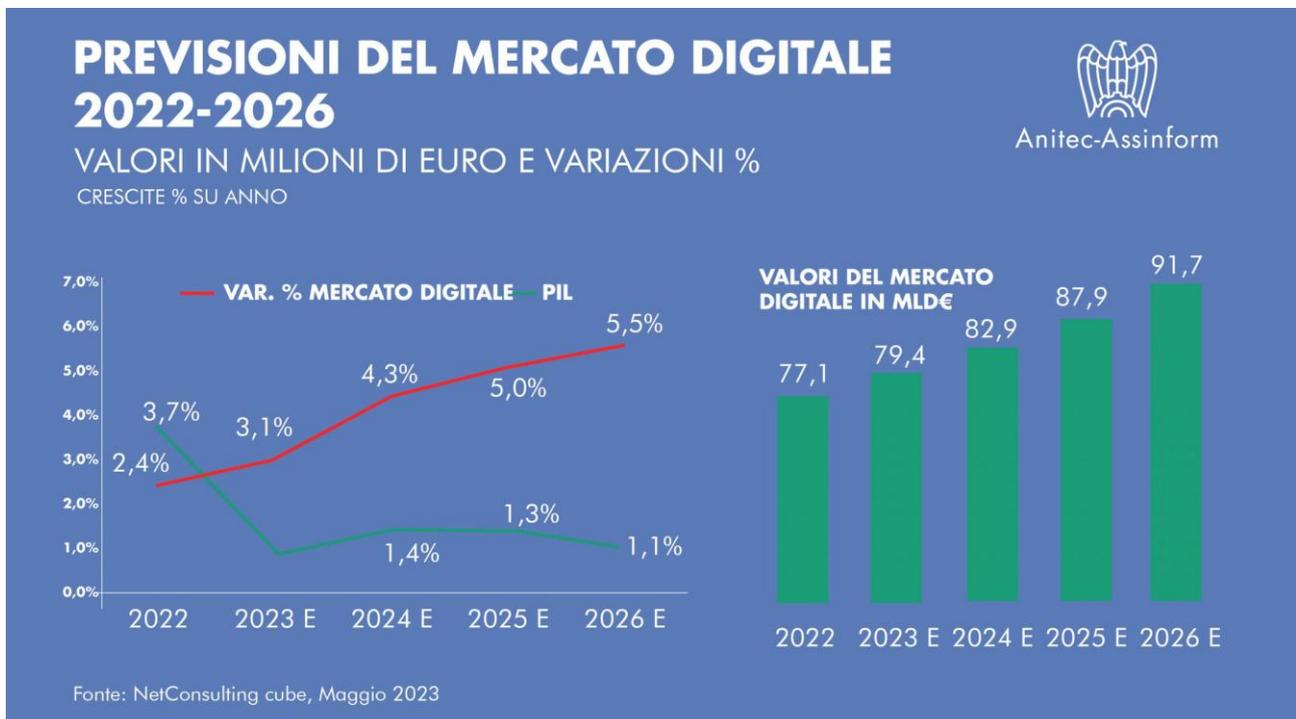
Situazione generale e tendenza del mercato di riferimento



Il 2024 ha rappresentato per Omega Group un altro anno di soddisfazione. Fatturato e utile in crescita rispetto agli esercizi precedenti e completamento del consolidamento nella struttura del gruppo delle società SHR e Mercurio.

Il mercato dell'ICT in Italia continua a crescere, nel 2024 del 4,1%. Secondo l'Assintel Report 2024 la crescita continuerà nel 2025 con un ulteriore incremento del 4,6%. Tra i diversi fattori che impattano sulla crescita notiamo come la digitalizzazione non è vista dalle aziende solo come un catalizzatore della crescita economica, ma anche come un mezzo per raggiungere gli obiettivi di sostenibilità, come ci riconferma la Transizione 5.0. Il Rapporto Anitec-Assinform 2024 infatti sottolinea la connessione tra tecnologia e

sostenibilità, evidenziando come la digitalizzazione possa aiutare le aziende a ridurre il loro impatto ambientale e a migliorare la loro competitività.



La sostenibilità: un pilastro strategico

Per questo motivo Omega Group ha intrapreso da tempo un percorso di approccio ai temi ESG, nella convinzione che la sostenibilità sia prima di tutto uno strumento di affinamento della “strategia aziendale”.

Omega Group non rientra tra i soggetti sottoposti all’obbligo di rendicontazione secondo il D. Lgs 125/2024 che recepisce in Italia la Direttiva (UE) 2022/2464, CSRD, sulla rendicontazione societaria di sostenibilità. Nonostante tutto abbiamo deciso di intraprendere un percorso di rendicontazione volontaria secondo lo standard VSME.

Lo standard di rendicontazione VSME (Voluntary Sustainability Reporting Standard for non-listed SMEs) ha tra i principali obiettivi:

- Standardizzare le informazioni sulla sostenibilità
- Semplificare l'integrazione delle pratiche ESG
- Migliorare la trasparenza e l'affidabilità delle informazioni ESG

Piano di Sostenibilità

Nel concreto l’impegno di Omega Group nei confronti della sostenibilità si traduce nei seguenti obiettivi strategici:

- **miglioramento del sistema di reporting direzionale** dedicato al controllo e monitoraggio delle prestazioni aziendali, con particolare attenzione al progetto di continua espansione organica;
- **sostentamento della politica di trattenimento e incentivazione dei talenti**, anche e soprattutto per un’azienda il cui impatto dei collaboratori sul valore percepito dai clienti è essenziale;
- mantenimento del sostegno alla strategia **redistribuzione del valore al territorio** e al suo tessuto sociale;
- impegno nella **riduzione dei consumi energetici**, di consumo acqua e di corretta differenziazione dei rifiuti anche e soprattutto attraverso la sensibilizzazione costante verso tutti i nostri collaboratori.

Così come meglio esplicitato nel prosieguo del presente documento.

Risultati economici

I principali KPI di natura economica sono ben rappresentati nel bilancio di esercizio di cui questo documento è parte integrante.

Il valore della produzione del 2024 si attesta intorno ai 9,6 mln con un prima delle tasse di circa 1 mln. Utile tutto destinato a riserva straordinaria a rafforzamento della patrimonializzazione.

Franco Marcati AD Omega Group

Criteri per la redazione – Informativa B 1

Per la rendicontazione del primo rendiconto di sostenibilità Omega Group ha scelto come standard di rendicontazione il **modulo base del VSME**. L'opzione prevede la rendicontazione della situazione individuale aziendale anche in presenza di aziende controllate come meglio di seguito indicato

| Domanda | Risposta | nota |
|------------------------------|------------------------|-------------|
| Opzione di redazione | Modulo Base | |
| Situazione di consolidamento | situazione individuale | |
| si/no consolidamento | si | vedi tab 02 |

Per la rendicontazione non sussistono omissioni informative.

Il profilo sintetico aziendale di OMEGA GROUP SRL è rappresentato nella tabella sottostante

| | | | | | | |
|--|--|----------------|---|------------|-----------------|--|
| EU-VAT (Partita Iva) |  IT 03134160278 | Sede legale | VIA PASINI 4, 30020 QUARTO D'ALTINO VE IT | | | |
| Codice NACE | Classe | Addetti | Ricavi | Soci | CDA | |
| 62.01 Vedi tutti | Small | 31 | 9 746 161 EUR | 3 | 3 | |
| Sedi | Costituzione | ROI | STARTUP | Contatti | Eventi negativi | |
| 1 | 1999 | 11.24 % | NO | N/A | N/A | |

Come accennato Omega Group controlla sei società che hanno caratteristiche complementari al business aziendale legato alla produzione e vendita di soluzioni ICT. La mappatura delle aziende è riportata nella tabella seguente

Tab. 2 elenco aziende controllate

| n° | forma legale dell'entità | ragione sociale | p.iva | indirizzo completo | codice NACE | valore Stato Patrimoniale (€) | fatturato (€) | nr dipendenti in organico o equivalenti a tempo pieno | paese in cui si svolge l'attività principale e ubicazione delle attività significative | localizzazione geografica dei siti posseduti, affittati o gestiti | Tipo di controllo |
|----|--------------------------|---------------------|-------------|---|-------------|-------------------------------|---------------|---|--|---|-------------------|
| 1 | SRL | OMEGA GRUPPO SRL | 04044670273 | QUARTO D'ALTINO (VE) VIA PASINI 4 cap 30020 | 62.02 | 847K | 1,668MLN | 12 | ITALIA | ITALIA | CONTROLLATA |
| 2 | SRL | LOOKIE SRL | 04605530270 | QUARTO D'ALTINO (VE) VIA PASINI 6/B cap 30020 | 62.01 | 910K | 1,247MLN | 10 | ITALIA | ITALIA | CONTROLLATA |
| 3 | SRL | MERCURIO TPL SRL | 04826500276 | QUARTO D'ALTINO (VE) VIA ROMA 192/A cap 30020 | 62.01 | 497K | 1,219MLN | 13 | ITALIA | ITALIA | CONTROLLATA |
| 4 | SRL | OMEGA LAB S.R.L. | 04532750272 | QUARTO D'ALTINO (VE) VIA PASINI 4 cap 30020 | 46.51 | 1,301MLN | 2,622MLN | 8 | ITALIA | ITALIA | CONTROLLATA |
| 5 | SRL | SH SERVIZI S.R.L. | 01501780934 | SPIILMBERGO (pn) VIA CINTA DI SOPRA 2/A cap 33097 | 62.01 | 427K | 632K | 5 | ITALIA | ITALIA | CONTROLLATA |
| 6 | SRL | OMEGA VENETO S.R.L. | 02988770273 | QUARTO D'ALTINO (VE) VIA PASINI 4 cap 30020 | 62.01 | 811K | 1,246MLN | 13 | ITALIA | ITALIA | CONTROLLATA |

