



# Bilancio di sostenibilità 2021

# Indice

Lettera agli Stakeholder	3
Highlights	4
Nota metodologica	5
1. Alfio Bardolla Training Group	6
Profilo	6
Performance economica e valore distribuito	9
Il mercato della formazione	11
Il ruolo e la strategia di ABTG	13
Analisi di materialità	15
2. Il modello di business ABTG	17
L'offerta formativa	17
I fornitori, collaboratori e trainer	22
3. Governance	24
Il governo dell'impresa	25
Compliance Normativa	26
4. Le risorse umane	28
La gestione delle risorse umane	29
I dipendenti ed i collaboratori	29
5. Gli impatti ambientali	34
Consumi energia ed emissioni	35
GRI Content Index	36

## Lettera agli Stakeholder

Carissimi Stakeholder,

Il 2021 è stato caratterizzato dal consolidamento del nuovo modello di business digitale sviluppato durante la pandemia del 2020.

Siamo riusciti a formare e coinvolgere in modo più tempestivo e personalizzato i nostri clienti, rispetto al modello di business tradizionale, integrando nell'offerta l'assistenza coaching.

La tecnologia livestream ha permesso la creazione di eventi dinamici e interattivi che hanno permesso il contatto tra clienti e con i coach e il resto del team, elemento fondamentale per il percorso di crescita del cliente.

Nel corso dell'esercizio abbiamo ampliato il team di marketing inserendo nuove risorse e acquistando attrezzature per la creazione di eventi in-house, con l'obiettivo di renderci indipendenti dalle strutture ricettive esterne ed ottenere maggiore flessibilità nella creazione del calendario di formazione.

In un contesto dove la tecnologia online contribuisce a ridisegnare i rapporti sociali in ogni ambito e a tutti i livelli, e l'educazione finanziaria diventa sempre più uno strumento per ripensare ad un nuovo modo di sviluppare le proprie attività lavorative e a promuovere un approccio sostenibile ed efficiente all'uso del denaro, ABTG ha deciso di proseguire nel presentare il proprio **Bilancio di Sostenibilità**, un documento che riassume obiettivi, attività, impatti e risultati dell'organizzazione rispetto all'impegno sociale e di sostenibilità.

Il senso di questo documento è approfondire la riflessione sui progetti realizzati e le scelte intraprese, sui valori che hanno guidato le nostre azioni e sulle relazioni che abbiamo costruito, non solo all'interno dell'azienda, ma anche e soprattutto all'esterno.

Il business fondato sull'educazione finanziaria, è riconosciuto tra i fattori abilitanti al raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile (SDGs, Sustainable Development Goals), parte integrante dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite. Un buon livello di alfabetizzazione finanziaria permette, infatti, di costruire un mondo più sostenibile anche sotto il profilo sociale e ambientale, poiché – favorendo l'inclusione – aiuta a colmare le lacune e a mitigare le disuguaglianze. Nella nostra esperienza, questo approccio si è sempre rivelato fondamentale non solo nella sua accezione più "umanistica" di attenzione all'ambiente e alle persone, ma soprattutto nella sua capacità di sostenere il business sul lungo periodo.

Un modello di business sostenibile richiede lo sviluppo coerente del tessuto sociale e della crescita economica nel rispetto dei valori etici e dell'ambiente.

Crediamo in una cultura d'impresa che connetta in una visione sistemica e univoca diversi ambiti e competenze complementari attraverso un "trasferimento di conoscenza" ad una pluralità di persone che collaborano insieme per la creazione di valore condiviso nel lungo periodo.

**Alfio Bardolla**

*Presidente e CEO*



## Highlights

	Unità di misura	2021
Ricavi	Euro milioni	14,1
Valore distribuito	Euro milioni	10,7
Dipendenti e collaboratori	Nr	92
Diversità/genere: dipendenti e collaboratori di genere femminile	%	37%
Diversità/classe di età: dipendenti e collaboratori di età inferiore a 30 anni	%	13%
Emissioni CO <sub>2</sub> (GHG Scope 2)	tCO <sub>2e</sub>	12,9
Privacy / Sicurezza dati e informazioni – Data breach	Nr	-

OFFERTA FORMATIVA	Unità di misura	2021
WakeUp Call LiveStream (online)	N° persone partecipanti	6.125
Corsi online organizzati	N° persone partecipanti	8.100

## Nota metodologica

Il Bilancio di Sostenibilità di Alfio Bardolla Training Group S.p.A. (di seguito anche “ABTG”, la “Società”) rappresenta un ulteriore passo della Società verso un modo di agire più responsabile che prevede la condivisione trasparente delle modalità di gestione e degli impegni assunti in ambito ambientale, sociale e di governance.

ABTG non è obbligata a pubblicare una Dichiarazione non Finanziaria (DNF) in quanto non ricade nel campo di applicazione del D.Lgs. n. 254 del 30 dicembre 2016, che ne prevede l’obbligo per gli enti di interesse pubblico che superano determinate soglie quantitative. Pertanto, si evidenzia **che il presente Bilancio di Sostenibilità è frutto della scelta della Società che ne ha deciso, su base volontaria, la redazione con cadenza annuale.**

Il Bilancio di Sostenibilità di ABTG è stato redatto rendicontando una selezione dei “GRI Sustainability Reporting Standards” pubblicati dal Global Reporting Initiative (GRI), secondo l’opzione di rendicontazione “Referenced”. I GRI Standard rappresentano ad oggi uno degli standard più diffusi e riconosciuti a livello internazionale in materia di rendicontazione non finanziaria permettendo una comparabilità tra le imprese in termini quantitativi e qualitativi.

Per consentire una chiara lettura del presente Bilancio di Sostenibilità ed aiutare il lettore ad individuare facilmente i contenuti che si riferiscono agli specifici indicatori GRI, nella sezione finale del documento è stato inserito un indice analitico, *GRI Content Index*, contenente gli Standard GRI utilizzati ed il paragrafo in cui è possibile reperire le informazioni inerenti.

**I principi generali applicati per la redazione del Bilancio di Sostenibilità sono stati quelli stabiliti dai GRI Standards, ovvero: rilevanza, inclusività, contesto di sostenibilità, completezza, equilibrio tra aspetti positivi e negativi, comparabilità, accuratezza, tempestività, affidabilità, chiarezza.**

Gli indicatori di performance selezionati sono quelli previsti dagli standard di rendicontazione adottati, rappresentativi degli ambiti di attività svolta da ABTG e dei relativi impatti. La selezione degli indicatori è stata effettuata sulla base di un’analisi di rilevanza degli stessi, come descritto nel paragrafo “Analisi di materialità”, svolta insieme ai vertici aziendali.

**Il perimetro di rendicontazione dei dati e delle informazioni qualitative e quantitative si riferisce alla performance del gruppo ABTG S.p.A. nell’esercizio 2021.** Rispetto al Bilancio di Sostenibilità 2020, il perimetro è stato allargato includendo le società neocostituite ABTG Legal Consulting S.r.l. e 115 NPL Servicing S.p.A. e la società acquisita SBL S.r.l. nel corso del primo semestre del 2021.

Al fine di permettere il confronto dei dati nel tempo e la valutazione dell’andamento delle attività di ABTG, vengono presentati i dati relativi ai due precedenti esercizi, rispettivamente al triennio 2019 - 2021. I dati relativi al 2019 e 2020 sono stati revisionati ed aggiornati rispetto a quanto inserito nel Bilancio di Sostenibilità dello scorso anno, considerando sia per la parte ambientale che per quella sociale tutte le società del gruppo.

Il processo di redazione dell’informativa di sostenibilità è stato redatto con il supporto dei responsabili delle diverse funzioni di ABTG. Il Bilancio di Sostenibilità è stato approvato dal Consiglio di Amministrazione di ABTG S.p.A. in data 28 aprile 2022 e non è stato assoggettato a revisione da parte di un revisore indipendente.

Il Bilancio di sostenibilità è pubblicato nel sito istituzionale di ABTG [Bilanci e Relazioni - Alfio Bardolla Training Group - Investor relations.](#)

Per richiedere informazioni in merito è possibile rivolgersi all’indirizzo [esg@alfiobardolla.com](mailto:esg@alfiobardolla.com).

# 1. Alfio Bardolla Training Group

Alfio Bardolla Training Group S.p.A., costituita nel 2012, è tra i principali operatori in Italia ed Europa nel settore della **formazione non formale finanziaria personale**.

La Società – leader in Italia nel *digital financial and business training* – crea, sviluppa e commercializza formazione *online* e *offline* specializzata attraverso libri, corsi e attività di *coaching* sul tema della finanza personale e della creazione di ricchezza.

L'offerta formativa si concentra, in modo particolare, sul trading finanziario, investimenti immobiliari, psicologia del denaro, creazione e sviluppo del business e internet royalties.

ABTG, PMI innovativa quotata sul segmento dell'EuroNext Growth Milan dal 2017, ha sede a Milano, Brescia e Madrid e conta un organico di oltre 60 persone tra dipendenti e consulenti esterni.

Il capitale sociale della Alfio Bardolla Training Group S.p.A. al 31 dicembre 2021 risulta costituito da n. 5.095.554 azioni, a fronte di un capitale sociale di 2.504.175 Euro interamente versato e detenuto per il 46,40% da Jaguar Holding S.r.l., per lo 1,07% da altri soci non dematerializzati e per la restante quota (52,53%) dal Mercato.



