Rendicontazione di **sostenibilità 2025**



Indice



Executive Summery 3

Lettera agli stakeholder 4
Il mercato di riferimento e le PMI 5
Criteri di redazione e perimetro - B1 · B2 7
Modello di business e iniziative correlate alla sostenibilità 12

Environment 14

Energia ed emissioni di gas a effetto serra - B3 · C3 15
Rischi climatici - C4 16

Social 17

La forza lavoro del gruppo - B8 · C5 18
Salute, sicurezza e formazione - B9 · B10 19
Diritti umani, carta valori e territorio - C6 · C7 21

Governance 25

Condotta, controllo di gestione e diversità - B11 · C1 · C9 26
Distribuzione del valore generato - C8 27
Nota metodologica 28



EXECUTIVE SUMMARY

LETTERA AGLI STAKEHOLDER

Dal 1998 Omega accompagna le imprese nel percorso di innovazione digitale, coniugando obiettivi di business ed eccellenza operativa: da una solida competenza in ambito ERP abbiamo guidato la rivoluzione 4.0 con il software proprietario Agilis (2009) e con le successive Agilis APP, soluzioni verticali dedicate alla produzione e alla distribuzione.
Il nostro percorso è stato scandito da un'espansione strategica mirata a integrare competenze d'avanguardia: dal consolidamento sulle piattaforme IBM AS400 (2018) e Microsoft Dynamics 365 BC (2021) alla specializzazione in Cyber Security (2019), Digital Marketing (2021) e soluzioni per il Trasporto Pubblico Locale (2023). Con l'ingresso di realtà focalizzate sulla gestione cantieri e sulle micro-imprese abbiamo ampliato il raggio d'azione del gruppo a ogni segmento di mercato.
Nel 2026 la costituzione di Omega S.r.l. segna una tappa fondamentale: un progetto di rinnovamento volto a creare una realtà societaria unitaria, pronta a rafforzare il posizionamento del brand come partner di riferimento per la trasformazione digitale delle PMI italiane.
l 2025 rappresenta il secondo anno in cui Omega rendiconta il proprio impegno nella sostenibilità. Per dare coerenza alla nostra strategia abbiamo scelto di estendere il perimetro della rendicontazione a tutte le aziende del gruppo, consapevoli che i temi ESG debbano entrare nella pianificazione di ciascuna di esse. La crescita del gruppo è infatti frutto di una strategia condivisa, in cui ogni azienda partecipa a un approccio unico e coerente di aggregazione di competenze, funzionale alla più ampia copertura delle esigenze del mercato delle PMI in cui operiamo e che riteniamo di conoscere a fondo.



Franco Marcati • *Amministratore Delegato Omega*

Il bilancio diventa così un documento di gruppo, a conferma che la priorità resta la diffusione della cultura della sostenibilità in ogni azienda, in un'ottica di allineamento e di condivisione degli obiettivi di crescita e di miglioramento continuo. La sostenibilità entra dunque a pieno titolo nella pianificazione strategica e nel reporting direzionale del gruppo, come illustrato in dettaglio nelle pagine seguenti.
La formazione per la crescita professionale continua e il clima aziendale ne rappresentano i pilastri principali: un impegno che consideriamo imprescindibile in un contesto competitivo, sempre più concentrato sull'attrattività delle figure professionali di valore.

Franco Marcati

Il mercato di riferimento e le PMI

Negli ultimi anni il mercato italiano del software gestionale ha conosciuto una crescita significativa, sostenuta dalla progressiva digitalizzazione delle imprese e dall'evoluzione dei modelli organizzativi. Secondo le analisi dell'Osservatorio Digital Innovation, condotte in collaborazione con AssoSoftware, il comparto delle software house specializzate in soluzioni gestionali ha raggiunto un valore di circa 19,9 miliardi di euro, con una crescita annua del +16%.
Più in generale il settore del software e dei servizi correlati supera in Italia i 50 miliardi di euro, a conferma del ruolo strategico delle tecnologie digitali quale leva competitiva per il sistema produttivo nazionale.
All'interno di questo scenario le PMI rappresentano il principale motore della domanda: circa il 93% delle piccole e medie imprese italiane utilizza almeno un software gestionale, a testimonianza di una diffusione ormai capillare degli strumenti digitali di base.

19,9 mld € Valore del mercato italiano dei software gestionali	**+16%** Crescita annua del comparto gestionale	**50+ mld €** Settore software e servizi correlati in Italia	**19,9 mld €** Delle PMI italiane usa almeno un gestionale

BENEFICI PERCEPITI DALLE IMPRESE CHE ADOTTANO SOFTWARE GESTIONALI

76%	Miglioramento della qualità delle decisioni	**74%**	Disponibilità di dati aggiornati in tempo reale	**72%**	Maggiore controllo delle performance operative

Il livello di maturità nell'utilizzo di tali soluzioni resta tuttavia eterogeneo: solo una quota limitata di imprese adotta sistemi pienamente integrati, mentre persistono fenomeni di frammentazione applicativa e un utilizzo parziale del potenziale degli ERP, riconducibili a vincoli culturali, organizzativi e di competenze.

ERP e PMI manifatturiere e distributive

Nel contesto delle PMI – in particolare nei settori manifatturiero e distributivo, che costituiscono l'ossatura economica del Nord Est italiano – i sistemi ERP (Enterprise Resource Planning) assumono un ruolo sempre più centrale.

A livello globale, il mercato ERP è in forte espansione e trainato da:
- digitalizzazione dei processi
- adozione di soluzioni cloud
- integrazione di automazione e intelligenza artificiale

Il settore manifatturiero rappresenta il principale ambito di applicazione degli ERP, con circa il 32% del mercato complessivo: una conferma della rilevanza di questi strumenti nella gestione della produzione, della supply chain e della logistica.

In Italia, il mercato ERP dedicato alle PMI è caratterizzato da:

- forte specializzazione verticale (soluzioni per industria, commercio e distribuzione)
- elevata personalizzazione
- crescente transizione verso modelli cloud e SaaS

Il Nord Est rappresenta uno dei principali poli industriali europei, caratterizzato da:

- alta concentrazione di PMI manifatturiere
- forte integrazione nelle filiere internazionali
- modelli produttivi flessibili e orientati all'export

32% del mercato ERP assorbito dal settore manifatturiero

≈90% del mercato di riferimento per le soluzioni ERP rappresentato dalle PMI



INFORMATIVA B1

Criteri di redazione e perimetro

Per la rendicontazione del proprio rendiconto di sostenibilità Omega ha scelto come standard di rendicontazione il modulo comprehensive del VSME. La rendicontazione riguarda tutte le aziende del gruppo a prescindere dalla quota di partecipazione nel capitale.
Per la rendicontazione non sussistono omissioni informative.
Si rimanda al capitolo conclusivo "Nota metodologica" i dettagli del percorso relativo all'individuazione dei temi di materialità e la prioritizzazione degli obiettivi strategici.