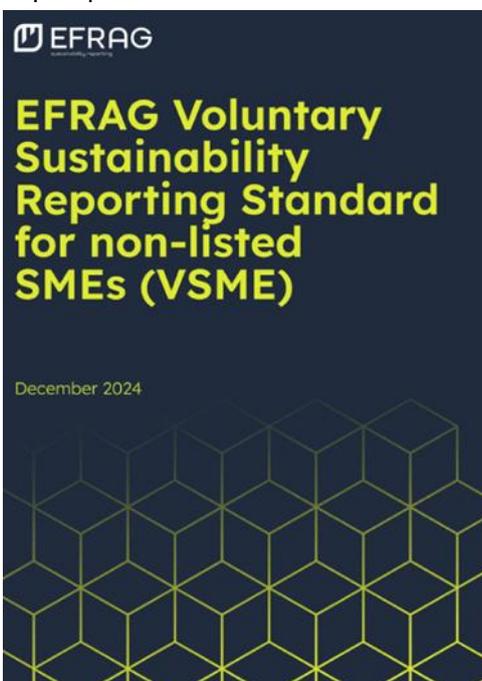
Il capitale sociale di Omega Group è di 111 mila euro le cui quote sono suddivise a livello paritetico tra i tre soci fondatori.

Soci e titolari di diritti su azioni e quote

| Socio | valore | % | tipo diritto |
|--|-----------|---|--------------|
| DITTADI MICHELE DTTMHL61B04G224X | 37.000,00 | | PROPRIETA' |
| MARCATI FRANCO MRCFNC60A14H823Y | 37.000,00 | | PROPRIETA' |
| PIZZO PIERLUIGI PZZPLG62P11L483C | 37.000,00 | | PROPRIETA' |

Per la redazione del presente report è stato preso come riferimento lo standard di rendicontazione **VSME (Very Small and Medium Enterprises)**. Lo standard rappresenta un passo significativo per le piccole e medie imprese nel migliorare la trasparenza e la responsabilità nella comunicazione delle proprie pratiche di sostenibilità. In un contesto globale in cui la sostenibilità sta diventando sempre più

centrale nelle strategie aziendali, le PMI si trovano di fronte alla necessità di dimostrare il proprio impegno verso pratiche responsabili e sostenibili.



Il VSME è stato sviluppato specificamente per rispondere alle esigenze delle PMI, che spesso non dispongono delle risorse necessarie per adottare standard di rendicontazione più complessi e onerosi. Questo standard offre un quadro chiaro e coerente che consente alle PMI di rendicontare le proprie performance ambientali, sociali e di governance (ESG) in modo efficace e accessibile.

Adottare il VSME non significa solo conformarsi a normative emergenti, ma anche cogliere l'opportunità di migliorare la propria reputazione aziendale. Le PMI che comunicano in modo trasparente le proprie pratiche di sostenibilità possono attrarre clienti e investitori sempre più attenti a questi aspetti. Inoltre, la rendicontazione della sostenibilità può contribuire a identificare aree di miglioramento, ottimizzare i processi e

ridurre i costi operativi, creando così un circolo virtuoso di crescita e innovazione.

In un mercato sempre più competitivo, le PMI che abbracciano la sostenibilità possono differenziarsi dai concorrenti, costruendo relazioni più forti con i propri stakeholder e contribuendo a un futuro più sostenibile per tutti. L'adozione dello standard VSME rappresenta quindi non solo un obbligo normativo, ma anche una strategia proattiva per il successo a lungo termine.

Riferimenti Normativi

Lo standard VSME si inserisce in un contesto normativo più ampio, che include direttive europee come la Direttiva 2014/95/UE, che richiede alle grandi imprese di divulgare informazioni non finanziarie. Sebbene le PMI non siano soggette a obblighi di rendicontazione così rigorosi, l'adozione di standard come il VSME può rappresentare un vantaggio competitivo, migliorando la reputazione aziendale e facilitando l'accesso a finanziamenti e investimenti.

Inoltre, il VSME si allinea con le linee guida internazionali, come quelle fornite dal Global Reporting Initiative (GRI) e dai Principi del Global Compact delle Nazioni Unite, che promuovono pratiche aziendali sostenibili e responsabili.

Principali Contenuti dello Standard VSME

Lo standard VSME si concentra su diversi aspetti chiave della sostenibilità, tra cui:

- **Impatto Ambientale:** Le PMI sono incoraggiate a valutare e comunicare il loro impatto ambientale, inclusi aspetti come l'uso delle risorse, le emissioni di gas serra e la gestione dei rifiuti.
- **Responsabilità Sociale:** Viene enfatizzata l'importanza di pratiche lavorative eque, inclusa la salute e la sicurezza dei dipendenti, nonché il coinvolgimento della comunità locale.
- **Governance:** Lo standard promuove la trasparenza nella governance aziendale, incoraggiando le PMI a stabilire politiche chiare e a rendere conto delle proprie decisioni e pratiche.
- **Obiettivi di Sostenibilità:** Le PMI sono invitate a definire obiettivi di sostenibilità misurabili e a monitorare i progressi nel tempo, contribuendo così a un miglioramento continuo delle loro pratiche.

In conclusione, l'adozione dello standard di rendicontazione VSME non solo aiuta le PMI a conformarsi a normative emergenti, ma offre anche un'opportunità per migliorare la loro sostenibilità e attrattività sul mercato. È un passo verso una maggiore responsabilità e un impegno concreto per un futuro più sostenibile.

Pratiche per la transizione verso un'economia più sostenibile – Informativa B 2

Di seguito elenco pratiche e politiche verso una economia più sostenibile.

| Specifiche pratiche, politiche o iniziative future per la transizione verso un'economia più sostenibile. | |
|--|--|
| (a) pratiche. | Primo monitoraggio del rating SME ESG per una valutazione dello stato di fatto aziendale in relazione ai temi della sostenibilità |
| (b) le politiche sui temi della sostenibilità | Sensibilizzazione di tutto il personale e di tutti i collaboratori verso un consumo più sostenibile con incentivazione alla mobilità elettrica e al risparmio energetico |
| (c) iniziative future o piani previsionali in corso di attuazione sui temi della sostenibilità | Prima valutazione adozione di un sistema gestionale conforme alla norma ISO 27001 per la sicurezza delle informazioni |
| (d) obiettivi per monitorare l'attuazione delle politiche e i progressi compiuti verso il raggiungimento di tali obiettivi | Miglioramento del sistema di controllo di gestione con inserimento di KPI per il monitoraggio degli obiettivi di sostenibilità |

Come primo passo verso un approccio ai temi della sostenibilità Omega Group ha deciso di effettuare in affiancamento a società specializzata il check up finalizzato all'ottenimento del primo rating ESG SME allo scopo di valutare il proprio stato di fatto in riferimento ai temi ESG.

Le evidenze del rating e gli spunti di miglioramento contenuti hanno rappresentato la base per la definizione delle politiche e iniziative per la sostenibilità sopra indicate. Copia del documento di restituzione del rating è disponibile presso l'amministrazione di Omega Group.



