

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2021

TONUTTI TECNICHE GRAFICHE SPA



TONUTTI

MORE THAN LABELS



TONUTTI

MORE THAN LABELS

BILANCIO
DI SOSTENIBILITÀ 2021

Indice

6	Lettera della CEO
8	Premessa e Nota Metodologica
14	1. LA STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ
15	1.1 Gli Stakeholder
15	1.2 Analisi di materialità: gli obiettivi strategici di sostenibilità di Grafiche Tonutti
17	1.3 Il Modello di creazione del valore
22	2. LA COSTANTE PASSIONE PER LA RICERCA DELL'ECCELLENZA
22	2.1 Anagrafica
23	2.2 L'assetto organizzativo e la governance
27	2.3 Una storia di miglioramento continuo
28	2.4 Missione, Visione e Valori
32	3. COSA FACCIAMO: MORE THAN LABELS
37	3.1 Qualità certificata
38	3.2 La dimensione economica
46	4. LE PERSONE
46	4.1 I collaboratori interni
57	4.2 I clienti
60	4.3 I fornitori
64	5. IL TRATTO DISTINTIVO DI TONUTTI TECNICHE GRAFICHE, LA RESPONSABILITÀ AMBIENTALE
76	6. IL VALORE DELLE RELAZIONI
77	6.1 Stakeholder engagement
81	6.2 La Comunicazione esterna
84	6.3 Oltre all'etichetta: la comunità
88	7. PROSPETTIVE FUTURE, TRA INNOVAZIONE E SOSTENIBILITÀ
92	8. OUTCOME 2021



Lettera della CEO

È già passato un anno dalla redazione del nostro primo bilancio sociale. 12 mesi intensi che, nonostante la complessità del periodo, ci vedono sempre impegnati in prima fila ad operare per garantire in primis la **sostenibilità economica** ma contemporaneamente anche quella **ambientale e sociale**. Dimensioni interconnesse e imprescindibili per la nostra impresa, fortemente radicata nel territorio in cui opera da quasi ottant'anni.

Il 2021 è stato un anno complesso e le criticità trovano origine nel 2020, anno della pandemia. Il periodo è stato caratterizzato in particolare dalla difficoltà di reperimento della materia prima, fenomeno presente anche nel 2020 ma accentuato nel 2021. Le problematiche si sono aggravate, in particolare nel primo semestre, per effetto dell'ingente aumento dei costi della materia prima che peraltro è stata spesso fornita in maniera contingentata. L'aumento dei costi non ha investito solo la materia prima ma tutti i costi in generale, energia in primis, aspetto non trascurabile per un'azienda energivora quale la nostra. La complessità del periodo, legata ad una profonda incertezza sul futuro, ha fatto saltare ogni meccanismo di programmazione, in particolare da parte dei clienti, con una schizofrenica richiesta di ordini. Altro aspetto critico è stata la periodica assenza di personale, per effetto di contagi e quarantene e per una diversa risposta da parte dei singoli alle vaccinazioni. Nel corso dell'estate la situazione è migliorata e si è respirata un'aria di rinascita ma contestualmente si è verificato un nuovo consistente incremento generale dei costi (materie prime, energia ...). In autunno, l'obbligo di green pass ha comportato nuove problematiche fisiche e psicologiche che spesso hanno minato la serenità dei collaboratori.

Le difficoltà relative agli approvvigionamenti, anche per effetto degli scioperi prolungatisi per mesi della più grande cartiera europea, si sono protratte fino a fine anno.

L'azienda, caratterizzata da una profonda attitudine al cambiamento e da una buona flessibilità operativa, è stata però in grado di sopperire alle difficoltà, garantendo non solo la **continuità** ma anche la **crescita produttiva** nonché un **miglioramento delle metodologie di lavoro**. Il nostro team ha risposto sempre in maniera positiva alle richieste di rimodulazione, mettendosi in gioco per rispondere alle necessità aziendali: ciò da un lato ha garantito la **continuità operativa**, dall'altro ha favorito la **crescita professionale individuale** grazie all'arricchimento delle competenze specifiche.

Concludo augurando a tutti, in particolare a voi, nostri portatori di interesse, non tanto un futuro radioso perché realisticamente, le prospettive per il 2023 non sono rosee. Auguro piuttosto la capacità e la volontà di **sviluppare la propria attitudine al cambiamento** trovando modalità nuove, che rompano i consolidati schemi del passato, per affrontare con coraggio e determinazione le sfide che quotidianamente incontrerete sul vostro percorso. Per poter essere sempre più **protagonisti del presente** in armonia con il contesto economico, sociale e ambientale nel quale tutti operiamo.



Dott.ssa Maria Teresa Tonutti

Premessa e Nota Metodologica

Tonutti Tecniche Grafiche Spa è un'azienda leader a livello nazionale nella produzione di etichette per il mercato food & beverage, in particolare nel settore del vino e degli spirits di alta qualità.

L'azienda ha celebrato nel 2020 i primi 75 anni di attività. Pur non dimenticando le proprie origini, è una realtà dinamica e protesa al futuro, pronta ad intercettare le esigenze del mercato e ad affrontare nuove sfide.

L'etichetta rappresenta una componente del packaging, prevalentemente a base di carta, sempre più attenta alla sostenibilità dei materiali impiegati, dei processi e della filiera. I clienti e, in generale, gli attori del mercato sono sempre più sensibili alla componente intangibile del prodotto, a ciò che sta "dietro" la bellezza e la qualità delle realizzazioni.

Tonutti Tecniche Grafiche si sta impegnando a consolidare sempre più l'approccio alla sostenibilità, per sostanziare il proprio impegno sul fronte ambientale, sociale, economico. In alcuni casi, ciò significa mettere a sistema buone prassi già consolidate, frutto dell'approccio imprenditoriale e dei valori della proprietà, in altri, perseguire attraverso nuove progettualità obiettivi strategici di sostenibilità, definiti assieme agli stakeholder.

La presente rendicontazione rappresenta un tassello dell'impegno di Tonutti Tecniche Grafiche sul fronte della sostenibilità, uno strumento consuntivo di comunicazione dei risultati raggiunti e strategico di comprensione della capacità dell'azienda di produrre valore di medio-lungo termine.

Per redigere il Bilancio di Sostenibilità, si è impostato un lavoro di analisi ed elaborazione basato sui più diffusi standard nazionali ed internazionali in ambito di rendicontazione della sostenibilità, creando, laddove necessario, format di analisi ad hoc.

Ci si è basati su:

- **Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite di Agenda 2030;**
- **Global Reporting Initiative (GRI) - standard di riferimento per la rendicontazione di sostenibilità a livello internazionale, il quale prevede un insieme di indicatori che consentono di esprimere e rendicontare la sostenibilità di ogni organizzazione;**
- **International Integrated Reporting Council (IIRC) lo standard internazionale utilizzato per la rendicontazione integrata, la forma più evoluta di rendicontazione di sostenibilità;**
- **Dichiarazione Non Finanziaria ex D. Lgs. 254/2016.**

Lo standard IIRC, in particolare, è alla base del Modello di Creazione del Valore condiviso che ha orientato la stesura dell'intero documento. Sulla base di questo Modello, ogni capitolo è connotato da diversi KPI strategici che puntano a descrivere in maniera oggettiva ed esplicita obiettivi e risultati di ogni ambito di attività di Tonutti Tecniche Grafiche, creando uno storytelling della sua strategia di sostenibilità.

L'azienda ha inoltre deciso di avviare un processo volontario di adeguamento del proprio Bilancio di Sostenibilità anche alle indicazioni della Dichiarazione Non Finanziaria ex D. Lgs. 254/2016 (attualmente obbligatoria solo per organizzazioni di grandi dimensioni e di interesse pubblico) che, si prevede, potrà in futuro essere estesa anche a organizzazioni di dimensione inferiore.



La Dichiarazione non finanziaria (DNF) è orientata alla rendicontazione dei temi ambientali, sociali, economici e di governance.

Il D. Lgs n. 254/2016 recepisce nell'ordinamento italiano la direttiva comunitaria 2014/95/EU, concludendo di fatto la rilevanza dell'informazione di sostenibilità contenente "almeno" informazioni relative ai diritti umani, ai temi ambientali e sociali, al personale e alla lotta contro la corruzione.

Le informazioni devono essere organizzate e predisposte in due sezioni:

- **la prima sezione descrive il modello aziendale, i principali rischi, le prassi aziendali e i risultati conseguiti, e più in generale le strategie aziendali;**
- **la seconda sezione esplicita gli impatti dell'attività dell'impresa relativamente agli ambiti socio-ambientali.**



Con riferimento agli impatti socio-ambientali da rendicontare, la Direttiva fornisce alcune indicazioni per orientare i contenuti da includere.

Queste riguardano sei *sustainability topics*, le cui informative sono individuate come necessarie:

- 1 **l'utilizzo di risorse energetiche, distinguendo tra quelle prodotte da fonti rinnovabili e non rinnovabili, e l'impiego di risorse idriche;**
- 2 **l'emissione di gas ad effetto serra e le emissioni inquinanti in atmosfera;**
- 3 **l'impatto sulla base di ipotesi o scenari realistici anche a medio termine, sull'ambiente, nonché salute e sicurezza, associati ai fattori di rischio di cui al comma 1, lettera c), o altri fattori rilevanti di rischio ambientale;**
- 4 **gli aspetti sociali attinenti alla gestione del personale, incluse le azioni realizzate per garantire la parità di genere, le misure volte ad attuare le convenzioni di organizzazioni internazionali e sovranazionali in materia, e le modalità con cui è realizzato il dialogo con le parti sociali;**
- 5 **il rispetto dei diritti umani, le misure adottate per prevenire le violazioni, nonché le azioni attuate per impedire atteggiamenti ed azioni comunque discriminatorie;**
- 6 **la lotta contro la corruzione attiva e passiva, con indicazione degli strumenti a tal fine adottati.**

Il Bilancio di Sostenibilità verrà predisposto annualmente.

Il presente documento fa riferimento all'anno fiscale 2021 (1° gennaio 2021 - 31 dicembre 2021) ed è stato presentato e approvato dal Consiglio di Amministrazione di Tonutti Tecniche Grafiche Spa nella seduta del 10 novembre 2022. Il documento è pubblicato sul sito internet della Società all'indirizzo www.grafiche-tonutti.it

*Non ereditiamo la Terra dai nostri antenati,
la prendiamo in prestito dai nostri figli*
Proverbio nativo americano

1.



La strategia
di sostenibilità

1. La strategia di sostenibilità

Per comprendere la strategia di sostenibilità attuata da Tonutti Tecniche Grafiche si è pensato di declinare in questo primo capitolo la descrizione della struttura aziendale in termini di approccio alla sostenibilità e la relativa analisi. Si è partiti dal coinvolgimento degli stakeholder, il cui ascolto ha permesso di individuare i temi relativi alla sostenibilità considerati prioritari dall'azienda e dai suoi portatori di interesse.

Il risultato di questa ricognizione negli obiettivi e nei desiderata delle persone che, a vario titolo, sono coinvolte dagli esiti delle attività di Tonutti Tecniche Grafiche, ha portato alla definizione della Mappa di Materialità.

Infine, con il Modello di creazione del Valore si illustra come l'azienda generi il proprio Valore, attraverso i propri asset ed in linea con i propri obiettivi.

La struttura del Bilancio di Sostenibilità:



1.1 Gli Stakeholder

Nel tempo Tonutti Tecniche Grafiche ha instaurato partnership e coltivato relazioni con varie categorie di persone che, in diverse modalità, interagiscono con l'operato dell'azienda. Tali categorie, i cosiddetti stakeholder, sono componenti imprescindibili dello sviluppo del business di Tonutti Tecniche Grafiche, che ha impostato diversi canali di confronto per ascoltarne le istanze e rispondervi in maniera adeguata e socialmente responsabile.

Di seguito, le classi di stakeholder individuate come strategiche da Tonutti Tecniche Grafiche:

- **Collaboratori**
- **Clienti**
- **Fornitori**
- **Comunità e territorio**
- **Ambiente**

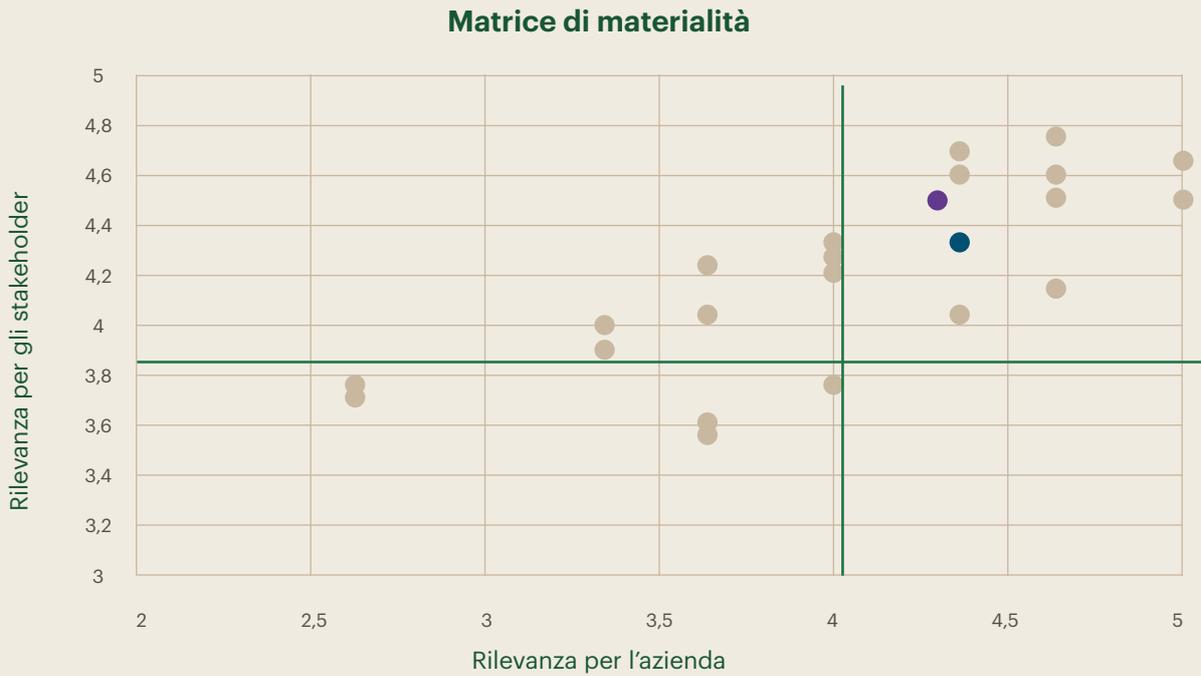
Una rappresentanza delle categorie individuate come strategiche è stata coinvolta nella realizzazione della matrice di materialità, la traduzione grafica degli interessi e delle aspirazioni nei confronti dell'organizzazione, da parte di tutte le persone che vi orbitano intorno, che approfondiremo nel capitolo corrispondente.

1.2 Analisi di materialità: gli obiettivi strategici di sostenibilità di Tonutti Tecniche Grafiche

Alla base della strategia di sostenibilità e del percorso di rendicontazione intrapreso da Tonutti Tecniche Grafiche vi è l'individuazione di tutti gli aspetti rilevanti dal punto di vista sociale, ambientale ed economico, tali da condizionare l'attività aziendale e che sono giudicati, allo stesso tempo, importanti per gli stakeholder aziendali.

Per fare ciò è stata svolta una prima "analisi di materialità" dei temi considerati prioritari, attraverso un coinvolgimento dei principali portatori di interesse, interni ed esterni alla società. L'analisi è stata condotta nel 2020 e, nell'anno successivo, è stata rivista attraverso un confronto con l'azienda per valutarne l'attualità.

Nella seguente matrice sono riportati i risultati del processo di individuazione dei temi materiali.



Le tematiche materiali emerse sono state suddivise in tre cluster omogenei. In questo modo, si individuano tre macro-obiettivi di sostenibilità per l'azienda, declinati in obiettivi più specifici. Ciascun cluster è correlato agli Obiettivi di Agenda 2030 su cui impatta e associato alle informazioni obbligatorie richieste dalla DNF (sustainability matter).

Valore delle persone

- Valorizzare e potenziare le competenze professionali ed individuali dei collaboratori
- Perseguire costantemente l'ottimizzazione della gestione della salute e sicurezza sul luogo di lavoro
- Promuovere la parità di genere a tutti i livelli

SDGs



Sustainability topics (DNF): 3 4

Innovazione e circolarità

- Ridurre l'impatto del prodotto (packaging) promuovendo soluzioni alternative ed innovative
- Promuovere il miglioramento continuo in ottica di sostenibilità ed innovazione tecnologica dei processi produttivi
- Perseguire l'efficiamento energetico dell'azienda
- Perseguire una strategia di riduzione dei rifiuti

SDGs



Sustainability topics (DNF): 1 2

Sostenibilità della catena di fornitura

- Perseguire logiche di sostenibilità nella catena di fornitura
- Implementare scelte strategiche in ambito di selezione dei materiali

SDGs



Sustainability topics (DNF): 1 2 3

1.3 Il Modello di creazione del valore

Il modello di creazione di Valore è uno strumento strategico di analisi che spiega come l'organizzazione possa agire sulle diverse classi del Capitale da cui è costituita, al fine di consolidarle, garantendo così il perseguimento dei propri obiettivi strategici di sostenibilità economica, sociale e ambientale.