Le aziende del gruppo Omega oggetto del perimetro di questo bilancio di sostenibilità sono le seguenti:

N°	RAGIONE SOCIALE	SEDE LEGALE	NACE	VALORE STATO PATRIMONIALE	FATTURATO	DIPENDENTI FTE	LOCALIZZAZIONE ATTIVITÀ
1	OMEGA GRUPPO SRL SRL P.IVA 04044670273	Quarto d'Altino (VE) – Via Pasini 4, 30020	62.20	843.608,45 €	1.599.292,95 €	13	Italia
2	LOOKIE SRL SRL P.IVA 04605530270	Quarto d'Altino (VE) – Via Pasini 6/B, 30020	62.10	899.119,97 €	1.586.744,17 €	10	Italia
3	MERCURIO TPL SRL SRL P.IVA 04826500276	Quarto d'Altino (VE) – Via Roma 192/A, 30020	62.10	922.051,66 €	1.738.133,21 €	13	Italia
4	OMEGA LAB S.R.L. SRL P.IVA 04532750272	Quarto d'Altino (VE) – Via Pasini 4, 30020	46.50	1.355.365,50 €	2.626.373,48 €	7	Italia
5	SH SERVIZI S.R.L. SRL P.IVA 01501780934	Spilimbergo (PN) – Via Cinta di Sopra 2/A, 33097	62.10	624.531,70 €	619.023,06 €	5	Italia
6	OMEGA VENETO S.R.L. SRL P.IVA 02988770273	Quarto d'Altino (VE) – Via Pasini 4, 30020	62.10	828.034,73 €	1.187.045,98 €	14	Italia
7	SAN MICHELE SRL SRL P.IVA 03549560278	Quarto d'Altino (VE) – Via Pasini 4, 30020	68.12	719.505,46 €	592.653,35 €	0	Italia
8	MASTER HOUSE SRL SRL P.IVA 03056320173	Quarto d'Altino (VE) – Via Pasini 4, 30020	58.29	2.416.274,50 €	2.131.265,02 €	15	Italia
9	NETLAB SRL SRL P.IVA 18010121004	Roma (RM) – Largo dell'Olgiata 15, 00123, Isola 79H	62.20.10	21.143,36 €	28.319,26 €	1	Italia
10	FLEX AP SRL SRL P.IVA 01229290323	Quarto d'Altino (VE) – Via Pasini 4, 30020	62.10	923.085,36 €	565.221,26 €	7	Italia
11	NEXTGEN DISTRIBUTION SRL SRL P.IVA 04871850279	Quarto d'Altino (VE) – Via Pasini 4, 30020	46.50	259.808,97 €	635.113,30 €	0	Italia
12	KETI SRL SRL P.IVA 10676570962	Lissone (MB) – Via Pascoli 35, 20851	70.20	215.984,48 €	472.871,86 €	4	Italia
13	OMEGA GROUP SRL * SRL P.IVA 03134160278	Quarto d'Altino (VE) – Via Pasini 4, 30020	62.10	9.658.028,16 €	11.249.041,28 €	29	Italia
14	OMEGA SOFTWARE SRL * SRL P.IVA 04960070276	Quarto d'Altino (VE) – Via Pasini 4, 30020	62.10	160.823,51 €	2.124,51 €	0	Italia
15	OMEGA * SRL SRL P.IVA 04960060277	Quarto d'Altino (VE) – Via Pasini 4, 30020	62.10	6.366.039,93 €	20.002,31 €	29	Italia
TOTALE GRUPPO — 15 SOCIETÀ				26.213.405,74 €	25.053.225,00 €	147	

Tutte le società operano in Italia · Dati riferiti all'esercizio 2025

In riferimento al piano strategico aziendale, di seguito meglio illustrato, si precisa che in data 23.12 Omega Group srl è stata scissa in Omega srl e Omega Software srl in un'ottica di preparazione di Omega srl; azienda che assorbirà con la procedura fusione per incorporazione di alcune delle società del gruppo. Il fine è creare una struttura più idonea ad affrontare un mercato in continua evoluzione.

Le relazioni fra le società del gruppo sono evidenziate nella infografica seguente.



I legali rappresentanti e gli amministratori delle società del gruppo sono riportati nella tabella seguente.

NOME	OMEGA GROUP SRL*	OMEGA GRUPPO SRL	OMEGA LAB S.R.L.	OMEGA VENETO S.R.L.	LOOKIE SRL	MASTER HOUSE SRL	MERCURIO TPL SRL	FLEX AP SRL	KETI SRL	NETLAB SRL	NEXTGEN DISTRIBUTION	SH SERVIZI SRL	SAN MICHELE SRL
LEGALE RAPPRESENTANTE													
Marcati Franco	•												
Dittadi Michele													•
Pizzo Pierluigi				•									
Barbirato Barbara		•			•								
Sivieri Alberto			•						•	•			
Brusaferro Marco												•	
Bazzani Claudio						•							
Del Frari Daniele							•						
Valagussa Gabriele									•				
Arban Federico							•						
AMMINISTRATORE													
Marcati Franco													•
Dittadi Michele	•			•	•								
Pizzo Pierluigi	•	•					•						•
Barbirato Barbara			•			•	•	•		•			
Sivieri Alberto									•				
Brusaferro Marco	•												
Accaria Rocco							•						
Ballarin Davide	•												
Benci Stefano								•					
Corrado Innocenti				•		•							
Cundari Claudio											•		
De Pieri Lorenzo				•			•						
Dei Vecchi Roberto							•						
Del Toso Marco												•	
Dini Alessandro									•				
Fusaro Paola	•			•									
Gaiani Alessandro	•												
Tegon Alessio							•						
Teia Bepi												•	