OMEGA GROUP SRL
P.IVA 03134160278
Report aggiornato al 24/03/2025
Periodo di riferimento Q1-2025

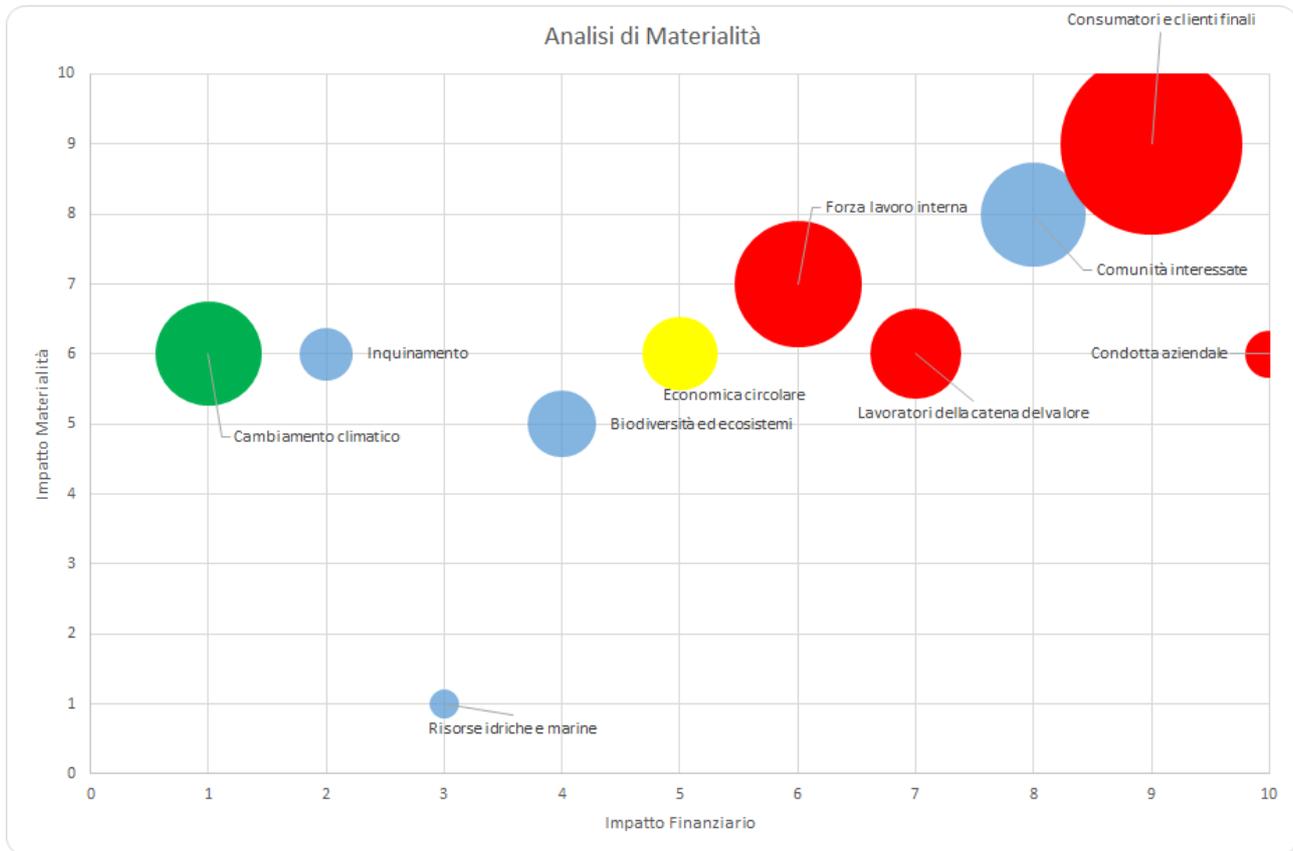


Il rating evidenzia un valore di 50/100 in linea con la media di settore.

Analisi di materialità

Il rating ESG SME ha fornito gli elementi per la valutazione di **impatto** dei temi di materialità a cui abbiamo aggiunto le risultanze dell'attività di stakeholder engagement e la valutazione di impatto finanziario su ogni aspetto.

| id | Materialità | Impatto | Stakeholder | Finanziaria | Note |
|----|------------------------------------|---------|-------------|-------------|---|
| 1 | Cambiamento climatico | ☆ 4 | ☆ 3 | ☆ 6 | L'impatto finanziario è molto elevato per ottenere scarsi risultati |
| 2 | Inquinamento | ☆ 2 | ☆ 0 | ☆ 6 | Inquinamento ridotto al minimo visto che l'azienda non produce |
| 3 | Risorse idriche e marine | ☆ 3 | ☆ 0 | ☆ 1 | Acqua utilizzata solo per i servizi |
| 4 | Biodiversità ed ecosistemi | ☆ 4 | ☆ 0 | ☆ 5 | Complesso attivarsi per migliorare |
| 5 | Economica circolare | ☆ 4 | ☆ 0 | ☆ 6 | E' effettuata la raccolta differenziata, anche gli imballaggi sono attenzionati, non ci sono rifiuti nel processo produttivo |
| 6 | Forza lavoro interna | ☆ 5 | ☆ 4 | ☆ 7 | Sono previsti corsi di formazione e attività di trattenimento dei talenti attraverso forme di welfare e incentivazione al risultato |
| 7 | Lavoratori della catena del valore | ☆ 5 | ☆ 1 | ☆ 6 | Attenzione alla parità di genere |
| 8 | Comunità interessate | ☆ 5 | ☆ 1 | ☆ 8 | Grande attenzione al territorio anche in funzione del mantenimento del network relazionale |
| 9 | Consumatori e clienti finali | ☆ 5 | ☆ 10 | ☆ 9 | Attenzione al cliente con alto budget al reparto marketing e comunicazione |
| 10 | Condotta aziendale | ☆ 3 | ☆ 1 | ☆ 6 | Attenzione al branding e alla reputazione |



Coinvolgimento degli stakeholder (stakeholder engagement)

L'attività di coinvolgimento degli stakeholder ha denotato un'attenzione da parte di clienti e fornitori ancora molto bassa sui temi della sostenibilità. Prevalentemente è emersa una grande attenzione alle aspettative dei clienti ed al mercato.

| Stakeholder (nome) | Gruppo | Famiglia | Sallenza | Priorità | Materialità rilevata | coinvolgimento | Provenienza |
|----------------------------------|------------|----------|-------------------|----------|------------------------------------|--|-------------|
| Sanmarco Informatica | Competitor | Esterno | 5 - Pericolosi | 2 | Consumatori e clienti finali | Monitorato | Italia |
| Sme Up | Competitor | Esterno | 2 - Discrezionali | 1 | Forza lavoro interna | Monitorato | Italia |
| Software Panthera | Competitor | Esterno | 5 - Pericolosi | 2 | Consumatori e clienti finali | Monitorato | Italia |
| Teamsystem | Competitor | Esterno | 4 - Dominanti | 1 | Lavoratori della catena del valore | Monitorato | Italia |
| NTS | Competitor | Esterno | 2 - Discrezionali | 1 | Forza lavoro interna | Monitorato | Italia |
| Sistemi | Competitor | Esterno | 4 - Dominanti | 1 | Consumatori e clienti finali | Monitorato | Italia |
| Fluentis | Competitor | Esterno | 2 - Discrezionali | 1 | Consumatori e clienti finali | Monitorato | Italia |
| QUALITAS | Competitor | Esterno | 2 - Discrezionali | 1 | Cambiamento climatico | Monitorato | Italia |
| CYBERTEC | Competitor | Esterno | 2 - Discrezionali | 1 | Consumatori e clienti finali | Monitorato | Italia |
| CECCHIN S.R.L. | Fornitori | Esterno | 2 - Discrezionali | 1 | Consumatori e clienti finali | Monitorato | Italia |
| EMI APPLICATIONS SRL | Fornitori | Esterno | 7 - Definitivi | 3 | Consumatori e clienti finali | Monitorato | Italia |
| NAMIRIAL S.P.A. | Fornitori | Esterno | 7 - Definitivi | 3 | Forza lavoro interna | Monitorato | Italia |
| LA MECCANICA S.R.L. DI REFFO | Clienti | Esterno | 7 - Definitivi | 3 | Consumatori e clienti finali | Monitorato | Italia |
| VARVEL S.P.A. | Clienti | Esterno | 6 - Dipendenti | 2 | Forza lavoro interna | Monitorato | Italia |
| VARVEL S.P.A. | Clienti | Esterno | 6 - Dipendenti | 2 | Comunità interessate | Monitorato | Italia |
| PECSCO CAVI SRL | Clienti | Esterno | 6 - Dipendenti | 2 | Consumatori e clienti finali | Monitorato | Italia |
| STAMPER SRL | Clienti | Esterno | 6 - Dipendenti | 2 | Consumatori e clienti finali | Monitorato | Italia |
| STAMPOTECNICA S.R.L. | Clienti | Esterno | 6 - Dipendenti | 2 | Consumatori e clienti finali | Monitorato | Italia |
| EMERSON AUTOMATION SOLUTIONS | Clienti | Esterno | 6 - Dipendenti | 2 | Consumatori e clienti finali | Monitorato | Italia |
| DUE A SRL | Clienti | Esterno | 6 - Dipendenti | 2 | Consumatori e clienti finali | Monitorato | Italia |
| OMAS S.R.L. | Clienti | Esterno | 6 - Dipendenti | 2 | Consumatori e clienti finali | Monitorato | Italia |
| MAP S.P.A. | Clienti | Esterno | 6 - Dipendenti | 2 | Consumatori e clienti finali | Monitorato | Italia |
| PEGORARO GAS TECHNOLOGIES S.R.L. | Clienti | Esterno | 6 - Dipendenti | 2 | Forza lavoro interna | Monitorato | Italia |
| BANCA MONTE PASCHI DI SIENA | Banche | Esterno | 4 - Dominanti | 1 | Condotta aziendale | Coinvolto se e quando serve | Italia |
| BARBARA BARBIRATO | Dipendenti | Interno | 6 - Dipendenti | 2 | Cambiamento climatico | Coinvolto frequentemente nelle attività strategiche | Italia |
| ALESSIO CHINOTTO | Dipendenti | Interno | 6 - Dipendenti | 2 | Cambiamento climatico | Coinvolto in maniera costante con monitoraggio della soddisfazione | Italia |
| DAVIDE BALLARIN | Dipendenti | Interno | 6 - Dipendenti | 2 | Cambiamento climatico | Coinvolto in maniera costante con monitoraggio della soddisfazione | Italia |



Nota metodologica

- Clients** I clients are identified through Pareto analysis. Clients in category A who have exceeded 100k of purchases in the period 2024. Analysis made by analyzing the site content and through dialogue with commercial responsible
- Suppliers** I suppliers are identified through Pareto analysis. Suppliers in category A who have exceeded 100k of delivered in the period. Analysis made by analyzing the site content and through dialogue with acquisition responsible
- Competitor** I competitors are reported by the commercial department in relation to the market analysis performed. Analysis made by analyzing the site content, through communication via social and at the sector fairs, interviews with commercial responsible. Informal inquiry also through listening to clients
- Employees** Selection of significant figures with base formation and perception collection and desired through informal interview
- Banks** Letta dichiarazione non finanziaria anno 2023

Strategia: Modello di business e iniziative correlate alla sostenibilità – Informativa C 1

I risultati dell’analisi di materialità hanno contribuito alle scelte strategiche di approccio che sono indicate in sintesi nell’informativa B2.