Le classi di Capitale sono:

- **capitale relazionale:** l'insieme di relazioni instaurate da Tonutti Tecniche Grafiche;
- **capitale umano:** il patrimonio di competenze, capacità e conoscenze di coloro che prestano lavoro in azienda;
- **capitale materiale:** comprende gli spazi e gli immobili di proprietà, le attrezzature e tutti i beni materiali funzionali allo svolgimento dell'attività;
- **capitale organizzativo:** include i processi e le procedure interne di gestione, nonché la proprietà intellettuale e i sistemi informativi;
- **capitale naturale:** comprende la dimensione ambientale su cui impatta Tonutti Tecniche Grafiche, come ad esempio gli input di risorse, energia, beni;
- **capitale finanziario:** include le risorse patrimoniali, economiche e finanziarie impattate dall'attività dell'organizzazione.

Il modello di creazione di Valore consente di rappresentare, in una visione unitaria, il modello di business aziendale, la governance dell'organizzazione e gli asset tangibili e intangibili che la costituiscono.

Tramite lo svolgimento della propria attività, l'impresa produce un output, costituito dai beni o servizi che realizza e commercializza, e degli outcome, ovvero risultati che incidono sulle classi di Capitale, rafforzando o indebolendone la capacità di generare valore nel tempo.

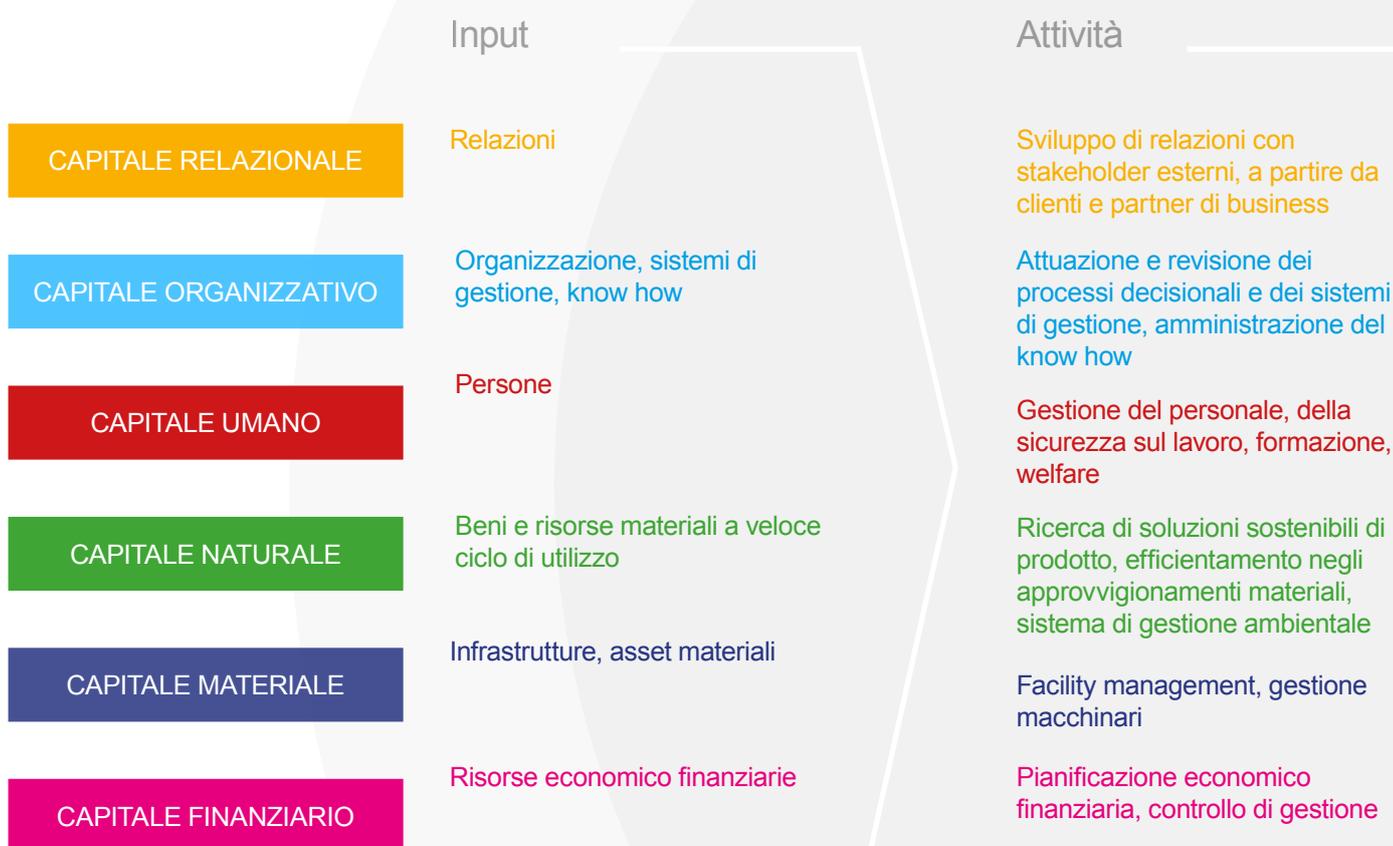
Di seguito viene raffigurato il modello di creazione di valore dell'azienda. Il collegamento con i temi materiali riguarda la dimensione strategica, quindi gli obiettivi di sostenibilità di medio lungo termine che sono governati e gestiti dall'impresa.

VISION: Risolviamo in maniera personalizzata e vincente le più diverse esigenze di etichettatura, fornendo «More than Labels» per valorizzare la comunicazione dei migliori brand presenti sul mercato.

Governo

MISSION: Stampiamo etichette di altissima QUALITÀ utilizzando le migliori tecnologie di stampa, per garantire la massima SODDISFAZIONE di ogni CLIENTE, grazie a un TEAM altamente qualificato. Seguiamo i progetti in ogni fase, fornendo un SERVIZIO di consulenza tecnica puntuale e personalizzato. Operiamo nel massimo RISPETTO di PERSONE, SOCIETÀ e AMBIENTE.

Rischi e opportunità
rischi di mercato, operativi, di compliance,
finanziari, reputazionali (vedi DVR)



Relazione con gli stakeholder:

- collaboratori
- clienti
- fornitori
- comunità e territorio
- Istituzioni
- istituti di credito
- media

d'impresa

Strategia

Obiettivi di sostenibilità rilevanti per l'azienda e gli stakeholder

- Valore delle persone
- Innovazione e circolarità
- Sostenibilità della catena di fornitura

Modello di business

Output

Outcome

Produzione e commercializzazione etichette mercato Horeca

CAPITALE RELAZIONALE

CAPITALE ORGANIZZATIVO

CAPITALE UMANO

Produzione e commercializzazione etichette mercato GDO

CAPITALE NATURALE

CAPITALE MATERIALE

CAPITALE FINANZIARIO

Performance

Output

Outcome

*L'eccellenza non si identifica con un risultato preciso.
Fa parte, piuttosto, dello spirito di organizzazione,
è un processo che non finisce mai.*

Lawrence M. Miller

2.



La costante passione
per la ricerca
dell'eccellenza

2. La costante passione per la ricerca dell'eccellenza

KPI Capitale Organizzativo	% composizione femminile CDA: 33,3%
	% partecipazione da donne: 48% di cui: - 33% di piena proprietà e - 15% di nuda proprietà
	n. certificazioni o modelli organizzativi e sistemi di gestione: 1

**Nel 2020 ci eravamo proposti di...
... Proseguire nel Miglioramento Continuo.**

2.1 Anagrafica

L'Azienda è stata costituita con atto notarile il 29 gennaio 1970.

- **Codice fiscale e Numero di iscrizione Registro Imprese di Udine:**
00166090308 sezione ORDINARIA dal 13 febbraio 1970
- **Numero Repertorio Economico Amministrativo (REA):** UD - 115682

Classificazione ATECORI 2017

- **Codice attività:** 18.12 - progettazione, stampa e confezione di articoli pubblicitari e di imballaggi
in genere, costruzione e locazione di fabbricati idonei al raggiungimento dello scopo sociale.

Sede legale e operativa:

Fagagna (Ud) Corso G.L. Pecile 80 - 82 CAP 33034

telefono 0432 800341

fax 0432 801749

e-mail info@grafiche-tonutti.it

pec tonutti@legalmail.it

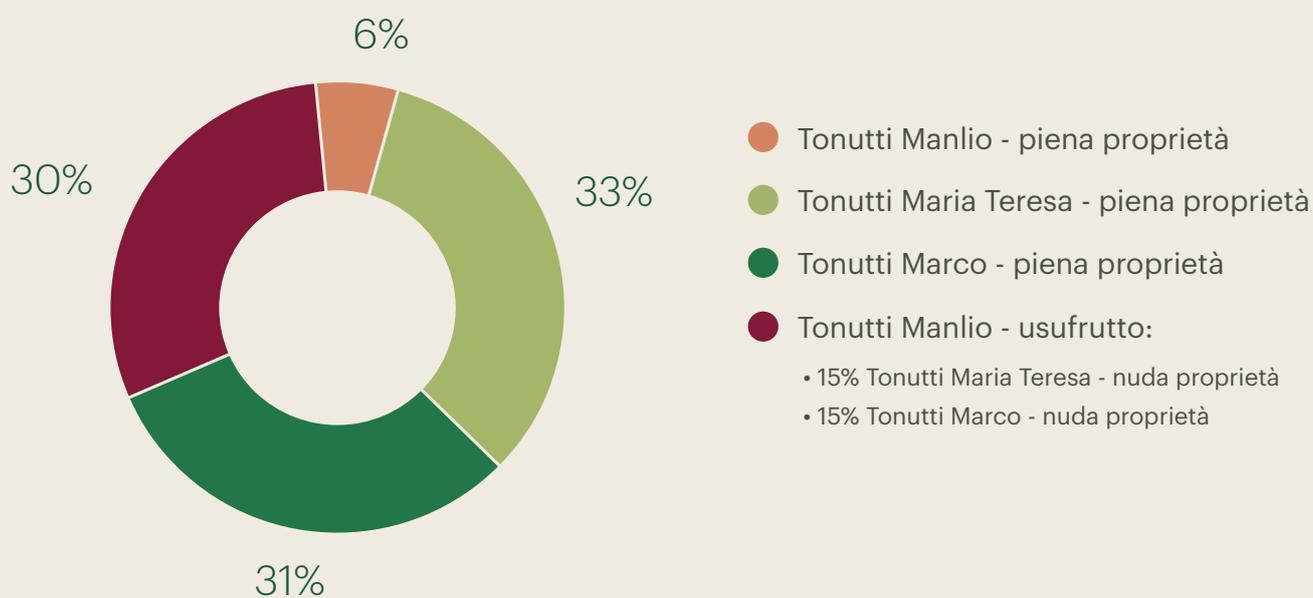
sito internet www.grafiche-tonutti.it

2.2 L'assetto organizzativo e la governance

La proprietà di Tonutti Tecniche Grafiche Spa è detenuta al 100% dalla famiglia Tonutti, attraverso la divisione delle quote tra 3 soci:

- **Tonutti Manlio**
- **Tonutti Maria Teresa**
- **Tonutti Marco**

Composizione societaria



L'amministrazione della società è affidata a un Consiglio di Amministrazione composto da:
1 Presidente, 1 Amministratore Delegato e 2 Consiglieri Delegati.

Poteri del Consiglio di Amministrazione

Il Consiglio di Amministrazione è investito di tutti i poteri di ordinaria e straordinaria amministrazione e ha la responsabilità esclusiva e piena per la gestione dell'impresa e gli sono attribuite tutte le facoltà per l'attuazione ed il raggiungimento degli scopi sociali.

Il Consiglio di Amministrazione può delegare al suo Presidente e/o ad altri componenti e/o ad un Comitato Esecutivo le proprie attribuzioni, nei limiti consentiti dall'art. 2381 del Codice Civile, riconoscendo agli amministratori delegati la firma e la rappresentanza della società nei limiti della delega conferita.

I compensi complessivi per gli amministratori nel 2021 sono stati pari a € 435.560.

Composizione del Consiglio di Amministrazione

TONUTTI MANLIO	
Funzione	Consigliere e Presidente Consiglio Amministrazione
Data nomina	29/05/2020
Durata della carica	Fino approvazione del bilancio al 31/12/2022

TONUTTI MARIA TERESA	
Funzione	Consigliere e Amministratore Delegato
Data nomina	29/05/2020
Durata della carica	Fino approvazione del bilancio al 31/12/2022

TONUTTI MARCO	
Funzione	Consigliere e Amministratore Delegato
Data nomina	29/05/2020
Durata della carica	Fino approvazione del bilancio al 31/12/2022

CALCATERRA STEFANO	
Funzione	Consigliere
Data nomina	29/05/2020
Durata della carica	Fino approvazione del bilancio al 31/12/2022

La Società è inoltre controllata da un Collegio Sindacale e da una società di revisione.

Il Collegio Sindacale è composto da tre membri effettivi e da due membri supplenti. Il Collegio Sindacale vigila sull'osservanza della legge e dello statuto, sul rispetto dei principi di corretta amministrazione e in particolare vigila sull'adeguatezza dell'assetto organizzativo, amministrativo e contabile adottato dalla società e sul suo concreto funzionamento.

I compensi complessivi per il Collegio Sindacale nel 2021 sono stati pari a € 25.480; quelli per la società di revisione, € 22.366.

Composizione del Collegio sindacale

ROMANELLI GIANFRANCO	
Funzione	Presidente Collegio Sindacale
Data nomina	07/05/2019
Durata della carica	Fino approvazione del bilancio al 31/12/2021

LIPPI ALBERTO	
Funzione	Sindaco
Data nomina	07/05/2019
Durata della carica	Fino approvazione del bilancio al 31/12/2021

COSATTI CHIARA	
Funzione	Sindaco
Data nomina	07/05/2019
Durata della carica	Fino approvazione del bilancio al 31/12/2021

DI FANT ALBERTO	
Funzione	Sindaco supplente
Data nomina	07/05/2019
Durata della carica	Fino approvazione del bilancio al 31/12/2021

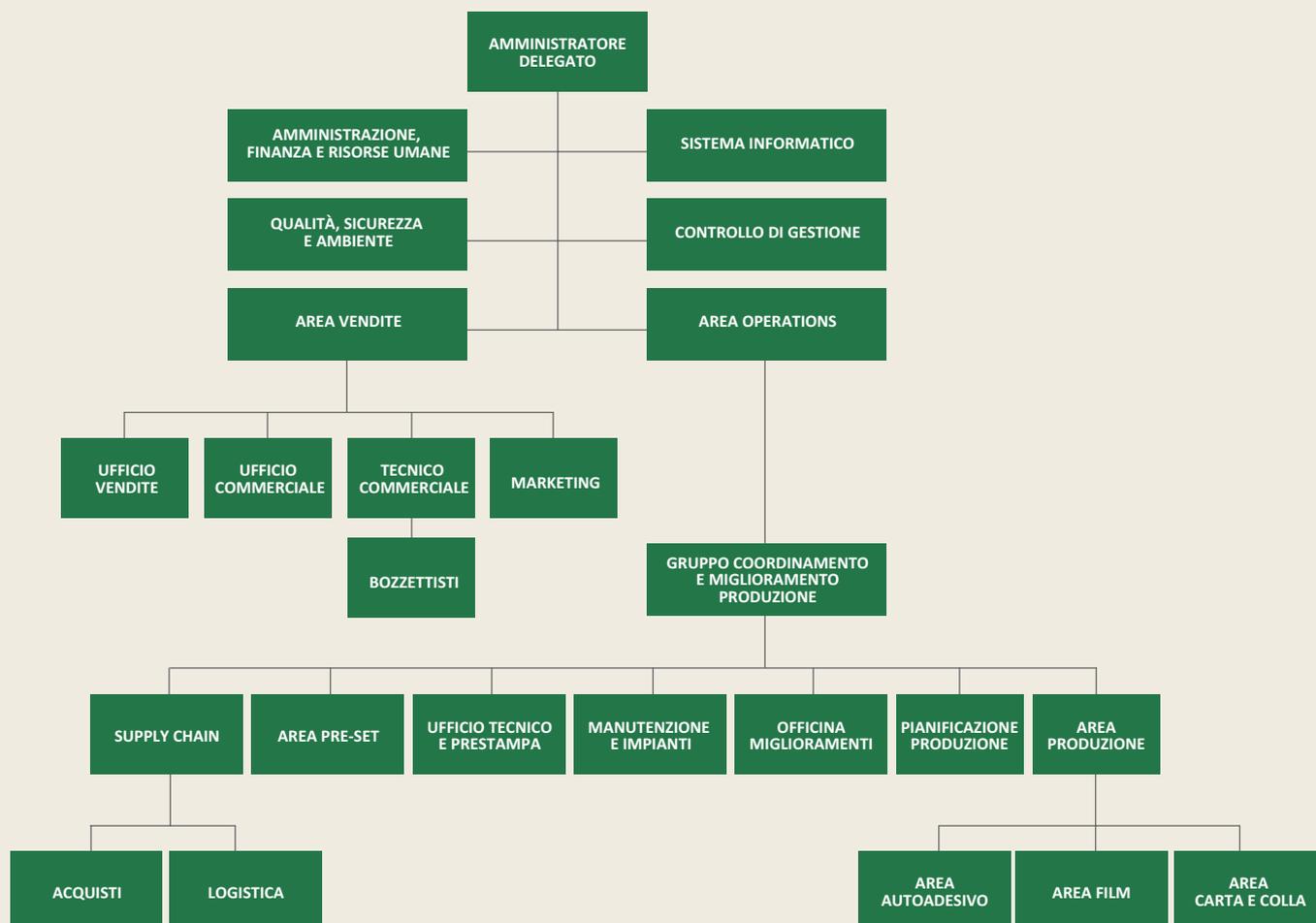
MURARO GIOELE	
Funzione	Presidente Collegio Sindacale
Data nomina	07/05/2019
Durata della carica	Fino approvazione del bilancio al 31/12/2021

EY SPA	
Funzione	Revisore Legale
Data nomina	07/05/2019
Durata della carica	Fino approvazione del bilancio al 31/12/2021

Dal punto di vista organizzativo, inoltre, Tonutti Tecniche Grafiche:

- dal 2019 è dotata di un Modello di Organizzazione e controllo ai sensi del D. Lgs. 231/01, volto a prevenire e contrastare i possibili reati che potrebbero essere commessi nell'interesse e a vantaggio dell'azienda, attualmente attivo per la salute e sicurezza sul lavoro, comprensivo di un Codice Etico, il cui funzionamento è monitorato da un Organismo di Vigilanza.
- dal 2013 sta attuando una Lean Trasformation secondo il modello Kaizen che ha portato ad attuare modifiche nei layout della produzione, del magazzino e degli uffici che hanno favorito un aumento della produttività degli impianti e del rendimento delle persone, determinando miglioramenti di performance. Sono stati ridotti gli scarti di produzione e i tempi di risposta al cliente mantenendo l'eccellenza qualitativa e potenziando la creatività.