Il simbolo • indica la titolarità della carica nella società corrispondente

INFORMATIVA B2

Pratiche per la transizione verso un'economia più sostenibile

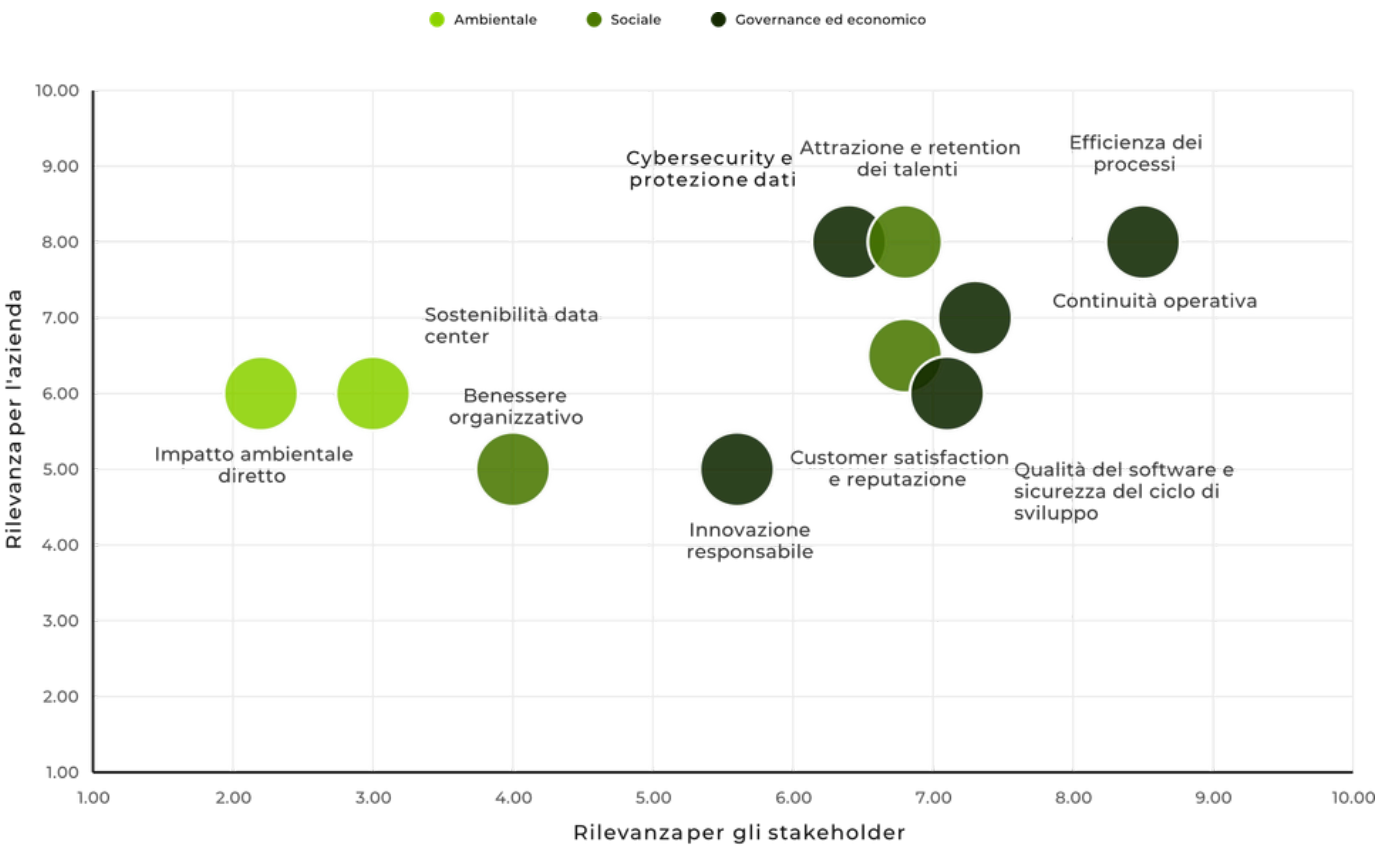
L'analisi del contesto, condotta dal team sostenibilità del gruppo Omega, ha individuato le pratiche, le politiche e le iniziative future per la transizione verso un'economia più sostenibile, sintetizzate nel quadro seguente.

(a) Pratiche	Primo business plan con l'innesto nella strategia degli obiettivi di sostenibilità · Attivazione di pratiche di efficientamento dei processi · Scissione e fusione societaria · Espansione aziendale su Brescia · Avviamento della BU Service per l'erogazione dei servizi di sede a tutte le società · Miglioramento del budget con estensione agli aspetti strategici.
(b) Politiche	Sensibilizzazione di tutto il personale e dei collaboratori verso un consumo più sostenibile, con incentivazione alla mobilità elettrica e al risparmio energetico · Pianificazione della formazione per un'azione più efficace sul trattenimento dei talenti.
(c) Iniziative future	Implementazione e certificazione di un sistema gestionale conforme alle norme ISO 9001 e ISO 27001.
(d) Obiettivi di monitoraggio	Miglioramento del sistema di controllo di gestione con inserimento di KPI per il monitoraggio degli obiettivi di sostenibilità e dei progressi compiuti.

Analisi di materialità

Il team sostenibilità ha avviato un'attività strutturata per individuare i temi di materialità, a partire da un'approfondita analisi del contesto. Ne è derivata una valutazione attenta di impatti, rischi e opportunità, esaminati in ottica di doppia materialità per comprendere sia l'impatto dell'attività aziendale verso l'esterno sia il modo in cui il contesto di riferimento incide sul modello di business. Una volta stimati i temi, si è proceduto a un confronto strutturato con i principali stakeholder, come illustrato nel capitolo successivo. Questa attività ha permesso di completare l'analisi di doppia materialità anche grazie al contributo delle parti interessate: il risultato è rappresentato nell'infografica seguente.

La procedura adottata ha supportato l'individuazione delle azioni di miglioramento ai fini della transizione verso un'economia più sostenibile, successivamente integrate nel business plan. Il reparto controllo di gestione ha inoltre adeguato il reporting aziendale attraverso il monitoraggio dei KPI individuati, facilitando la redazione del presente bilancio di sostenibilità.



La dimensione delle bolle è indicativa e non rappresenta un ulteriore livello di priorità

Stakeholder engagement

L'attività di coinvolgimento degli stakeholder, in continuità con quanto già avviato nel 2024, ha registrato un incremento significativo dell'attenzione sui temi della sostenibilità, soprattutto rispetto alle aspettative dei clienti e del mercato in materia di cambiamento climatico. Dei 94 stakeholder coinvolti sui temi ESG, 44 hanno collocato il cambiamento climatico al primo posto tra le priorità, sia per gli impatti sul business sia come espressione di consapevolezza verso un'economia più sostenibile. I risultati completi sono riportati nella sezione infografica successiva.

94 del mercato ERP assorbito dal settore manifatturiero

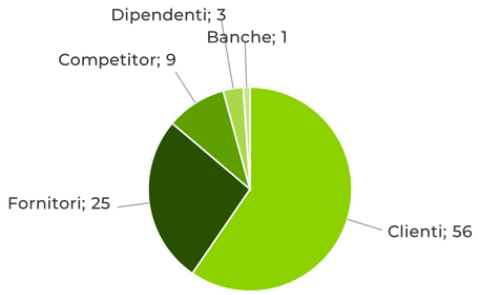
44 hanno collocato il cambiamento climatico al primo posto tra le priorità

MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO PER CATEGORIA

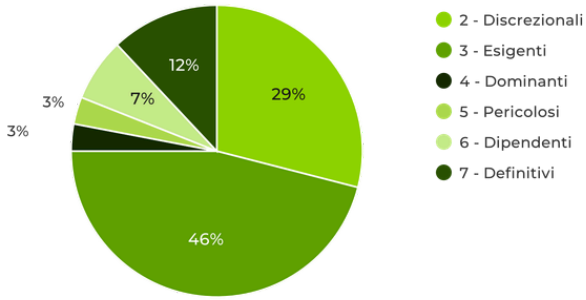
Clienti	I clienti di ogni società sono stati individuati attraverso l'analisi di Pareto. I clienti di fascia A che hanno superato i 100 k di acquisto nel periodo 2025 sono coinvolti secondo le modalità individuate. Coinvolgimento effettuato attraverso contatto diretto da parte del commerciale di riferimento, attraverso documentazione (ove presente) in tema di sostenibilità (ad esempio sezione del sito istituzionale) e successiva individuazione di modalità di mantenimento del coinvolgimento stesso.