Di seguito si riporta il dettaglio delle iniziative correlate.

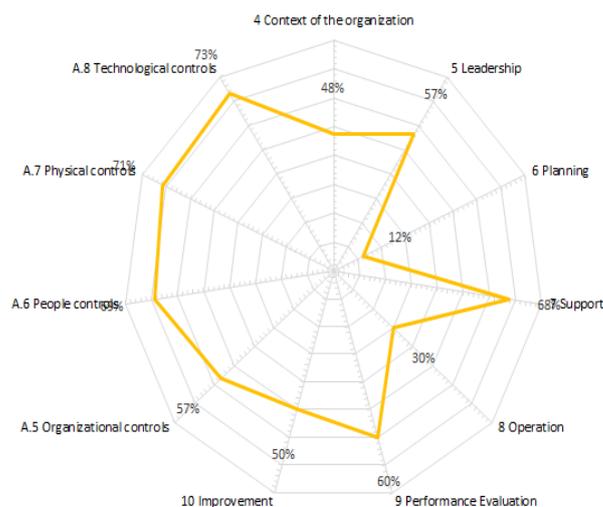
| Materialità | L'impresa ha in essere pratiche, politiche, iniziative future che affrontano uno o più delle seguenti questioni di sostenibilità? | Sono disponibili pubblicamente? (SI/NO) | Le politiche hanno obiettivi specifici? (SI/NO) |
|------------------------------------|---|---|---|
| Cambiamenti climatici | Utilizzo di energia elettrica da sole fonti rinnovabili | NO | NO |
| Inquinamento | Incentivazione utilizzo auto elettriche | NO | NO |
| Acqua e risorse marine | Sensibilizzazione ad un consumo più attento dell'acqua | SI | NO |
| Biodiversità ed ecosistemi | Inserimento nel progetto della nuova sede di area a verde | SI | NO |
| Economia circolare | Sensibilizzazione alla raccolta differenziata | NO | NO |
| Forza lavoro propria | Introduzione sistema MBO | NO | NO |
| Lavoratori nella catena del valore | Dialogo con fornitori e partner per la vigilanza sul rispetto dei diritti umani | NO | NO |
| Comunità interessate | Sponsorizzazione ad eventi territoriali di tipo | SI | NO |
| Consumatori e utilizzatori finali | Attenzione al cliente finale in ottica di traspa | NO | NO |
| Condotta delle imprese | Sensibilizzazione ai temi della parità di genere Miglioramento del sistema di controllo di gestione aziendale | NO | NO |

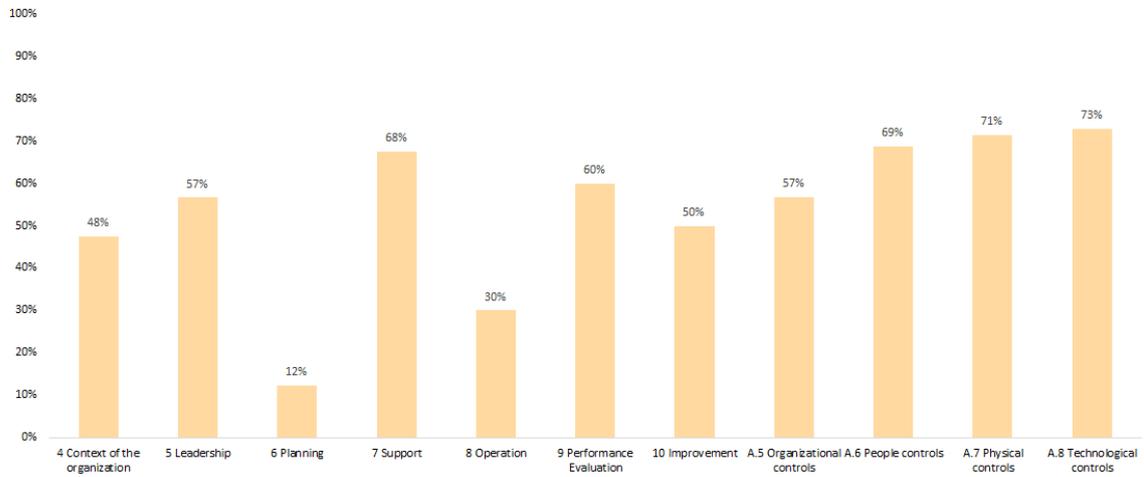
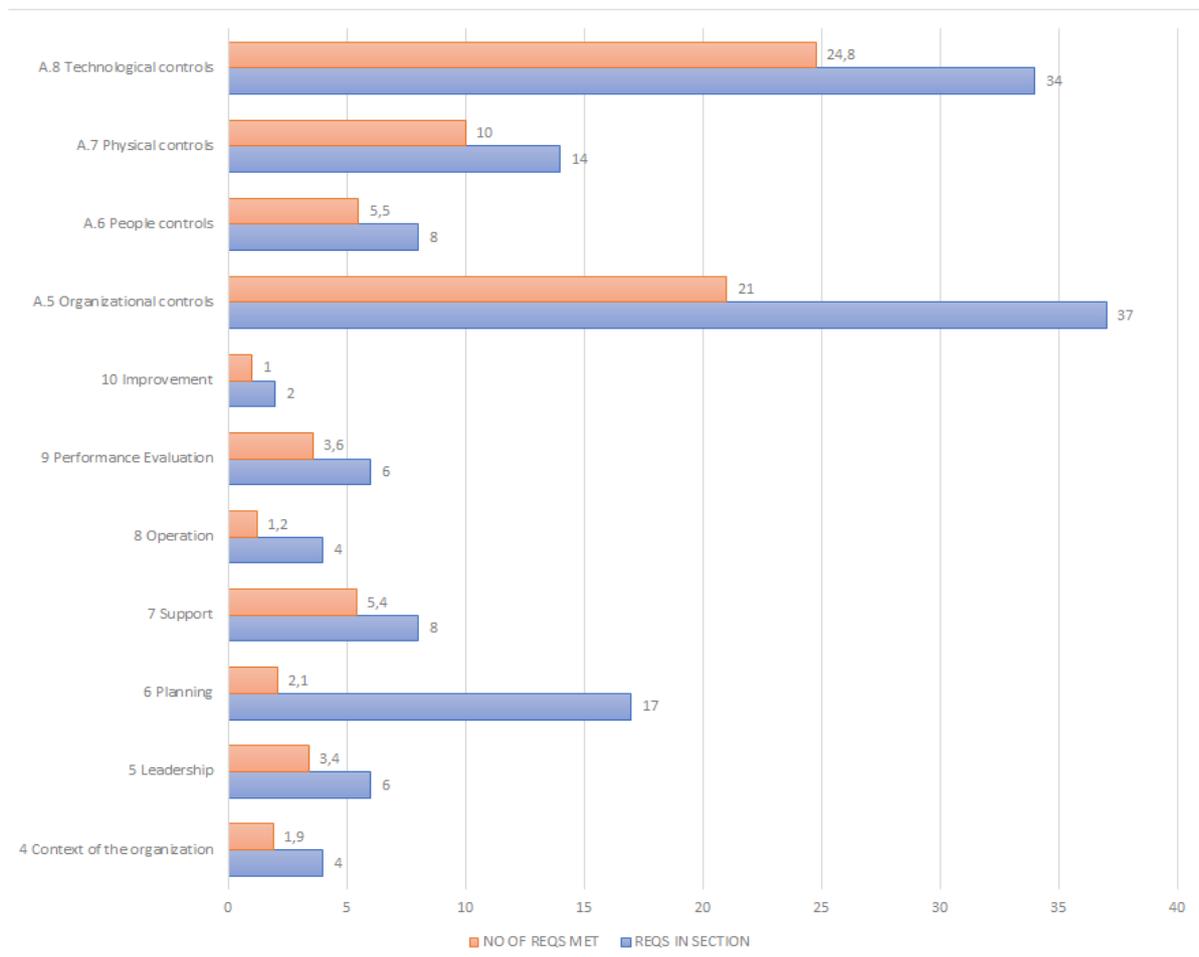
Descrizione di pratiche, politiche e iniziative future per la transizione verso un'economia più sostenibile – Informativa C 2

In particolare Omega Group ha deciso di valutare un percorso di implementazione di un sistema gestionale aziendale conforme alla norma ISO 27001 e relativo alla gestione della sicurezza informatica. L'adozione è ritenuta importante per una software house come Omega anche in relazione alle opportunità del mercato e alla relativa richiesta dei clienti.