Al 31/12/2021, l'azienda è strutturata come descritto nel seguente organigramma:



2.3 Una storia di miglioramento continuo

1945	Pietro Mario Tonutti Tecniche Grafiche, all'epoca sarto, compra da una litografia bombardata una macchina a pietra semi rotativa ancora funzionante. Le scuole stanno riaprendo e mancano quaderni: nasce la Arti Grafiche M. Tonutti
1946	Il fondatore ha un'intuizione e, da sarto di classe, diventa esperto nel vestire le bottiglie di grappe e liquori (in quel particolare momento il vino non veniva ancora imbottigliato), occupandosi successivamente anche di altri prodotti.
Anni '60	Manlio Tonutti Tecniche Grafiche segue il padre nello sviluppo della nuova attività imprenditoriale, dimostrandosi poi lui stesso grande imprenditore con idee innovative.
1970	La "Arti Grafiche M. Tonutti Tecniche Grafiche" è ormai diventata un'azienda leader nel suo settore e si costituisce una nuova società. Nasce la Tonutti Tecniche Grafiche.
Anni '80 - '90	I figli di Manlio, Marco e Maria Teresa, entrano a far parte della Tonutti Tecniche Grafiche. Marco inizia fin da subito ad occuparsi dell'aspetto commerciale mentre Maria Teresa gestisce l'area della produzione, del personale e della qualità.
Dal 1998	Tonutti Tecniche Grafiche comincia ad acquisire le certificazioni che attestano, in modo formale, il suo valore qualitativo. Nel 1998, tra i primi in Italia, ottiene la certificazione ISO 9001; nel 2006 si aggiunge la certificazione DPG seguita nel 2017 dalla FSC.
2013	Tonutti Tecniche Grafiche comincia a lavorare sulla Lean Trasformation che migliorerà tutto il sistema di gestione dell'attività.
2014	Tonutti Tecniche Grafiche viene premiata con la "Vedovella 2014" agli Oscar della Stampa, come Best Label Printer - migliore azienda italiana per la stampa di etichette.
2019	Tonutti Tecniche Grafiche è una delle più grandi realtà industriali nell'ambito della stampa di etichette. L'implementazione di metodi innovativi e il forte spirito di innovazione consentono all'azienda di mantenere la sua posizione di leadership sul territorio italiano. Viene adottato il Modello di Organizzazione e controllo ai sensi del D. Lgs. 231/01.
2020	L'anno, caratterizzato dalla pandemia da COVID19 e dal relativo lockdown, ha messo l'azienda di fronte alla necessità di adeguarsi a nuove regole che l'hanno portata a riorganizzare spazi e modalità di lavoro riuscendo così a far fronte all'emergenza e a mantenere unito il proprio team non interrompendo mai la produzione. A novembre la famiglia Tonutti festeggia il 75° anno di attività.
2021	Tonutti vince 3 premi prestigiosi per la qualità dei suoi prodotti: <ul style="list-style-type: none">• 1° classificato Stampa e Prestampa al BestInFlexo categoria CARTA CARTONCINO BANDA STRETTA (fino a 650 mm)• 3° classificato al BestInFlexo - categoria Stampa Flexo inchiostri UV• 2° posto al Fedrigoni Top Award - categoria "Labels".

2.4 Missione, Visione e Valori

Nel corso del 2021 all'interno dell'organizzazione è stata fatta un'attenta riflessione sull'evoluzione dell'azienda nel corso degli ultimi anni, per comprendere quale sia l'attuale identità di Tonutti Tecniche Grafiche. L'esito di questo lavoro di analisi ha portato anche ad una definizione più puntuale di Mission e Vision aziendali:

MISSION: Stampiamo etichette di altissima QUALITÀ utilizzando le migliori tecnologie di stampa, per garantire la massima SODDISFAZIONE di ogni CLIENTE, grazie a un TEAM altamente qualificato. Seguiamo i progetti in ogni fase, fornendo un SERVIZIO di consulenza tecnica puntuale e personalizzato. Operiamo nel massimo RISPETTO di PERSONE, SOCIETÀ e AMBIENTE.

VISION: Risolviamo in maniera personalizzata e vincente le più diverse esigenze di etichettatura, fornendo «More than Labels» per valorizzare la comunicazione dei migliori brand presenti sul mercato.

I **VALORI** che guidano l'azienda restano dunque "Creatività, qualità, passione, innovazione, flessibilità e cura delle risorse umane" gli stessi che hanno sempre ispirato lo sviluppo di ogni attività dell'azienda rendendo Tonutti Tecniche Grafiche un punto di riferimento nazionale e internazionale nel settore, contribuendo al suo sviluppo, portando ricchezza -sociale ed economica- al territorio.



*Se vuoi qualcosa che non ha mai avuto,
devi fare qualcosa che non hai mai fatto.*

Thomas Jefferson

3.



Cosa facciamo:
More than Labels

3. Cosa facciamo: More than Labels

KPI Capitale Materiale	n. macchine da stampa: 14
	n. macchine da pre-stampa: 10
	mq superficie aziendale: 35.160 mq superficie totale, di cui 10.947 mq di superficie coperta
KPI Capitale Finanziario	Ricavi totali delle vendite: 21.278.471 Euro (+3,55% sul 2020)
	Utile: 105.734 Euro
	Valore aggiunto sociale: 6.389.920 Euro (-4,7% sul 2020)
	Patrimonio Netto: 14.151.965 Euro (-18,7% sul 2020)

Nel 2020 ci eravamo proposti di... ...Rendere la Sostenibilità pervasiva.

Tonutti Tecniche Grafiche sviluppa, progetta e realizza etichette per bottiglie e contenitori di vario genere destinati al food & beverage e, in particolare, alle aziende vinicole di alta qualità.

Costante innovazione, efficienza e flessibilità ma anche personalizzazione e contenimento degli impatti ambientali, sono tra gli asset strategici dell'azienda che investe costantemente in ricerca e sviluppo per offrire soluzioni ad alto contenuto tecnologico e creativo.

Per sottolineare l'impegno profuso in innovazione e sostenibilità l'azienda, nel corso del 2021 ha creato due nuovi marchi:

- **Tonutti Green** per identificare tutte le azioni sostenibili. Il marchio è accompagnato dal claim, SOUSTAINLABELITY, un neologismo che coniuga i concetti di sostenibilità e labelling.

- **Tonutti Innovation Act** per definire e comunicare tutte le azioni di innovazione

La caratteristica del prodotto “etichetta” sta nella necessità di coniugare la creatività con la tecnica; obiettivo aziendale è valorizzare la creatività dei migliori studi grafici italiani e internazionali, traducendola in un prodotto estremamente tecnico che risponda alle esigenze di produzione, applicabilità e replicabilità industriale.

Per raggiungere con successo questa “replicabilità dell’eccellenza” Tonutti Tecniche Grafiche ha implementato con rigore e disciplina la misurazione e la standardizzazione delle procedure, pur aggiornando costantemente processi di stampa, organizzazione e layout.

In particolare, l’azienda si distingue per essere in grado di stampare etichette con tutte le tecniche di stampa:

Etichette in carta-colla

Rappresentano la tradizione dell’azienda. Nella loro produzione Tonutti Tecniche Grafiche riversa una profonda passione e la consapevolezza che, attraverso la sua esperienza e tecnologia, passi il racconto della storia, dei valori culturali del cliente e della personalità del prodotto che verrà etichettato. Le etichette in carta-colla vengono richieste principalmente dal settore enologico e birrario. Questo sistema produttivo, dominante in passato, oggi riveste un’importanza marginale.

Etichette autoadesive

Rappresentano il settore maggiormente produttivo dell’azienda che, per la loro realizzazione, dispone di tutte le tecnologie di stampa esistenti sul mercato: etichette stampate con tecniche miste in linea quali serigrafia, offset, flessografia, nobilitazioni con laminazione a caldo, verniciatura, stampa a caldo con rilievo, etc. Vengono inoltre prodotte etichette con stampa digitale su bobina complete di qualsiasi tipo di finitura e nobilitazione.

Etichette Roll Fed

Sono un settore in continua evoluzione tecnica e con grandi volumi produttivi, che necessitano di ingenti investimenti tecnologici e un continuo aggiornamento del know-how aziendale. Tonutti Tecniche Grafiche ha intuito fin dall'inizio le potenzialità di questa tipologia di prodotto e, grazie a numerosi investimenti, è diventata una realtà all'avanguardia in questo ambito, in grado di realizzare una gamma completa di prodotti con i più elevati standard di qualità, definizione di stampa e riciclabilità. In questa categoria rientrano:

- **etichette Wrap around-Rollfed e Cut & Stack:** i principali vantaggi di questi tipi di etichette sono la lucentezza, l'eccellente stampabilità, la lunga durata legata ad un'alta resistenza all'umidità ed allo strappo, la riciclabilità.
- **etichette Shrink-Roll Fed:** una tipologia di film trasparente termoretraibile.
- **etichette Sleeve:** dalle etichette shrink-sleeve, che sono in grado di adattarsi a qualsiasi forma di contenitore, alle etichette stretch-sleeve che vengono applicate a freddo e senza colla sul contenitore.

Grazie ad una gestione estremamente flessibile, Tonutti Tecniche Grafiche si distingue per la capacità di fornire piccole tirature, quantificate in un range che va dai 100.000 ai 15 milioni di pezzi di alta qualità, fornendo risposte precise e intervenendo tempestivamente in caso di richiesta di modifiche o correzioni, rimodulando, se necessario la programmazione, in un'ottica di customer satisfaction.

Etichette Ecologiche Tonutti Green

Tonutti Green è un nuovo brand Tonutti, che fa parte delle azioni scaturite da un percorso di sostenibilità intrapreso dall'azienda. Offre etichette ecologiche:

- Ridotte nel formato
- Ridotte nello spessore
- Con impiego di nobilitazioni eco-friendly (embossing, debossing, accoppiamento materiali...)
- Realizzate con materiali green (carta, film adesivo, vernici...)

Le etichette Ecologiche Tonutti Green sono apprezzate in modo trasversale nei più svariati settori merceologici da chi vuole rispettare l'ambiente e fare impresa in modo responsabile, a tutela delle generazioni future.

Etichette Anticontraffazione: la tecnologia di Tonutti Security.

La contraffazione è un problema attuale e molto diffuso che causa problemi sia per il produttore, che può subire gravi ripercussioni economiche, sia per il consumatore finale con rischi in termini di sicurezza.

Tonutti Security propone un'ampia gamma di dispositivi per etichette in grado di contribuire alla protezione dei prodotti:

- Vernice UV anticontraffazione
- Etichette antieffrazione
- Etichette anticontraffazione

L'ampia offerta di soluzioni tecniche viene arricchita da **servizi di supporto** alla produzione e al cliente che completano l'offerta a 360°.

Mockup e Prototipazione Rapida

Tonutti Tecniche Grafiche dispone di attrezzature all'avanguardia per produrre mockup e prototipi su qualsiasi tipo di supporto, completi di fustellatura e di finiture di altissimo livello che consentono una comprensione realistica del risultato finale e una contestuale riduzione dei possibili errori. Nel corso del 2021 si sta procedendo all'installazione di un'innovativa "mini tipografia nella tipografia" chiamata Tonuttina che entrerà in funzione a primavera 2022. Questa nuova strumentazione consentirà di realizzare mockup che possono essere considerate vere prove di stampa (comprese di rilievi, vernici spessorate, lamine...), garantendo un risultato molto molto vicino a quello ottenuto in macchina. La Tonuttina consentirà inoltre la produzione di micro tirature o limited edition nonché la realizzazione di progetti innovativi annoverati nell'ambito di Tonutti Innovation Act.

Colour Lab

L'esperienza ultraventennale di Tonutti Tecniche Grafiche, ha portato a sviluppare una profonda sensibilità nella gestione del colore. Nel laboratorio colore non ci si limita ad eseguire le ricette ma, grazie a strumenti tecnologici all'avanguardia, vengono testate le novità del mercato e create nuove varianti e valutata la loro resa sui diversi materiali di stampa.

Prestampa

È uno dei settori dell'azienda in costante aggiornamento e dove è indispensabile essere sempre all'avanguardia, per poter tenere il passo con le continue evoluzioni tecnologiche. Precisione, velocità, esperienza e capacità di problem solving sono le doti che gli operatori di questo settore mettono a disposizione della clientela.

Grafica

Per chi ne avesse la necessità, Tonutti Tecniche Grafiche è in grado di fornire anche un servizio di consulenza e supporto grafico, per produrre soluzioni creative personalizzate. I designer dell'azienda danno vita a idee uniche in grado di rispecchiare l'identità e il valore del cliente.

Supporto Tecnico

Ogni progetto è supportato dalle profonde competenze tecniche di professionisti capaci di trovare puntuali soluzioni tailor made e di consigliare i clienti nella ricerca di alternative innovative per valorizzare al meglio ogni etichetta, dalla più semplice fino alle soluzioni più sofisticate ideate dai più prestigiosi studi grafici.



Nel corso del 2021 la qualità di stampa di Tonutti è stata comprovata anche dall'assegnazione di tre premi:

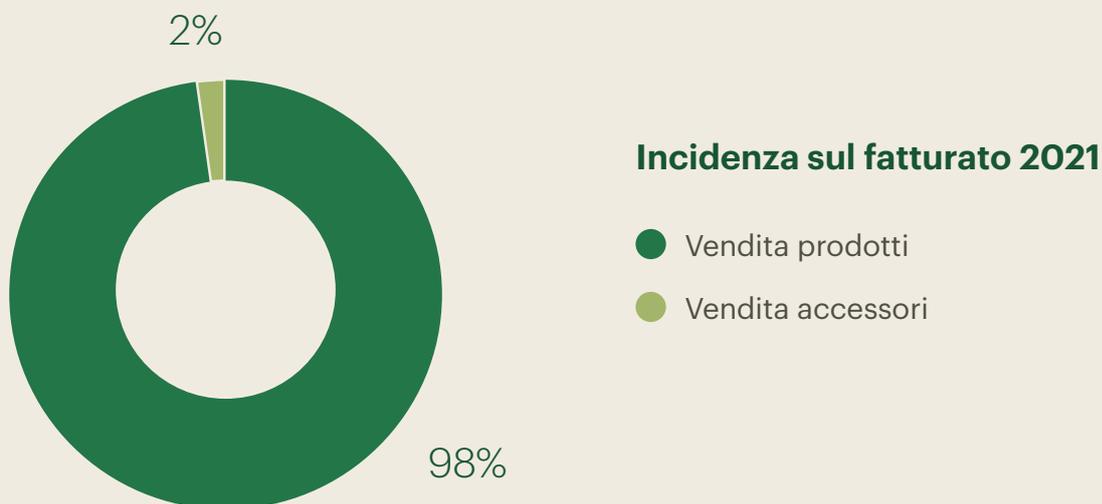
2 premi al BestInFlexo di Bologna il premio alla qualità di stampa flessografica con cui si premiano i migliori stampatori e le pre stampa italiane:

- 1° classificato nella categoria CARTA/CARTONCINO BANDA STRETTA (fino a 650 mm)
- 3° classificato nella categoria Stampa Flexo inchiostri UV

Questo premio porterà Tonutti ad accedere a inizio 2022 alla successiva fase europea della competizione: **i Diamonds Awards.**

- 2° posto al Fedrigoni Top Award (che premia le migliori creazioni internazionali di designer, editori, brand e stampatori con carte e materiali autoadesivi Fedrigoni, Fabriano e Manter) nella categoria "Labels" con un progetto realizzato in collaborazione con il prestigioso studio di design Spazio di Paolo.