Fornitori	Come per i clienti
Competitor	I competitor sono stati segnalati dal reparto commerciale in relazione alle analisi di mercato effettuate. Analisi fatta analizzando i contenuti del sito, attraverso la comunicazione via social e presso le fiere di settore, colloqui con responsabile commerciale. Inchiesta informale anche tramite ascolto dei clienti.
Dipendenti	Scelta tra figure di significato con formazione di base e raccolta percezione e desiderata tramite colloquio informale.
Banche	Bilancio di sostenibilità e sezione del sito istituzionale, dialogo con i funzionari corporate di riferimento.

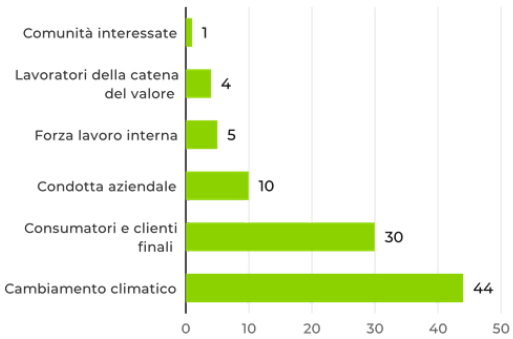
TIPOLOGIA STAKEHOLDER



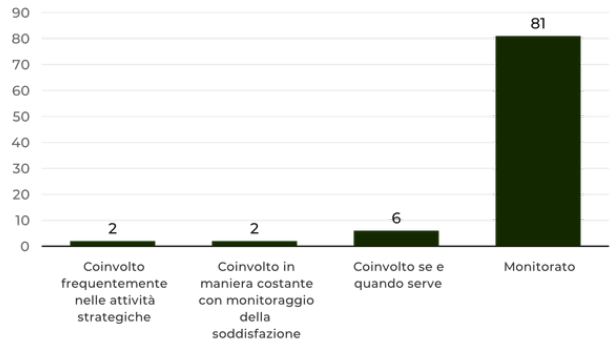
STAKEHOLDER PER SALIENZA



TEMI DI MATERIALITÀ RISCONTRATI



MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO



Fonte: mappatura stakeholder e analisi di materialità — Bilancio di Sostenibilità 2025

INFORMATIVA C1 · C2 · STRATEGIA

Modello di business e iniziative correlate alla sostenibilità

I risultati dell'analisi di materialità hanno contribuito alle scelte strategiche aziendali innestate nel business plan, che tiene conto anche degli aspetti legati alla sostenibilità. Le azioni di miglioramento individuate risultano quindi strettamente correlate agli obiettivi di business.
La sintesi delle azioni è indicata nell'informativa B2.

Di seguito si riporta il dettaglio delle azioni individuate e correlate con il tema di materialità di riferimento.

AZIONE	TEMA
PJ01 – Omega: Scissione + Fusione	Efficienza dei processi
PJ02 – Progetto Omega Brescia	Efficienza dei processi
PJ03 – Omega Service	Efficienza dei processi
PJ04 – Budgeting	Efficienza dei processi
PJ10 – Cash Management	Efficienza dei processi
PJ05 – ESG	Customer satisfaction e reputazione
PJ06 – Sistemi Certificati	Cybersecurity e protezione dati
PJ06 – Sistemi Certificati	Continuità operativa
PJ07 – R&D	Qualità del software e sicurezza del ciclo di sviluppo
PJ08 – Interazione MKT	Innovazione responsabile
PJ09 – Implementazione HR	Attrazione e retention dei talenti
PJ09 – Implementazione HR	Benessere organizzativo
--	Sostenibilità data center
--	Impatto ambientale diretto

Fonte: piano progetti e analisi di materialità — Bilancio di Sostenibilità 2025

DESCRIZIONE DI PRATICHE, POLITICHE E INIZIATIVE FUTURE PER LA TRANSIZIONE VERSO UN'ECONOMIA PIÙ SOSTENIBILE — INFORMATIVA C2

ATTIVITÀ	PRINCIPALI BENEFICI ATTESI
PJ01 – Omega: Scissione + Fusione	• Ottimizzazione rapporti infragruppo grazie alla deframmentazione societaria • Migliore rappresentanza Omega sul mercato e migliore appetibilità societaria • Chiara scomposizione posizioni reddituali (tesorizzazione software e operatività) • Migliore controllo di Governance
PJ02 – Progetto Omega Brescia	• Aumento perimetro e dimensione di gruppo • Aggressione mercato di interesse per volumi e tipologia di cliente • Arruolamento competenze aggiuntive sia a livello direzionale sia a livello operativo
PJ03 – Omega Service	• Migliore comprensione delle dinamiche reddituali per singola BU grazie all'attribuzione figurativa dei costi indiretti e spese generali
PJ04 – Budgeting	• Miglioramento equilibrio sfera autorità – responsabilità delle BU • Migliore comprensione dinamiche reddituali • Supporto decisionale per la direzione anche su valutazione di investimenti strategici
PJ05 – ESG	• Innesto del concetto del miglioramento continuo in azienda • Migliore comunicazione al mercato • Migliore rapporto con le banche anche in relazione alla eventuale necessità di nuova finanza • Vantaggi legati alla necessità di definire una strategia e del relativo monitoraggio

PJ06 – Sistemi Certificati	• Miglioramento dell'efficienza: standardizzazione dei processi, eliminazione degli sprechi e riduzione degli errori • Soddisfazione del cliente: focus sulla pianificazione e l'impegno per soddisfare le esigenze dei clienti • Decisioni basate sui fatti: miglioramento del processo decisionale grazie a dati e report strutturati • Immagine e credibilità: maggiore riconoscimento e facilità nell'accedere a gare d'appalto (ISO27001) • Conformità normativa: allineamento a regolamenti come GDPR e NIS2
PJ07 – R&D	• Comunicare con anticipo al reparto mkt le principali novità per preparare campagne efficaci • Misurare il posizionamento strategico aziendale rispetto alla market arena • Correlare innovazione di prodotto e risultati operativi
PJ08 – Interazione MKT	• Aumentare la redemption grazie ad un colloquio e a una condivisione più intensa • Concentrare il budget su attività condivise a valore • Aumentare il cross selling fra le diverse BU
PJ09 – Implementazione HR	• Trasformare l'ufficio personale in un reparto HR con l'obiettivo di valorizzare i talenti e creare percorsi di crescita all'interno del gruppo • Migliorare il clima aziendale con azioni formative e di team building • Far crescere il personale interno per una sempre maggiore efficacia nella gestione delle persone
PJ10 – Cash Management	• Allineare il reparto tesoreria con le nuove esigenze in ambito di monitoraggio della liquidità • Migliorare il rapporto banca impresa anche per una riduzione dei costi • Automatizzare le procedure di previsione incassi ed esborsi per un cash flow più efficace