Per questo è stata effettuata nel corso del 2024 una Gap Analysis di cui si riportano i dati di sintesi i quali rappresentano la base su cui impostare il progetto di adeguamento e certificazione.

Percentage level of conformity to the ISO/IEC 27001 standard radar chart



Percentage level of conformity to the ISO/IEC 27001 standard

Level of conformity to the ISO/IEC 27001 standard


E - ENVIRONMENT – SECTION

Energia ed emissioni di gas a effetto serra – Metriche base – Ambiente B 3

| Consumo annuale di energia elettrica e di combustibili fossili in MWh, suddivisa tra fonti rinnovabili e fonti non rinnovabili | | | |
|--|---------------|-----------------|--------|
| | Rinnovabile | Non rinnovabile | Totale |
| Energia elettrica (come da bollette) | 56,691 | | |
| Combustibili fossili | 0 | | |
| Totale | 56,691 | | |

Per tipologia di business Omega Group utilizza energia elettrica per uso civile e per l'alimentazione dei sistemi informativi. Per scelta condivisa con la proprietà degli immobili utilizzati il 100% dell'energia proviene da fonti rinnovabili e nella fattispecie da energia prodotta con sistema fotovoltaico. Sistema capace di alimentare anche la parte del parco auto già elettrificata.

Inquinamento di aria, acqua e suolo – Metriche base – Ambiente B 4

Omega Group utilizza acqua solo per uso civile, non utilizza materie prime e non immette in atmosfera fumi o altro.

Biodiversità- Metriche base – Ambiente B 5

Omega Group rispetta l'ambiente attraverso la sensibilizzazione del personale e attraverso la sponsorship di diverse iniziative territoriale a supporto di iniziative sociali e legate all'ambiente come diffusamente espresso nelle sezioni seguenti.

Acqua – Metriche base – Ambiente B 6

| Prelievo idrico | | |
|--|----|--|
| | m3 | note |
| Prelievo idrico complessivo | | quantità di acqua in entrata nel perimetro 16 dell'impresa (o del complesso) |
| Prelievo idrico da aree ad elevato stress idrico | no | relativa ai siti situati in aree ad elevato stress idrico |
| Consumo idrico | no | calcolato come differenza tra il prelievo idrico e lo scarico di acqua dai processi produttivi |

Come indicato in precedenza l'uso di acqua è riferito solo all'utilizzo nei servizi. In ogni caso è effettuata opera di sensibilizzazione ad un uso razionale dell'acqua a tutti i dipendenti.

Uso delle risorse, economia circolare e gestione dei rifiuti – Metriche base – Ambiente B 7

Omega Group non produce rifiuti per quanto riguarda il proprio processo produttivo. Il conferimento al servizio RSU è in ogni caso differenziato anche per quanto riguarda gli imballaggi delle attrezzature in sostituzione del parco HW. Il conferimento totale di rifiuti solidi urbani è stato nel 2024 di 497 kg.

Obiettivi di riduzione delle emissioni di GHG e transizione climatica – Metriche comprensive – Ambiente C 3

Per quanto riguarda le emissioni di CO₂ occorre ricordare che Omega Group è un'azienda di servizi e di conseguenza le emissioni sono generate dal parco mezzi aziendale che in ogni caso è in via di transizione verso veicoli elettrici o quanto meno ibridi. In ogni caso è stato effettuato il calcolo di Scope 1 e 2 secondo lo standard GHG come di seguito rappresentato.

Emissioni tonnellate equivalenti Scope 1 - 62,33; Scope 2 - 14,59.

| Step 1 | | | | Step 2 | | Step 3 | |
|--|--------------------------|-----------------|-----------|-----------------------------------|-----------------|-------------------------------|-----------------|
| Tipo di fonte energetica | Combustibile | Unità di misura | Valore | Fattore di emissioni | Unità di misura | Valore | Unità di misura |
| EMISSIONI DI AMBITO 1 | | | | | | | |
| Combustibili fossili | Gasolio | litri | 23.611,00 | 2,64 ton CO ₂ eq / ton | | 62,33 ton CO ₂ eq | |
| Totale emissioni scope 1 (step 4) | | | | | | 62,33 ton CO ₂ eq | |
| EMISSIONI DI AMBITO 2 | | | | | | | |
| Elettricità acquistata | Da fonti rinnovabili | MWh | 57,00 | 0,256 kg CO ₂ eq / kwh | | 14,592 ton CO ₂ eq | |
| Elettricità acquistata | Da fonti non rinnovabili | MWh | | 0,256 kg CO ₂ eq / kwh | | - ton CO ₂ eq | |
| Totale emissioni di ambito 2 (step 4) | | | | | | 14,59 ton CO ₂ eq | |

Rischi climatici – Metriche comprensive – Ambiente C 4

Dal punto di vista dell'analisi dei rischi climatico e non solo Omega ha adottato la scelta di trasferire il rischio stesso attraverso l'attivazione di adeguate polizze assicurative. In attesa di adeguare il portafoglio assicurazioni con le nuove disposizioni in materia di danni catastrofali, l'attuale pacchetto assicurativo riguarda:

- Responsabilità Civile vs. prestatori di lavoro e danni da interruzione o sospensione attività.
- Responsabilità civile Incendio e danni alla proprietà:
 - Fabbricato
 - Contenuto
 - Ricorso terzi e locatari
 - Elettronica
- Tutti i rischi informatici

S - SOCIAL SECTION

Caratteristiche generali – Metriche base – Questioni sociali B 8 – Forza lavoro



L'attenzione alle persone è sempre stato un valore di riferimento per tutto il gruppo Omega. Per questo nella propria carta valori l'azienda ha inserito elementi che hanno riferimento al coinvolgimento del capitale umano, alla passione e alla sostenibilità. Prova di tale impegno è indicata nella carta valori di seguito riportata

Charter of values

UNIQUENESS

We are a unique organism, which looks to the future with an organization which guarantees continuity through the corporate involvement of company managers. We look at the market with a transversal and systemic vision in order to anticipate future needs.

PASSION

For us, it is a feeling expressing enthusiasm, motivation, heart and soul, smile, sacrifice, determination, intensity and will. It is the engine and energy to create shared value with our partners.

LOYALTY

We build unique and lasting relations with collaborators and partners, based on transparent and correct actions. We fulfil our obligations even in most complex situations.

INNOVATION IN CORPORATE CULTURE

It is in our DNA to understand changes quickly, to know how to integrate ourselves into the economic and social system by carefully listening to the signals of the market with creativity, ability, advanced skills, always cultivating our strategic and international vision.

SUSTAINABILITY

We promote a circular business model based on a strategic economic-financial planning and vision, solid and defined governance, attention to the environment, the territory and the society. Our organization looks to the future to give continuity to the business development of Omega group and its customers.

Salute e sicurezza – Metriche base – Questioni sociali B 9 – Forza lavoro

Nel corso del 2024 non sono stati registrati infortuni sul lavoro, grazie anche all'attenzione e alla sensibilizzazione a tutto il personale in riferimento alle tematiche di sicurezza sui luoghi di lavoro.

