



BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2021



Sommario

Lettera agli Stakeholders	1
Nota metodologica	3
Analisi di materialità	4
Il Tari	8
Storia e solidità economica	8
Mission, vision, valori	8
Struttura organizzativa e governance	8
Dialogo con gli stakeholders	10
Strategia di sostenibilità	10
Prodotti/servizi	14
Qualità di prodotti e servizi	14
Fiere ed iniziative commerciali	15
Certificazione delle Fiere	15
Sostenibilità nella catena di fornitura	16
Persone e comunità	19
La valorizzazione dei dipendenti	19
Salute e Sicurezza	21
Il legame con la comunità	23
Ambiente	27
Consumi ed emissioni	27
Gestione dei rifiuti	28
Progettualità e cura del verde	30
Formazione	32
TADS: le attività della Formazione	32
Diversità e Pari Opportunità	32
Formazione e sviluppo delle competenze	32
GRI Content index	37



Lettera agli Stakeholders

Carissimi,

nella esperienza de ilTarì, il Bilancio ha sempre rappresentato un fondamentale momento di condivisione con gli stakeholders degli obiettivi raggiunti nell'anno e delle strategie di sviluppo.

In questo importante momento di transizione economica e culturale, i risultati del Bilancio di esercizio 2021 testimoniano non solamente i positivi effetti della gestione del Centro, ma pongono anche le condizioni per proseguire in un percorso di consolidamento del ruolo nazionale del Tarì come punto di riferimento nel campo della innovazione per tutto il sistema orafa italiano.

Passo fondamentale di questo percorso è il Progetto di sostenibilità intrapreso, che ci porta oggi alla pubblicazione del primo Bilancio di sostenibilità, che per il nostro Centro orafa rappresenta non solo elemento qualificante, ma parte integrante dello schema organizzativo e funzionale.

Dal 1996, il Tarì promuove valori ed obiettivi comuni. Fortemente radicato nel territorio ed allo stesso tempo orientato all'internazionalità, il Centro integra nella sua attività i principi sanciti nel Codice Etico e li applica quotidianamente. Da sempre la Società si impegna per il rispetto per l'ambiente, per una società prospera ed equa ed assicura integrità nella condotta del proprio business.

Durante gli ultimi due anni, gli impatti negativi della pandemia hanno evidenziato le interconnessioni tra la dimensione sociale, quella economica e quella ambientale.

Le sfide attuali non hanno impedito a il Tarì di continuare a dare il proprio contributo alla transizione verso un futuro più sostenibile dal punto di vista ambientale, sociale ed economico. Al contrario, il cambiamento climatico, il grave conflitto in corso ed il manifestarsi sempre più frequente delle conseguenze di questi fenomeni hanno portato una maggiore consapevolezza e a sottolineare l'urgenza di azioni di adattamento e mitigazione.

Per assicurare *well-being* alle generazioni presenti e future è necessario adottare un approccio integrato.

Un report dedicato alla sostenibilità permette di accrescere la trasparenza verso i nostri stakeholder ed influenza positivamente il dialogo con essi, valorizzando i numerosi risultati raggiunti e monitorando l'impatto ambientale, sociale e di governance dell'impresa.

Ci sono alcune iniziative de il Tarì del 2021 che tengo molto a sottolineare.

Con grande senso di responsabilità nei confronti della grave emergenza pandemica che dal 2020 ha investito l'intero Paese e il mondo intero, il Tarì nel 2021 ha svolto una grande attività di sensibilizzazione e di servizio rispetto al tema delle vaccinazioni. Primo, ed unico, esempio nazionale di Hub vaccinale dedicato a uno specifico comparto produttivo, il Tarì ha offerto la propria disponibilità al sistema sanitario regionale e al mondo confindustriale attraverso la realizzazione di un proprio Hub vaccini dedicato a soci, aziende insediate, collaboratori e loro familiari, e a vantaggio dei dettaglianti gioiellieri di tutta la Regione Campania.