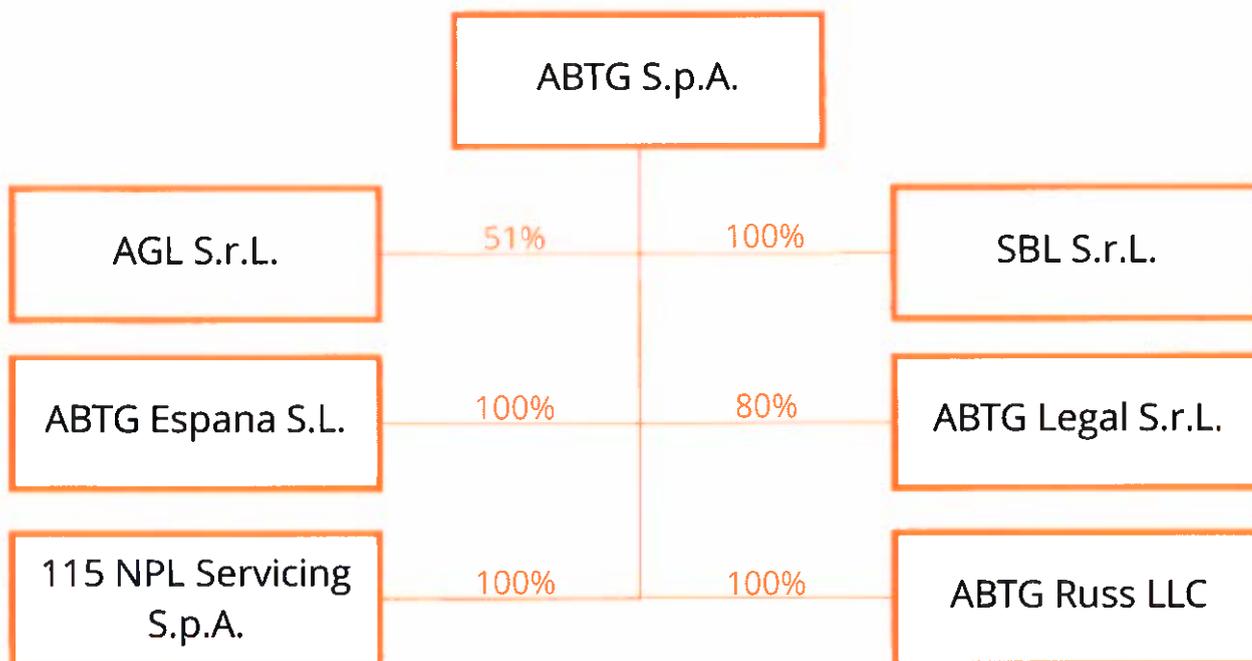
## Il Gruppo

Il Gruppo Alfio Bardolla opera prevalentemente in Italia tramite la società controllante Alfio Bardolla Training Group S.p.A., in Spagna con la controllata Alfio Bardolla Training Group Espana S.L. e da dicembre 2021 in Russia tramite la controllata ABTG Rus LLC (di seguito ABTG Russia).

Il Gruppo è operativo anche nel settore delle aste immobiliari attraverso la controllata AGL Aste Immobiliari S.r.l. (di seguito anche "AGL") e da giugno 2021 con la società Smart Business Lab S.r.l. (di seguito anche "SBL") che si occupa di mentoring per le PMI.

Nel primo semestre 2021 sono state costituite la ABTG Legal S.r.l e la 115 NPL Servicing S.p.A.

Di seguito si riporta la struttura del Gruppo:



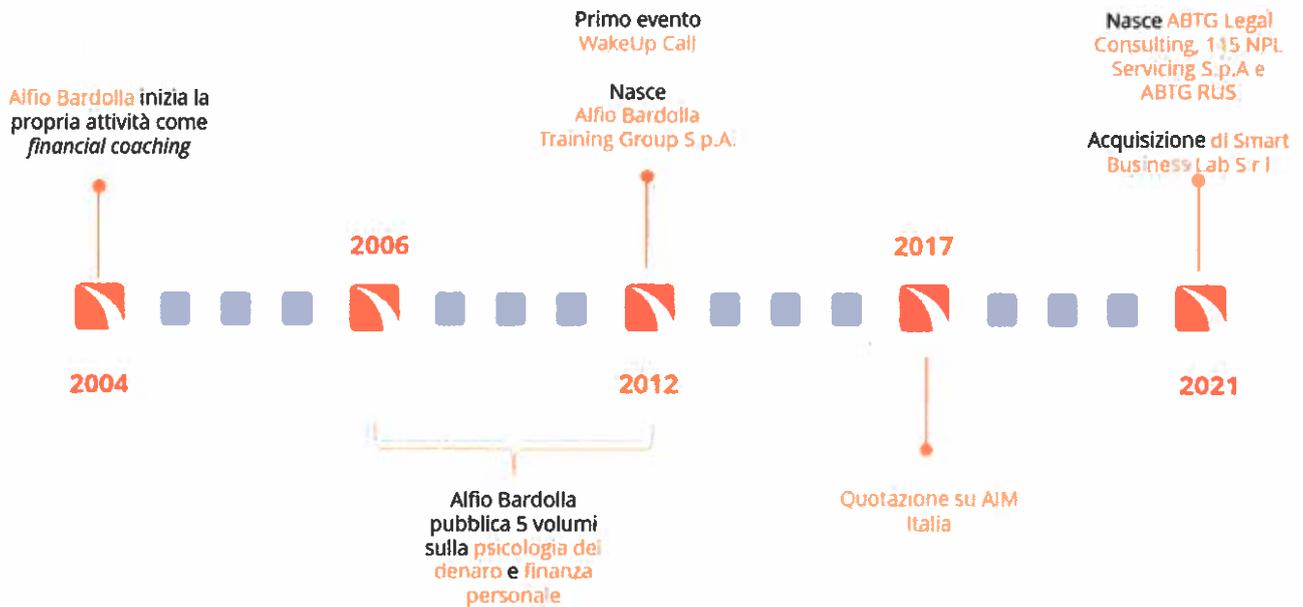
## Mission e Valori

L'impegno fondamentale di Alfio Bardolla Training Group è **spiegare agli individui come migliorare i propri risultati con il denaro e come costruire e gestire il proprio patrimonio in modo consapevole, per poter vivere lo stile di vita desiderato.**

Attraverso seminari, corsi, libri, la Società insegna come sviluppare le strategie, i metodi e i sistemi corretti per creare e gestire il proprio patrimonio finanziario, in modo da svincolare il proprio tempo dalla produzione del denaro. I Valori fondanti sono:

- Importanza di aiutare gli altri e migliorarne la **qualità di vita**
- Profondo **rispetto** per gli altri
- Continua **formazione** in quanto unico strumento che rende veramente liberi finanziariamente
- Orientamento al **risultato** e forte senso di gratitudine

## La storia



## I numeri

**43.000+**

Persone formate ai corsi di Alfio Bardolla

**100+**

Collaboratori e dipendenti presenti all'interno della società

**3 Sedi operative**

Milano, Brescia e Madrid

## Performance economica e valore distribuito

I ricavi netti del Gruppo nel 2021 ammontano a 14.178 migliaia di euro rispetto alla performance di 9.694 migliaia di euro del 2020.

La tabella riporta, nelle prime sei righe, i ricavi della Capogruppo e della controllata spagnola pari a 11.377 migliaia di euro, di cui 128 migliaia di euro derivanti dalle vendite sul mercato LATAM (latino america), vendite che sono state generate a partire dall'esercizio 2021 grazie al cambio di modello di business (che prevede l'erogazione di corsi online) che sta permettendo di sfruttare mercati altrimenti non raggiungibili se non con specifici investimenti. Rispetto all'esercizio 2020 i ricavi delle due società sono aumentati del 41%. Infine, si evidenzia che i ricavi da Wake Up Call erano pari a zero nel 2020 in quanto non è stato possibile svolgere i due eventi a causa dell'emergenza sanitaria.

I ricavi della controllata AGL sono pari al 15% dei ricavi di Gruppo, e sono in crescita del 60% rispetto all'esercizio 2020. I ricavi della controllata SBL relativi al solo secondo semestre 2021, sono pari a 137 migliaia di euro. Questi ultimi risentono ancora dell'effetto delle limitazioni relative allo svolgimento

degli eventi fisici avvenute nel corso dell'esercizio 2021, nonché dell'integrazione, soprattutto dal punto di vista commerciale, della controllata nel Gruppo non ancora perfezionata.

(Importi in Euro)	2019		2020		2021	
WUP	1.093.959	9%	-	-	1.275.906	9%
Corsi in aula	5.892.845	48%	1.862.469	19%	-	-
Corsi e prodotti online	679.338	6%	3.557.140	37%	6.567.292	46%
Coaching	4.053.132	33%	2.353.706	24%	2.799.931	20%
Vendita Prodotti e libri	99.854	1%	20.825	0%	32.307	0%
Ricavi da Area Internet Royalties	-	-	299.378	3%	701.387	5%
Ricavi da sede AGL	202.978	2%	664.688	7%	124.847	1%
Ricavi da partner AGL	141.062	1%	671.639	7%	2.017.771	14%
Ricavi per Check Up	-	-	-	-	12.197	0%
Ricavi per Master	-	-	-	-	124.737	1%
Altri Ricavi	123.717	1%	263.802	3%	521.783	4%
<b>Totale</b>	<b>12.295.467</b>	<b>100%</b>	<b>9.693.647</b>	<b>100%</b>	<b>14.178.158</b>	<b>100%</b>

Il prospetto inserito di seguito evidenzia il valore generato e distribuito, elaborato sulla base del conto economico del periodo di riferimento. L'obiettivo è quello di evidenziare il valore economico direttamente generato da ABTG e la sua distribuzione agli stakeholder. Il valore generato si riferisce al Valore della produzione e ai proventi finanziari netti, mentre il Valore economico distribuito accoglie i costi riclassificati per categoria di stakeholder e gli eventuali dividendi distribuiti.

Il Valore economico trattenuto è relativo alla differenza tra Valore economico generato e distribuito.

