



Estratto

REPORT DI SOSTENIBILITÀ

2024



SOMMARIO

COMPANY PROFILE 4

Lettera agli Stakeholder	5
I numeri del 2024	6
Perchè facciamo impresa	7
Storia	8
L'inizio 46 anni fa	9
Le sfide del nuovo millennio	9
EcoVadis	10
Presenza sui social	11
Urania e Urgo: la creatività diventa impresa	12

PERCORSO DI SOSTENIBILITÀ 16

Mappatura degli Stakeholder	17
Analisi di materialità	19
Obiettivi di sviluppo sostenibile	24
Stakeholder engagement	26
I prodotti	30



LETTERA AGLI STAKEHOLDER

Cari Stakeholder,

questo traguardo di 45 anni di attività appartiene a tutti noi: a Pan Urania, a Serr.All. Industria Serramenti e a voi che ci accompagnate con fiducia, collaborazione e impegno. Insieme abbiamo costruito un percorso fondato su innovazione, responsabilità sociale e rispetto per le persone e per l'ambiente. Con la stessa energia abbiamo scelto di redigere il Bilancio di Sostenibilità, per rendere visibile la nostra volontà di crescere come impresa sostenibile e redditizia.

Questo documento rappresenta un atto di trasparenza verso chi partecipa al nostro progetto e condivide la convinzione che la sostenibilità sia una responsabilità comune. Ogni giorno affrontiamo sfide che richiedono coraggio e collaborazione. Le superiamo grazie al contributo di tutti – management, collaboratori, clienti, fornitori e istituzioni – uniti dalla volontà di costruire soluzioni concrete e durature.

La nostra visione, che guarda al futuro delle nostre aziende, si fonderà su cinque principi chiari e condivisi, già oggi presenti nelle nostre azioni quotidiane:

- utilizzeremo materie prime sempre più ecocompatibili per ridurre progressivamente l'impatto ambientale;
- progetteremo prodotti riciclabili e con un'impronta di carbonio costantemente più contenuta;
- garantiremo ambienti di lavoro sempre più sicuri, sereni e attenti al benessere delle persone;
- ridurremo ulteriormente gli effetti delle nostre attività sull'ambiente, adottando soluzioni tecnologiche e gestionali innovative;
- rafforzeremo il dialogo con la comunità e le istituzioni, sostenendo con continuità chi vive situazioni di fragilità. Guardiamo al futuro con una visione comune: consolidare nei prossimi dieci anni un modello d'impresa in cui la responsabilità sociale diventa il cuore delle decisioni e il motore della crescita.



Vi invitiamo a condividere questo impegno e a partecipare al nostro percorso, perché solo insieme possiamo generare valore autentico e duraturo per le persone, il territorio e l'ambiente.

Con stima,
Comitato ESG di Urania Group



I NUMERI DEL 2024

Ciò che ci sta a cuore

Operiamo per stabilire e mantenere una filosofia aziendale basata sulla responsabilità. Appliciamo pratiche sostenibili per promuovere un impatto positivo duraturo sulle persone e sull'ambiente. I dati riportati di seguito sono in modalità consolidata, ovvero, sono stati aggregati insieme a quelli di Serrall.



5

membri Comitato ESG

46

ore medie di formazione
per dipendente

0

casi di corruzione
e concussione714,27 tCO₂

Scope 1

504,09 tCO₂

Scope 2

95%

contratti a tempo
indeterminato

37%

lana di roccia
proveniente da riciclo

98%

lavoratori full-time

220

clienti serviti

85%

carrelli elevatori
elettrici

9%

Tasso di assunzione

52.296.421€

valore economico
direttamente generato

PERCHÈ FACCIAMO IMPRESA

In Urania Group personalizziamo i nostri prodotti in base alle richieste dei clienti, infatti, il rapporto con il cliente segue un iter strutturato—analisi del bisogno, progettazione su capitolato, prototipazione e collaudo—per fornire risposte aderenti ai requisiti tecnici e normativi.