In parallelo a questa, e a molte altre iniziative promosse con spirito di servizio, trovo comunque importante evidenziare la ripresa pressoché regolare di tutte le attività del Centro nel 2021, resa possibile dal rigoroso rispetto di tutte le prescrizioni e dalla piena condivisione degli obiettivi da parte di tutte le aziende insediate.

Gli obiettivi futuri dell'organizzazione rimangono quelli che l'hanno contraddistinta sino ad oggi: la ricerca costante

della qualità di prodotti e servizi e la garanzia di affidabilità verso il cliente, la massima attenzione all'ambiente per la propria attività d'impresa e per l'approvvigionamento delle risorse ad essa necessarie, facendone un uso responsabile, il rispetto dei diritti umani, la tutela del benessere dei lavoratori, la formazione delle nuove generazioni, l'esercizio di un'influenza positiva e trainante nella comunità in cui opera.

Sono convinto che il raggiungimento di questi obiettivi contribuirà sempre più, negli anni a venire, a rafforzare la Vision del il Tarì e il suo modo distintivo di fare impresa in una società migliore.

Vincenzo Giannotti
Presidente





Nota metodologica

Il Bilancio di Sostenibilità de il Tarì (di seguito “il Tarì”, “Tarì”, “Società”, “Centro”) è stato redatto in conformità ai Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards, aggiornati nel 2018 dal Global Reporting Initiative (GRI), secondo la modalità “Referenced”.

Il GRI è un’organizzazione nata con l’obiettivo di aiutare sia il settore pubblico sia il settore privato a comprendere, misurare e comunicare l’impatto che una qualsiasi attività possa avere sulle varie dimensioni ESG della sostenibilità. La sezione “GRI Content Index” contiene il dettaglio degli indicatori di prestazione rendicontati in conformità alle linee guida adottate.

Relativamente al perimetro di rendicontazione, i dati quantitativi e le informazioni qualitative riguardano le società il Tarì S.C.p.A., il Tarì Marketing S.r.l., il Tarì Service S.r.l, Ths Div.Catering S.r.l. e Formazione il Tarì S.c.r.l.. Eventuali limitazioni di perimetro su specifici indicatori sono state segnalate e motivate all’interno del documento. I contenuti di questo Bilancio fanno riferimento all’esercizio gennaio – dicembre 2021. I dati relativi agli esercizi precedenti sono riportati a fini comparativi, come richiesto dal GRI. Per quanto attiene all’informativa quantitativa relativa ai consumi energetici, gli stessi sono stati rendicontati a livello aggregato tramite strumenti di misurazione oggettivi mentre i singoli utilizzi di energia sono stati desunti tramite una stima effettuata sulla base della comparazione di mensilità e consumi stessi.

Il presente Bilancio di Sostenibilità è stato approvato dal Consiglio di Amministrazione de il Tarì S.C.p.A. il 08.03.2023 e sottoposto a revisione limitata da parte della società Kpmg spa.

Questa edizione del Bilancio di Sostenibilità è disponibile anche sul sito Internet www.tari.it. In caso di domande relative al presente report, si prega di contattare l’Ufficio Relazioni Istituzionali: relazioni.istituzionali@tari.it.

Analisi di materialità

L'analisi di materialità permette l'identificazione dei temi rilevanti per il business e gli stakeholder della Società. Tali aspetti costituiscono il centro della rendicontazione di sostenibilità e contribuiscono ad orientare la strategia aziendale. L'analisi sarà condotta periodicamente in modo tale da riflettere le evoluzioni interne e di contesto.

L'analisi di materialità si è svolta secondo un processo strutturato composto dalle seguenti sei fasi:

1. Mappatura degli stakeholder, selezione delle categorie di stakeholder da coinvolgere e identificazione del campione a cui sottoporre la valutazione.
2. Identificazione dei temi rilevanti attraverso un'analisi di benchmark, l'esame di fonti documentali interne, la considerazione delle evoluzioni nel contesto esterno e dei risultati emersi dal dialogo continuo con gli stakeholder.
3. Avvio della fase di prioritizzazione dei temi materiali attraverso il coinvolgimento degli stakeholder tramite l'utilizzo di un questionario online.
4. Invio di una survey online al Management al fine di esprimere la propria valutazione in merito alle tematiche proposte.
5. Analisi e consolidamento dei risultati.
6. Validazione della lista di temi materiali.