(Importi in Euro)	2019	2020	2021
<b>Valore economico generato</b>	<b>12.027.692</b>	<b>9.671.437</b>	<b>14.154.757</b>
Fornitori - Costi operativi	9.834.111	6.248.526	9.232.229
Risorse umane - Costo del personale	1.702.546	1.040.510	1.175.868
Banche e altri finanziatori - Oneri finanziari	85.474	52.411	35.289
Pubblica amministrazione - Imposte	61.661	255.676	387.792
Dividendi distribuiti - Azionisti	-	-	-
<b>Valore economico distribuito</b>	<b>11.683.792</b>	<b>7.597.123</b>	<b>10.831.178</b>
<b>Valore economico trattenuto</b>	<b>343.900</b>	<b>2.074.314</b>	<b>3.323.579</b>

## Gli impatti del Covid-19 sul modello di business e sull'organizzazione

Nonostante la progressiva riduzione dell'emergenza pandemica ancora in corso, il primo semestre 2021 è ancora soggetto a restrizioni relativamente alla pandemia COVID-19, che ha determinato in buona parte del mondo uno stato di emergenza sanitaria che ad oggi risulta non ancora conclusa.

Il Gruppo, in considerazione di quanto sopra, prosegue nella conversione della propria offerta formativa da "fisica" ad "OnLine", concentrandosi anche sulla tenuta degli asset con particolare riferimento al Data Base "Lead e Clienti", pur verificando che una parte dei clienti e dei lead non hanno risposto positivamente alla conversione online del business.

Sotto il profilo organizzativo le risorse che si occupavano di eventi sono state riconvertite in un team di video editing, evidenziando le capacità di adattamento e di risposta, ma anche di resilienza di ABTG.

## Il mercato della formazione

Il mercato di riferimento di ABTG è quello legato all'istruzione e, in modo particolare, alla **formazione finanziaria non formale**: le attività strutturate ed organizzate dalla Società, infatti, non permettono di acquisire titoli di studio riconosciuti dal sistema nazionale delle qualificazioni.

Il mercato della formazione si articola su tre livelli:

- **Istruzione e formazione formale**: istruzione e formazione fornita nel sistema di scuole, college, università e altre istituzioni educative di carattere formale, che normalmente costituiscono una "scala" di opportunità di istruzione a tempo pieno per bambini e adolescenti (di solito inizia nella fascia d'età da 5 a 7 anni, proseguendo fino a 20 o 25 anni). Gli istituti sopracitati rilasciano titoli riconosciuti dal *National Framework of Qualifications* (NFQ).
- **Istruzione e formazione non formale**: ogni attività di istruzione e formazione, organizzata e continuativa, non rientrante nella definizione di istruzione e formazione formale precedentemente fornita. Può avere luogo sia all'interno che all'esterno delle istituzioni formative e coinvolgere persone di ogni età. Possono rientrarvi programmi di istruzione per l'alfabetizzazione degli adulti, l'istruzione di base per bambini fuoriusciti dai circuiti scolastici, le competenze utili per la vita quotidiana e per il lavoro, nonché la cultura generale. I programmi di tale genere non seguono necessariamente il sistema della "scala" e possono avere una durata differente.
- **Apprendimento informale**: attività di apprendimento intenzionale non istituzionalizzata, che può estendersi, per esempio, ad eventi che si svolgono in famiglia, sul luogo di lavoro, nella vita quotidiana di ogni individuo o su base autonoma, su iniziativa della famiglia o su base sociale.

L'apprendimento informale, dunque, si differenzia dagli altri generi di formazione per il carattere non istituzionalizzato dell'attività e per il mancato collegamento della progettazione e dei risultati dell'attività al National Framework of Qualifications (NFQ) - entità, riconosciuta a livello nazionale e internazionale, attraverso la quale tutti i risultati dell'apprendimento possono essere valutati e messi in relazione gli uni con gli altri in modo coerente e che definisce il rapporto tra tutte le certificazioni relative a istruzione e formazione.

Il mercato della **formazione non formale** è caratterizzato da tre diverse tipologie di corsi offerti:

- financial training, afferente all'attività di trading e immobiliare;
- self-improvement, riguardante l'area di training motivazionale;
- consulenza aziendale, che riguarda l'area di consulenza per start up e a business già esistenti.

Esistono due tipologie di player in relazione al modo in cui operano:

- formatori che offrono in prima persona il loro corso;
- società specializzate che si avvalgono di coach esterni.

Le skill più richieste dal mercato del lavoro sono le **competenze digitali**, alla luce anche del cambio di paradigma conseguente la pandemia da Covid-19 che ha richiesto un maggior utilizzo di formule di lavoro da remoto, ma anche le **soft skill**, tra cui il change management, la comunicazione ed il problem solving

Molte ricerche aggiungono anche **competenze trasversali**, utili per la gestione del team e l'interazione organizzativa: migliorare la capacità di ascolto, saper definire e gestire gli obiettivi,

accrescere la motivazione per raggiungere gli obiettivi, saper utilizzare in modo efficace lo storytelling per coinvolgere i collaboratori, narrare i servizi e i prodotti, sviluppare il pensiero critico.

Alla didattica sincrona (web live) si sono affiancati percorsi organizzati in pillole di breve durata fruibili in modalità mobile learning e rapid e-learning.

Se da una parte c'è la necessità di **riqualificare e migliorare le competenze** (reskilling e upskilling) per cogliere le opportunità offerte dal mercato, dall'altra resta chiave e centrale il ruolo della persona, soprattutto in termini di stili di apprendimento, che non possono essere omologati a delle sigle tipo instant learning, ecc.

**La formazione continua è fondamentale, non solo per ottenere un lavoro, ma anche per mantenerlo.** Una consapevolezza che accomuna i freelance ai lavoratori dipendenti, i più giovani ai più esperti che sono motivati a formarsi in maniera costante anche durante il tempo libero.

Dal Cegos Observatory Barometer 2020 (survey annuale realizzata dal Gruppo Cegos) emerge che il 76% dei lavoratori sarebbe disposto a seguire corsi di formazione al di fuori dell'orario di lavoro e il 51% a valutare anche l'autofinanziamento parziale dei costi della formazione.

Secondo il 60% dei partecipanti alla survey, lo sviluppo delle competenze è una responsabilità condivisa tra azienda e lavoratori.

La ricerca indica altri fattori molto interessanti:

- l'importanza del coinvolgimento nelle sessioni formative (l'aspetto ludico e interattivo 43%- simulazioni di situazioni lavorative reali 48% – facilità di accesso ai contenuti 54%)
- la creazione di percorsi formativi personalizzabili (35%)
- tra le skill da sviluppare per il futuro: capacità di adattamento (52%), comunicazione digitale (46%) e remote management (45%)

Da febbraio 2020, momento del lockdown, i formatori hanno dovuto **riprogettare la formazione**, passando **dall'offline all'online** (digital learning).

Sono state introdotte diverse **piattaforme di Social VR**, che permettono di condividere un luogo virtuale con altre persone, d'interagire, muoversi agilmente, come in vera e propria presenza. Si condividono le stesse emozioni, non c'è l'affaticamento o il desiderio di evadere che spesso si verifica durante le classiche riunioni con le piattaforme, perché si è in co-presenza, con un livello d'attenzione superiore alla norma e la possibilità di co-creare esperienze con i discenti.

Il Global Market Insights ha pubblicato un report che indica una **crescita dal 2018 di 190 miliardi di dollari per il mercato della formazione a distanza**, prevedendo di superare i 300 miliardi di dollari nel 2025. Per quanto riguarda l'Italia l'aumento della richiesta della formazione online, si è sviluppato con un +100% dopo l'avvento del coronavirus.

La formazione da remoto, oltre ad essere ancora una necessità in certe situazioni, comporta molti vantaggi rispetto alla classica formazione in aula o in azienda, quali: costi minori e la possibilità di vedere in ogni momento la formazione e rivederla in un secondo momento e di creare un archivio di conoscenza disponibile online

## Il ruolo e la strategia di ABTG

La proposta e la strategia di ABTG:



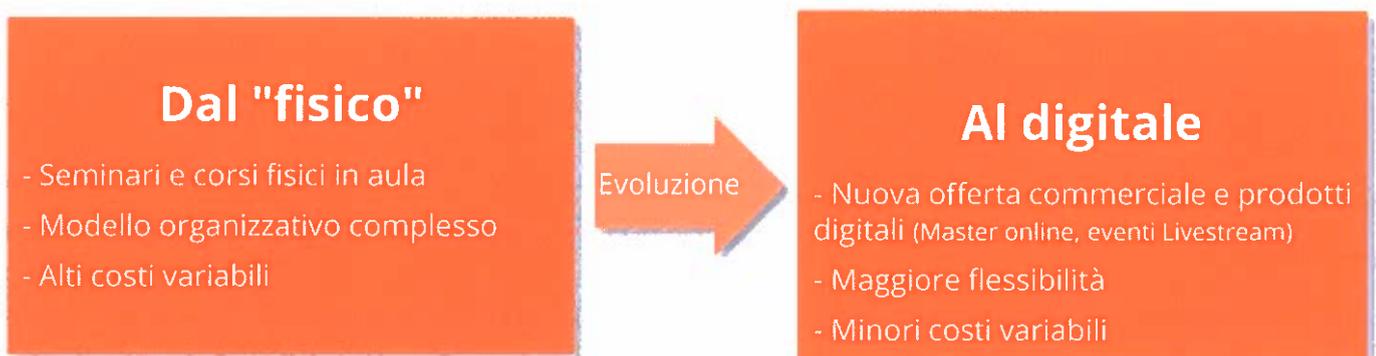
L'obiettivo strategico di Alfio Bardolla Training Group è proseguire nella crescita e nello sviluppo sul mercato in cui opera, secondo i seguenti pilastri principali:

- **Consolidamento della posizione del Gruppo nel mercato italiano ed espansione internazionale** attraverso attività di marketing e commerciali sul mercato italiano, aumentando la consapevolezza del marchio, sfruttando le opportunità di *cross-selling* tra le linee di business e l'attuale offerta di corsi online e offline nei Paesi ispanofoni e anglofoni.
- **Sviluppo del modello di business online e M&A** attraverso l'ampliamento del portafoglio prodotti online e sviluppo di nuove linee di business tramite l'acquisizione di società target nel mercato dell'educazione non formale.
- **Nuove partnership**, facendo leva sul Database Clienti per creare nuove collaborazioni.