Fonte: piano progetti — Bilancio di Sostenibilità 2025

Le principali azioni strategiche con impatto sulla transizione verso un'economia più sostenibile sono di seguito elencate precisando che per ognuna di esse è stato predisposto adeguata documentazione di progetto condivisa con gli attori coinvolti nella quale sono indicati nel dettaglio:

01 **Obiettivi**

02 **Team e responsabilità**

03 **Modalità esecutive**

04 **Tempi previsti**

05 **Budget di spesa**

06 **Impatti previsti e benefici attesi**





ENVIRONMENT

AMBIENTE · B3 · METRICHE BASE

Energia consumata

Per la tipologia di business svolta, Omega utilizza energia elettrica per uso civile e per l'alimentazione dei sistemi informativi. Nel dettaglio l'energia elettrica consumata è pari a circa 130 MWh nel corso del 2025 e così suddivisa.

Omega Group S.r.l.	**55,62**
Master House S.r.l.	**40,03**
Omega Lab S.r.l.	**27,11**
SH Servizi S.r.l.	**2,76**
Flex AP S.r.l.	**2,62**
San Michele S.r.l.	**2,20**
Totale complessivo	**130,34 MWh**

57 MWh

Nel corso del 2024 Omega Group aveva consumato 57 Mwh.



Non rinnovabile	**100%**
Rinnovabile	**0%**

AMBIENTE · B4 · B4 · B5 · B6 · B7 · METRICHE BASE

Acqua, inquinamento, rifiuti e biodiversità

B4

Inquinamento di aria, acqua e suolo

Omega utilizza acqua esclusivamente per uso civile (stima complessiva da bolletta inferiore a 50 mc/anno); l'azienda non utilizza materie prime e non immette in atmosfera fumi o altre emissioni riconducibili a processi produttivi.

B5

Biodiversità

Omega tutela l'ambiente attraverso la sensibilizzazione del personale e la sponsorizzazione di diverse iniziative territoriali a supporto di progetti sociali e ambientali, come illustrato diffusamente nelle sezioni seguenti.

B6

Acqua

Come indicato in precedenza, l'uso di acqua è riferito esclusivamente all'utilizzo nei servizi. A tutti i dipendenti viene comunque promossa una sensibilizzazione verso un uso razionale della risorsa idrica.

B7

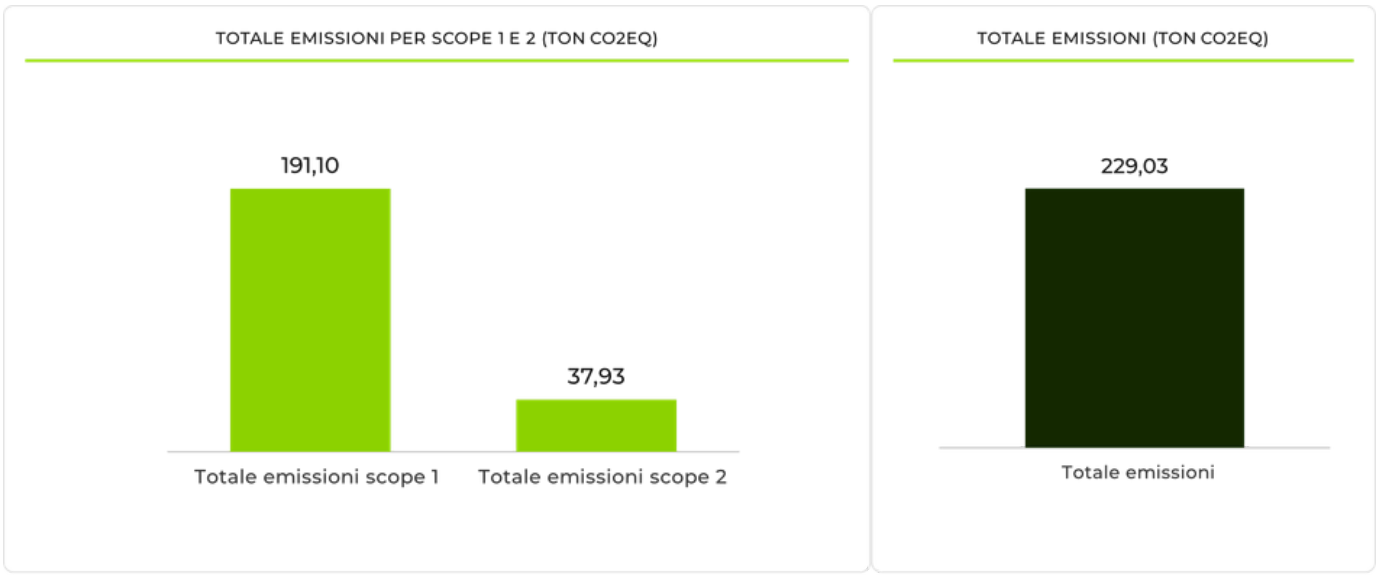
Biodiversità

Omega non genera rifiuti riconducibili al proprio processo produttivo. Il conferimento al servizio RSU avviene comunque in modalità differenziata, anche per quanto riguarda gli imballaggi delle attrezzature sostituite nell'ambito del rinnovo del parco hardware. Il conferimento totale di rifiuti solidi urbani è stimato, per il 2025, in 1.000 kg.

AMBIENTE · C3 · METRICHE BASE

Emissioni di gas a effetto serra e transizione climatica

Per quanto riguarda le emissioni di CO2 Omega inaugurerà entro il primo semestre 2026 la nuova sede, alimentata da un impianto fotovoltaico dedicato anche al funzionamento dei sistemi di raffrescamento e riscaldamento e delle colonnine di ricarica per veicoli elettrici e ibridi. Attualmente tutte le aziende del gruppo operano nel settore dei servizi: le emissioni sono pertanto generate quasi esclusivamente dal parco mezzi aziendale, che è comunque in fase di transizione verso veicoli elettrici o quantomeno ibridi. È stato inoltre effettuato il calcolo delle emissioni di Scope 1 e Scope 2 secondo lo standard GHG, come di seguito rappresentato



Fonte: inventario delle emissioni — Bilancio di Sostenibilità 2025

AMBIENTE · C4 · METRICHE COMPRENSIVE

Rischi climatici

Rispetto all'analisi dei rischi climatici, e non solo, Omega ha scelto di trasferire il rischio attraverso l'attivazione di adeguate polizze assicurative. Oltre all'adeguamento del proprio portafoglio assicurativo alle nuove disposizioni in materia di danni catastrofali, l'attuale pacchetto assicurativo comprende

Responsabilità Ciivile

Vs. prestatori di lavoro e danni da interruzione o sospensione attività

Responsabilità Ciivile, incendio e danni alla proprietà

Fabbricato · Contenuto · Ricorso terzi e locatari · Elettronica

Tutti i rischi informatici



SOCIAL

QUESTIONI SOCIALI · B8 · FORZA LAVORO

La forza lavoro del gruppo

L'attenzione alle persone è da sempre un valore di riferimento per l'intero gruppo Omega. Nella propria carta dei valori l'azienda ha infatti inserito elementi legati al coinvolgimento del capitale umano, alla passione e alla sostenibilità, a testimonianza di un impegno concreto, riportato di seguito.