Nel corso del 2021, l'incidenza percentuale sul fatturato delle due macro aree in cui si divide l'attività dell'azienda è così ripartita:



3.1 Qualità certificata

Ascolto delle esigenze dei propri clienti, innovazione, ricerca, professionalità, accuratezza e ricerca di standard sempre più elevati guidano, da sempre, l'attività di Tonutti Tecniche Grafiche.

L'azienda vuole quindi valorizzare la propria cultura, l'organizzazione e le caratteristiche dei propri prodotti anche attraverso l'adozione di schemi di certificazione volontaria:

ISO 9001

La norma ISO 9001:2015 Sistemi di gestione per la qualità – certifica come un'organizzazione pianifica, attua, monitora e migliora sia i propri processi operativi che quelli di supporto.

Scopo principale dell'adozione di questo sistema è ottenere la soddisfazione delle aspettative del cliente ed il miglioramento continuo dell'azienda, risultato che viene confermato anche da audit di valutazione periodica.

L'adozione della ISO 9001 ha portato, all'interno di Tonutti, alla creazione di un costante osservatorio, sostenuto dalle professionalità presenti e dalla consapevolezza del personale, che collabora per ideare, organizzare, produrre e commercializzare sempre e solo in modo qualitativamente impeccabile.

Il monitoraggio, la misurazione, l'analisi e la valutazione delle prestazioni, effettuate in sede di riesame della certificazione, hanno confermato, infatti, l'efficace applicazione del sistema di gestione.

FSC

La certificazione FSC è stata acquisita in seguito alla volontà di Tonutti Tecniche Grafiche di formalizzare l'impegno e l'attenzione alla sostenibilità già presenti in azienda.

Il possesso di una valida certificazione FSC è condizione necessaria per garantire la tracciabilità dei materiali provenienti da foreste certificate FSC e quindi gestite nel pieno rispetto di elevati standard ambientali, economici e sociali. Garantisce la tracciabilità del percorso seguito da materie prime, prodotti semilavorati e co-prodotti dalla foresta fino al consumatore.

Grazie a questa certificazione l'azienda può garantire la provenienza della carta utilizzata per i propri prodotti e quindi dimostrare in maniera corretta, trasparente e controllata il proprio attivo contributo alla gestione forestale responsabile.

DPG (Deutsche Pfand GmbH)

In Germania, le bevande vendute sono soggette al one-way deposit obbligatorio e le loro etichette devono quindi necessariamente utilizzare inchiostri adatti a supportare la riciclabilità degli imballaggi. La Certificazione DPG attesta l'utilizzo di sistemi di gestione di inchiostro che rispettano i requisiti di Deutsche Pfandsystem GmbH.

Le bevande devono quindi essere etichettate con un logo DPG che ne autorizza l'uso all'interno del sistema cauzionale del mercato tedesco.

3.2 La dimensione economica

Il 2021 ha fortemente risentito delle dinamiche indotte dalla recessione del 2020. Soprattutto nella seconda parte dell'anno, si è verificata un'importante ripresa generalizzata, trainata dalla crescita dei consumi, degli investimenti e delle esportazioni, che però ha dovuto scontare squilibri tra domanda e offerta di lavoro, beni, servizi. Questi squilibri si sono manifestati in incremento di costi, che hanno comportato una riduzione dei margini e si sono riversati, in parte, sul prezzo del prodotto finito.

Il comparto dell'industria grafica e cartotecnica trasformatrice ha vissuto una fase di crescita dei volumi d'affari, superiori alla crescita del Pil su base annua.

Tonutti Tecniche Grafiche ha chiuso il bilancio in maniera positiva, con un utile di Euro 105.734, decisamente inferiore a quello dell'anno precedente in ragione dell'aumento del costo dei fattori produttivi prima esposto. Ciò che ha inciso maggiormente sul comparto, sono stati gli aumenti relativi all'energia (elettrica e gas in primis) e alle materie prime (carte e film plastico).

Nonostante un incremento del valore della produzione del 3,5%, valore aggiunto e margine operativo lordo sono diminuiti per l'incremento dei costi operativi. È cresciuta anche l'incidenza del lavoro, per effetto del rinnovo del contratto collettivo nazionale applicato e di politiche commerciali che hanno messo in primo piano la tenuta dei posti di lavoro rispetto alle marginalità.

Di seguito un breve prospetto sui principali indicatori economici dell'azienda, in valore assoluto e in percentuale rispetto all'anno precedente.

	2019 (Euro)	2020 (Euro)	2021 (Euro)	Var 2019 - 2020 (%)	Var 2020 - 2021 (%)
Valore Totale della Produzione	20.907.424	20.815.519	21.554.647	-0,44%	3,55%
Valore Aggiunto	7.012.095	6.582.472	6.262.667	-6,13%	-4,86%
Margine Operativo Lordo - EBITDA	2.105.189	2.119.494	1.675.134	+0,68%	-20,97%
Utile (perdita) dell'esercizio	50.514	463.755	105.734		

Nello stesso periodo, l'azienda ha consolidato il patrimonio, con un incremento dell'attivo patrimoniale del 10,8% (ciò, in particolare, in ragione dell'incremento dell'attivo circolante). Si è anche rafforzato il Patrimonio Netto (capitale proprio), cresciuto del 4,6% rispetto al 2019 (il suo Valore è pari a 17,4 milioni di Euro). Il rafforzamento di questa componente patrimoniale è dovuto, soprattutto, alla rivalutazione di un macchinario da stampa, attribuita a riserva.

Di seguito, una breve sintesi della situazione patrimoniale al 31/12/2021, rapportata a quella dell'anno precedente.

Nel 2021 si è perfezionata l'operazione straordinaria di trasferimento ad altra società di attività per complessivi euro 2.174.403, di cui un terreno e due immobili, inclusi impianti e arredi, non strumentali all'attività dell'impresa. Sono state portate a diminuzione le riserve di patrimonio netto, con esclusione di quella legale, per un valore complessivo di euro 2.171.080.

Questa operazione spiega la riduzione dell'attivo immobilizzato e del capitale proprio, che si era rafforzato in maniera sistematica grazie e continui risultati positivi di gestione.

	2020 (Euro)	2021 (Euro)	Var 2019 - 2020 (%)
Totale attivo corrente	15.954.126	16.366.244	2,53%
Totale attivo immobilizzato	10.951.224	7.812.643	-28,66%
TOTALE IMPIEGHI	26.905.350	24.178.887	-10,16%
Totale capitale di terzi	9.492.891	10.026.922	5,54%
Totale capitale proprio	17.412.459	14.151.965	-18,73%
TOTALE FONTI	26.905.350	24.178.887	-10,16%

Valore Aggiunto Sociale

Creare Valore economico rappresenta, per un'azienda, il fondamento del proprio agire e la base per la sostenibilità economica. L'approccio alla Responsabilità Sociale amplia la prospettiva di questo primario obiettivo. Il Valore è centrale per il funzionamento dell'azienda, per remunerare i suoi portatori d'interesse e contribuire alla crescita sociale ed economica della comunità.

Il Valore Aggiunto rappresenta il valore che i fattori produttivi utilizzati dall'organizzazione, capitale e lavoro, hanno aggiunto agli input acquisiti dall'esterno, quindi la differenza tra il valore della produzione lorda e consumi intermedi di beni e servizi necessari per lo svolgimento dell'attività. Il concetto di Valore Aggiunto Sociale estende il piano d'analisi, consentendo di analizzare il risultato della gestione in termini di valore distribuito, nel corso di un determinato periodo, ad un insieme di stakeholder:

- **Remunerazione del personale, con riguardo alle retribuzioni ed oneri ad esse collegati**
- **Remunerazione della Pubblica Amministrazione, in relazione alle imposte versate**
- **Remunerazione del capitale di credito**
- **Remunerazione dell'Azienda in termini di utile ed autofinanziamento**
- **Remunerazione della comunità, sotto forma di sostegno al Terzo Settore e, in generale, a iniziative di valorizzazione del territorio.**

La tabella seguente evidenzia la riclassificazione del conto economico aziendale per la determinazione del Valore Aggiunto Sociale che, nel 2021, si attese su 6,4 milioni di Euro, pari al 30% del Valore della produzione.

ANNO	2021 (Euro)	2020 (Euro)	2019 (Euro)
VALORE DELLA PRODUZIONE:			
1) ricavi delle vendite e delle prestazioni;	21.278.471	20.692.605	20.752.648
2) variazioni delle rimanenze di prodotti in corso di lavorazione, semilavorati e finiti;	-14.704	-81.415	-27.651
3) variazioni dei lavori in corso su ordinazione;		-	-
4) incrementi di immobilizzazioni per lavori interni;	55.966	0	3.554
5) altri ricavi e proventi;	234.914	204.329	178.873
TOTALE A) VALORE DELLA PRODUZIONE	21.554.647	20.815.519	20.907.424
B) COSTO DELLA PRODUZIONE:			
6) per materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci;	11.692.783	10.951.336	10.371.124
7) per servizi;	3.189.392	2.857.146	3.028.811
8) per godimento di beni di terzi;	248.961	217.564	115.224
10 c) svalutazione crediti;	0	20.000	80.000
11) variazioni delle rimanenze di materie prime, sussidiarie, di consumo e merci;	10.943	66.658	219.084
12) accantonamenti per rischi;	0	-	-
13) altri accantonamenti;	0	-	-
14) oneri diversi di gestione	121.881	76.822	159.976
TOTALE B) COSTI INTERMEDI DELLA PRODUZIONE	15.263.960	14.189.526	13.975.331
DIFFERENZA TRA VALORE E COSTI DELLA PRODUZIONE (A-B)	6.290.687	6.625.993	6.932.09
C) PROVENTI E ONERI FINANZIARI			
15) proventi da partecipazione;		-	-
16) altri proventi finanziari;	101.620	79.659	53.969
17-bis) Utili e perdite su cambi;	-1.029	325	-366
TOTALE PROVENTI E ONERI FINANZIARI	100.591	79.984	53.603
D) RETTIFICHE DI VALORE DI ATTIVITÀ FINANZIARIE			
18) rivalutazioni;		-	-
19) – svalutazioni;	-1.358	-488	0
TOTALE RETTIFICHE DI VALORE DI ATTIVITÀ FINANZIARIE	-1.358	-488	-
E) PROVENTI E ONERI STRAORDINARI			
20) proventi straordinari	-	-	-
21) oneri straordinari	-	-	-
TOTALE PROVENTI E ONERI STRAORDINARI	-	-	-
VALORE AGGIUNTO SOCIALE DA DISTRIBUIRE	6.389.920	6.705.489	6.985.696

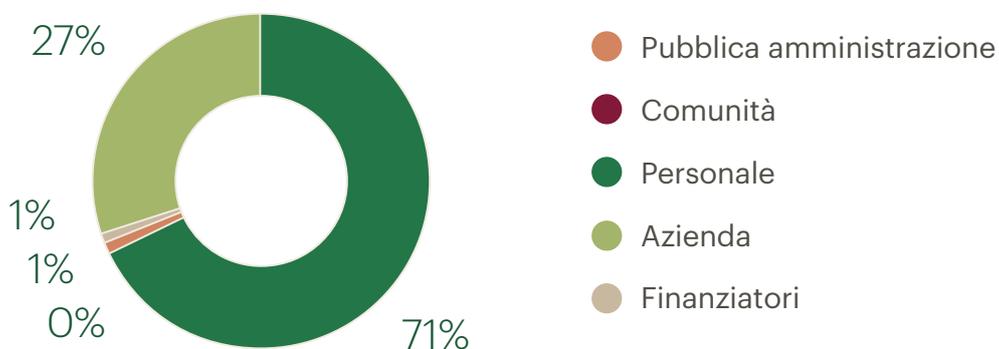
Nella tabella seguente viene riportata la suddivisione del Valore Aggiunto Sociale alle diverse categorie di stakeholder.

DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO SOCIALE (Euro)	2021 (Euro)	2020 (Euro)
AZIENDA		
ammortamenti e svalutazioni	1.661.691	1.573.269
utile d'esercizio	105.734	463.755
<i>totale</i>	1.767.425	2.037.024
LAVORATORI	4.587.533	4.462.978
<i>totale</i>	4.587.533	4.462.978
FINANZIATORI	48.871	45.107
<i>totale</i>	48.871	45.107
PUBBLICA AMMINISTRAZIONE	-41.929	96.860
<i>totale</i>	-41.929	96.860
COMUNITÀ	28.020	63.520
<i>totale</i>	28.020	63.520
VALORE AGGIUNTO SOCIALE DISTRIBUITO	6.389.920	6.705.489



Di seguito viene raffigurata la ripartizione del Valore Aggiunto Sociale fra le cinque categorie di stakeholder. Emerge senz'altro la distribuzione al personale (oltre il 70%); ciò è determinato dal fatto che, in periodo di recessione e incertezza, l'azienda ha puntato a perseguire commesse a minor valore aggiunto, ma capaci di coprire il costo del lavoro.

Distribuzione valore aggiunto sociale 2021



*Un gruppo di persone
che condivide un obiettivo comune
può raggiungere l'impossibile.*

4.



Le persone

4. Le persone

KPI Capitale Umano	n. collaboratori aziendali: 107
	donne appartenenti alla categoria "quadri": 33%
	età media collaboratori: 46 anni
	diplomati o laureati: 53%
	n. infortuni: 3 per un totale di giorni di infortunio 27 (-43,8% rispetto al 2020)
	n. ore formazione/anno: 1.030

Nel 2020 ci eravamo proposti di...
... promuovere il benessere dei collaboratori.

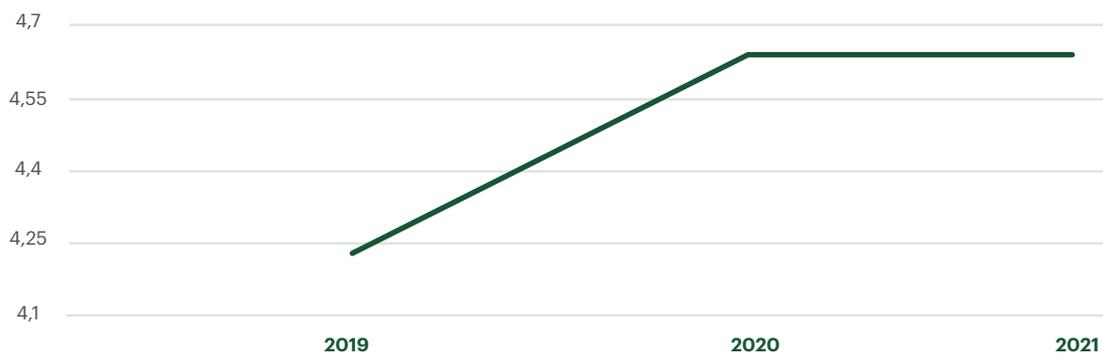
4.1 I collaboratori interni

Per Tonutti Tecniche Grafiche i collaboratori sono un capitale strategico su cui investire per assicurare, nel lungo termine, le competenze e le capacità necessarie per affrontare le sfide future e restare competitivi sul mercato. Questo obiettivo è perseguito sia attraverso attività di sviluppo e formazione rivolte ai dipendenti lungo tutto il percorso professionale, sia adottando il metodo Lean che incoraggia e caldeggia piccoli miglioramenti da ricercarsi giorno dopo giorno, in maniera continua.

In quest'ottica, obiettivi e strategie aziendali vengono costantemente condivisi con i collaboratori interni, attraverso il coinvolgimento dei referenti di ogni area dell'organizzazione, in riunioni che si tengono ogni giorno, alle 9.00 e alle 16.45 per organizzare il lavoro della giornata e fare il punto della situazione (obiettivi-verifica). Periodicamente vengono poi effettuate delle riunioni con il team commerciale.

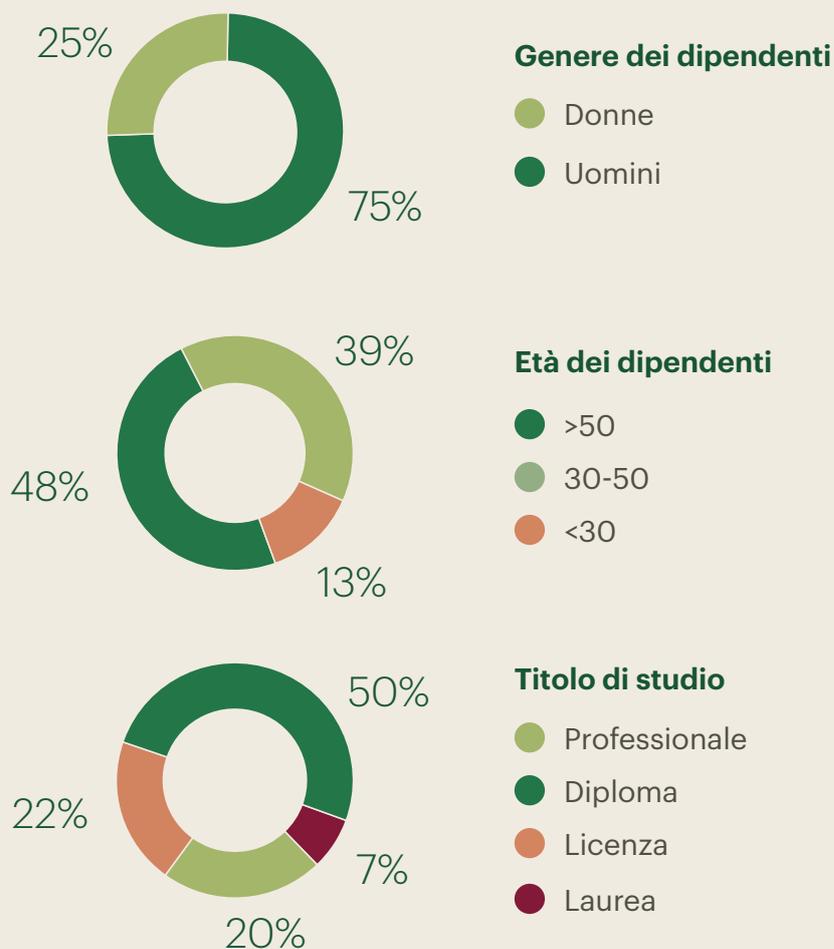
Il coinvolgimento attivo di tutti i dipendenti attraverso una gestione trasparente, equa e meritocratica ha favorito un ambiente di lavoro positivo in cui ogni persona è motivata a contribuire attivamente alla realizzazione della strategia aziendale, tanto che l'Indice di Rendimento del Personale continua ad essere molto alto.