Categorie di Stakeholders



Tale analisi ha permesso di identificare 10 tematiche materiali afferenti a 3 macro-aree: governance, ambiente e persone.



I risultati dell'analisi di materialità vengono rappresentati all'interno della Matrice di Materialità, grafico che permette di comunicare sinteticamente la significatività di ogni tema. La Matrice combina la prospettiva e le priorità degli stakeholder interni con le preferenze e le valutazioni degli stakeholder esterni.

Matrice di Materialità 2021

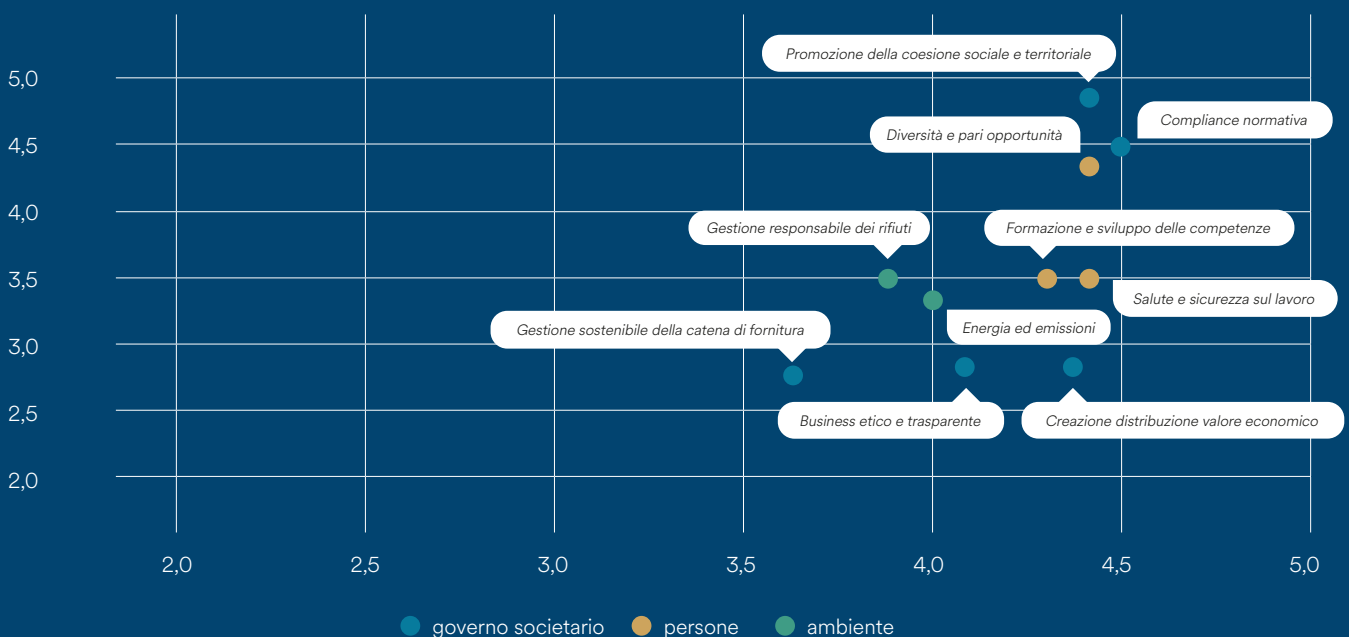


Tabella di raccordo Temi Materiali – GRI Standards

Tema materiale	GRI Standards	Informativa GRI
Gestione responsabile dei rifiuti	306 (2020) Rifiuti	306-1 Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti 306-2 Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti 306-3 Rifiuti prodotti
Energia ed emissioni	302 Energia 305 Emissioni	302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione 305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1) 305-2 Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)
Salute e sicurezza sul lavoro	403 Salute e sicurezza sul lavoro	da 403-1 a 403-7 Modalità di Gestione 403-8 Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro 403-9 Infortuni sul lavoro
Diversità e pari opportunità	405 Diversità e Pari Opportunità 406 Non discriminazione	405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti 406-1 Episodi di discriminazione e misure correttive adottate
Formazione e sviluppo delle competenze	401 Occupazione 404 Formazione e Istruzione	102-8 Informazioni sui dipendenti e gli altri lavoratori 102-41 Accordi di contrattazione collettiva 401-2 Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno, ma non per i dipendenti part-time o con contratto a tempo determinato 401-3 Congedo parentale 404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente 404-3 Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale
Business etico e trasparente	205 Anticorruzione 206 Comportamento Anticoncorrenziale	205-3 Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese 206-1 Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche
Promozione della coesione sociale e territoriale	401 Occupazione 413 Comunità Locali	401-1 Nuove assunzioni e turnover 413-1 Attività che prevedono il coinvolgimento delle comunità locali, valutazioni d'impatto e programmi di sviluppo
Compliance normativa	307 Compliance Ambientale 419 Compliance Socioeconomica	307-1 Non conformità con leggi e normative in materia ambientale 419-1 Non conformità con leggi e normative in materia sociale ed economica
Creazione e distribuzione di valore economico	201 Performance Economica	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito
Gestione sostenibile della catena di fornitura	204 Pratiche di Approvvigionamento 414 Valutazione dei Fornitori	204-1 Proporzione di spesa verso fornitori locali 414-1 Nuovi fornitori che sono stati sottoposti a valutazione attraverso l'utilizzo di criteri sociali



Il Tarì

Storia e solidità economica

Il Tarì nasce negli anni '80 da una grande intuizione imprenditoriale, che ha come protagonista il mondo dei gioiellieri napoletani, storicamente legati al quartiere degli orefici. Una tradizione secolare, ereditata da molte piccole imprese familiari, ciascuna delle quali con diverse generazioni di storia. Molti i motivi alla base della nascita del Tarì: la cronica mancanza di spazi e sicurezza del quartiere, uniti all'ambizione di un percorso di crescita condiviso da tanti, generarono l'idea della costituzione di un Centro orafa fortemente innovativo, unico a livello internazionale, che potesse, in virtù di una organizzazione efficiente e di una realizzazione prestigiosa, accreditarsi come l'inizio di una nuova pagina della storia della gioielleria italiana, attraverso la costituzione di una struttura all'avanguardia nel mondo.

Operativo dal 1996, il Tarì ha raggiunto negli anni tutti i suoi obiettivi, acquisendo un posto di rilievo nel panorama internazionale della gioielleria, sostenendo la crescita delle 400 aziende insediate attraverso una costante attività di promozione istituzionale, l'organizzazione di importanti eventi e iniziative commerciali e favorendo la crescita e l'innovazione delle competenze professionali.

La solidità della gestione economica e finanziaria, la continuità della governance, che è stata coadiuvata da tutti gli strumenti opportuni, la rigorosa attività di cura e manutenzione del Centro, la partecipazione attiva del Tarì alle principali rappresentanze imprenditoriali istituzionali e, infine, la forte reputazione di tutte le aziende associate nell'ambito imprenditoriale di riferimento, rafforzano la solidità economica del Tarì e ne fanno uno dei più autorevoli soggetti operanti nel campo della gioielleria in Italia.

Mission, vision, valori

La Vision del Tarì esprime il progetto originario, al quale il Centro è rimasto fedele nel tempo: essere la nuova casa del Gioiello italiano, in grado di dare una identità comune ai gioiellieri, un luogo in cui condividere esperienze e percorsi di crescita dedicati al gioiello.

Ancora oggi, la Mission del Tarì si identifica nell'agire attraverso l'eccellenza e la qualità, per offrire in ogni momento a tutti i professionisti del gioiello formazione, prestigio, sicurezza, opportunità di crescita, servizi, strumenti e competenze sempre innovativi.