CARTA DEI VALORI

UNICITÀ

Siamo un organismo unico, che guarda al futuro con un'organizzazione in grado di garantire continuità attraverso il coinvolgimento aziendale dei manager dell'azienda. Guardiamo al mercato con una visione trasversale e sistemica, per anticipare le esigenze future.

PASSIONE

Per noi è un sentimento che esprime entusiasmo, motivazione, cuore e anima, sorriso, sacrificio, determinazione, intensità e volontà. È il motore e l'energia per creare valore condiviso con i nostri partner.

LEALTÀ

Costruiamo relazioni uniche e durature con collaboratori e partner, basate su azioni trasparenti e corrette. Manteniamo i nostri impegni anche nelle situazioni più complesse.

INNOVAZIONE NELLA CULTURA AZIENDALE

È nel nostro DNA comprendere rapidamente i cambiamenti, sapersi integrare nel sistema economico e sociale ascoltando con attenzione i segnali del mercato, con creatività, capacità, competenze avanzate, coltivando sempre la nostra visione strategica e internazionale.

SOSTENIBILITÀ

Promuoviamo un modello di business circolare basato su una pianificazione e una visione economico-finanziaria strategica, una governance solida e definita, l'attenzione all'ambiente, al territorio e alla società. La nostra organizzazione guarda al futuro per garantire continuità allo sviluppo del business del gruppo Omega e dei suoi clienti.

QUESTIONI SOCIALI · B9 · FORZA LAVORO

Salute e sicurezza

Omega presta particolare attenzione agli aspetti legati alla salute e sicurezza sui luoghi di lavoro, come confermano i numeri: su 149 persone si è registrato un solo infortunio lieve, con tre giorni di assenza.

1

solo infortunio lieve registrato · 3 giorni di assenza

0,005

Indice di frequenza

0,124

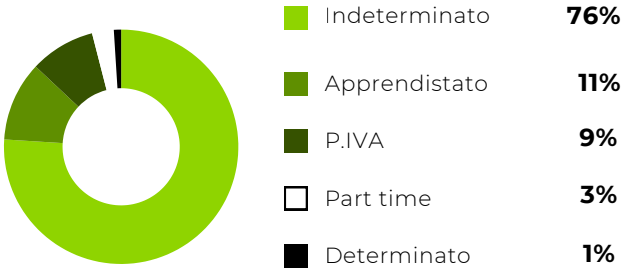
Indice di gravità

QUESTIONI SOCIALI · B10 · RETRIBUZIONE E CONTRATTUALIZZAZIONE

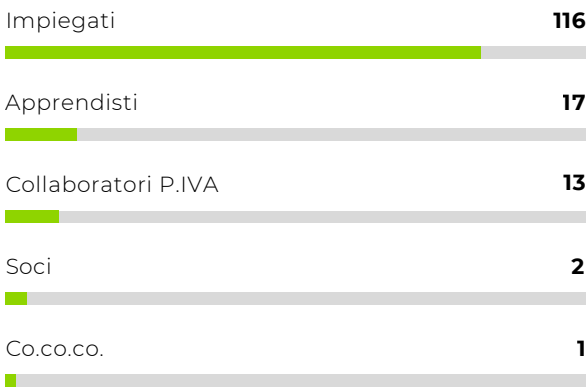
Retribuzione e contrattualizzazione collettiva

Tutto il personale è regolarmente assunto secondo il contratto nazionale del commercio, in ogni azienda del gruppo.
Omega 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.

RIPARTIZIONE PER TIPO DI CONTRATTO



PERSONALE PER MANSIONE



QUESTIONI SOCIALI · B10 · FORMAZIONE

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 2025.

2.785

Ore di formazione erogate nel 2025

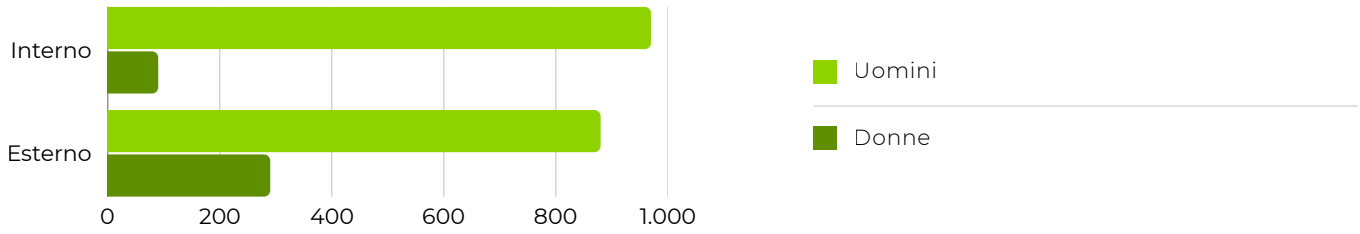
1.44%

Training index · Ore di formazione sul monte ore

80,5%

Formazione non obbligatoria · incidenza sul totale delle ore

FORMAZIONE PER TIPO CORSO E GENERE • ORE



QUESTIONI SOCIALI • C5 • METRICHE COMPRENSIVE

Caratteristiche della forza lavoro

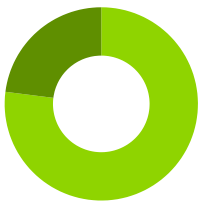
Le caratteristiche del personale sono riepilogate nella sezione grafica seguente, che evidenzia la composizione dell'organico per:

- Personale suddiviso per azienda
- Personale suddiviso per genere
- Personale suddiviso per tipologia di rapporto di lavoro
- Personale per nazionalità
- Per fascia di età
- Per titolo di studio

PERSONALE PER AZIENDA

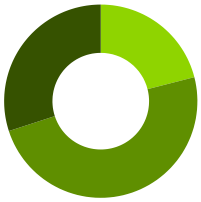
Omega s.r.l.	**41**
Omega Group S.r.l.	**20**
Master House S.r.l.	**16**
Mercurio TPL S.r.l.	**16**
Omega Veneto S.r.l.	**15**
Omega Lab S.r.l.	**13**
SH Servizi S.r.l.	**9**
Lookie S.r.l.	**8**
Flex AP S.r.l.	**7**
Keti S.r.l.	**3**
Netlab S.r.l.	**1**
Totale persone	**149**