Retribuzione, contrattualizzazione collettiva e formazione – Metriche base – Questioni sociali B 10 – Forza Lavoro

| | |
|------------------------|-----------|
| Contratto nazionale | commercio |
| n° dipendenti in forza | 31 |

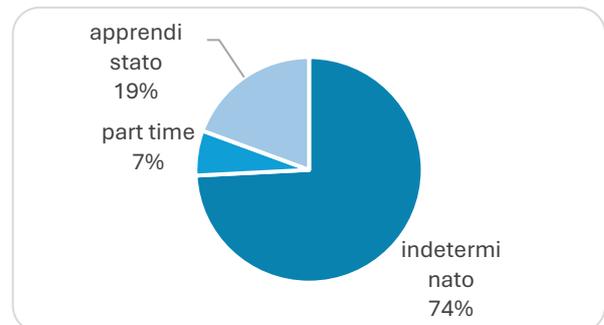
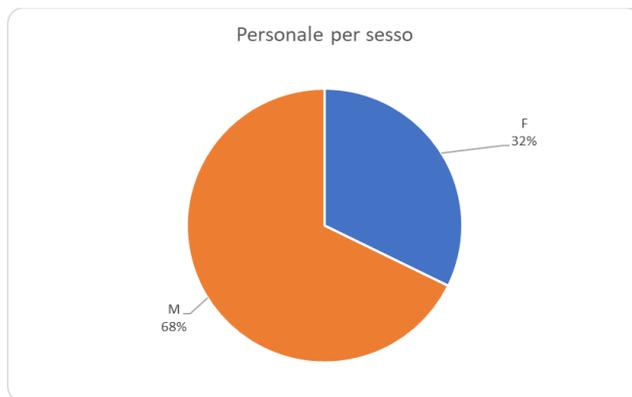
Tutto il personale è regolarmente assunto secondo il contratto nazionale del commercio

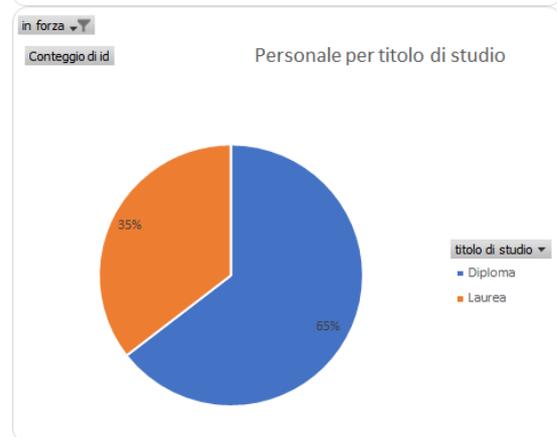
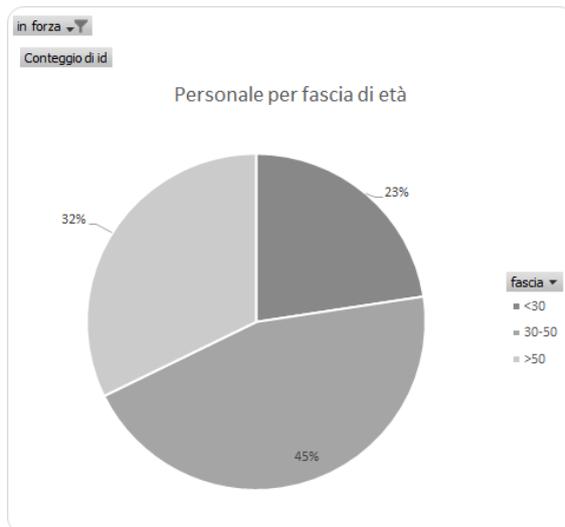
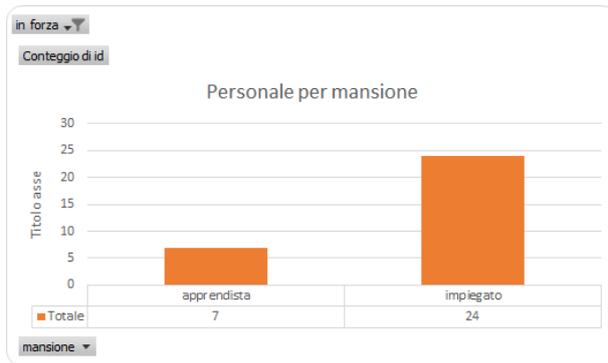
Omega Group dispone di una funzione HR caratterizzata da due figure a tempo pieno che si occupa del recruitment, del onboarding delle nuove risorse e dalla valorizzazione di tutto il personale anche ai fini del trattenimento e valorizzazione dei talenti.

Forza lavoro (Generale) Caratteristiche aggiuntive – Metriche comprehensive – Questioni sociali C 5

Le caratteristiche del personale sono riepilogate nella seguente sezione grafica che evidenzia:

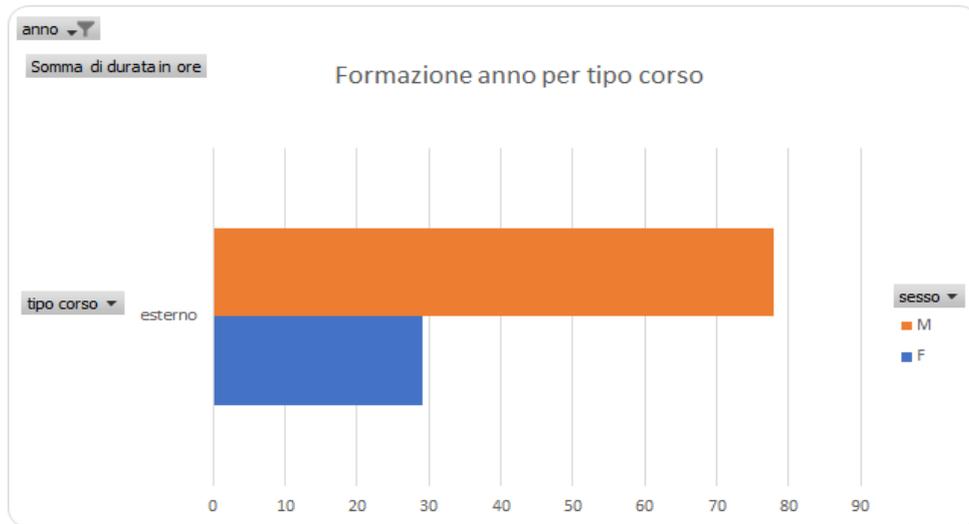
- Personale suddiviso per maschi e femmine
- Personale suddiviso per tipologia di rapporto di lavoro
- Personale per mansione
- Personale per nazionalità
- Per fascia di età
- Per titolo di studio



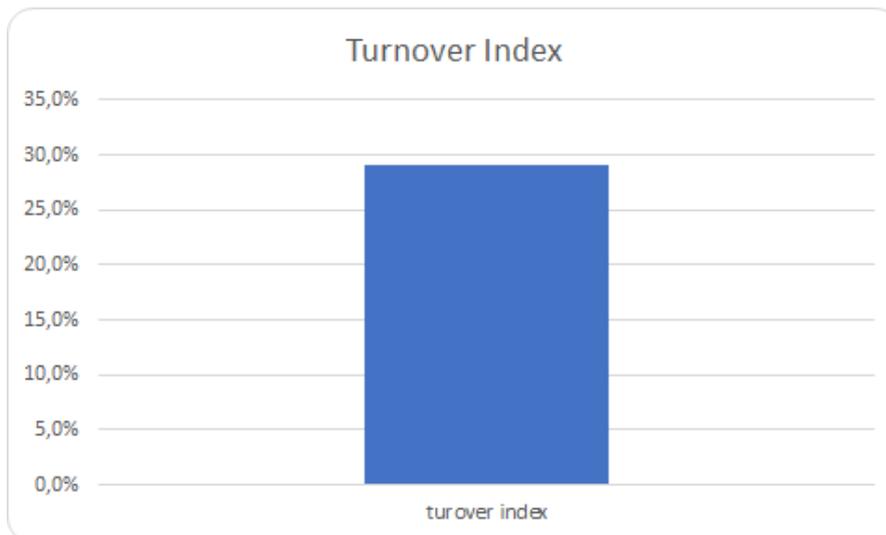


Formazione

Particolare attenzione è posta alla formazione continua come testimonia il grafico seguente che riporta le ore di formazione erogate per personale maschile e femminile nel corso del 2024.



Politiche e processi sui diritti umani – Metriche comprehensive – Questioni sociali C 6



Il settore dell'ICT è caratterizzato da un forte turnover del personale, la carenza di risorse qualificate sui territori e la continua espansione del mercato sono le cause principali. Per questo tra gli obiettivi primari di Omega, rientra quello di valorizzazione del personale ai fini del trattenimento dei talenti. Il sistema di Welfare aziendale e il metodo premiante su obiettivi sono alla base della politica incentivante aziendale.

Incidenti gravi sui diritti umani – Metriche comprehensive – Questioni sociali C 7

Da sempre Omega Group pone la massima attenzione al rispetto delle persone. La direzione e anche tutto il gruppo di lavoro è impegnato nella sensibilizzazione e inaccettabilità di atteggiamenti che vanno contro i diritti fondamentali delle persone. Per questo non sono stati registrati incidenti sulla tutela dei diritti umani.