I Valori del Centro sono condivisi quotidianamente con tutti gli stakeholders interni: partecipazione e condivisione di obiettivi comuni, comportamenti improntati sull'etica nelle relazioni commerciali, qualità nei servizi e nei prodotti, attenzione alla formazione delle nuove generazioni, rispetto dell'ambiente.

Struttura organizzativa e governance

Il Tarì è una società consortile per azioni, nella quale i soci sono proprietari degli spazi produttivi e commerciali in cui operano. L'assemblea dei soci elegge, ogni 3 anni, il consiglio di amministrazione de il Tarì S.C.p.A., attualmente composto da 9 membri. Il Presidente de il Tarì S.C.p.A. è anche amministratore unico delle società controllate:

il Tarì Marketing S.r.l., il Tarì Service S.r.l., Ths Div.Catering S.r.l. Del gruppo fa parte anche la società Formazione il

Tarì S.c.r.l., che gode di una propria autonomia, con CdA e Presidente indipendenti.

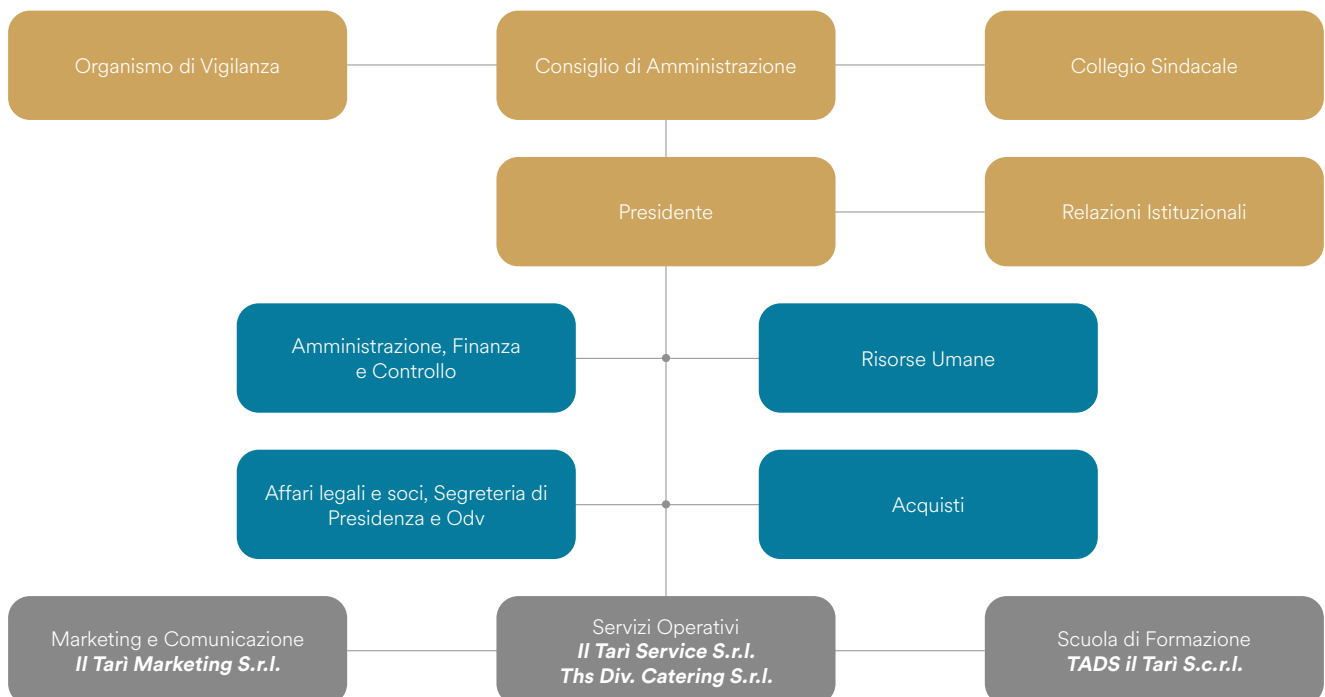
Il Collegio dei Garanti è un organo consultivo composto da tre membri designati dal CdA sulla base di precedenti incarichi di prestigio nel mondo della Magistratura e delle Forze dell'Ordine.