ABTG è infatti impegnata in un percorso di valorizzazione del gruppo nel medio-lungo termine: in tale ottica ritiene che la rendicontazione e misurazione dei fattori ESG delle sue attività rappresenti un punto di partenza adatto a fare emergere i propri valori, le qualità del management e le innovative strategie di welfare diffuso.

### Digital transformation

La crisi generata dal COVID-19 ha accelerato il processo di trasformazione digitale pianificato dal management.



La modalità interattiva digitale di ABTG si articola in: corsi online, livestream e Buddy in BreakOut Room. La maggiore efficienza raggiunta dal nuovo business model è evidenziata dal significativo incremento della marginalità.

	2019	2020	2021
EBITDA Margin	6%	25%	27%

## Educazione finanziaria e sostenibilità

L'educazione finanziaria, attraverso i corsi specialistici di ABTG, ha l'obiettivo di insegnare a gestire il **denaro in maniera corretta** per raggiungere i propri obiettivi di spesa, per permettere di **sviluppare la capacità di pianificazione** nel medio-lungo termine e di **migliorare la propria condizione economica**.

Un'adeguata preparazione economico-finanziaria consente di compiere scelte consapevoli nel risparmio e negli investimenti, e quindi di conseguenza, utilizzare le proprie risorse per progettare più responsabilmente il proprio futuro.

Attraverso le nozioni e la cultura verso una migliore comprensione delle dinamiche finanziarie, ABTG suggerisce agli individui strategie per la gestione di una risorsa limitata come il denaro abituandoli a **ragionare in termini di scelte intertemporali**, e fornendo informazioni utili a promuovere un approccio responsabile ed efficiente all'uso del denaro.

L'educazione finanziaria è stata indicata tra i fattori abilitanti al raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile (SDGs, Sustainable Development Goals) definiti all'interno dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite. **Un buon livello di alfabetizzazione finanziaria, infatti, può favorire la riduzione di lacune socio-economiche e disuguaglianze**, attraverso una migliore gestione di risorse che si traduce in una minore tendenza all'indebitamento.

In questi termini, l'educazione finanziaria può essere vista come un elemento di rafforzamento dell'ascensore sociale, capace di generare impatti positivi come: prosieguo degli studi; riduzione del tasso di abbandono scolastico; e facilitazione di accesso al mondo del lavoro.

È da rilevare inoltre che lo spostamento del business verso corsi online a seguito della pandemia ha consentito di amplificare l'educazione finanziaria, consentendo di **rendere fruibili i servizi ad un pubblico più vasto**, a costi più contenuti con modalità di erogazione personalizzabili (in quanto i contenuti sono stati resi disponibili 24/24h attraverso una piattaforma tecnologica con accesso controllato).

## Analisi di materialità

### Gli stakeholder

Un'impresa sviluppa e mantiene nel tempo relazioni costanti con i propri stakeholder, attraverso strumenti di engagement, differenziati in relazione alle caratteristiche, interessi dei quali gli stakeholder sono portatori. Un approccio che preveda un coinvolgimento sistematico degli stakeholder consente alle organizzazioni di migliorare il processo decisionale e definire azioni che, tenendo conto del ruolo e valutazioni degli stakeholder coinvolti, possono generare maggiori opportunità di raggiungere gli obiettivi strategici.

Categoria Stakeholder ABTG	Attività e strumenti di relazione e di engagement
Azionisti	Assemblea dei Soci - Consiglio di Amministrazione
Banche e investitori	Assemblea azionisti - Attività di Investor relations - Sito internet /sezione dedicata - Incontri periodici
Dipendenti	Dialogo con Direzione Risorse umane - Incontri informali / istituzionali - Incontri di formazione - Iniziative di welfare aziendale - Intranet aziendale - Newsletter interna / Piano di comunicazione interna
Collaboratori	Dialogo / Incontri - Definizione e condivisione di standard e contenuti corsi / coaching - Partnership
Fornitori	Incontri commerciali - Partnership
Clienti	Wake-up call / Attività di learning in presenza / da remoto - Interazione tramite Customer service / Call Center - Social media - Sito web Altri canali di comunicazione dedicati - Newsletter informative
Pubblica Amministrazione	Invio e scambio comunicazioni per adempimenti o richieste specifiche
Media	Interviste - Conferenze stampa - Eventi - Sito web istituzionale
Comunità e territorio	Incontri con rappresentanti comunità locali per partnership e collaborazione per progetti ed eventi. Formazione e di responsabilità sociale

### I temi materiali

I temi materiali sono quegli aspetti che hanno un rilevante impatto economico, ambientale e sociale e che sono ritenuti significativi dalla prospettiva di valutazione e interessi degli stakeholder.

Come secondo anno di rendicontazione di sostenibilità, si è proceduto con una revisione dei temi materiali individuati lo scorso anno, che ha comportato l'integrazione di alcune tematiche e l'eliminazione di altre che ad oggi non sono risultate

Si evidenzia che ABTG ha proceduto con un riesame dei temi materiali che erano stati individuati lo scorso anno. Pertanto, rispetto al Bilancio di Sostenibilità 2020, alcuni temi sono stati soggetti a revisione e aggiornati o eliminati di conseguenza.

Per l'individuazione dei temi materiali è stata effettuata un'analisi preliminare di materialità che ha previsto le seguenti attività:

- Mappatura stakeholder
- Analisi di benchmarking comparables nazionali ed internazionali
- Evidenze / riscontri da attività engagement ricorrenti svolte nei confronti degli stakeholder
- Valutazione del top management.

I temi materiali sono riepilogati nella successiva tabella, nella quale sono riportati anche gli indicatori utilizzati per la rendicontazione. I temi materiali identificati sono stati raggruppati secondo ambiti, tenuto conto del loro diverso perimetro di impatto.

Temi materiali		GRI Standards Specific Topics di riferimento
<b>Governance</b>		
1	Etica - integrità e compliance	GRI 205-3 GRI 419-1
2	Sicurezza e protezione dati	GRI 418-1
<b>Economici</b>		
3	Performance economica - finanziaria	GRI 201-1
<b>Persone (Dipendenti e collaboratori)</b>		
4	Competenze, formazione e sviluppo capitale umano	GRI 102-8
5	Benessere lavorativo e welfare	GRI 401-1 GRI 401-3
6	Diversità, inclusione e pari opportunità	GRI 405-1 GRI 406-1
<b>Modello di business</b>		
7	Qualità e offerta formativa	Tema rendicontato tramite GRI General Standards
<b>Ambiente</b>		
8	Consumi responsabili	GRI 302



## **2. Il modello di business ABTG**

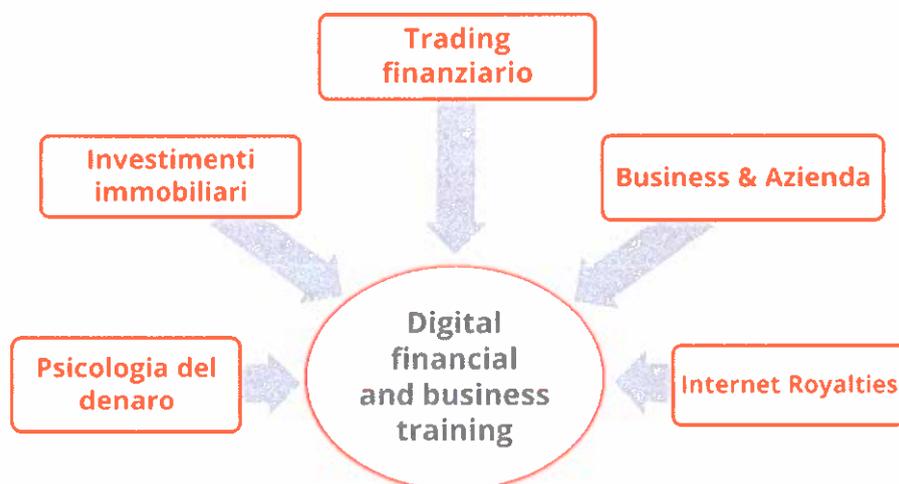
Alfio Bardolla Training Group è tra i principali operatori in Italia nel settore della formazione finanziaria personale. La Società organizza e promuove corsi di formazione e attività di coaching in tema di psicologia del denaro, investimenti immobiliari, trading finanziario e creazione e sviluppo del business. L'offerta formativa è completata dai libri e contenuti multimediali commercializzati.

Alfio Bardolla Training Group opera secondo un modello di business delineato per creare sinergie e opportunità di *cross-selling* tra le quattro linee di business: corsi specialistici, corsi *online*, *coaching* e aste giudiziarie. In risposta alla situazione generata dalla diffusione dell'epidemia Covid-19, la Società ha rimodulato il proprio focus verso i corsi online, grazie ad un modello di business maggiormente improntato sul *digital*.



## Le aree di formazione

I corsi (online e corsi specialistici) e l'attività di coaching offerti da ABTG comprendono la creazione e sviluppo di contenuti specializzati con l'obiettivo di supportare il cliente nell'ottenere la libertà finanziaria.



L'attività di formazione si suddivide in cinque aree.

- **Psicologia del denaro:** i corsi di formazione organizzati dalla società sono volti a fornire alla propria clientela gli strumenti necessari per un'opportuna gestione del proprio patrimonio e i principi e le strategie per il raggiungimento degli obiettivi di successo dei partecipanti. In tale contesto, il corso di psicologia del denaro mira ad aiutare i partecipanti a modificare il loro approccio mentale con il denaro;
- **investimenti immobiliari:** il percorso di formazione nel settore degli investimenti immobiliari è finalizzato a fornire le strategie adeguate a investire nel settore immobiliare e analizzare e valutare

le opportunità del mercato. Ai corsisti vengono inoltre forniti i principali strumenti e le conoscenze tecniche per potere operare su stralci ed aste giudiziarie;

- **trading finanziario:** l'obiettivo dei corsi è di illustrare ai partecipanti le strategie per svolgere l'attività di trading su forex, oltre che sui principali mercati azionari e le tecniche per l'attività di gestione e conservazione del proprio capitale. Il corso è in continuo aggiornamento e tende a formare rispetto all'evoluzione del mercato, includendo pertanto il trading su criptovalute e prodotti fintech;
- **business & azienda:** i corsi sono volti a fornire ai partecipanti le informazioni necessarie per comprendere i diversi fattori che possono influenzare la gestione delle aziende nonché sviluppare le competenze per lo sviluppo e la crescita della propria impresa.
- **Internet royalties:** un set di corsi e coaching per riuscire a costruire un business on line e guadagnare attraverso i molteplici canali disponibili su internet.