PERSONALE PER GENERE



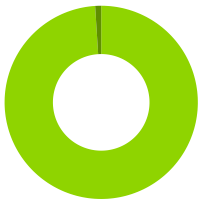
Uomini	**77%**
Donne	**23%**

PERSONALE PER GENERE



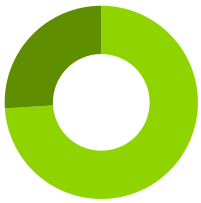
Under 30	**21%**
30-50	**49%**
Over 50	**30%**

PERSONALE PER NAZIONALITÀ



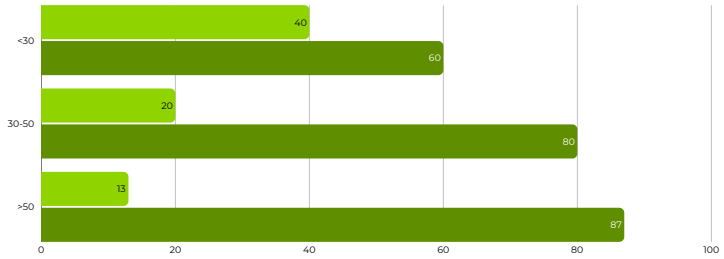
Italiana	**99%**
Extracomunitaria	**1%**

PERSONALE PER TITOLO DI STUDIO



Diploma	**74%**
Laurea	**26%**

GENERE PER FASCIA D'ETÀ



QUESTIONI SOCIALI · C6 · METRICHE COMPRENSIVE

Diritti umani e valorizzazione delle persone

Il settore ICT è caratterizzato da un forte turnover del personale, riconducibile principalmente alla carenza di risorse qualificate sul territorio e alla continua espansione del mercato. Per questo, tra gli obiettivi primari di Omega rientra la valorizzazione delle persone ai fini del trattenimento dei talenti: il welfare aziendale e un metodo premiante per obiettivi ne costituiscono i cardini.

25,8%
Turnover Index

LEVE DI TRATTENIMENTO

- Sistema di welfare aziendale
- Metodo premiante su obiettivi
- Formazione e crescita professionale continua

QUESTIONI SOCIALI · C7 · METRICHE COMPRENSIVE

Diritti umani e valorizzazione delle persone

Omega Group pone da sempre la massima attenzione al rispetto delle persone. La direzione, così come l'intero gruppo di lavoro, è impegnata nel sensibilizzare verso l'inaccettabilità di ogni atteggiamento contrario ai diritti fondamentali della persona: non è stato registrato alcun incidente sulla tutela dei diritti umani.

L'attenzione al territorio e la valorizzazione delle iniziative sociali costituiscono da tempo un tratto distintivo del gruppo Omega, testimoniato dalle numerose sponsorizzazioni di attività sportive e sociali di cui si fornisce evidenza di seguito. Il valore complessivamente destinato alle diverse iniziative si attesta a circa l'1% del valore della produzione e a circa il 12% dell'utile netto di gruppo.

	Nominativo	Settore	Città
	Umana Reyer Venezia	Sport	Venezia
	Mogliano Veneto Rugby	Sport	Mogliano Veneto
	LR Vicenza	Sport	Vicenza
	Spezia Calcio	Sport	La Spezia
	FC Pistoiese	Sport	Pistoia
	Calcio Sandonà 1922	Sport	San Donà di Piave
	Pordenone FC	Sport	Pordenone

	Nominativo	Settore	Città
	Ars et lavor Ferrara	Sport	Ferrara
	ASD Fiumicello	Sport	Fiumicello
	Elpis Volley	Sport	Udine
	Olimpia Sile ASD	Sport	Treviso
	Virtus Basket Lumezzane	Sport	Lumezzane
	Football Lab di Cinello e Milano	Sport	Udine
	ASD Pittabike	Sport	Pordenone

	Nominativo	Settore	Città
	Apericuore	Sociale e beneficienza	Trebaseleghe
	Dana Sport	Forniture sportive	Udine
	Gruppo eventi amici del do de agosto	Sociale e territorio	Quarto d'Altino



GOVERNANCE

CONDOTTA DELLE IMPRESE · B11 · METRICHE BASE

Condotta d’impresa e anticorruzione

Nel corso del 2025 e mai nella storia di Omega Group sono state elevate condanne o sanzioni per corruzione attiva e passiva.

INFORMATIVA C1 · STRATEGIA

Un punto di svolta nel controllo di gestione

Il 2025 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, va segnalato il significativo impegno profuso nel progetto di miglioramento del sistema di controllo di gestione, che nel 2026 giungerà alla definitiva messa a regime.

Il progetto prevede la ricostruzione dei database dei sistemi informativi di ogni azienda del gruppo, la centralizzazione della rilevazione dei dati contabili ed extracontabili e l’erogazione del 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.

INFORMATIVA C2 · STRATEGIA DI CRESCITA

Crescita, aggregazioni e sostenibilità finanziaria

La strategia espansiva di Omega spinge il gruppo alla costante ricerca di aggregazioni con partner e aziende complementari. La crescita, organica e per linee esterne, rappresenta una sfida importante per l'intera organizzazione, in particolare per la dimensione finanziaria necessaria a sostenerla: sia come risorse da destinare alle acquisizioni, sia come maggiore fabbisogno di supporto al ciclo monetario aziendale, anch'esso in continua crescita. Per questo Omega ha messo in campo due iniziative pensate per affrontare tale esigenza.

C8 • Ricavi da settori esclusi

Il business model di Omega non prevede ricavi derivanti dai settori esclusi dai benchmark di riferimento dell'UE (produzione di combustibili fossili, armi o munizioni, sostanze chimiche, tabacco, ecc.).