L'attenzione al territorio e alla valorizzazione delle iniziative sociali è da sempre un marchio di fabbrica del gruppo Omega. Lo testimoniano le innumerevoli sponsorizzazioni di attività sportive e sociali di cui di seguito si fornisce evidenza.

| Logo | Tipo sponsoraggio | Nome società - struttura - ente | link sito | motivo sponsorship |
|---|----------------------|--|---|---|
|  | Sport Sponsorship | Umana Reyer Venezia | https://www.reyer.it/ | CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE AI FINI MARKETING |
|  | Sport Sponsorship | Mogliano Rugby | https://www.rugbymogliano.it/ | CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE AI FINI MARKETING |
|  | Sport Sponsorship | AC Calcio Noventa | https://www.calcionoventa.it/ | CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE AI FINI MARKETING |
|  | Sport Sponsorship | A.S.D. Altino | https://www.facebook.com/ASDAltino/ | EROGAZIONE LIBERALE |
|  | Sport Sponsorship | U.S. Ardisci e Spera | https://www.ardisciespera.it/ | CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE AI FINI MARKETING |
|  | Sport Sponsorship | Gnetto & Milano Scuola di Tecnica Calcistica | https://www.facebook.com/scuolacalcioinellomiano/?locale=it_IT | CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE AI FINI MARKETING |
|  | Sport Sponsorship | Elpis Volley | https://www.elpisvolley.it/ | EROGAZIONE LIBERALE |
|  | Sport Sponsorship | OlimpiaSile | https://www.olimpiasile.it/ | CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE AI FINI MARKETING (supporto a realtà sportiva del territorio) |
|  | Social Sponsorship | WelfareCare | https://www.welfarecare.org/ | CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE AI FINI MARKETING (supporto ad iniziativa di screening gratuito per prevenzione tumori al seno) |
|  | Social Sponsorship | Donazione AperiCuore | https://www.fondazionecuorelivio.it/apericuore | CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE AI FINI MARKETING (supporto a iniziativa benefica) |
|  | Social Sponsorship | ASD Pitta Bike | https://www.michelepittacolo.it/asd-pittabike/ | CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE AI FINI MARKETING |
|  | Cultural Sponsorship | Fondazione CUOA | https://www.cuoa.it/ita/ | CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE AI FINI MARKETING |
|  | Cultural Sponsorship | 24ORE Business School | https://www.24orebs.com/ | CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE AI FINI MARKETING |
|  | Sport Sponsorship | Calcio San Donà | https://www.facebook.com/calciosandona1922/?locale=it_IT | CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE AI FINI MARKETING |
| | Cultural Sponsorship | Stra Biologico | https://www.24orebs.com/ | CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE AI FINI MARKETING (fiera locale) |
|  | Sport Sponsorship | Spezia Calcio | https://www.spezia calcio.com/ | CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE AI FINI MARKETING |

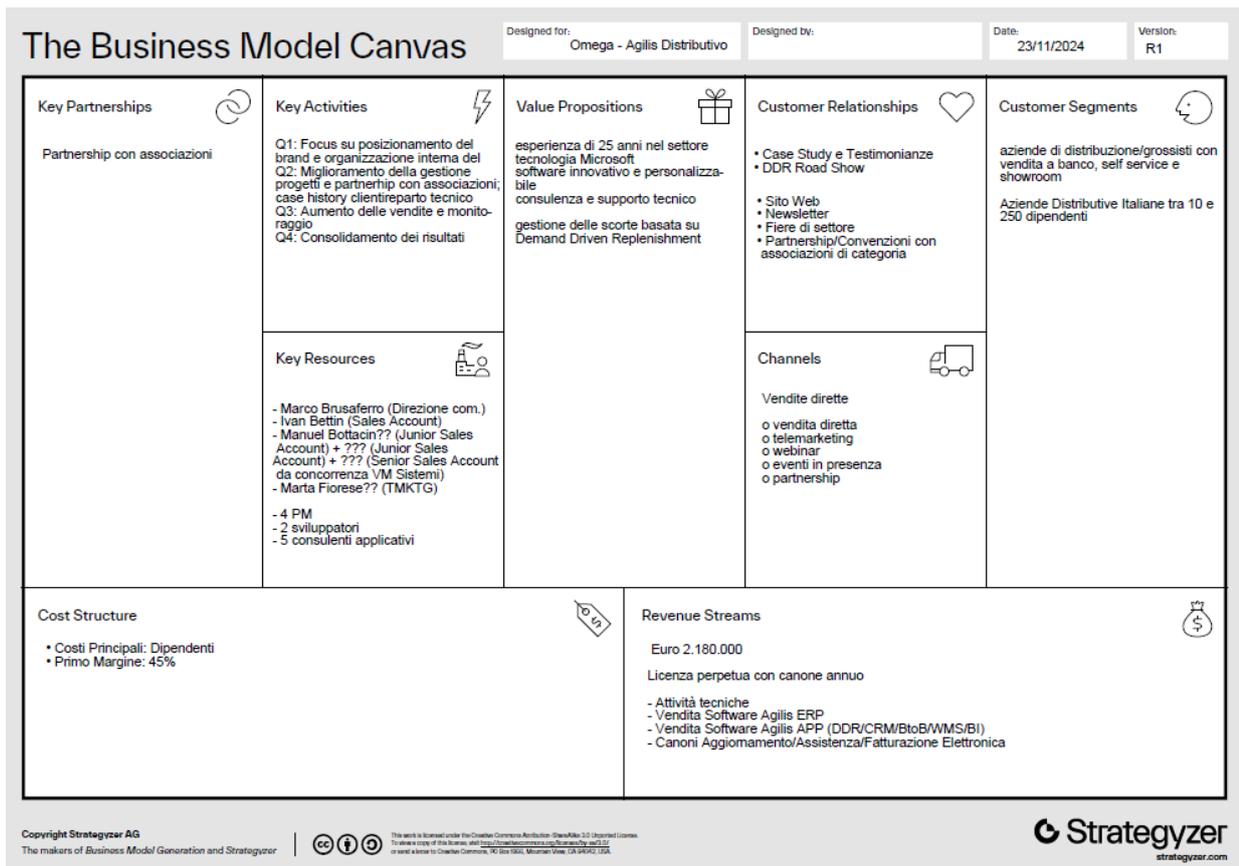
G - GOVERNANCE SECTION

Condanne e sanzioni per corruzione attiva e passiva – Metriche base – Condotta delle imprese B 11

Nel corso del 2024 e mai nella storia di Omega Group sono state elevate condanne o sanzioni per corruzione attiva e passiva.

Strategia: Modello di business e iniziative correlate alla sostenibilità – Informativa C 1

Il 2024 ha rappresentato per Omega un punto di svolta nella gestione della propria Governance. Tra le iniziative correlate alla sostenibilità, oltre a quelle già evidenziate nel presente documento, è da evidenziare il grosso sforzo effettuato nel progetto di miglioramento del sistema di controllo di gestione, di cui il 2025 significherà la definitiva messa a regime. Il progetto consiste nella ricostruzione dei data base dei sistemi informativi di ogni azienda del gruppo, centralizzare la rilevazione dei dati contabili ed extracontabili ed erogare il servizio di controllo di gestione a tutte le società del gruppo Omega.



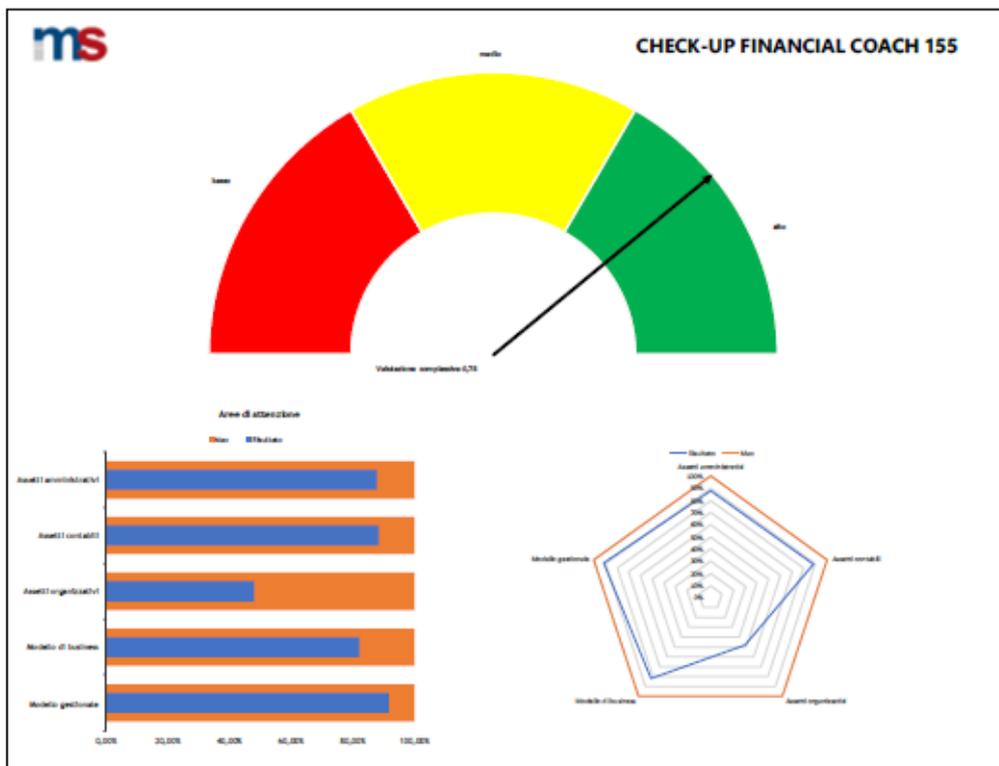
Il progetto consiste nell'implementazione strutturata della contabilità analitica, nella definizione di un budget condiviso con tutti i responsabili delle *business unit* aziendali e di un sistema di reporting direzionale atto a monitorare gli scostamenti *actual – budget* in ottica di *feed forward*, ovvero con l'obiettivo di verificare le azioni di miglioramento oppure di revisione del budget iniziale. Un semplice sistema di *Balanced Scorecard* aiuta a mappare le iniziative messe in atto per il raggiungimento degli

obiettivi in modo da supportare le decisioni e soprattutto le eventuali azioni correttive e di miglioramento infrannuali.