Il Collegio dei Garanti coadiuva il CdA in questioni di particolare importanza nelle relazioni tra i soci, nella ammissione di nuove aziende e partecipa attivamente agli incontri istituzionali di particolare prestigio, come è accaduto in occasione della visita di due Presidenti della Repubblica e delle più alte cariche dello Stato, della diplomazia e del mondo imprenditoriale.

Il Tarì ha adottato il Modello di organizzazione, gestione e controllo ex D.Lgs. 231/2001 (di seguito MOG), relativamente alla responsabilità amministrativa degli enti, e ne monitora i progressivi aggiornamenti. Il MOG è rivolto al CdA, all'Organismo di Vigilanza, ai dipendenti ed ai collaboratori. I ruoli del Procuratore, del Responsabile del servizio di prevenzione e protezione e dell'Organismo di Vigilanza incaricato di vigilare continuamente sull'idoneità ed efficacia del Modello e sulla sua osservanza sono svolti da professionisti esterni.

Uno degli elementi fondamentali del MOG è il Codice Etico, adottato già nel 2014 ed aggiornato nel 2020, che ha introdotto gran parte delle tematiche successivamente approfondite nell'ambito dell'impegno del Tarì in tema di sostenibilità. Esso contiene oltre ai principi aziendali ed i valori etici di riferimento anche una politica ambientale.

Il progetto di sostenibilità è affidato ad un team composto dal Responsabile delle Relazioni Istituzionali e dal Responsabile amministrativo.



Dialogo con gli stakeholders

Sul dialogo con gli stakeholders è fondata una parte sostanziale delle attività del Tarì.

I principali stakeholders de il Tarì S.C.p.A. sono i soci, siano essi insediati e stabilmente operanti nella struttura o meno, cui si aggiungono le aziende insediate non socie. Tra i principali stakeholders vanno individuate anche le istituzioni del territorio.

Il modello organizzativo de il Tarì favorisce lo sviluppo e la proposta di servizi avanzati di qualità, in tutti gli ambiti utili alla loro attività: sicurezza, manutenzione, ristorazione, formazione, comunicazione, promozione. Alcuni di questi servizi rientrano nella ordinaria attività del Centro, e le aziende insediate ne beneficiano per la loro presenza. Altri, come la partecipazione a iniziative promozionali e di comunicazione specifiche, eventi fieristici o progetti personalizzati, sono soggetti a specifici contributi economici. I soci contribuiscono mensilmente alle spese di gestione attraverso il versamento dei contributi consortili. L'obiettivo di contenimento di costi per i soci perseguito negli anni e lo sviluppo di attività a reddito hanno consentito nel tempo di mantenere accessibile lo "stare al Tarì", e di sostenere il valore del patrimonio immobiliare attraverso una tenuta della domanda di spazi operativi.

A soci ed aziende insediate è dedicata un'ampia attività di informazione e documentazione sulle attività in programma, attraverso una puntuale attività di comunicazione.

Periodici incontri in presenza o a distanza con modalità webinar, frequenti comunicazioni supportate da newsletters settimanali e da visite dirette garantiscono un dialogo costante con gli stakeholders. Frequentemente vengono realizzate interviste e ricerche di mercato aventi come obiettivo la conoscenza di bisogni, criticità e osservazioni sulla gestione del Centro. In tal modo, ogni decisione è collegiale e condivisa.

Il Tarì è attivo nel dialogo con tutti i protagonisti istituzionali e imprenditoriali del mondo orafa italiano e internazionale, anche in virtù delle numerose attività svolte, compresa l'organizzazione di eventi fieristici. Presente nel mondo associazionistico e nelle più alte istituzioni di promozione del Made in Italy, il Tarì è iscritto a Confindustria Caserta, dove il Presidente in carica riveste attualmente il ruolo di vicepresidente con delega alla competitività territoriale. Nell'ambito di Confindustria Campania il Presidente de il Tarì è tra i componenti dell'Advisory Board, organismo che contribuisce alla definizione delle politiche industriali dei settori produttivi strategici per la Regione. In qualità di partecipante a Confindustria Federorafi il Tarì partecipa alla definizione delle politiche nazionali di settore.