Ogni area tematica è trattata attraverso percorsi formativi in aula (corsi specialistici) e percorsi di formazione individuali (coaching), volti ad analizzare esigenze specifiche del cliente, risolvere eventuali problematiche e aiutare il cliente nell'ambito del suo percorso di crescita, nonché eventi giornalieri (WakeUp Call). ABTG effettua una selezione dei docenti, al fine di individuare i soggetti in possesso dei requisiti e delle conoscenze richieste per i differenti corsi di formazione. Alla data il gruppo conta 18 insegnanti.

## La modularità dell'offerta

### Wake Up Call

Il corso Wake Up Call (WUP) rappresenta il punto di partenza del percorso formativo da parte del cliente. L'obiettivo è quello di trasmettere ai partecipanti gli obiettivi e le nuove strategie per la gestione del proprio denaro, per l'attuazione di tecniche di investimento specifiche e per l'individuazione delle problematiche connesse. Il corso ha una durata di due o tre giorni, nell'ambito dei quali sono affrontati gli argomenti relativi alle aree in cui si divide l'offerta formativa.

Nel febbraio 2021 è stata organizzata il primo **WakeUp Call LiveStream** che, nelle tre giornate, ha registrato circa **5000 persone** che hanno preso parte all'evento online.

Nel settembre 2021 si è tenuto il secondo **Wake up Call "globale"** in formato live stream interessando clienti provenienti da **22 nazioni diverse**.

La Capogruppo prevede, altresì, nel corso del primo semestre 2022, di commercializzare il primo prodotto "**edutainment**" che unisce l'educazione finanziaria personale e di intrattenimento.

### Corsi Verticali

**Investimenti Immobiliari** - Il percorso di formazione nel settore degli investimenti immobiliari è finalizzato a fornire le strategie adeguate ad investire nel settore immobiliare e ad analizzare e valutare le opportunità del mercato. I corsi che vengono proposti in quest'ambito sono: Investire in immobili; Aste, Cessione del Compromesso e Frazionamenti; Stralci; Vendita - Marketing immobiliare - Rendite.

**Trading Finanziario** - L'obiettivo dei corsi è di illustrare le strategie per svolgere l'attività di trading su Forex, oltre che sui principali mercati azionari e le tecniche per l'attività di gestione e conservazione del proprio capitale, anche alla luce dell'evoluzione del mercato, includendo pertanto il trading su criptovalute e prodotti fintech. I corsi che vengono proposti in quest'ambito sono: AB Forex. Trading in Opzioni, Commodity Spread Trading, Cripto trading.

**Internet Business** - I corsi sono volti a fornire le informazioni necessarie per comprendere i diversi fattori che possono influenzare la gestione delle aziende nonché sviluppare le competenze per lo sviluppo e la crescita della propria impresa. I corsi che vengono proposti in quest'ambito sono: Business Revolution, Num 1, Internet Rockstar, Marketing Formativo.

**Internet Royalties** - I corsi hanno l'obiettivo di permettere al cliente di riuscire a costruire un business ed accelerare il processo di monetizzazione attraverso i multipli canali internet. Questi programmi hanno prezzi di vendita inferiori in quanto sono corsi standard, ma hanno un margine maggiore rispetto all'attività di coaching e hanno una scalabilità più elevata, soprattutto se erogate tramite l'online. I corsi in quest'ambito sono: Video Che Vendono, Moltiplicare Clienti.

## I corsi online

I servizi relativi alle diverse aree tematiche, storicamente offerti attraverso corsi formativi tenuti in aula e percorsi di formazione individuali (coaching), sono stati gestiti a partire da marzo 2020 in modalità on-line.

L'offerta formativa viene fornita attraverso una **piattaforma online dedicata**, attraverso la quale gli utenti possono **accedere a video e documenti 24 ore su 24**.

**Master Online in Immobili in Affitto**: si propone l'obiettivo di insegnare tutto ciò che c'è da sapere per fare soldi con i principali investimenti immobiliari.

**Master Online in Forex-Trading**: è finalizzato a far conoscere il mondo del Forex Trading, contenuti in merito alla psicologia per essere un trader di successo, agli strumenti del trading, alla gestione del rischio e del portafoglio, a come effettuare l'analisi tecnica e la strategia delle post-news.

**Master Online in Marketing Formativo**: è finalizzato a far conoscere il Marketing Formativo attraverso gli strumenti fondamentali del Funnel (Facebook Ads, Optin Page, Email Marketing e Sales Page).

**Master Online in Cripto-Trading**: si pone l'obiettivo di far conoscere il Cripto-Trading attraverso 4 Fasi: cosa sono le criptovalute e come funziona la Blockchain, come cercare e analizzare le giuste opportunità, scegliere la strategia e la valuta adatta, calcolare il rischio e operare in assoluta tranquillità.

**Number One Masterclass (Internet Royalties)**: vuole introdurre al mondo del Web marketing, dando suggerimenti su come creare un'impresa attraverso un libro, diventando immediatamente un attore di riferimento sul mercato e aumentando al contempo ricavi e clienti.

**Nel corso del 2021 sono stati realizzati corsi online a cui hanno partecipato circa 8100 persone.**

## Coaching e mentoring

ABTG prevede la possibilità di partecipare a corsi individuali (*Coaching*), nell'ambito dei quali vengono strutturati dei percorsi personalizzati – generalmente attraverso la formula *one to one* – al fine di supportare il cliente durante il suo percorso formativo. Generalmente i corsi individuali, svolti presso la sede legale o tramite collegamenti in audio-conferenza, sono tenuti da esperti del settore, toccando temi come la libertà finanziaria e psicologia del denaro, investimenti in immobili, *AB trading school* e *business management*.

Nel giugno del 2021, è stata acquisita la società Smart Business Lab Srl, leader nel mercato italiano nel mentoring per la PMI, che ha consentito di ampliare l'offerta formativa includendo moduli digitali organizzati per le macro aree: Gestione finanziaria, Leadership & Management, Marketing, Lead generation, Sales, Delivery.

## Aste giudiziarie

Il Gruppo opera nel settore delle aste giudiziarie, tramite la società controllata **Aste Giudiziarie Lombardia S.r.l.**, *start-up* innovativa (costituita nel 2018) proprietaria di una piattaforma che permette la ricerca di tutte le opportunità immobiliari all'asta nel territorio nazionale.

Il business si basa principalmente su due linee:

- **Consulenza al cliente** in tutto il processo di aggiudicazione delle aste (svolto principalmente nella provincia di Brescia e nelle province limitrofe).
- **Sviluppo di una rete di partner (Affiliati)** a cui permettere l'utilizzo del "Modello AGL" garantendo formazione, assistenza e la necessaria lead generation.

AGL, costituita nel gennaio 2018, vanta al 31 dicembre 2021 una rete di 93 Affiliati (sia agenzie immobiliari che imprenditori).

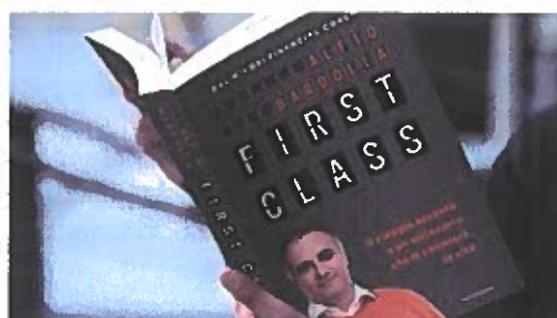
## Servizi legali ed amministrativi

ABTG attraverso il supporto della società ABTG Legal Consulting S.r.l., costituita nel primo semestre del 2021, opera tramite un team di avvocati specializzati per fornire servizi di advisory per i clienti di ABTG e delle controllate AGL e SBL in tutti gli aspetti legali e amministrativi inerenti le operazioni immobiliari e delle aste giudiziarie, con l'obiettivo di integrare ulteriori servizi e ampliare l'offerta, allargando la rete di partner con altre figure professionali.

## Editoria

Alfio Bardolla Training Group offre alla propria clientela una serie di prodotti gratuiti e a pagamento tramite *ebook*, videocorsi e audiocorsi, oltre che giochi in scatola per esercitarsi.

Inoltre, la società commercializza i libri scritti e curati dal fondatore e Presidente del Consiglio di Amministrazione Alfio Bardolla.



## Clientela e modello di marketing

La formazione personale per lo sviluppo della propria educazione finanziaria viene considerata con grande interesse dalla clientela.

Nel corso degli anni più di 50.000 clienti hanno partecipato ai corsi di formazioni promossi e organizzati da Alfio Bardolla Training Group. ABTG si propone di guidare i propri clienti in un percorso che unisce teoria e pratica negli ambiti oggetto della propria offerta formativa.

La clientela target di ABTG è rappresentata da quei soggetti interessati a svolgere un'attività di formazione a carattere istituzionalizzato, ma non necessariamente riconosciuta dagli NFQ (*National Framework of Qualifications*).

Il modello di acquisizione della clientela si differenzia a seconda del canale di erogazione dei servizi: il canale fisico (o tradizionale) e il canale on line.