Indice Rendimento del personale



L'indice espone la produttività del personale, misurata nel rapporto tra ricavi netti e costo del personale.

Alla fine del 2021 risultano occupate in Tonutti Tecniche Grafiche **107 persone**, tutte dipendenti. La maggior parte dei dipendenti è costituito da personale con più di 30 anni, di genere maschile e con un titolo di studio medio alto. Il 99% dei collaboratori è di nazionalità italiana e residente in provincia di Udine.



La diversità generazionale che caratterizza il capitale umano dell'azienda favorisce lo scambio di esperienze e competenze tra i più giovani, portatori di innovazioni e i collaboratori più anziani, detentori delle competenze operative.

Tra i collaboratori di Tonutti Tecniche Grafiche sono presenti anche 7 lavoratori appartenenti a categorie protette che rappresentano il 6% degli occupati.

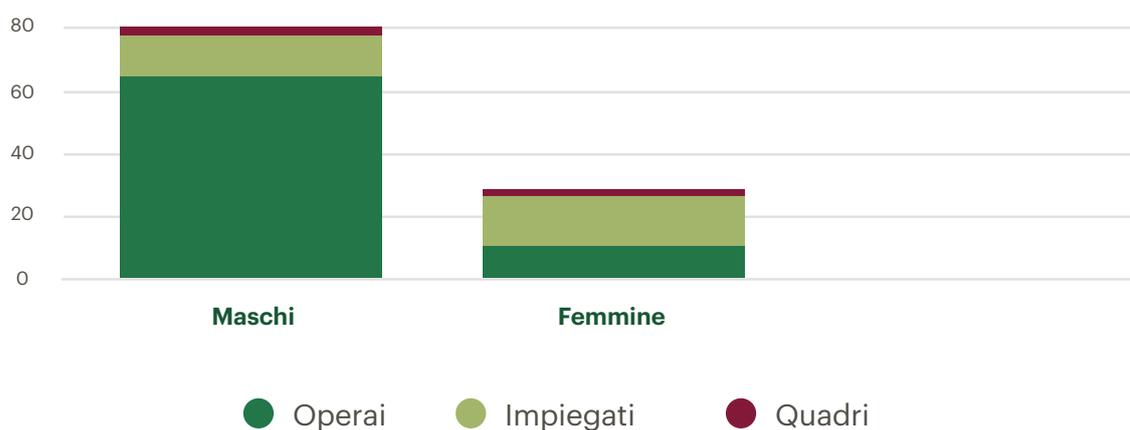
Collocazione professionale dei dipendenti

È possibile suddividere i dipendenti dell'azienda nelle seguenti categorie professionali:

- **Quadri**
- **Impiegati**
- **Operai**

Segmentando i dipendenti in base ai profili professionali, l'organizzazione risulta così composta:

	Maschi	Femmine
Operai	63	9
Impiegati	13	16
Quadri	4	2



Correlando i dati di genere con quelli relativi alle categorie professionali, si può notare come, il consistente divario tra la presenza di personale maschile e femminile si appiana nei livelli di inquadramento più elevati.

Nello specifico si evidenzia che le funzioni Amministrazione, Risorse Umane, Controllo di Gestione, Marketing, Commerciale, Spedizioni sono coordinate da donne.

Politiche occupazionali e turn over

L'azienda applica il Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro per le Aziende Grafiche e Affini, che copre tutti. Nel perseguire la sua mission aziendale Tonutti si è sempre prefigurata di creare posti di lavoro stabili per sostenere il benessere e lo sviluppo del territorio. L'assunzione di nuovi collaboratori viene quindi realizzata evitando il più possibile di utilizzare personale in somministrazione, per privilegiare invece l'assunzione diretta, utilizzando correttamente le diverse tipologie di contratti che la legislazione prevede. Da consuetudine viene proposta inizialmente un'assunzione a tempo determinato, finalizzata a formare la persona e a valutare reciprocamente se vi sia una corrispondenza di valori e obiettivi, per poi procedere con l'assunzione a tempo indeterminato. Per tutti i dipendenti viene applicato il Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro per le Aziende Grafiche e Affini.

Al 31/12/2021 il 96% dei dipendenti è assunto con contratto a tempo indeterminato e il 97% è a tempo pieno. I contratti a tempo determinato riguardano solo personale maschile mentre i part-time sono utilizzati da collaboratrici.

	Maschi	Femmine
T. Indeterm. - Full Time	76	24
T. Indeterm. - PartTime	0	3
T. Determ. - Full Time	4	0
T. Determ. - Part Time	0	0

Nel 2021 si sono registrate 8 assunzioni e solo 1 cessazione di contratto, con un indice di turnover del 8%, in calo rispetto all'anno precedente e soprattutto si registra un tasso di compensazione di 800 punti.

Tasso di Turnover

	2019	2020	2021
Tasso di Turnover	19%	21%	8%

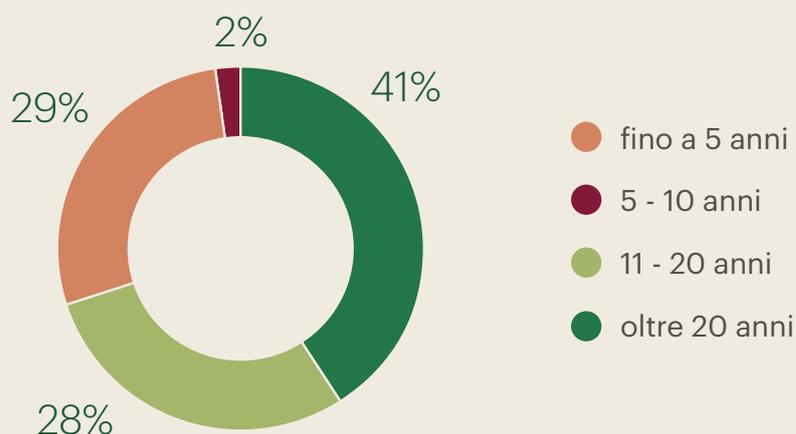
Tasso di Turnover per genere

	2019	2020	2021
Femmine	4%	5%	0%
Maschi	15%	16%	8%

Tasso di compensazione del turnover: se maggiore di 100 indica che c'è stato un ampliamento dell'organico dell'azienda, se è minore di 100 l'organico ha subito una contrazione.

Gli sforzi profusi dall'azienda per assicurare una stabilità lavorativa ai propri dipendenti sono stati ricompensati con ottimi risultati: ben il 41% dei collaboratori è in azienda da più di 20 anni.

Anzianità aziendale



Formazione

Tonutti Tecniche Grafiche gestisce le competenze attraverso politiche, processi e sistemi omogenei per tutta l'azienda, con l'obiettivo di migliorare la conoscenza del capitale umano, accrescerne le competenze e valorizzare il potenziale e il talento.

A partire da un percorso di formazione interna permanente che sostiene l'implementazione del metodo Lean in azienda anche attraverso lo "Sviluppo delle competenze" dei collaboratori, vengono poi programmati importanti investimenti in percorsi formativi esterni che consentono al dipendente di crescere sia professionalmente che dal punto di vista motivazionale.

Il percorso formativo interno, inserito in un contesto di Academy, si articola in incontri settimanali guidati da un consulente esperto. Dopo una prima parte di corso dedicata ad acquisire abilità di base legate al metodo Lean, per ogni collaboratore viene redatta una skill map relativa alle sue competenze, tramite cui viene definito un programma di miglioramento da realizzare anche con i corsi esterni.

In questo secondo iter formativo, il coaching è portato avanti dal “Gruppo Miglioramenti”: personale interno dell’azienda, debitamente formato per essere in grado di comunicare quanto appreso in maniera chiara ed efficace, secondo una modalità univoca e condivisa.

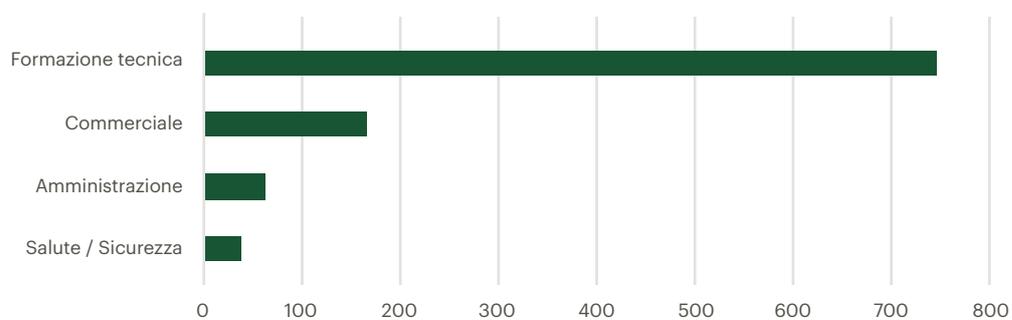
La ricaduta personale degli operatori coinvolti nel programma è un notevole incremento motivazionale e un maggior senso di appartenenza al team con un notevole apporto individuale di proposte (per il miglioramento dell’operatività) e una rilevante capacità di problem solving.

Relativamente ai corsi di formazione esterni, nel corso del 2021 Tonutti ha offerto ai propri collaboratori ben 1.030 ore di formazione, di cui il 96% (984 ore) relative a corsi non obbligatori per legge.

In particolare, più di 730 ore sono state dedicate alla formazione tecnica degli operai, in piena coerenza con l’attenzione posta all’innovazione e al costante aggiornamento delle tecniche di lavoro.

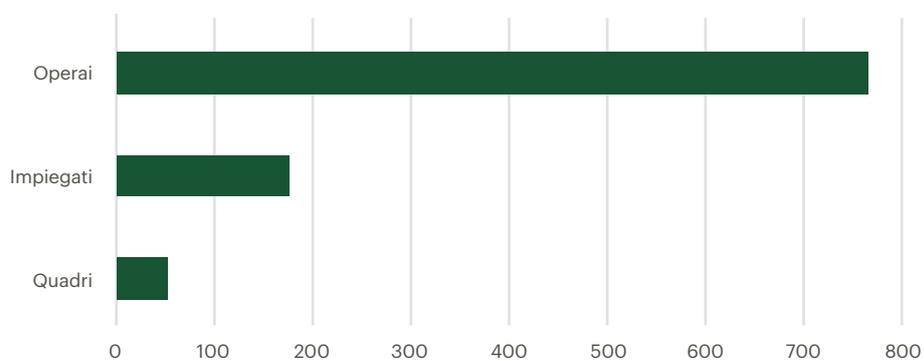


Ore di formazione dei dipendenti suddivise per area tematica



La categoria degli operai è anche quella che ha beneficiato del maggior numero di ore di formazione in assoluto.

Ore di formazione annue per categoria professionale



I principali risultati degli investimenti in formazione sono stati:

- miglioramento delle condizioni di lavoro di tutti gli operatori (grazie alla definizione di standard di lavoro precisi, al supporto tecnico di un team, alla migliore distribuzione dei carichi);
- semplificazione delle attività con migliore utilizzo delle professionalità acquisite;
- possibilità di potenziare la propria professionalità;
- miglioramento della produttività con conseguente riduzione dei turni notturni e delle richieste di straordinario;
- miglioramento dei tempi di consegna ai clienti con loro maggiore soddisfazione e fidelizzazione.

Inoltre, grazie alla formalizzazione delle skill map di tutti i collaboratori, l'azienda è in grado di valorizzare al massimo tali competenze e, in caso di bisogno, di riorganizzare facilmente le mansioni assegnate, aspetto che si è rivelato particolarmente utile con gli elevati tassi di assenza legati alla pandemia, permettendo di non interrompere mai la produzione.

Salute e sicurezza sul luogo di lavoro

Tonutti Tecniche Grafiche è particolarmente sensibile alle tematiche della salute e della sicurezza sul luogo di lavoro. L'azienda, nel 2018, è stata tragicamente colpita dalla morte di un suo collaboratore a causa di un incidente sul lavoro. Questo dramma, avvenuto nonostante il costante impegno dell'azienda nel garantire la più completa tutela della salute e della sicurezza negli ambienti di lavoro, ha portato a investire in queste tematiche in modo ulteriore e consistente.

Diffondere una cultura della salute e della sicurezza, sviluppando tra i propri soci, dipendenti e collaboratori la consapevolezza della gestione dei rischi, promuovendo comportamenti responsabili e mettendo in atto una serie di azioni preventive per salvaguardare la salute, la sicurezza e l'incolumità di tutto il personale è diventato un aspetto prioritario nella gestione dell'azienda.

Tale impegno è declinato nello "Statuto Prevenzionistico", uno strumento ideato e realizzato dalla Direzione per informare i dipendenti sulle modalità organizzative che regolano le attività lavorative, al fine di raggiungere il risultato della prevenzione e gli obiettivi ed i traguardi indicati nella Politica di salute e sicurezza aziendale.

Tra le azioni messe in atto ricordiamo:

- limitazione dell'uso di carrelli elevatori solo a casi di estrema necessità;
- istituzione di un ODV – Organismo di vigilanza che monitora la situazione e la corretta gestione dei rischi;
- miglioramento della movimentazione dei carichi;
- promozione di canali bottom up per segnalare eventuali rischi agli RSPP, così da sviluppare protocolli ancora più efficienti. Ci sono molti più preposti di quanto richiesto dalla legge, formati in Primo Soccorso ed anti incendio.

Azioni di prevenzione contro il Covid-19

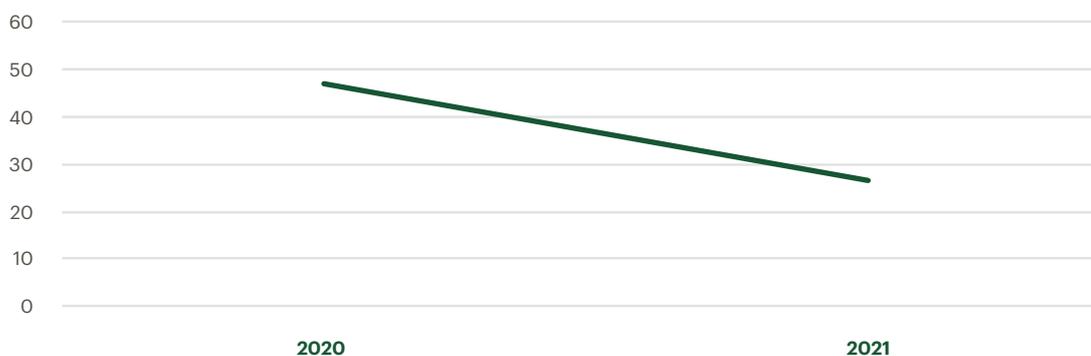
Di fronte alla crisi sanitaria dovuta al Covid-19 che ha caratterizzato il biennio 2020-2021, e che ancora perdura, Tonutti Tecniche Grafiche ha messo in atto varie azioni di prevenzione e protezione della salute dei collaboratori:

- si è costituito il Comitato Covid-19 per il monitoraggio e la verifica di tutte le procedure assoggettate ai decreti che riguardano la materia;
- sono stati installati, agli ingressi principali, i termoscanner per la rilevazione della temperatura corporea;
- è stato introdotto lo smart-working a rotazione e in azienda sono stati ridistribuiti gli spazi per poter lavorare con il corretto distanziamento;
- sono stati effettuati più volte dei cicli di monitoraggio (tamponi) dell'infezione da Covid-19 per eventuali tracciamenti di positività.

Le attività di monitoraggio delle situazioni di pericolo e di sensibilizzazione dei dipendenti nell'adottare procedure di lavoro sicure e nell'utilizzare correttamente i DPI (Dispositivi di Protezione Individuali) hanno dato ottimi risultati, facendo registrare nel 2021 solo tre infortuni di modesta entità che hanno prodotto un numero di giorni di assenza quasi dimezzato rispetto all'anno precedente. Non vi sono stati casi di malattia professionale.