Il Tarì è infine socio del Comitato Leonardo, associazione nazionale nata con lo scopo di promuovere le eccellenze italiane nel mondo, di cui fanno parte l'Agenzia per il Commercio con l'Estero (ICE) e Confindustria, e che è ospitato in tutti i suoi eventi di rilievo dalla Presidenza della Repubblica.

Strategia di sostenibilità

Nell'idea originaria della costituzione del Centro, così come evidenziato dalla Mission, si ritrovano tutti i principi di etica e trasparenza del business, di responsabilità ambientale, di rispetto della parità di genere, di formazione e sviluppo delle competenze, e infine di promozione della coesione sociale e territoriale che vengono oggi trattati nell'ambito della strategia di sostenibilità de il Tarì.

L'identità stessa del Centro, legata al mondo orafa, e l'esigenza di dar vita ad una realtà assolutamente affidabile presso tutte le istituzioni, in grado di rappresentare la positività dei valori imprenditoriali, etici e culturali del territorio campano, fece sì che fin dalla sua fondazione il Tarì abbia scelto di avvalersi di professionalità e strumenti che

fossero garanti della massima integrità di ogni azione legata alla propria affermazione e sviluppo.

In virtù dei valori espressi, oggi la sostenibilità è parte integrante del piano strategico de il Tarì, che proseguirà ad acquisire nuove competenze e strumenti che possano rafforzare e perfezionare l'agire del Centro in tutti gli ambiti nei quali la sostenibilità richieda investimenti ed impegno maggiori.

In questa prospettiva, il Centro agisce coerentemente con l'Agenda per lo Sviluppo Sostenibile 2030 e gli SDGs adottati nel 2015 delle Nazioni Unite.

In particolar modo, la strategia di sostenibilità del Centro è orientata ad attuare programmi e azioni in relazione alle seguenti tematiche:

salute e benessere

istruzione di qualità

parità di genere

energia pulita e accessibile

lavoro dignitoso e crescita economica

imprese, innovazione e infrastrutture

riduzione delle diseguglianze

città e comunità sostenibili

lotta contro il cambiamento climatico

pace, giustizia e istituzioni solide



GRI 201-1 Valore economico generato e distribuito

Tema materiale	2021	2020	2019
1. Valore economico direttamente generato (a+b)	5.352.127	4.625.432	6.109.138
a) Ricavi dalle vendite e prestazioni ¹	4.570.930	3.814.319	5.272.492
b) Altri ricavi ²	781.197	811.113	836.646
2. Valore economico distribuito (c+d+e+f)	4.431.537	4.032.785	5.319.586
c) Fornitori ³	2.848.869	2.510.853	3.615.187
d) Dipendenti ⁴	1.344.698	1.371.712	1.540.292
e) PA ⁵	21.161	-	6.413
f) Finanziatori ⁶	216.809	150.220	157.694
Valore economico trattenuto dall'Azienda ⁽¹⁻²⁾	920.590	592.647	789.552
<p>Nota 1: Ricavi delle vendite e delle prestazioni Nota 2: Altri ricavi e proventi (inclusi i proventi finanziari) Nota 3: Costo materie prime e materiali di consumo e merci, variazione delle rimanenze, costi per servizi, costi per godimento di beni di terzi, variazione delle rimanenze di materie prime, sussidiarie, di consumo e merci, svalutazioni e oneri diversi di gestione Nota 4: Costo per il personale (salari, stipendi, oneri sociali, trattamento di fine rapporto, altri costi) Nota 5: Pagamenti alla Pubblica Amministrazione (imposte correnti ecc.) Nota 6: Interessi e altri oneri finanziari</p>			