## Gestione e sicurezza dei dati

Nella gestione dell'operatività, il Gruppo utilizza i dati dei propri clienti che potrebbero essere esposti a rischi di attacchi Cyber. Al fine di ridurre il rischio di essere vittima di tali attacchi, il Gruppo aggiorna costantemente le proprie infrastrutture aziendali. Inoltre, l'attuale progetto di riconversione del gestionale prevede il passaggio ad un'infrastruttura cloud che riduca tali rischi.

## I contenuti commerciali

Tutte le **immagini, i messaggi e le informazioni sui corsi veicolati** attraverso i diversi canali di comunicazione sia online che offline vengono definiti perché siano coerenti con i valori aziendali, non siano discriminatori e non richiamino comportamenti violenti o modelli comportamentali pericolosi.

Grazie a questo impegno costante, le attività di marketing, pubblicità e sponsorizzazione dei servizi ABTG non hanno mai dato luogo a casi di non conformità con regolamenti in essere.

In particolare, si rileva che ciascun servizio è descritto nei dettagli esplicitando il programma, gli speaker e i tempi di realizzazione. Sono anche descritte le modalità e i tempi entro i quali recedere e le eventuali penalità (es: perdita caparra etc). Ciascuna informazione è tradotta nella lingua in cui è tenuto il corso.

A garanzia della soddisfazione del cliente, della trasparenza e della qualità del servizio offerto la società eroga tutti i corsi con la clausola "soddisfatti o rimborsati".

## I fornitori, collaboratori e trainer

I principali fornitori di ABTG sono i collaboratori e partner, che contribuiscono con le loro competenze ed esperienza alla realizzazione di corsi di qualità nei diversi settori: le società che si occupano dell'organizzazione degli eventi (incaricate dei servizi di catering, gadgeting, trasporti, pernottamenti etc), le case editrici, che si occupano della pubblicazione dei libri scritti da Alfio Bardolla, editi in Italia principalmente da Sperling & Kupfer e Gribaudo.

## I collaboratori

I collaboratori, distinti principalmente in coach e commerciali, vengono selezionati nel rispetto dei valori aziendali e dell'ambiente interno.

Sia durante l'iter di selezione che durante la formazione, i valori dell'azienda vengono ripetutamente condivisi, nello specifico:

- credere nell'importanza di aiutare gli altri migliorandone la qualità della vita;
- essere orgogliosi di ciò che l'azienda fa nel rispetto profondo per gli altri;
- essere in continua formazione, perché è l'unico strumento che ci rende veramente liberi;
- essere fortemente orientati al risultato e avere un forte senso di gratitudine;
- fare diventare i sogni realtà: insieme diventeremo individui migliori, genitori migliori, figli migliori e miglioreremo la nostra società.

Per l'analisi dettagliata dei collaboratori si veda il capitolo 6 Le risorse umane/I dipendenti e collaboratori.

## I trainer internazionali di riferimento

Per i corsi Wake Up Call (WUP) vengono invitati alcuni trainer internazionali considerati come specialisti del tema oggetto del corso specifico.

	<p><b>Alfio Bardolla - #1 Financial Coach in Europa</b> La sua missione è aiutare il maggior numero di persone a vivere appieno la propria vita, attraverso una gestione consapevole delle finanze personali.</p>
	<p><b>Giacomo Bruno - #1 Papà degli Ebook</b> CEO di Bruno Editore, ha portato gli ebook in Italia nel 2002, 9 anni prima degli editori tradizionali. È Autore di 27 Bestseller Amazon.</p>
	<p><b>Robert Allen - #1 NYT Autore Bestseller</b> Padre della formazione, formatore sulla libertà finanziaria e uno dei più influenti consiglieri di investimento immobiliare di tutti i tempi.</p>
	<p><b>Robert Kiyosaki - #1 Rich Dad Poor Dad</b> Speaker motivazionale, imprenditore e scrittore di libri sulla crescita personale, la sua missione è condividere la formazione finanziaria.</p>

## **3. Governance**

## Il governo dell'impresa

La cultura manageriale è un punto di forza di ABTG. La composizione del board ha uno *standing* di primario livello, competenze sul business aziendale, esperienza internazionale e diversità di genere.

La struttura di *corporate governance* adottata da Alfio Bardolla Training Group prevede, secondo il modello tradizionale:

- Assemblea degli azionisti (competente a deliberare in ordine alle materie previste dalla legge e dallo Statuto sociale);
- Consiglio di Amministrazione (a cui è affidata la gestione della Società);
- Collegio Sindacale

Il bilancio della Società è assoggettato a revisione legale da parte di Deloitte & Touche S.p.A., nominata dall'Assemblea per il periodo 2019-2027.

Il **Consiglio di Amministrazione**, composto da professionisti con dimostrate competenze nel *core business* dell'azienda e nell'attività di accompagnamento al mercato finanziario, è stato nominato dall'Assemblea del 19 giugno 2019 e rimarrà in carica sino all'approvazione del bilancio di esercizio al 31 dicembre 2021.

Consiglio di Amministrazione	Ruolo
Alfio Bardolla	Presidente e CEO
Federica Parigi	Consigliere
Nicola De Biase	Consigliere
Robert Allen	Consigliere
Vittorio Rocchetti*	Consigliere

(\*) Amministratore in possesso dei requisiti di indipendenza previsti dall'articolo 148, comma 3, D. Lgs. n.58/1998.

Il CdA è composto da 5 membri, di cui una donna. Relativamente alle informazioni sulla diversità si precisa che 2 componenti dell'organo di governo si collocano nella fascia di età "maggiore di 50 anni" (entrambi di genere maschile), mentre i restanti 3 componenti si collocano nella fascia di età "da 30 a 50 anni" (2 di genere maschile ed 1 di genere femminile).

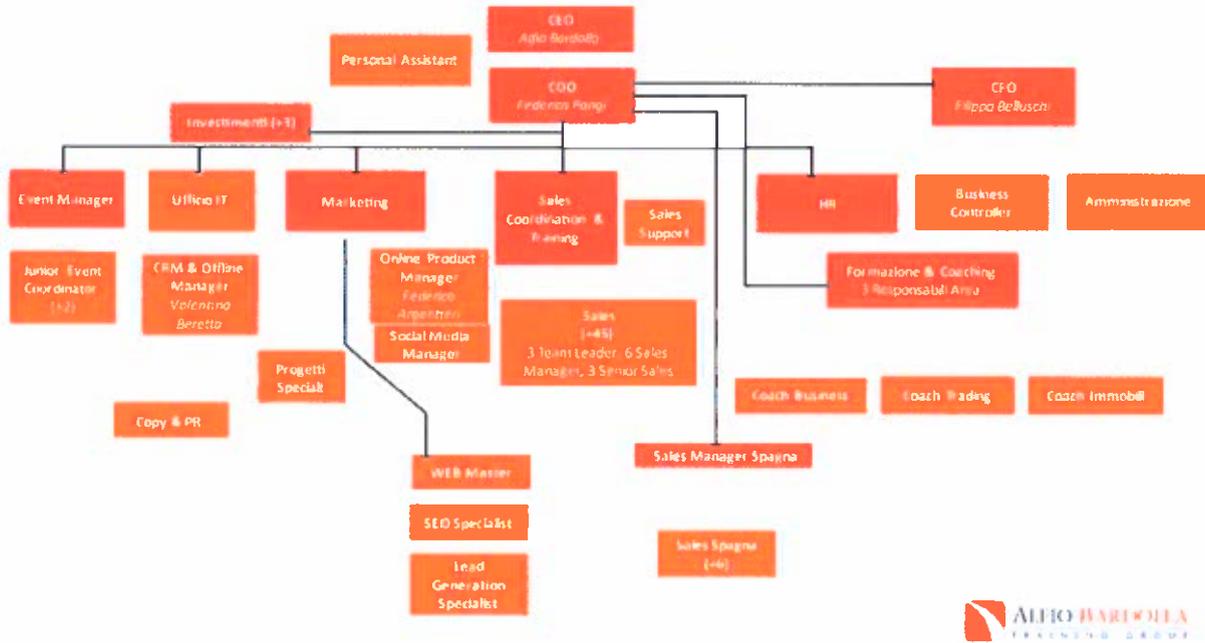
Collegio Sindacale	Ruolo
Giuseppe Zermini	Presidente
Maria Catalano	Sindaco effettivo
Roberto Bosa	Sindaco effettivo
Daniele Carlo Trivi	Sindaco supplente
Lorena Pellissier	Sindaco supplente

Il **Collegio Sindacale**, nominato dall'assemblea del 19 giugno 2019, rimarrà in carica sino all'approvazione del bilancio di esercizio al 31 dicembre 2021 ed è composto da 5 membri.

E' stato nominato un Comitato per le parti correlate e un comitato per le remunerazioni. Il **comitato per le Parti Correlate** ha il compito di supportare il consiglio di Amministrazione in relazione alle operazioni con parti correlate. Il **Comitato per la Remunerazione e le Nomine** svolge funzioni propositive e consultive nei confronti del Consiglio di Amministrazione in materia di politica di incentivazione del management.

## Assetto Organizzativo della Capogruppo:

Nella seguente tabella è riportato l'organigramma di primo livello della società:



La figura del fondatore Alfio Bardolla, che riveste la carica di Presidente e Amministratore Delegato di ABTG, è stata fondamentale per l'affermazione del brand nel settore della formazione finanziaria ed è tuttora rilevante anche per l'attuazione della strategia di comunicazione della Società.

ABTG si è dotata di un organigramma operativo e manageriale capace di assicurare la continuità del business e garantire una costante qualità del servizio offerto e della capacità competitiva della società per garantire gli obiettivi di crescita dell'attività nel tempo.

## Compliance Normativa

### Osservanza di leggi e regolamenti

Alla data del presente documento non sussistono casi di violazioni di leggi e/o regolamenti relativi a disposizioni di carattere sociale, economico e fiscale. Nessuna sanzione avente tale natura è stata ricevuta nel 2021 e non si segnalano procedimenti di rilievo a riguardo.