Il nostro approccio si basa sull'ascolto, sulla costruzione di relazioni autentiche e sulla capacità di offrire risposte su misura. Sappiamo che ogni cliente ha esigenze uniche e il nostro compito è quello di riconoscerle e valorizzarle.

INNOVAZIONE

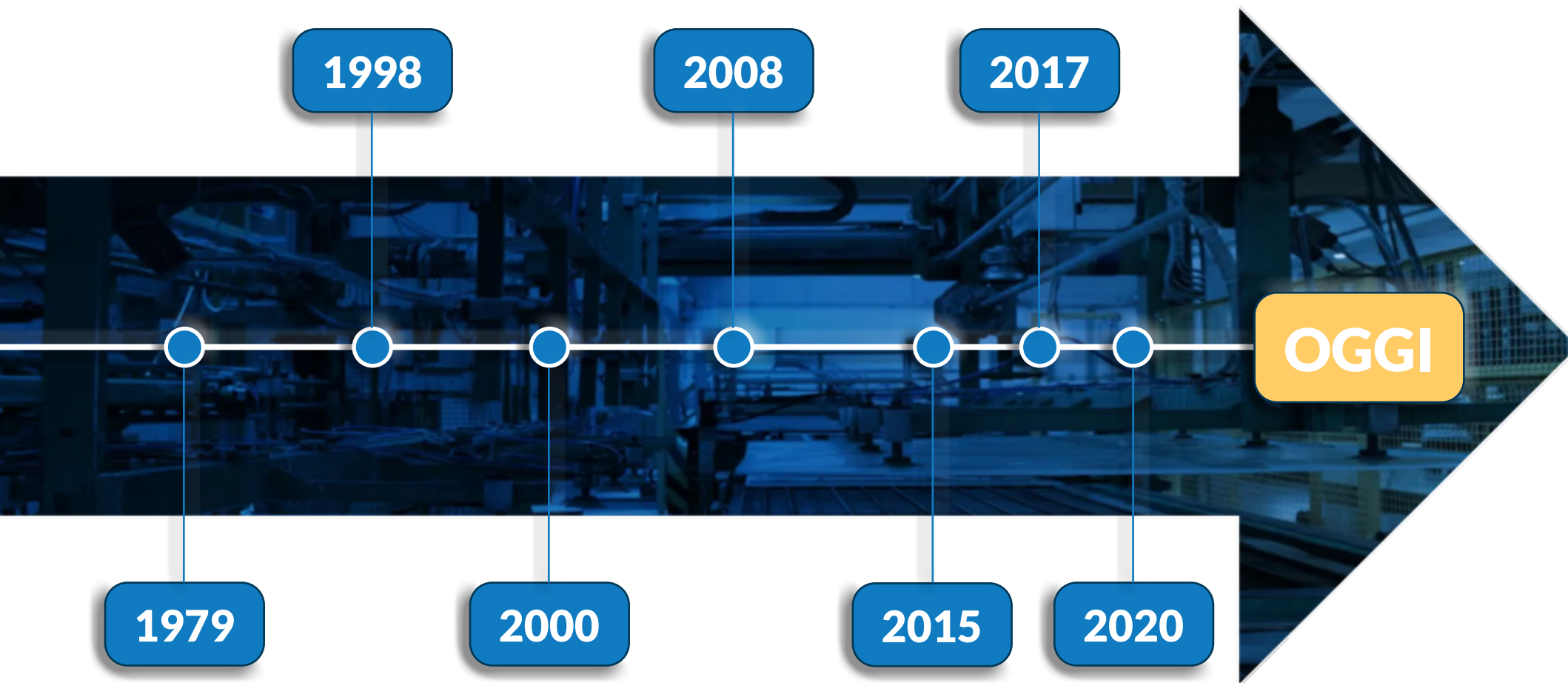
**CRESCITA
DELLE PERSONE**

**RELAZIONI
AUTENTICHE**

VALORE UNICO



STORIA



L'INIZIO 46 ANNI FA

- Nel 1979 nascono in Toscana Pan Urania per la produzione di pannelli sandwich ed in Umbria la Serrall per la produzione di porte e finestre.
- Dal 1980 le due aziende collaborano e sviluppano insieme prodotti per il settore della costruzione modulare. Si specializzano nei pannelli porta e finestra completando la gamma dei prodotti per il settore.
- Nel 1998 le due aziende investono nell'ampliamento delle proprie strutture e di nuovi macchinari automatici.