	N° infortuni	N° Malattie professionali
2021	3	0

Giorni di infortunio



Welfare aziendale

L'attenzione verso le persone si concretizza inoltre nella ricerca di soluzioni volte a migliorare il benessere dei dipendenti e a favorire il bilanciamento tra vita privata e impegno lavorativo:

- sono state introdotte strutture ergonomiche per ridurre al massimo la fatica fisica, salvaguardando la salute dei collaboratori;
- sono state allestite diverse aree ristoro dedicate ai collaboratori, attrezzate anche con frigo e angolo cottura;
- nel tempo, gli orari sono stati modificati in risposta alle diverse necessità emerse, riducendo la pausa pranzo, anticipando l'uscita pomeridiana e limitando i turni notturni;
- è da sempre presente una grande attenzione alle esigenze dei collaboratori, con l'applicazione di orari flessibili e misure di smart working, potenziate a seguito dell'emergenza pandemica;
- è stata rinnovata l'assicurazione a favore dei dipendenti, per la copertura di eventuali spese in caso di ricovero a causa del Covid19;
- è stato introdotto un incentivo economico per i collaboratori che avanzano proposte, utili a migliorare l'attività, che vengano ritenute valide e applicabili (per incentivare nei collaboratori una logica di lavoro di squadra e di condivisione delle responsabilità).

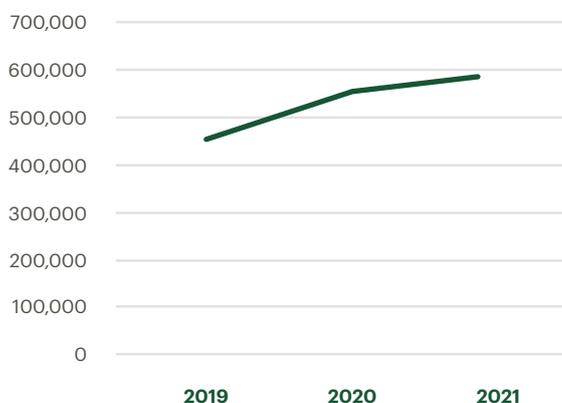
4.2 I clienti

Dai piccoli produttori locali, alle cantine più prestigiose fino alle multinazionali, "ogni cliente sa di poter trovare nella Tonutti Tecniche Grafiche un interlocutore capace di rispondere ai propri bisogni, di risolvere eventuali problematiche e di trovare soluzioni alternative estremamente creative." La Repubblica - Focus: Eccellenze Italiane (14 Giugno 2021/in Press Review).

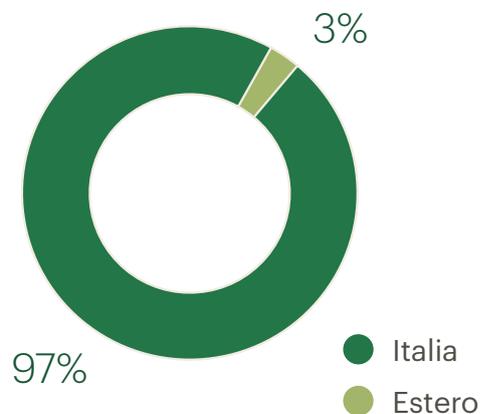
Importanti aziende del settore vitivinicolo e del beverage in generale, del food e della cosmetica si affidano all'esperienza di Tonutti Tecniche Grafiche per il labelling dei loro prodotti.

Nel 2021, pur registrando una costante crescita dei clienti all'estero, si evidenzia ancora il peso preponderante del mercato interno.

Crescita del mercato estero



Incidenza sul fatturato 2021



Nel corso dell'anno è stata anche effettuata un'approfondita analisi di mercato per comprendere verso quali mercati strategici indirizzare le proprie forze nel prossimo triennio, dalla quale sono emerse le aree target a livello nazionale e internazionale. La scelta delle zone è avvenuta considerando le variabili di prossimità territoriale e presenza (anche indiretta) sul territorio. La ricerca di nuovi clienti in questo settore è importante anche per mantenere vitale il mercato delle etichette di alta qualità. Infatti l'andamento altalenante del settore Horeca (a causa del persistere di limitazioni dovute all'emergenza pandemica) ha fatto sì che numerosi operatori del mercato vitivinicolo si siano indirizzati in modo più consistente ai mercati della GDO e dell'e-commerce, che richiedono un prodotto dai costi più contenuti e che, di conseguenza, necessita di etichette meno pregiate.

L'attenzione al cliente come priorità

Tonutti Tecniche Grafiche collabora con i propri clienti a partire dalle prime fasi di ideazione del prodotto, per la definizione delle specifiche e dei requisiti, fino alla produzione finale e alla consegna, con l'obiettivo di ottimizzare tempi e costi.

La capacità di rispondere prontamente alle esigenze dei clienti e di contenere i costi riducendo gli sprechi si basa sulle prestazioni delle strutture produttive, grazie anche all'adozione del programma di Lean Transformation e, soprattutto, sulla professionalità dei collaboratori.

Ai clienti viene offerta anche la possibilità di assistere all'avviamento dei nuovi lavori per poter vedere il risultato finale in diretta ed eventualmente modificare ed implementare eventuali correzioni seduta stante, risparmiando tempo e risorse.

Nel corso del 2021, valutata la possibilità di una flessione negli incassi da parte di clienti coinvolti nel blocco delle loro attività produttive e commerciali a causa della situazione di incertezza esistente, l'azienda ha deciso di stipulare una copertura assicurativa per tutelarsi, che ha al contempo consentito di aumentare i giorni di dilazione commerciale ai propri clienti. Si è passati quindi da una dilazione di 54 giorni a una più che raddoppiata di 118 giorni.

Per monitorare le esigenze del mercato e trovare nuovi spunti di miglioramento, Tonutti Tecniche Grafiche propone periodicamente ai propri clienti dei questionari di Customer Satisfaction.

L'ultima indagine, realizzata tra settembre e ottobre 2020, ha preso in considerazione la loro soddisfazione rispetto a diversi aspetti.

Prodotto:

- Conformità aspetto grafico
- Facilità di utilizzo in etichettatura
- Qualità dei materiali utilizzati
- Conformità confezionamento-imballo

Consegna:

- Intervallo tra ordine e consegna
- Puntualità nelle consegne
- Completezza consegna

Prezzo:

- Competitività
- Termini di pagamento

Relazione:

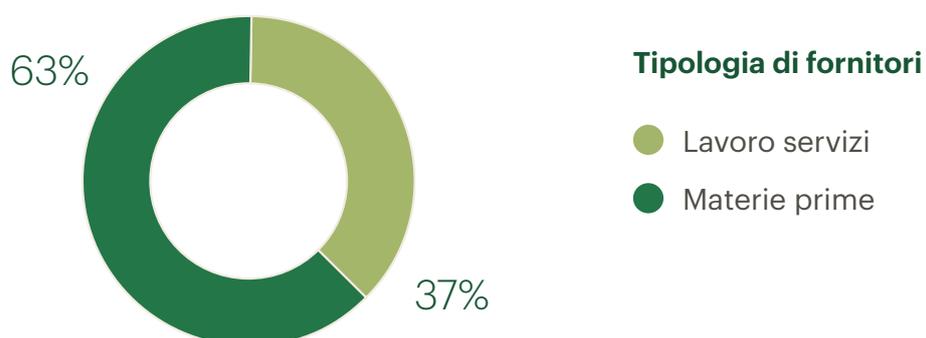
- Disponibilità e competenza commerciale
- Capacità di capire le esigenze del cliente
- Competenza e capacità tecnica
- Supporto tecnico post vendita e gestione reclami

Il punteggio di soddisfazione totale è stato dell'87% con un picco del 91% per quanto riguarda gli aspetti relazionali.

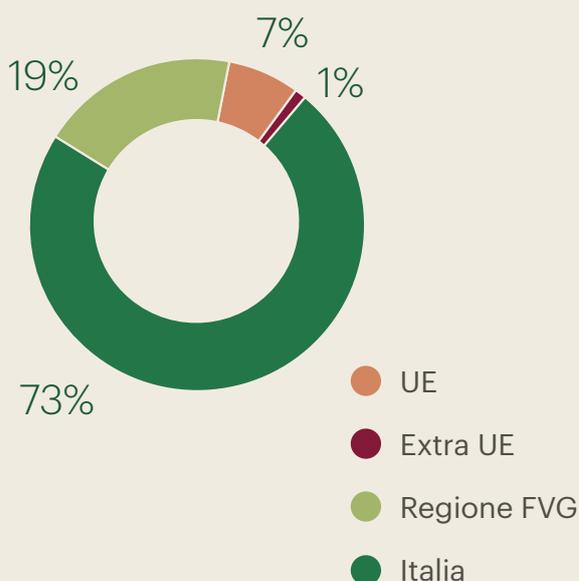
4.3 I fornitori

Nella persecuzione del proprio modello di business, l'obiettivo di Tonutti Tecniche Grafiche è di coinvolgere i propri fornitori anche nello sviluppare collaborazioni che si fondino su valori condivisi, soprattutto per quanto concerne i principi legati all'etica e alla sostenibilità.

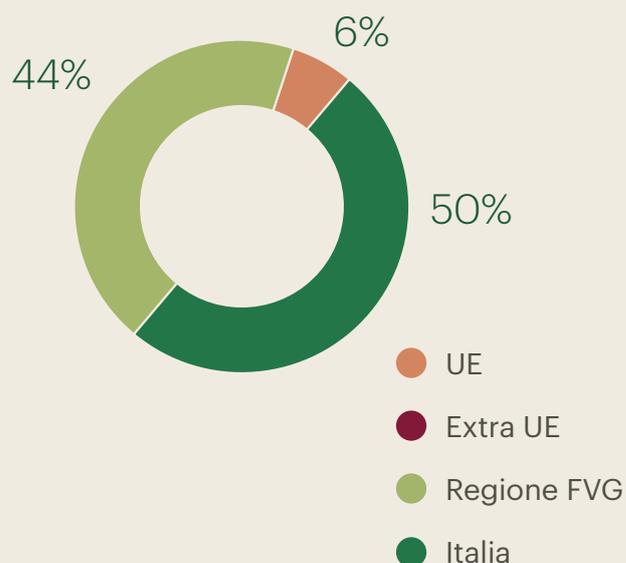
Proprio per riuscire a mantenere rapporti consolidati con le aziende della propria catena di fornitura e portare i rapporti di collaborazione a livelli di vere e proprie partnership, Tonutti si affida per oltre il 90% a fornitori italiani, sia per l'acquisto di materiali che di lavoro e servizi.



Provenienza fornitori materie prime



Provenienza fornitori lavori/servizi

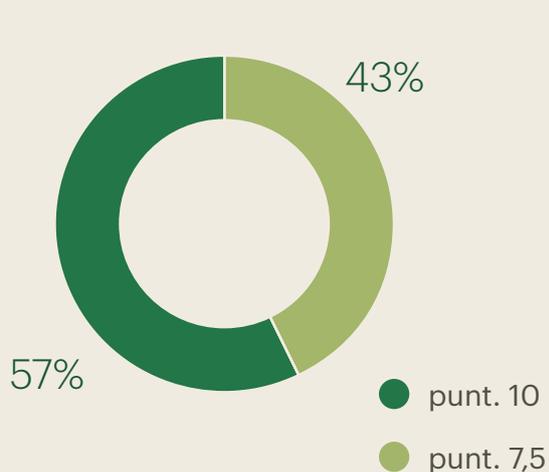


Questa strategia ha portato nel tempo ottimi risultati, tanto che la maggior parte dei fornitori collabora con Tonutti Tecniche Grafiche da più di 20 anni, condividendo, oltre alle tecnologie, anche quelle conoscenze e competenze che sono fondamentali per mantenere l'azienda ai massimi livelli di innovazione e in grado offrire ai propri clienti sempre la massima qualità.

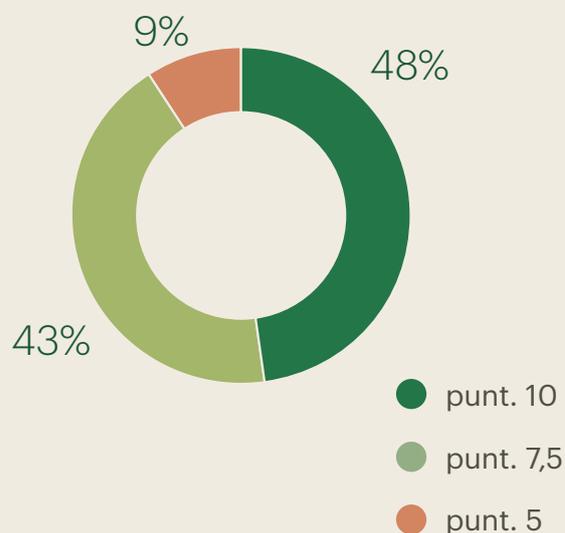
In quest'anno ancora molto complesso per le difficoltà di approvvigionamento di materie prime e per le relative speculazioni economiche è stato fondamentale poter contare su rapporti consolidati con i propri fornitori, in particolare per la ricerca di materiali green e di soluzioni di imballo a basso impatto ambientale indispensabili per soddisfare il bacino sempre più ampio di clienti che desiderano dotarsi di packaging sostenibili.

La soddisfazione per la qualità dei fornitori è stata manifestata anche dai clienti in occasione dell'indagine di customer satisfaction 2020: il voto medio attribuito alla qualità dei materiali utilizzati è stato 9, mentre la puntualità nelle consegne ha ricevuto un 8,5.

Soddisfazione clienti per la qualità dei materiali utilizzati



Soddisfazione clienti per la puntualità delle consegne



*Dobbiamo sempre agire al meglio delle nostre possibilità.
Questa è la nostra sacra responsabilità umana*
Albert Einstein

5.



I tratto distintivo
di Tonutti Tecniche Grafiche,
la responsabilità ambientale

5. Tonutti Tecniche Grafiche e la responsabilità ambientale

KPI Capitale Naturale	energia prodotta/valore produzione: 283 (kWh/1.000Euro)
	rifiuti prodotti/valore produzione: 62 (kg/1.000 Euro)
	consumi idrici/valore produzione: 0,16 (m3/1.000 Euro)
	emissioni prodotte (Scope1 e Scope 2)/valore della produzione: 72,5 (kg CO2/1.000 euro)
	emissioni prodotte (Scope 1 e Scope 2)/1.000 etichette: 0,85 kg CO2/1.000 etichette prodotte

Nel 2020 ci eravamo proposti di...

... Rendicontare i traguardi e porsi obiettivi ambiziosi.

L'innovazione e la circolarità di prodotto, così come la costruzione di filiere sostenibili, a partire dalla materia prima, sono priorità strategiche per Tonutti Tecniche Grafiche. L'analisi di materialità ha espresso in maniera netta come le dinamiche ambientali siano ritenute importanti, tanto per l'azienda quanto per i suoi stakeholder. L'intero mondo del packaging si sta orientando sempre più verso l'attenzione al ciclo di vita dei materiali impiegati e alle possibilità di riutilizzabilità/riciclabilità dopo l'utilizzo. Le etichette sono una componente dell'imballaggio e come tale sono sempre più attenzionate sotto questo profilo; questioni fra cui la tracciabilità della carta, l'impiego di soluzioni di stampa meno impattanti, l'efficienza nell'utilizzo dei fattori produttivi in ingresso (costi in termini di risorse ambientali e di energie spese per produrre il bene) sono aspetti sempre più richiesti dal mercato e

su cui le aziende del comparto si stanno posizionando in senso identitario. La strategia ambientale di Tonutti viene perseguita attraverso l'implementazione di sistemi di certificazione specifici di qualità e di prodotto/filiera - che attestano il raggiungimento e l'affinamento di precisi standard volontari asseverati da organizzazioni riconosciute - e l'adozione di pratiche informali, che possono essere ricondotte ad una prospettiva 3R (Reduce, Recycle, Reuse).

Il sistema di qualità aziendale - certificato ISO9001 - comprende una politica integrata qualità/sicurezza/ambiente che riconosce l'impegno dell'organizzazione, prevedendone l'estensione anche agli stakeholder rilevanti. L'attenzione agli impatti ambientali, inoltre, è parte del processo di *lean transformation* in cui Tonutti Tecniche Grafiche è impegnata, che incorpora la finalità di snellire i processi, ottimizzando l'impiego di risorse ed efficientandone l'uso.

Già nella prima edizione del Bilancio di Sostenibilità, erano state menzionate le iniziative adottate dall'impresa dal punto di vista dell'impegno ambientale, cercando di far emergere le pratiche in uso, di prodotto e processo, e la loro integrazione strategica di medio-lungo termine. Da quest'anno, oltre agli indicatori ambientali e di efficienza impiegati nella scorsa edizione, è stata introdotta una prima stima della *carbon footprint* di organizzazione, legata ai consumi energetici diretti e indiretti.

Nel presente Bilancio si approfondiranno le seguenti aree:

- **Certificazioni di sostenibilità ambientale**
- **Materiali impiegati e attenzione alla sostenibilità di prodotto**
- **Consumi energetici**
- **Consumi idrici**
- **Gestione dei rifiuti**
- **impronta carbonica di organizzazione (Scope 1 e Scope 2).**

Saranno individuati, laddove necessario, indicatori di efficienza, per monitorare l'intensità di impiego di risorse, quali indicatori di performance.

Certificazioni di sostenibilità ambientale

Tonutti Tecniche Grafiche Spa ha scelto di implementare e mantenere un sistema per il controllo della Catena di Custodia secondo lo standard FSC (Forest Stewardship Council), ottenendone la certificazione. FSC è il più riconosciuto standard internazionale che certifica la provenienza della carta impiegata e sottende un approccio alla gestione forestale responsabile e sostenibile.

A tal fine l'azienda si impegna a verificare la certificazione delle materie prime acquistate, qualificare fornitori e formare il personale coinvolto nel Sistema di gestione della Catena di Custodia. L'utilizzo di materia prima certificata FSC viene sempre incentivato, anche nei confronti dei clienti che non la richiedono espressamente.