### Condotta etica ed integrità

Nel corso dell'esercizio 2021, così come in quelle precedenti oggetto di rendicontazione, non sono stati accertati episodi di corruzione attiva o passiva che hanno coinvolto amministratori o dipendenti di ABTG.

### Privacy

Alfio Bardolla Training Group S.p.A. considera di fondamentale importanza la tutela dei dati personali dei propri clienti e utenti, effettivi e/o potenziali e per questo ha predisposto un solido impianto

*privacy*, al fine di assicurare un elevato grado di *compliance* con riferimento alla normativa in materia di protezione dei dati personali, nazionale e sovranazionale.

Allo scopo di garantire un costante aggiornamento nei processi aziendali, la società ha provveduto a nominare un DPO (*Data Protection Officer*), figura di riferimento nella programmazione e nella gestione di tutte le operazioni riguardanti il trattamento dei dati personali.

Quest'ultimo ha il compito di informare e fornire consulenza alla società in merito agli obblighi derivanti dalla normativa in materia di trattamento dei dati; di sorvegliare l'osservanza della normativa nonché della politica della società in materia di trattamento dei dati, compresi l'attribuzione delle responsabilità e la formazione del personale che partecipa ai trattamenti e alle connesse attività di controllo; di fornire un parere in merito alla valutazione d'impatto sulla protezione dei dati e sorvegliarne lo svolgimento; di cooperare e fungere da punto di contatto con l'autorità di controllo per questioni connesse al trattamento dei dati. Il DPO è supportato nella sua attività da un modello organizzativo basato su diversi livelli di monitoraggio della compliance aziendale.

Le persone autorizzate al trattamento e, in particolare, il Responsabile Interno devono tempestivamente e adeguatamente consultarsi con il *Data Protection Officer* su tutte le questioni riguardanti la protezione dei dati personali. Nell'ambito della gestione di sua competenza, il DPO ha redatto una specifica *Data Protection Policy* volta ad illustrare gli obblighi a cui tutti i dipendenti e collaboratori della società devono attenersi per garantire la conformità con quanto prescritto dalla normativa sul trattamento dei dati personali applicabile.

Il Regolamento Europeo 2016/679 (GDPR) richiede un livello di attenzione e di controllo sulle modalità di trattamento dei dati personali molto rigido, al fine di evitare l'applicazione delle elevate sanzioni normativamente poste a presidio della corretta gestione dei dati personali; inoltre, viene introdotto il cd. principio di *accountability*, inteso come responsabilizzazione del titolare e rendicontazione delle azioni positive intraprese a livello interno per garantire l'adeguamento alla normativa europea, nonché la valutazione dell'impatto che i trattamenti producono sulla protezione dei dati. Ne consegue, pertanto, che è di primaria importanza la comprensione della *Data Protection Policy* e che tutti i dipendenti e collaboratori si conformino con i suoi contenuti.

Quale parte degli obblighi derivanti dall'esecuzione del contratto di collaborazione, ogni dipendente o collaboratore deve conformarsi a quanto prescritto dalla *Data Protection Policy*, il cui scopo precipuo è quello di informare il personale - anche latamente inteso - degli obblighi a suo carico nel trattamento dei dati personali per conto della Società.

È altresì prevista un'attività di educazione e formazione dei dipendenti e dei collaboratori rispetto agli obblighi previsti dal GDPR e dalla *Data Protection Policy*.

Particolare attenzione è stata posta nello sviluppo dell'impianto *privacy* alla gestione dei diritti degli interessati, sviluppando una policy interna che consente l'esercizio di tutti le facoltà concesse dal GDPR

Alla data attuale l'impianto *privacy* si è rivelato conforme e coerente con l'impostazione data; la Società non ha ricevuto sanzioni e non sono state registrate violazioni di dati personali (*data breach*).

## **4. Le risorse umane**

## La gestione delle risorse umane

ABTG ritiene che il capitale umano sia il proprio punto di forza. La professionalità e la competenza dei dipendenti e dei consulenti sono valori e condizioni determinanti per conseguire gli obiettivi di ABTG.

ABTG offre a tutti i dipendenti e collaboratori le medesime opportunità, facendo in modo che tutti possano godere di un trattamento equo basato su criteri di merito, senza discriminazione alcuna. ABTG si attende che i dipendenti, ad ogni livello, collaborino a mantenere in azienda un clima di reciproco rispetto. La Società contrasta ogni forma di discriminazione, il lavoro forzato e il lavoro minorile. Non vengono effettuate discriminazioni relative a differenze di genere, età, posizionamento socio-economico, etnia, religione, orientamento sessuale.

Nel corso del 2021 non si sono registrati incidenti sul lavoro, non sono intervenute malattie professionali su dipendenti o ex dipendenti e non sono state avviate cause per mobbing né si sono verificati episodi di discriminazione.

Fin dall'inizio della pandemia da COVID-19, l'azienda ha adottato rigorosi protocolli di sicurezza in linea con le disposizioni e indicazioni diramate a livello locale e nazionale, attivando anche lo smart-working per il personale degli uffici di Milano.

## I dipendenti ed i collaboratori

I dati dei dipendenti indicati si riferiscono all'organico alla fine di ogni periodo. Unitamente ai dati relativi al personale dipendente vengono presentate le informazioni relative ai consulenti (collaboratori), risorse umane stabilmente impiegate nel corso dello svolgimento dell'attività commerciale e formativa di ABTG. I dati evidenziano un peso complessivo del genere femminile del 37% sul totale dell'organico.

	2019			2020			2021		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Dipendenti	13	13	26	9	9	18	10	11	21
Collaboratori (Consulenti)	26	38	64	27	42	69	24	47	71
<b>Totale</b>	<b>39</b>	<b>51</b>	<b>90</b>	<b>36</b>	<b>51</b>	<b>87</b>	<b>34</b>	<b>58</b>	<b>92</b>

Tipo di contratto	2019			2020			2021		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Tempo indeterminato	11	11	22	9	8	17	7	10	17
Tempo determinato	2	2	4	-	1	1	3	1	4
<b>Totale</b>	<b>13</b>	<b>13</b>	<b>26</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>18</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>21</b>

Forma impiego	2019			2020			2021		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Full-time	11	13	24	7	9	16	7	11	18
Part-time	2	-	2	2	-	2	3	-	3
<b>Totale</b>	<b>13</b>	<b>13</b>	<b>26</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>18</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>21</b>

## Diversità

### Categoria / genere

Dipendenti	2019			2020			2021		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Dirigenti	2	1	3	2	-	2	1	-	1
Impiegati - Quadri	11	12	23	7	9	16	9	11	20
<b>Totale</b>	<b>13</b>	<b>13</b>	<b>26</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>18</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>21</b>

Dipendenti %	2019			2020			2021		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Dirigenti	8%	4%	11%	11%	-	11%	5%	-	5%
Impiegati - Quadri	42%	46%	89%	39%	50%	89%	43%	52%	95%
<b>Totale</b>	<b>50%</b>	<b>50%</b>	<b>100%</b>	<b>50%</b>	<b>50%</b>	<b>100%</b>	<b>48%</b>	<b>52%</b>	<b>100%</b>

Collaboratori	2019			2020			2021		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Commerciali	21	28	49	23	30	53	20	26	46
Coach	5	10	15	4	12	16	4	21	25
<b>Totale</b>	<b>26</b>	<b>38</b>	<b>64</b>	<b>27</b>	<b>42</b>	<b>69</b>	<b>24</b>	<b>47</b>	<b>71</b>

Collaboratori (%)	2019			2020			2021		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Commerciali	33%	44%	77%	33%	44%	77%	28%	36%	65%
Coach	8%	15%	23%	6%	17%	23%	6%	30%	35%
<b>Totale</b>	<b>41%</b>	<b>59%</b>	<b>100%</b>	<b>39%</b>	<b>61%</b>	<b>100%</b>	<b>34%</b>	<b>66%</b>	<b>100%</b>

## Fascia di età / genere

Dipendenti	2019			2020			2021		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Fino a 29 anni		3	3		1	1	-	2	2
Da 30 a 50 anni	13	10	23	9	8	17	9	9	18
Oltre 50 anni	-	-	-	-	-	-	1	-	1
<b>Totale</b>	<b>13</b>	<b>13</b>	<b>26</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>18</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>21</b>
Collaboratori	2019			2020			2021		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Fino a 29 anni	5	9	14	5	12	17	4	5	9
Da 30 a 50 anni	20	27	47	21	28	49	18	36	54
Oltre 50 anni	1	2	3	1	2	3	2	6	8
<b>Totale</b>	<b>26</b>	<b>38</b>	<b>64</b>	<b>27</b>	<b>42</b>	<b>69</b>	<b>24</b>	<b>47</b>	<b>71</b>
Totale Dipendenti + Collaboratori	2019			2020			2021		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Fino a 29 anni	5	12	17	5	13	18	4	7	11
Da 30 a 50 anni	33	37	70	30	36	66	27	45	72
Oltre 50 anni	1	2	3	1	2	3	3	6	9
<b>Totale</b>	<b>39</b>	<b>51</b>	<b>90</b>	<b>36</b>	<b>51</b>	<b>87</b>	<b>34</b>	<b>58</b>	<b>92</b>

Dipendenti %	2019			2020			2021		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Fino a 29 anni	-	12%	12%	-	6%	6%	-	9%	9%
Da 30 a 50 anni	50%	38%	88%	50%	44%	94%	43%	43%	86%
Oltre 50 anni	-	-	-	-	-	-	5%	-	5%
<b>Totale</b>	<b>50%</b>	<b>50%</b>	<b>100%</b>	<b>50%</b>	<b>50%</b>	<b>100%</b>	<b>48%</b>	<b>52%</b>	<b>100%</b>
Collaboratori (%)	2019			2020			2021		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Fino a 29 anni	8%	14%	22%	7%	17%	25%	6%	7%	13%
Da 30 a 50 anni	31%	42%	73%	30%	41%	71%	25%	51%	76%
Oltre 50 anni	2%	3%	5%	2%	3%	4%	3%	8%	11%
<b>Totale</b>	<b>40%</b>	<b>59%</b>	<b>100%</b>	<b>39%</b>	<b>61%</b>	<b>100%</b>	<b>34%</b>	<b>66%</b>	<b>100%</b>
Totale	2019			2020			2021		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Fino a 29 anni	5%	13%	19%	5%	15%	20%	4%	8%	12%
Da 30 a 50 anni	37%	41%	78%	35%	42%	77%	29%	49%	78%
Oltre 50 anni	1%	2%	3%	1%	2%	3%	4%	6%	10%
<b>Totale</b>	<b>43%</b>	<b>57%</b>	<b>100%</b>	<b>41%</b>	<b>59%</b>	<b>100%</b>	<b>37%</b>	<b>63%</b>	<b>100%</b>

## I congedi parentali (maternità)

Per quanto concerne i congedi parentali si rileva un solo caso nel 2021. La dipendente, terminato il periodo di congedo parentale, ha ripreso l'attività lavorativa ordinaria.