LE SFIDE DEL NUOVO MILLENNIO

- Dagli anni 2000 investono nel certificare i propri sistemi secondo le norme ISO 9001 - ISO 14001 - ISO 45001 - ISO 50001
- Dal 2008 inizia un impegno costante verso l'efficienza energetica, con l'installazione del primo impianto fotovoltaico.
- Gli anni dal 2010 segnano un periodo di crescita, innovazione e sviluppo che consentono di consolidare le due aziende.
- Nel 2015 Pan Urania rafforza il legame con Serrall acquisendone la maggioranza.
- Nel 2017 nasce il marchio Urania Group, che riunisce Pan Urania e Serrall.
- Sempre nel 2017, dopo il terremoto ad Amatrice e Norcia, il gruppo Urania partecipa alla ricostruzione della città di Cittareale, realizzando una scuola e una clinica medica in meno di tre settimane.
- Nel 2018 viene aperto un ufficio commerciale negli Stati Uniti ed una nuova filiale in Francia: Urania Group France.



VALUTAZIONE ECOVADIS

Nel 2024 abbiamo completato la nostra prima valutazione di sostenibilità con EcoVadis, piattaforma tra le più riconosciute a livello internazionale per l'analisi delle performance ESG.

Il punteggio complessivo ottenuto è di 53/100, che ci colloca nel 50° percentile, traguardo raggiunto grazie ad un percorso già avviato, con buone basi in alcuni ambiti e margini di miglioramento in altri.

**PUNTEGGIO
COMPLESSIVO**

53 /100



Tra i **punti di forza** riconosciuti vi sono:

- la **certificazione ISO 14001** e la gestione interna dei rifiuti,
- il trattamento sicuro delle sostanze pericolose,
- la presenza di **misure per l'emergenza ambientale**,
- la **certificazione ISO 45001** e numerose azioni di tutela della salute dei lavoratori.

Il processo ci ha permesso di mettere a sistema molte delle pratiche già presenti in azienda e di individuare con chiarezza le aree prioritarie di miglioramento: in particolare, la formalizzazione delle politiche ambientali e sociali, l'ampliamento delle rendicontazioni e una maggiore integrazione di criteri ESG negli acquisti e nelle relazioni con i fornitori.

PRESENZA SUI SOCIAL

I nostri canali digitali sono uno spazio vivo in cui raccontiamo come lavoriamo, con chi lavoriamo e perché lo facciamo. Sono strumenti che ci permettono di restare connessi con chi condivide le nostre sfide: clienti, partner, collaboratori, comunità.



Su Facebook, mostriamo la parte più quotidiana e concreta del nostro lavoro: i cantieri, i team, i luoghi, le persone.



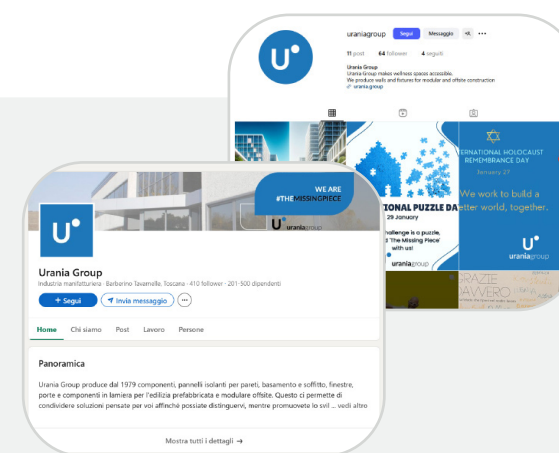
Su Instagram condividiamo le iniziative che svolgiamo sul territorio e sensibilizziamo su temi importanti come la Giornata Internazionale delle Donne e quella dedicata a persone con disabilità.