C9 • Diversità di genere nella governance

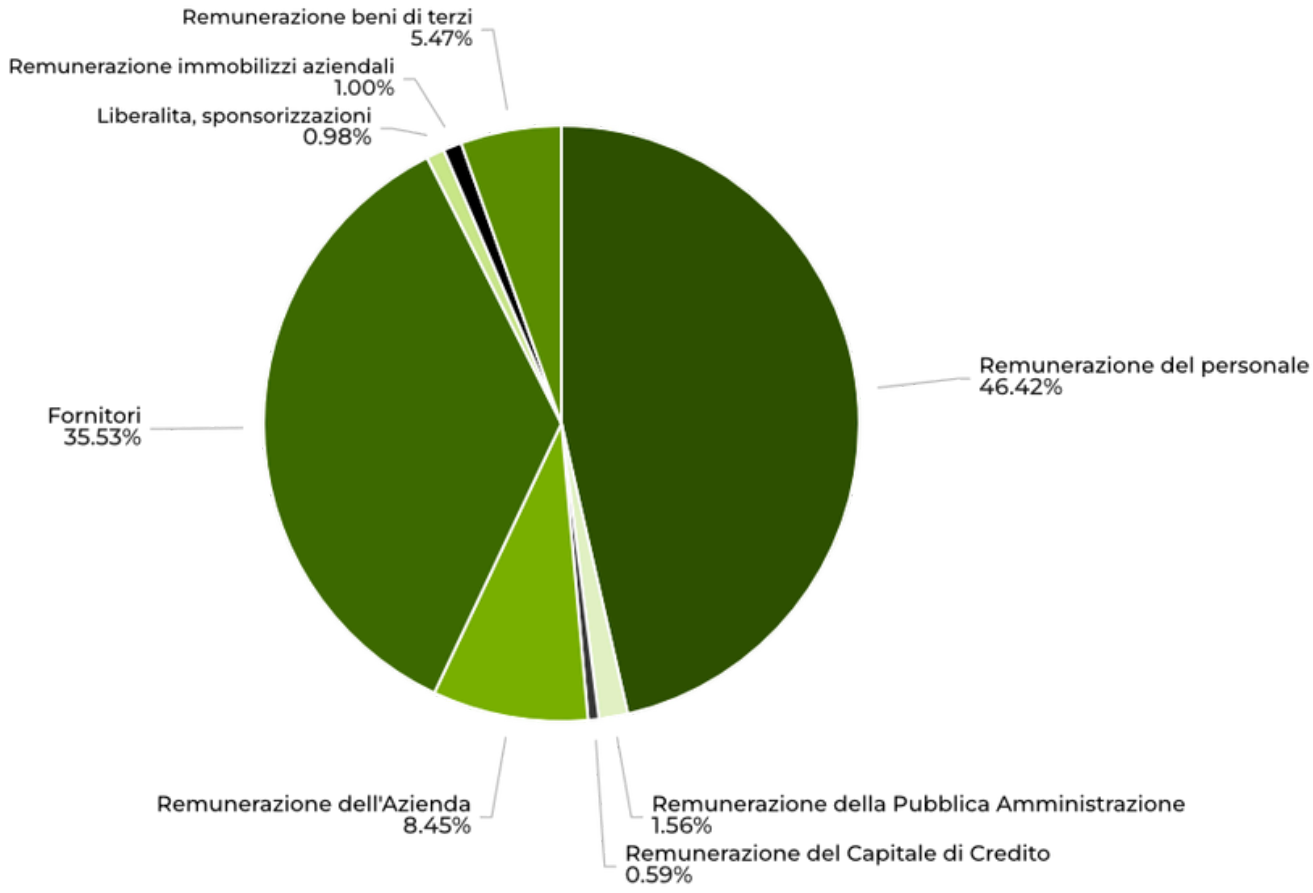
Sebbene non abbia ancora adottato un modello organizzativo conforme al d.lgs. 231/01, né implementato un sistema gestionale conforme alla prassi di riferimento UNI/PdR 125, Omega pone grande attenzione ai temi dell'inclusività e della parità di genere: la parità retributiva tra i sessi è garantita da sempre.



La distribuzione del valore

Di seguito si riporta l'analisi della distribuzione del valore, intesa come destinazione del fatturato consolidato di gruppo tra i diversi stakeholder. Per fatturato consolidato di gruppo si intende il valore della produzione risultante dalla somma dei dati delle singole aziende, al netto delle partite di giro (fatturato infragruppo).

19,5 mln € fatturato consolidato di gruppo al netto delle partite infragruppo



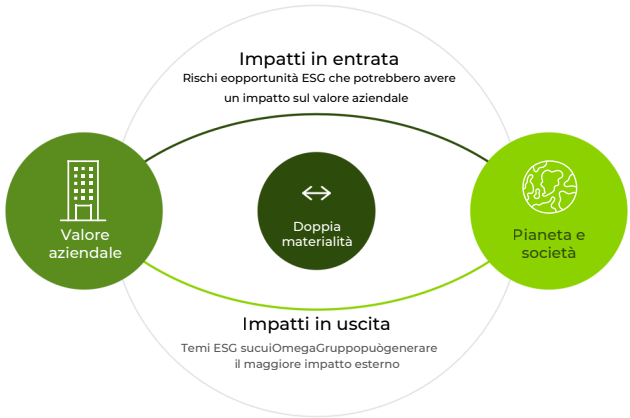


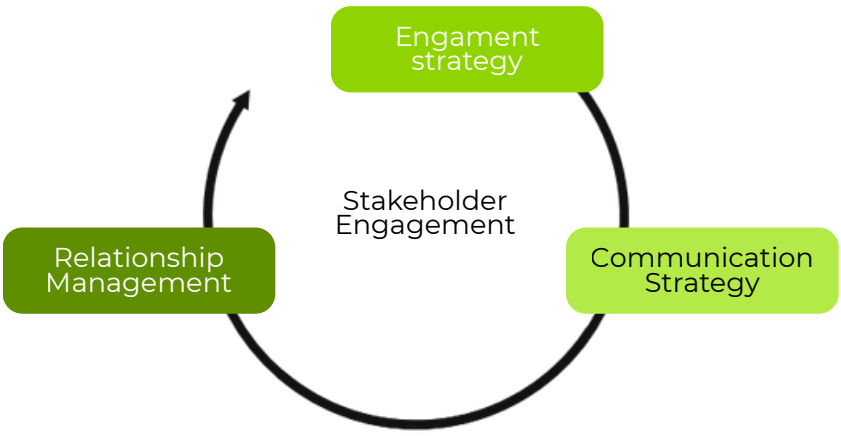
NOTA METODOLOGICA

Per la redazione del presente report è stata preso come riferimento lo standard di rendicontazione **VSME** (Very Small and Medium Enterprises) nella sua forma estesa.
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.

Ad integrazione dello standard VSME e in conformità con la normativa europea CSRD è stata effettuata l'**analisi di doppia materialità** allo scopo di individuare i temi di materialità (con il concetto outside – in e inside – out) su cui porre enfasi e priorità nella rendicontazione ma soprattutto nella scelta dei percorsi di miglioramento da individuare. L'analisi di doppia materialità ha avuto nel coinvolgimento delle parti interessate (**Stakeholder Engagement**) un supporto di confronto nella scelta definitiva delle priorità strategiche su cui intervenire sulla base degli impatti valutati. A completamento dei dati a supporto delle scelte strategiche di pianificazione e rendicontazione di sostenibilità rientra l'analisi di **distribuzione del valore** quale elemento di individuazione e monitoraggio delle risorse finanziarie disponibili per supportare le iniziative strategiche da attuare.







La presente Rendicontazione di Sostenibilità è stata redatta in collaborazione con ESG Solution S.r.l. Società Benefit.



OMEGA SRL © 2026
Via Pasini, n°4, 30020 - Quarto d'Altino (VE)
T +39 0422.823.810 - omegagruppo.it

Gruppo Omega gruppo_omega