## Il turnover

Assunzioni per classi di età	2019			2020			2021		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Fino a 29 anni	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Da 30 a 50 anni	4	5	9	2	1	3	1	2	3
Oltre 50 anni	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Totale</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>

Cessazioni per classi di età	2019			2020			2021		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Fino a 29 anni	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Da 30 a 50 anni	-	-	-	5	6	11	1	-	1
Oltre 50 anni	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Totale</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>11</b>	<b>1</b>	<b>-</b>	<b>1</b>

Motivo cessazione	2019			2020			2021		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Uscite volontarie	-	-	-	4	5	9	1	-	1
Pensionamento	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Licenziamento	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Altro	-	-	-	1	1	2	-	-	-
<b>Totale</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>11</b>	<b>1</b>	<b>-</b>	<b>1</b>

Turnover	2019			2020			2021		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Turnover negativo / uscite	-	-	-	38,5%	46,2%	42,3%	22,2%	0,0%	11,1%
Turnover positivo / ingressi	-	-	-	15,4%	7,7%	11,5%	11,1%	22,2%	16,7%
<b>Turnover complessivo</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-23,1%</b>	<b>-38,5%</b>	<b>-30,8%</b>	<b>-11,1%</b>	<b>22,2%</b>	<b>5,6%</b>

## Formazione e sviluppo competenze

L'attenzione di ABTG per la formazione delle persone e lo sviluppo delle competenze è una prerogativa della peculiarità del business dell'azienda. Essendo un settore molto specializzato e che richiede una preparazione con competenze trasversali e difficilmente ottenibili con corsi esterni, la Società ha adottato per la formazione un percorso "training on the job" che consente alle figure junior di essere affiancati da manager specializzati con esperienza per apprendere sul campo le principali competenze del settore.

## **5. Gli impatti ambientali**

La società svolge la propria attività nel pieno rispetto delle disposizioni in materia di ambiente e di igiene sul posto di lavoro. Sotto il profilo ambientale, per la tipologia di business sviluppato e per le correlate attività svolte, ABTG non ha un rilevante impatto.

ABTG, tuttavia, si impegna nell'ambito della propria organizzazione a:

- limitare l'utilizzo della plastica
- differenziare i rifiuti
- consumare la carta in maniera responsabile.



In ABTG il dipendente utilizza una tazza personalizzata per il consumo di acqua ed evitare l'utilizzo di bottiglie in PET monouso.

## Consumi energia ed emissioni

I dati presentati si riferiscono ai consumi interni di energia. I dati vengono riepilogati in Gjoule.

Energia consumata – GJ	2019	2020	2021
Energia elettrica acquistata	119	103	108
Di cui da fonti rinnovabili	-	-	18

Fonte fattori di conversione 2021:

- Energia elettrica: IPCC 2021 GWP 100 Vers.1.00

Nel presente Bilancio di sostenibilità non vengono riportati i consumi di altre fonti di consumo energetico in quanto da non ritenere di particolare rilievo.

Intensità energetica	Unità	2019	2020	2021
Consumi energia	GJ	119	103	126
Numero dipendenti + collaboratori	nr	90	87	93
Indice intensità	GJ/Nr	1,32	1,18	1,36

Emissioni GHG Scope 2 (tCO2)	2019	2020	2021
Energia elettrica acquistata	8,8	7,3	12,5
Di cui energia elettrica rinnovabile*			0,4
Totale emissioni GHG Scope 2	8,8	7,3	12,9

### Fonti per calcolo emissioni – anni 2019 2020

- Scope 2: tCO2/kwh ISPRA - SISANET / Rete del Sistema Informativo Nazionale Ambientale - Fattori di emissione per la produzione e il consumo di energia elettrica in Italia (aggiornamento al 2019 e stime preliminari per il 2020)

### Fonti per calcolo emissioni – anno 2021

- Scope 2: tCO2/GJ Energia elettrica: Ecoinvent DB (Vers. 3.6)
- \* Al fine di calcolare le emissioni relative all'energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili, è stato utilizzato:
  - Il mix composizione fonti rinnovabili pubblicato nel Rapporto Mensile sul Sistema Elettrico - Dicembre 2021 di Terna
  - Ecoinvent DB (Vers. 3.6) come fonte fattori di conversione relativi a:
    - Energia elettrica - impianto fotovoltaico 22%
    - Energia elettrica - impianto eolico 18%
    - Energia elettrica - idroelettrico 39%
    - Energia elettrica - geotermico 5%
    - Energia elettrica - biogas 16%

# GRI Content Index

GRI Sustainability Reporting Standard		Riferimenti Capitolo / Paragrafo
<b>102</b>	<b>INFORMATIVA GENERALE</b>	
	<b>PROFILO DELL'ORGANIZZAZIONE</b>	
102-1	Nome dell'organizzazione	1. Alfio Bardolla Training Group/Profilo
102-2	Attività, marchi, prodotti e servizi	1. Alfio Bardolla Training Group/Profilo 2. Il modello di business di ABTG/L'offerta formativa
102-3	Luogo della sede principale	1. Alfio Bardolla Training Group/Profilo
102-4	Luogo delle attività	1. Alfio Bardolla Training Group/Profilo
102-5	Proprietà e forma giuridica	1. Alfio Bardolla Training Group/Profilo
102-6	Mercati serviti	1. Alfio Bardolla Training Group/Performance economica e valore distribuito 2. Il modello di business sostenibile di ABTG/L'offerta formativa
102-7	Dimensione dell'organizzazione	1. Alfio Bardolla Training Group/Performance economica e valore distribuito
102-8	Informazioni sui dipendenti e gli altri lavoratori	4. Le risorse umane
	<b>STRATEGIA</b>	
102-14	Dichiarazione di un alto dirigente	Lettera agli stakeholder
	<b>ETICA ED INTEGRITA'</b>	
102-16	Valori, principi, standard e norme di comportamento	1. Alfio Bardolla Training Group/Profilo
	<b>GOVERNANCE</b>	
102-18	Struttura della governance	4. Governance/Il governo dell'impresa
	<b>COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER</b>	
102-40	Elenco dei gruppi di stakeholder	1. Strategia e sostenibilità/Analisi di materialità
102-42	Individuazione e selezione degli stakeholder	1. Strategia e sostenibilità/Analisi di materialità
102-43	Modalità di coinvolgimento degli stakeholder	1. Strategia e sostenibilità/Analisi di materialità
	<b>PRATICHE DI RENDICONTAZIONE</b>	
102-45	Soggetti inclusi nel bilancio consolidato	Nota metodologica
102-46	Definizione del contenuto del report e perimetri dei temi	Nota metodologica
102-47	Elenco dei temi materiali	1. Alfio Bardolla Training Group/Analisi di materialità
102-50	Periodo di rendicontazione	Nota metodologica
102-53	Contatti per richiedere informazioni riguardanti il report	Nota metodologica
102-54	Dichiarazione sulla rendicontazione in conformità ai GRI Standards	Nota metodologica
102-55	Indice dei contenuti del GRI	GRI Content Index
<b>200</b>	<b>TEMI ECONOMICI</b>	
<b>201</b>	<b>PERFORMANCE ECONOMICHE</b>	
201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	1. Alfio Bardolla Training Group/Performance economica e valore distribuito
<b>205</b>	<b>ANTICORRUZIONE</b>	
205-3	Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	3. Governance/Compliance Normativa
<b>206</b>	<b>COMPORAMENTO ANTICONCORRENZIALE</b>	
206-1	Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche	3. Governance/Compliance Normativa

<b>GRI Sustainability Reporting Standard</b>		<b>Riferimenti Capitolo / Paragrafo</b>
<b>300</b>	<b>TEMI AMBIENTALI</b>	
<b>302</b>	<b>ENERGIA</b>	
<b>302-1</b>	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	5. Gli impatti ambientali/Consumi energia ed emissioni
<b>302-3</b>	Intensità energetica	5. Gli impatti ambientali/Consumi energia ed emissioni
<b>305</b>	<b>EMISSIONI</b>	
<b>305-2</b>	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	5. Gli impatti ambientali/Consumi energia ed emissioni
<b>400</b>	<b>TEMI SOCIALI</b>	
<b>401</b>	<b>OCCUPAZIONE</b>	
<b>401-1</b>	Nuove assunzioni e turnover	6. Le risorse umane/I dipendenti
<b>401-3</b>	Congedo parentale	6. Le risorse umane/I dipendenti
<b>405</b>	<b>DIVERSITA' E PARI OPPORTUNITA'</b>	
<b>405-1</b>	Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	3. Governance/Il governo dell'impresa 6. Le risorse umane/I dipendenti
<b>418</b>	<b>PRIVACY DEI CLIENTI</b>	
<b>418-1</b>	Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	3. Governance/Compliance Normativa
<b>419</b>	<b>COMPLIANCE SOCIO-ECONOMICA</b>	
<b>419-1</b>	Non conformità con leggi e normative in materia sociale ed economica	3. Governance/Compliance Normativa