Descrizione di pratiche, politiche e iniziative future per la transizione verso un'economia più sostenibile – Informativa C 2

La continua ricerca della crescita indicata nella strategia espansiva di Omega, spinge il gruppo alla continua ricerca di aggregazioni con partner ed aziende complementari. La crescita organica e per linee esterne rappresenta una sfida importante per tutta l'organizzazione. In particolare si fa riferimento alla dimensione finanziaria necessaria a supportare la crescita (sia come somme da destinare alle acquisizioni sia come maggiore necessità di supporto al ciclo monetario aziendale in continua crescita). Per questo Omega ha messo in campo due iniziative pensate per affrontare il tema sopra indicato.

Il primo è rappresentato da un'azione di monitoraggio degli adeguati assetti effettuato da azienda esterna specializzata e mirato ad osservare la congruità del proprio sistema di controllo di gestione e della consistenza delle performance aziendali in ottica di prevenzione della crisi d'impresa (legge 155/2017).



Il secondo è basato sul miglioramento del sistema di gestione della tesoreria e soprattutto del controllo prospettico del cash flow aziendale a dodici mesi. Con monitoraggio del parametro DSCR.

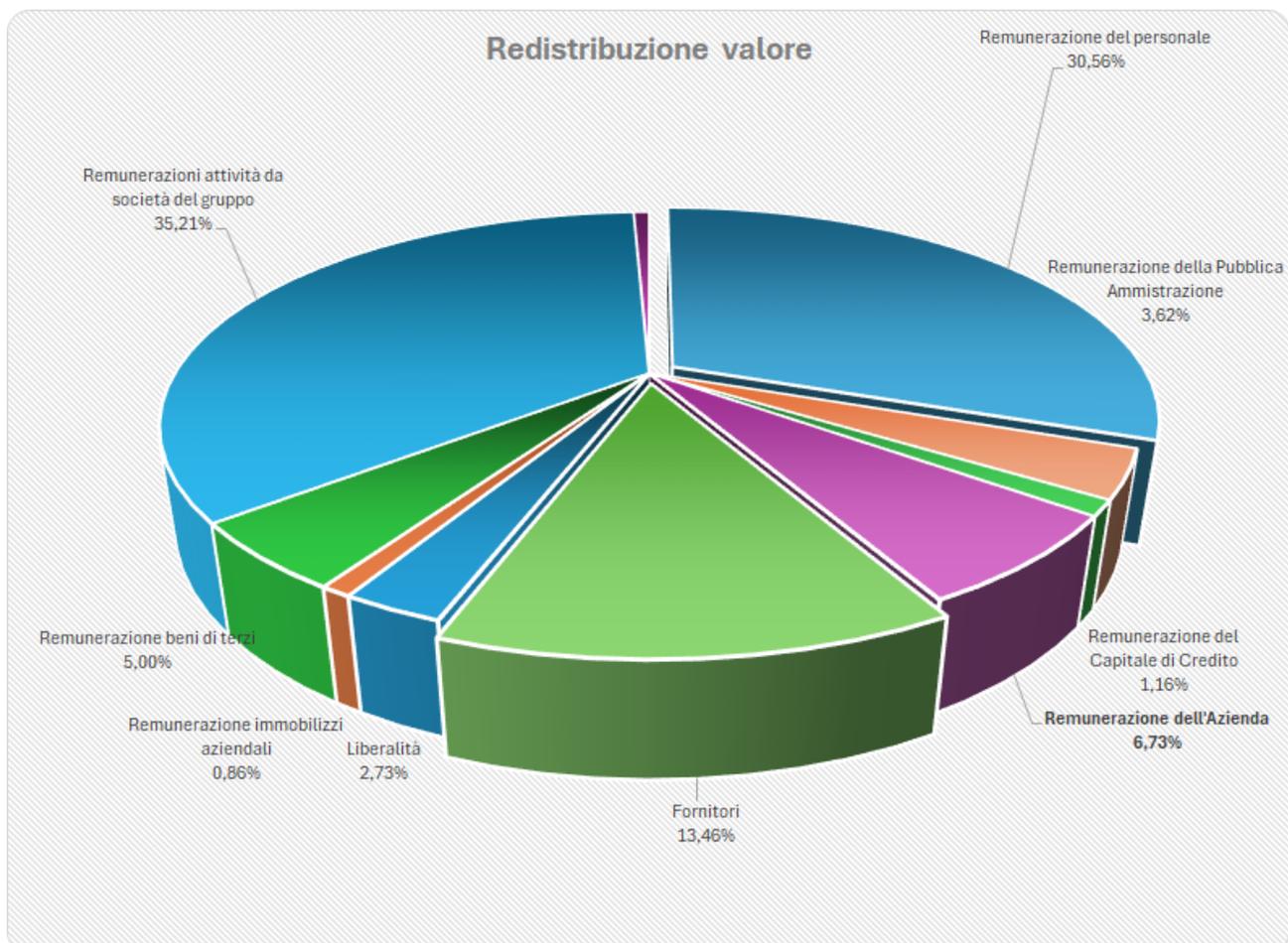
Ricavi da determinati settori ed esclusione dai benchmark di riferimento dell'UE – Metriche base – Condotta delle imprese C 8

Nel business model di Omega non sono contemplati ricavi derivanti dai settori di esclusione di riferimento dell'UE (produzione combustibili fossili, armi o munizioni, sostanze chimiche, tabacco, ecc.).

Rapporto di diversità di genere nell'organo di governance – Metriche base – Condotta delle imprese C 9

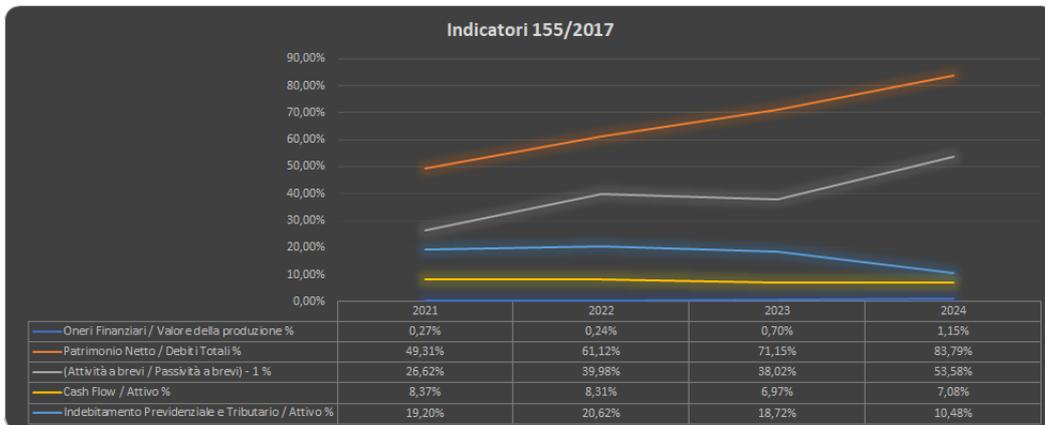
Nonostante non abbia ancora adottato un modello organizzativo conforme al d.lgs 231/01 e non sia stato ancora implementato un sistema gestionale conforme al pdr 125 Omega pone grande attenzione ai temi dell'inclusività e della parità di genere. Da sempre è garantita la parità retributiva per sesso.

Di seguito si riporta l'analisi della distribuzione del valore intesa come destinazione del fatturato tra i vari stakeholder



Tra gli indicatori (kpi) utilizzati nelle valutazioni periodiche della direzione rientrano gli indicatori di allerta di crisi e i principali parametri rilevabili dall'analisi di bilancio.

Si riportano gli elementi di sintesi degli indicatori di prestazione economica, finanziaria e patrimoniale di Omega Group srl.



| indici di bilancio | 2022 | 2023 | 2024 |
|------------------------------------|-------------|-------------|-------------|
| <i>Grado d'indebitamento</i> | 1,5 | 1,4 | 1,8 |
| <i>Margine di tesoreria</i> | 3.343.556 | 2.430.881 | 3.039.942 |
| <i>Capitale circolante netto</i> | 2.239.008 | 1.907.993 | 4.449.154 |
| <i>Liquidità</i> | 13,2 | 8,8 | 27,1 |
| <i>Roi</i> | 16,6% | 11,4% | 10,9% |
| <i>Roe</i> | 23,8% | 13,4% | 18,9% |
| <i>rotazione crediti (gg.)</i> | 134 | 132 | 133 |
| <i>rotazione debiti (gg.)</i> | 73 | 76 | 31 |
| <i>delta giorni rotazione</i> | 60 | 56 | 103 |
| <i>Ebitda</i> | 9,83% | 8,85% | 12,22% |
| <i>Posizione finanziaria netta</i> | 2.239.008 | 1.906.486 | 4.448.437 |