Materiali impiegati e attenzione alla sostenibilità di prodotto

L'azienda si adopera costantemente per efficientare l'impiego di input, minimizzare l'impiego di materie non rinnovabili, valutare soluzioni ecologiche e promuovere pratiche di riuso.

Attraverso il lancio del brand "Tonutti Green", l'azienda sta fortemente puntando su prodotti in linea con le aspettative crescenti di un mercato sempre più attento alla sostenibilità.

L'etichetta può essere resa più "green" attraverso:

- **diminuzione del formato;**
- **riduzione dello spessore;**
- **riduzione dello spessore del liner (supporto siliconato su cui sono incollate le etichette prima di essere apposte su prodotti) o completa eliminazione dello stesso;**
- **valorizzazione di nobilitazioni eco-friendly (embossing, debossing, accoppiamento materiali...);**
- **scelta di materiali (carta, film adesivo, vernici...).**

Tonutti Tecniche Grafiche offre un servizio di consulenza sulla sostenibilità delle etichette ricercando le soluzioni migliori per i clienti, adottando gli accorgimenti appena descritti, con un occhio alle novità presenti sul mercato.

Dal punto di vista delle carte utilizzate, oltre quelle certificate FSC, l'azienda impiega anche carte prodotte con fibre riciclate post-consumer (parzialmente o integralmente) oppure realizzate con fibre alternative (cotone, bagasse, tessuto...).

Tonutti Tecniche Grafiche propone anche formule interessanti per la logistica dei propri prodotti, attraverso soluzioni che riducono i materiali da imballaggio, pur garantendo la sicurezza e l'integrità del prodotto in fase di trasporto.

Nella tabella seguente si riportano le quantità dei principali materiali utilizzati dall'azienda richiamando anche gli indicatori di efficienza, calcolati in rapporto al valore della produzione generato.

Materiali impiegati	2020		2021	
	Quantità	indicatore efficienza (quantità/valore della produzione*1.000)	Quantità	indicatore efficienza (quantità/valore della produzione*1.000)
carta autoadesiva e carta in foglio	738.822 kg	35,5 (kg/1.000Euro)	747.500 kg	34,7 (kg/1.000Euro)
film non adesivo	630.322 kg	30,3 (kg/1.000Euro)	636.110 kg	29,5 (kg/1.000Euro)
inchiostri	146.213 kg	7,02 (kg/1.000Euro)	149.600 kg	6,9 (kg/1.000Euro)
materiale per etichette a trasferimento termico	3.154.500 mq	151,5 (mq/1.000Euro)	3.080.750 mq	142,9 (mq/1.000Euro)

Gli indicatori di efficienza rapportano la quantità di materiale impiegato rispetto al valore totale della produzione (espresso in migliaia di Euro). Si nota un miglioramento rispetto a tutti gli indicatori di efficienza calcolati l'anno precedente. In particolare, si evidenzia uno scostamento importante per quanto riguarda il materiale per etichette a trasferimento termico.

Consumi energetici

I consumi energetici diretti dell'organizzazione derivano dall'impiego di energia elettrica acquistata dalla rete - utilizzata per il funzionamento dei macchinari e l'illuminazione dello stabilimento -, di gas naturale - per il riscaldamento degli ambienti ed il processo produttivo - e di gasolio, impiegato dai mezzi di proprietà aziendale. Dal 2019, Tonutti Tecniche Grafiche realizza audit energetici per monitorare le fonti di consumo energetico, verificare costi ed impatti e valutare possibilità di efficientamento.

In generale, l'azienda si impegna a adottare le best available technologies per l'industria grafica, efficienti nei consumi, meno impattanti dal punto di vista delle emissioni e capaci di sostenere l'eccellenza produttiva. Inoltre, valuta accorgimenti di efficientamento dei processi, anche dal punto di vista energetico: si pensi, ad esempio, all'impiego di lastre offset sviluppate direttamente in macchina (durante l'avviamento), con conseguente riduzione dei tempi e dei consumi. Di seguito sono riportati i consumi energetici totali dell'organizzazione, suddivisi in energia elettrica, gas naturale e gasolio per automezzi.

Energia consumata a livello di azienda	2020		2021	
		conversione in kWh		conversione in kWh
energia elettrica acquistata da rete (kWh)	3.382.545 kWh	3.382.545 kWh	3.362.750 kWh	3.362.750 kWh
gas naturale ³	249.329 m ³	2.423.478 kWh	264.441 m ³	2.570.367 kWh
gasolio ⁴	1.353 l	12.406 kWh	17.400 l	159.541 kWh
Consumi energetici totali (kWh)	5.818.429 kWh		6.092.658 kWh	
Indicatore efficienza (quantità/valore della produzione*1.000)	279 kWh/1.000 Euro		283 kWh/1.000 Euro	
Indicatore efficienza (quantità/numero etichette prodotte*1.000)	3,21 kWh/1.000 etichette prodotte		3,31 kWh/1.000 etichette prodotte	

³ la conversione del gas naturale in kWh è effettuata tenendo in considerazione il coefficiente di conversione 9,72 kWh/m³ gas naturale;

⁴ la conversione del gasolio in kWh è effettuata secondo il fattore di conversione 9,169 kWh/litro

I consumi energetici totali dell'anno 2021 sono stimati in 6,1 mln kWh. L'indice di efficienza – calcolato come rapporto tra consumi energetici totali e valore totale della produzione (espresso in migliaia di Euro) – è pari a 283 kWh/1.000 Euro, con un'efficienza leggermente inferiore all'anno precedente.

Per la prima edizione del bilancio, è stato calcolato l'indice di efficienza energetica anche con riferimento al numero di etichette prodotte; in questo caso c'è un lieve aumento di impiego d'energia a parità di output.

Consumi idrici

I consumi d'acqua aziendali derivano dall'uso della risorsa idrica per ragioni produttive e sanitarie. L'intero approvvigionamento avviene da acquedotto. Non si rilevano particolari criticità legate a scarichi idrici riconducibili derivanti dal processo produttivo. Le sospensioni acquose contenenti residui di inchiostri, risultanti da operazioni di lavaggio, sono gestite e smaltite da aziende specializzate.

Di seguito, si riportano i consumi d'acqua degli ultimi due anni.

Consumi idrici	2020	2021
Acqua prelevata (metri cubi)	4.403 m ³	3.529 m ³
Da acquedotto (%)	100%	100%
Indicatore efficienza (quantità/valore della produzione*1.000)	0,17 m ³ /1.000 Euro Valore della produzione	0,16 m ³ /1.000 Euro Valore della produzione

Gestione dei rifiuti

Il tema della gestione dei rifiuti è particolarmente importante per una realtà produttiva del settore tipografico. Il prodotto stesso - l'etichetta - può essere realizzato prendendo in considerazione l'intero ciclo di vita e optando per soluzioni che ne facilitino la riciclabilità, riducano l'impiego di materia prima e utilizzino materiali meno impattanti, diminuendo la quantità e l'impatto del rifiuto post consumo.

Tonutti Tecniche Grafiche lavora per ridurre il peso delle componenti dell'etichetta - peso frontale dell'adesivo e della pellicola protettiva - e di conseguenza del packaging per il cliente.

Quanto alle pratiche intra aziendali, sono adottate soluzioni di recupero di scarti di lavorazione e sfridi. I telai serigrafici, ricondizionati a seguito di operazioni di lavaggio dagli inchiostri, vengono riutilizzati, comprimendo anche in questo modo i rifiuti da materiali per la produzione.

L'inchiostro in esubero dalle operazioni di stampa viene riutilizzato per la produzione di nuovi inchiostri.

Per la consegna al cliente del prodotto finale, sono utilizzati degli appositi box, restituiti all'azienda dopo l'avvenuto trasporto, che consentono di limitare l'impiego di packaging secondario e terziario connesso alla logistica. Le principali tipologie di rifiuti non pericolosi (plastica, legno, cartone) vengono avviate a filiere di recupero con finalità di produzione di combustibile ad uso industriale, soprattutto all'estero.

Di seguito sono elencate le tipologie di rifiuto prodotte dall'azienda nel 2021, distinte per codice CER. Su un totale di 1,3 mil tonnellate di rifiuti, il 17% è composto da rifiuti industriali pericolosi, in particolare scarti di inchiostro, solventi e soluzioni, residui da operazioni di pulitura e lavaggio.

Viene nuovamente calcolato l'indice di efficienza, sempre in rapporto al Valore Totale della produzione; anche in questo caso, si evidenzia un incremento dell'efficienza rispetto all'anno precedente.

codice CER	Rifiuti prodotti	2020	2021
070213	Rifiuti plastici	-	3.573 kg
080120	Sospensioni acquose contenenti pitture e vernici, diverse da quelle di cui alla voce 08 01 19	1.520 kg	1.260 kg
080308	Rifiuti liquidi acquosi contenenti inchiostro	14.110 kg	9.650 kg
080312*	Scarti di inchiostro, contenenti sostanze pericolose	27.070 kg	36.728 kg
080313	Scarti di inchiostro, diversi da quelli di cui alla voce 08 03 12*	-	3.154 kg
090102*	Soluzioni di sviluppo per lastre offset a base acquosa	1.110 kg	1.010 kg
090105*	Soluzioni di lavaggio e soluzioni di arresto-fissaggio	349.730 kg	167.690 kg
090108	Carta e pellicole per fotografia, non contenenti argento o composti dell'argento	5.220 kg	990 kg
140603*	Altri solventi e miscele di solventi	690 kg	1.117 kg
150102	Imballaggi in plastica	44.520 kg	23.060 kg
150103	Imballaggi in legno	71.760 kg	68.930 kg
150106	Imballaggi in materiali misti	895.490 kg	963.900 kg
150110*	Imballaggi contenenti residui di sostanze pericolose o contaminati da tali sostanze	29.770 kg	26.042 kg
150203	Assorbenti materiali filtranti inclusi stracci e indumenti protettivi, diversi da quelli di cui alla voce 15 02 02*	-	354 kg
160213*	Apparecchiature fuori uso, contenenti componenti pericolosi diversi da quelli di cui alle voci da 16 02 09 a 16 02 12	-	31 kg
160214	Apparecchiature fuori uso, diverse da quelle di cui alle voci da 16 02 09 a 16 02 13	-	656 kg
160216	Componenti rimossi da apparecchiature fuori uso, diversi da quelli di cui alla voce 16 02 15	56 kg	60 kg
161003*	Concentrati acquosi, contenenti sostanze pericolose	3.230 kg	1.040 kg
170401	Rame bronzo ottone	-	1.412 kg
170402	Alluminio	-	2.040 kg
170405	Ferro e acciaio	-	19.570 kg
170407	Metalli misti	2.520 kg	-
170411	Cavi diversi da quelli di cui alla voce 17 04 10	-	330 kg
170904	Rifiuti misti da costruzione	-	2.840 kg
200121*	Tubi fluorescenti ed altri rifiuti contenenti mercurio	-	77 kg
200304	Fanghi delle fosse settiche	-	730 kg
	TOTALE	1.446.796 kg	1.336.244 kg
	di cui rifiuti pericolosi (%)	28%	17%
	di cui rifiuti non pericolosi (%)	72%	83%
	Indice di efficienza (quantità/valore della produzione*1000)	69,5 (kg/1.000 Euro)	62 (kg/1.000 Euro)
	Indice di efficienza (quantità/numero di etichette prodotte*1000)	0,8 kWh/1.000 etichette	0,73 kWh/1.000 etichette

Emissioni di CO₂

Per il primo anno, con il presente bilancio di sostenibilità, Tonutti Tecniche Grafiche realizza una prima stima delle emissioni di CO₂, ovvero dell'impronta carbonica (carbon footprint) aziendale.

L'attività di ogni azienda, di ogni organizzazione, genera emissioni di CO₂, responsabili dell'effetto serra e del cambiamento climatico. Queste derivano, in prima analisi dalle emissioni dirette dell'organizzazione (principalmente attraverso la combustione di input fossili) e dalle emissioni indirette, ovvero dall'approvvigionamento energetico. In questo bilancio, Tonutti Tecniche Grafiche si sofferma sulla stima puntuale della sua carbon footprint risultante da emissioni dirette e indirette – essenzialmente di fonte energetica - senza considerare l'impatto della filiera produttiva.

In questo senso, l'azienda monitora le emissioni di CO₂ di tipo:

- **Scope 1 – emissioni dirette: si tratta di emissioni che derivano dal consumo di combustibili fossili attraverso impianti o mezzi di proprietà o controllati dell'organizzazione;**
- **Scope 2 – emissioni indirette dell'azienda: si tratta di emissioni che derivano dal consumo di combustibili fossili per l'energia acquistata e consumata dall'organizzazione.**

Di seguito si riporta la stima dell'impronta carbonica di organizzazione (Scope 1 e Scope 2) e si calcolano alcuni indicatori di efficienza.

Le emissioni totali crescono per effetto della maggior attività produttiva rispetto all'anno precedente. Si registra una minima perdita di efficienza dal punto di vista delle emissioni di CO₂. Va rilevato che entrambi gli indici di efficienza presentano degli andamenti in lieve aumento (incremento medio del 1,87%) a fronte, però, di un incremento delle emissioni totali del 4,4%.

Emissioni di CO₂	2020	2021
Emissioni Scope 1	495 ton	567 ton
Emissioni Scope 2	1.001 ton	995 ton
Emissioni totali	1.496 ton	1.562 ton
Indicatore efficienza (quantità/ valore della produzione*1.000)	71,9 kg CO2/1.000 euro Valore produzione	72,5 kg CO2/1.000 euro Valore produzione
Indicatore efficienza (quantità/ numero etichette prodotte*1.000)	0,83 kg CO2/1.000 etichette prodotte	0,85 kg CO2/1.000 etichette prodotte

*Nessun uomo è un'isola,
completo in se stesso.
Ogni uomo è un pezzo del continente,
una parte del tutto.*
John Donne

6.



Il valore delle relazioni

6. Il valore delle relazioni

KPI Capitale Relazionale	n. Fiere: 2
	n. progetti con Terzo Settore: 4
	n. collaborazioni scuole/università: 3
	n. articoli rassegna stampa: 19
	n. associazioni di categoria/enti professionali di settore/consorzi: 8



Nel 2020 ci eravamo proposti di...
... Affermare il ruolo di Tonutti
in ottica di responsabilità Sociale di Territorio.

6.1 Stakeholder engagement

Come enuncia il suo claim, Tonutti Tecniche Grafiche si propone di dare vita a molto più di un'etichetta.

Persegue questo obiettivo tramite la creazione di partnership sinergiche con i propri stakeholder, che possano portare Valore Aggiunto agli stessi, al team e al territorio. Al fine di curare le proprie relazioni – asset strategici del proprio operato, Tonutti Tecniche Grafiche innesca costantemente processi di coinvolgimento, creando connessioni di Valore ed alimentando una comunità viva e dinamica. Di seguito, si è cercato di delineare le modalità tramite cui l'azienda si relaziona quotidianamente nel proprio operato con i propri interlocutori.

Stakeholder	Argomenti chiave	Principali iniziative di dialogo
Collaboratori	<ul style="list-style-type: none"> • Lean Management e Miglioramento Continuo • Sviluppo e tutela del capitale umano • Welfare aziendale • Salute e sicurezza sul lavoro • Efficientamento dei processi 	<ul style="list-style-type: none"> • Confronti di gruppo per impostare processi di miglioramento continuo in ottica lean • TTG – Notiziario di Tonutti Tecniche Grafiche • Pubblicazione in tempo reale di obiettivi e dati di produzione • Due incontri quotidiani di aggiornamento tra diversi reparti • Momenti di formazione • Raccolta necessità per impostare flessibilità oraria • Raccolta di segnalazioni bottom-up, tramite “cassetta dei suggerimenti”, incentivata da premio economico

Stakeholder	Argomenti chiave	Principali iniziative di dialogo
Collaboratori	<ul style="list-style-type: none"> • Lean Management e Miglioramento Continuo • Sviluppo e tutela del capitale umano • Welfare aziendale • Salute e sicurezza sul lavoro • Efficientamento dei processi 	<ul style="list-style-type: none"> • Confronti di gruppo per impostare processi di miglioramento continuo in ottica lean • TTG – Notiziario di Tonutti Tecniche Grafiche • Pubblicazione in tempo reale di obiettivi e dati di produzione • Due incontri quotidiani di aggiornamento tra diversi reparti • Momenti di formazione • Raccolta necessità per impostare flessibilità oraria • Raccolta di segnalazioni bottom-up, tramite “cassetta dei suggerimenti”, incentivata da premio economico
Clienti	<ul style="list-style-type: none"> • Sicurezza e tracciabilità dei prodotti • Soddisfazione • Innovazione e qualità • Conformità alle leggi • Certificazioni 	<ul style="list-style-type: none"> • Ascolto diretto e consulenza tecnica • Visite aziendali e confronto in tutte le fasi di produzione • Raccolta e fornitura di informazioni circa le performance ambientali del prodotto • Assistenza pre e post produzione • Focus Group • Informazione tramite canali digitali e social • Attività condivisa di ricerca e innovazione • Realizzazione progetti innovativi (Innovation Act) • Bilancio Sociale
Fornitori	<ul style="list-style-type: none"> • Qualità e sicurezza della materia prima • Gestione sostenibile della catena di fornitura • Valutazione dei fornitori • Fornitori locali • Economia circolare 	<ul style="list-style-type: none"> • Attività di verifica sui fornitori • Visite periodiche e incontri • Costruzione di partnership per il miglioramento della qualità • Confronti per l’implementazione del servizio in ottica di economia circolare • Tonutti Label Tour • Bilancio Sociale
Comunità e territorio	<ul style="list-style-type: none"> • Supporto ad associazioni locali • Educazione • Trasparenza verso i media e la collettività • Ricerca e sviluppo 	<ul style="list-style-type: none"> • Progetti di collaborazione e supporto ad enti del terzo settore. • Progetti con enti universitari e scuole • Partecipazione a convegni, eventi, tavoli istituzionali e tematici • Comunicazione esterna: stampa, sito e Social network • Partecipazione a progetti, bandi o ricerche • Bilancio Sociale
Ambiente	<ul style="list-style-type: none"> • Gestione dei rifiuti, riciclo e riduzione sprechi • Emissioni, Acqua, Energia • Processo di produzione • Consumo consapevole delle materie prime • Packaging 	<ul style="list-style-type: none"> • Progetti interni di implementazioni performance ambientali • Gruppi di Lavoro per certificazioni ambientali • Realizzazione Etichette GREEN • Promozione e divulgazione di tematiche ambientali • Bilancio Sociale

Lo stakeholder chiave, il cuore pulsante dell'azienda, è la compagine di collaboratori.

Come si evince dalla tabella, il loro coinvolgimento viene perseguito in molteplici modi, tramite canali di comunicazione e occasioni di incontro quotidiane.

Nel 2021, al fine di implementare ulteriormente l'allineamento dei collaboratori alle attività dell'azienda, è stato istituito il **TTG, il TG di Tonutti Tecniche Grafiche**, un format settimanale dedicato a riassumere e raccontare a tutti i collaboratori di tutti i reparti i fatti salienti della settimana, in termini di attività interne, obiettivi raggiunti, problematiche e attività esterne.

La comunicazione non è però univoca: il ruolo dei collaboratori che, grazie all'approccio Lean, operano in una dimensione di squadra, è determinante. Le responsabilità sono condivise così come le loro proposte di cambiamento che, se ritenute valide e applicabili, vengono valorizzate con un incentivo economico.

L'insieme di stakeholder primari dell'azienda, si compone anche di fornitori, clienti e studi grafici: la relazione con loro è alimentata da incontri periodici, finalizzati a confronti strategici ed aggiornamenti continui.

Nel 2021 l'azienda ha lanciato un format unico per alimentare la relazione con i suoi stakeholder chiave, clienti, studi grafici e fornitori – attuali e potenziali - nei vari territori: il Tonutti Label Tour, una fiera itinerante degli operatori del packaging a tappe sul territorio nazionale.

La prima tappa, realizzata in collaborazione con prestigiosi brand del settore, si è tenuta presso le Cantine Florio a Marsala, in Sicilia. È stata un'occasione unica per relazionarsi di persona con produttori vitivinicoli e studi grafici della regione, dando visibilità ai progetti più significativi e portando testimonianze accademiche sul wine packaging.



Un'altra importante occasione per confrontarsi con i propri stakeholder, alimentando nuove relazioni e valorizzando i prodotti di Tonutti Tecniche Grafiche, è stata la partecipazione alla **Fiera del Packaging di lusso, il Luxepack Montecarlo**.

Le fiere sono modalità uniche per farsi conoscere, incontrare potenziali clienti, fornitori e partner e, soprattutto, dare visibilità alle proprie creazioni ed al proprio know how. Di seguito, qualche numero, per capire la potenza relazionale di questo format.



28 ottobre 2021

Tonutti Label Tour Tappa Zero
CANTINE FLORIO

62

cantine coinvolte

14

agenzie grafiche coinvolte

27-28-29 settembre 2021

Luxepack Montecarlo
Fiera del Packaging

23

Studi Grafici intercettati

37

Brand Owner intercettati

5

Stampatori intercettati

6.2 La Comunicazione esterna

Il 2021 è stato un anno chiave nella definizione della strategia comunicativa di Tonutti Tecniche Grafiche.

La nuova identità aziendale – rielaborata a partire da un percorso di consapevolezza e condivisione interna – è stata il fulcro di tale strategia. L'obiettivo è stato quello di raccontare agli stakeholder la ridefinizione del logo aziendale e del claim, permettendo loro di entrare nel nuovo mondo di Tonutti Tecniche Grafiche, un mondo focalizzato su innovazione e sostenibilità.

Queste dimensioni si sono esplicitate nella definizione di tre loghi differenti e altrettanti materiali comunicativi, per dare spazio a tre aspetti diversi e complementari di Tonutti Tecniche Grafiche.

Oltre al marchio corporate, sono quindi nati:

- **Tonutti green**, per identificare tutte le azioni «Tonutti-sostenibili». Il marchio è accompagnato dal claim, SOUSTAINLABELITY, neologismo che coniuga i concetti di sostenibilità e labelling;
- **Tonutti Innovation Act**, per definire tutte le azioni di innovazione in termini di prodotto.



TONUTTI

MORE THAN LABELS



TONUTTI GREEN

SOUSTAINLABELITY



TONUTTI

INNOVATION ACT

Per un'azienda innovativa e aperta al palcoscenico economico internazionale come Tonutti Tecniche Grafiche, si rende strategico aprirsi all'esterno tramite una moltitudine di canali, online e offline.

Nel 2021, il sito www.grafiche-tonutti.it - vetrina virtuale dell'azienda, ha ospitato ben 4.105 utenti, con 14.778 visualizzazioni. La spinta al miglioramento continuo, anche in ottica comunicativa, si è tradotta, a dicembre 2021, nel lancio del nuovo sito di Tonutti Tecniche Grafiche: una piattaforma dinamica, tradotta in inglese e francese e costantemente aggiornata, che valorizza in maniera visuale l'approccio alla sostenibilità e all'innovazione dell'azienda.

La comunicazione visuale è rafforzata dalla presenza di un canale aziendale YouTube, contenitore di progetti di co-marketing realizzati con clienti e/o studi grafici, nonché di alcuni video relativi alla rubrica Tonutti Team, format che valorizza i collaboratori dell'azienda.

- **14 video pubblicati**
- **2689 visualizzazioni totali**

La strategia comunicativa di Tonutti Tecniche Grafiche nel 2021 ha portato alla definizione di pubblicazioni sistematiche sui canali social aziendali, che hanno ampliato il raggio di awareness dell'azienda e la community di riferimento in modo esponenziale.

Anno 2021	N° Post Pubblicati	N° Follower	N° Follower rispetto a dicembre 2020
Facebook	88	307	+ 44,95
Instagram	91	215	+ 77,54
LinkedIn	74	733	+ 41,32

Si sottolinea come i risultati ottenuti siano frutto di attività organiche, non a pagamento.

Non solo social: le diverse attività portate avanti nell'ultimo anno hanno incrementato la brand reputation dell'azienda attirando anche l'attenzione di numerosi media tradizionali, locali e nazionali.

Sono ben **19 gli articoli in cui viene citata l'azienda**, pubblicati su stampa locale e nazionale. Di questi, 11 su riviste di settore e 8 sui periodici generalisti.

Infine, per alimentare la capacità comunicativa e relazionale, ogni anno l'azienda realizza internamente un calendario che viene regalato a tutti gli stakeholder, con un occhio di riguardo alla sostenibilità sia nell'elaborazione che nel packaging. Un modo semplice ed efficace per esprimere il know how creativo e tecnico, dando al contempo visibilità all'approccio sostenibile di Tonutti Tecniche Grafiche.



6.3 Oltre all'etichetta: la comunità

Oltre alla community Social, il mondo di Tonutti Tecniche Grafiche si alimenta tramite la relazione continua con la comunità locale e non solo.

La condivisione è alla base dell'operato dell'azienda, che ritiene importante aprirsi al dialogo e raccontare la propria storia, così da ampliare la conoscenza del settore ed essere d'ispirazione.

Una delle modalità tramite cui l'azienda testimonia i propri traguardi è la collaborazione con enti di formazione locali: in queste occasioni d'incontro, Tonutti Tecniche Grafiche si fa portatrice di un dialogo intergenerazionale teso a far comprendere il mondo dell'etichettatura a 360°, mettendosi in gioco e portando voci ed esperienze dirette su un settore spesso poco conosciuto.

Nel 2021, l'azienda ha portato la propria testimonianza agli studenti di diversi enti di formazione:

- IED Istituto Europeo di Design, Venezia
- Istituto Tecnico "Antonio Zanon", Udine
- Master EMBA Università di Udine, Udine

Quest'ultimo incontro, in particolare, è stato seguito da una visita in azienda degli studenti, rimasti affascinati dalla testimonianza in aula.

Non solo dialogo intergenerazionale: Tonutti Tecniche Grafiche porta la propria esperienza anche ad incontri con altre imprese, così da poter raccontare il proprio approccio alla sostenibilità, ispirando il territorio e ponendo le basi per partnership di valore.

Un esempio è la partecipazione all'Animaimpresa Day – giornata dedicata alla sostenibilità e all'innovazione organizzata dall'associazione Animaimpresa, a Udine. In tale occasione, la dottoressa Maria Teresa Tonutti, ha parlato dei diversi processi d'innovazione perseguiti in azienda, in chiave sociale, organizzativa e tecnologica, in un confronto con altre realtà d'eccellenza del territorio.

L'apporto alla comunità non si limita a valorizzare l'esperienza aziendale. Tonutti Tecniche Grafiche crede da sempre nel proprio ruolo di cittadinanza d'impresa – aspirando costantemente ad essere protagonista della responsabilità sociale del territorio.



A tal fine, anche nel 2021 l'azienda è promotrice di molteplici iniziative di Valore che alimentano partnership e sostengono progetti sociali di vario genere.

Continua l'impegno nel progetto pluriennale di **formazione dei cani d'assistenza**. Quest'anno, il cane verrà affiancato ad una bambina con disabilità frequentante il centro riabilitativo La Nostra Famiglia di Pasiàn di Prato (Udine). Il progetto, interamente finanziato da Tonutti Tecniche Grafiche, ha previsto la costituzione di un team che include gli operatori del centro, l'assistente sociale, una psicologa e un'educatrice cinofila, con incontri periodici per verificare obiettivi e raggiungimento degli stessi.

L'azienda finanzia inoltre le attività culturali dell'**Associazione Salotto Musicale FVG** promotrice di concerti e iniziative musicali di alto spessore.

Tonutti Tecniche Grafiche sostiene il territorio anche tramite la messa a disposizione delle proprie competenze e la realizzazione di progetti di co-marketing. In tale ottica risiede la partnership con l'**Associazione Le Donne del Vino** (FVG) per la quale è stata donata un'etichetta celebrativa.

L'importanza di fare rete sul territorio è evidenziata anche dalla partecipazione attiva all'**Associazione Animaimpresa**, network di aziende sostenibili sul territorio che promuove incontri e progetti di vario genere.

Tonutti Tecniche Grafiche è un hub di relazioni, che vengono nutrite ed alimentate costantemente, per realizzare azioni concrete che possano contribuire a perseguire lo sviluppo sostenibile a 360°, portando Valore al territorio. Un valore che vada oltre all'etichetta.

*Il futuro appartiene a coloro
che credono nella bellezza dei loro sogni*
Eleanor Roosevelt

7.



Prospettive future,
tra innovazione
e sostenibilità

7. Prospettive future, tra Innovazione e Sostenibilità

Il 2021 è stato un anno molto importante nella definizione identitaria di Tonutti Tecniche Grafiche: la rottura con il passato e il punto di partenza per il suo futuro.

L'assunzione di responsabilità nei confronti dei collaboratori, del territorio e del settore di riferimento, si è tradotta nella definizione di due nuovi marchi, Tonutti Green - Sustainability e Tonutti - Innovation act.

La decisione di aprirsi all'esterno tramite questa dicotomia valoriale è una vera e propria presa di posizione: un impegno a lungo termine per continuare a perseguire tutti quegli obiettivi con cui ci si era lasciati a fine Bilancio Sociale 2020- obiettivi permeati proprio di **Innovazione e Sostenibilità**:

- Perseguire il miglioramento continuo
- Promuovere il benessere dei collaboratori
- Rendere la sostenibilità pervasiva
- Rendicontare i propri traguardi e porsi obiettivi ambiziosi
- Affermare il proprio ruolo in ottica di responsabilità sociale di territorio.

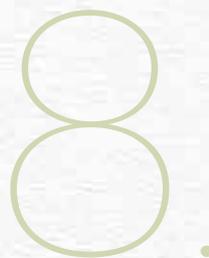
Le attività rendicontate all'interno del presente documento possono essere ricondotte a questi obiettivi: ambizioni che l'azienda ha fatto proprie e che persegue nella quotidianità, tanto da averli valorizzati tramite la creazione di due marchi.

Sostenibilità e innovazione: questo binomio caratterizzerà anche il futuro di Tonutti Tecniche Grafiche, in modo sempre più pervasivo ed incisivo, e sarà alla base della pianificazione delle attività aziendali a breve e lungo termine. Non solo: i due pilastri saranno la cornice all'interno della quale l'azienda opererà per mettersi al servizio dello sviluppo sostenibile del territorio, ponendo le proprie conoscenze a disposizione della filiera e dei propri stakeholder.

Con una presa di **responsabilità collettiva**, Tonutti Tecniche Grafiche si avvia verso il futuro con la volontà di orientare lo sviluppo di tutte le proprie relazioni ai dettami della responsabilità sociale ed ambientale, tanto da **rendere il miglioramento continuo un obiettivo strategico non solo per l'azienda, ma anche per il territorio tutto.**

*Quando guardate,
guardate lontano,
e anche quando credete di star guardando lontano,
guardate ancora più lontano.*

Robert Baden-Powell





Outcome 2021

8. Outcome 2021

Dopo aver concluso l'analisi di sostenibilità di Tonutti Tecniche Grafiche, che ha consentito di analizzare l'azienda dal punto di vista economico, sociale e ambientale, si può richiamare il Modello di Creazione del Valore per dedurre gli indicatori di Outcome relativi al 2021. La creazione di valore da parte di un'organizzazione deriva dalla struttura dei suoi Capitali, tangibili e intangibili. Attraverso l'impiego di input e la realizzazione delle attività, in coerenza con i propri obiettivi strategici, Tonutti Tecniche Grafiche ha generato un output, alla base dei suoi ricavi di vendita. I Capitali, attraverso l'attività d'impresa, possono essere consolidati oppure impoveriti: garantire il loro potenziamento è indispensabile perché essi rappresentano gli asset attorno ai quali si determina la capacità di rafforzare l'organizzazione e preservare la competitività nel medio lungo termine. Nel prospetto seguente viene riproposto lo schema delle sei classi di Capitale che contraddistinguono l'azienda. A ciascuna di queste, sono affiancati gli indicatori di Outcome individuati, dal cui andamento dinamico negli anni si può comprendere se Tonutti Tecniche Grafiche stia consolidando (nel caso di variazioni positive) oppure impoverendo i propri asset.

OUTCOME 2021 (KPI sintetici)

Capitale Relazionale	n. follower social: 1.255
	n. progetti con terzo settore: 4
	n. collaborazioni scuole/università: 3
	n. articoli rassegna stampa: 19
	n. associazioni di categoria/ enti professionali di settore/consorzi: 8
Capitale Organizzativo	% composizione femminile CDA: 33,3%
	% partecipazione da donne: 48% di cui 33% di piena proprietà e 15% di nuda proprietà
	n. certificazioni o modelli organizzativi e sistemi di gestione: 1

Capitale Umano	n. collaboratori aziendali: 107
	donne appartenenti alla categoria "quadri": 33%
	età media collaboratori: 46 anni
	diplomati o laureati: 53%
	n. infortuni: 3 per un totale di giorni di infortunio 27 (-43,8% rispetto al 2020)
	n. ore formazione/anno: 1.030
Capitale Naturale	energia prodotta/valore produzione: 283 (kWh/1.000Euro)
	rifiuti prodotti/valore produzione: 62 (kg/1.000 Euro)
	consumi idrici/valore produzione: 0,16 (m3/1.000 Euro)
	emissioni prodotte (Scope1 e Scope 2)/valore della produzione: 72,5 (kg CO2/1.000 euro)
	emissioni prodotte (Scope 1 e Scope 2)/1.000 etichette: 0,85 kg CO2/1.000 etichette prodotte
Capitale Materiale	n. macchine da stampa: 14
	n. macchine da pre-stampa: 10
	mq superficie aziendale: 35.160 mq superficie totale, di cui 10.947 mq di superficie coperta
Capitale Finanziario	Ricavi totali delle vendite: 21.278.471 Euro (+3,55% sul 2020)
	Utile: 105.734 Euro
	Valore aggiunto sociale: 6.389.920 Euro (-4,7% sul 2020)
	Patrimonio Netto: 14.151.965 Euro (-18,7% sul 2020)

Contatti

TONUTTI TECNICHE GRAFICHE SpA

Corso G. L. Pecile, 82/82

33034 - Fagagna - Udine - Italy

T. +39 0432 800341 - F. +39 0432 801749

info@grafiche-tonutti.it - www.grafiche-tonutti.it

Interamente stampato su carta riciclata 100%



TONUTTI

MORE THAN LABELS



TONUTTI GREEN

SOUSTAIN**L**ABELITY



TONUTTI

INNOVATION ACT