Su LinkedIn, parliamo a chi guarda l'impresa con occhi tecnici e progettuali: condividiamo i nostri sviluppi, i traguardi industriali e i casi applicativi che meglio rappresentano la nostra visione.

Attraverso la comunicazione online:

- **diamo visibilità a ciò che accade all'interno dell'azienda**
- **mettiamo in circolo esperienze e buone pratiche**
- **offriamo uno sguardo diretto sui nostri processi, senza mediazioni**



URANIA E URGO: LA CREATIVITÀ DIVENTA IMPRESA

Dalla partecipazione dei collaboratori alla co-creazione con il territorio: mascotte, idee e progetti che trasformano l'innovazione in un percorso condiviso.

Accanto alla nostra consolidata capacità di investire in infrastrutture industriali e di rafforzare le competenze tecniche, negli ultimi anni abbiamo voluto coltivare anche un'altra dimensione: la capacità di immaginare nuovi scenari di sviluppo e di esplorare modalità innovative di fare impresa.

Da questa visione è nato, nel 2022, il concorso di idee "Cosa gira intorno a me", che ha coinvolto tutte le persone di Pan Urania e Serrall in una logica partecipativa e inclusiva. L'iniziativa ha generato ben 40 proposte di miglioramento, confermando quanto la creatività diffusa possa diventare motore di crescita e innovazione.

Per raccontare e diffondere questo progetto ci siamo rivolti a un istituto tecnico, utilizzando lo strumento dell'alternanza scuola/lavoro, i cui studenti, con il supporto di un graphic designer, hanno ideato un fumetto con protagonisti Urgo e Urania, due figure

mitologiche pensate per rappresentare la governance e gli stakeholder interni. È stato un momento di co-creazione che ci ha permesso di trasformare un percorso aziendale in un'esperienza condivisa e di dare un volto simbolico ai nostri valori. Da allora, Urgo e Urania sono diventati





le mascotte ufficiali di Urania Group. Non sono solo presenti nelle nostre comunicazioni interne ed esterne, ma accompagnano anche attività di dialogo con il territorio: dai workshop nelle scuole di ogni ordine e grado, ai laboratori creativi con realtà come la Bottega Creativa Anffas Altavaldelsa, che ha realizzato gadget e calamite con le loro faccine da distribuire ai dipendenti.

Questo percorso si inserisce in un progetto più ampio di innovazione partecipata, avviato con la formazione di un InTeam di cinque persone provenienti da diverse aree aziendali. L'obiettivo era quello di sviluppare nuove competenze e strumenti di analisi per individuare il

“pezzo mancante” in grado di generare valore per i clienti. Da qui è nata l’idea di estendere il coinvolgimento a tutta la popolazione aziendale con il concorso di idee, incentrato su quattro assi principali: ambiente (gestione dei rifiuti, riduzione dei consumi), tecnologia (miglioramento delle attrezzature), innovazione (nuovi prodotti e servizi) e miglioramento (ottimizzazione delle attività esistenti). In Urania Group lavorare significa

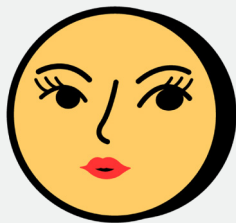
partecipare attivamente alla crescita dell’impresa, portando idee e soluzioni nuove che arricchiscono le attività quotidiane.

L’innovazione è un processo condiviso, in cui ogni persona può contribuire con il proprio talento e lasciare un segno concreto nello sviluppo aziendale.

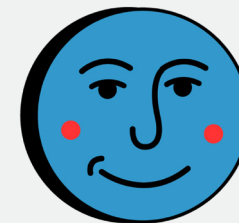




Creazione di Urania ed Urigo

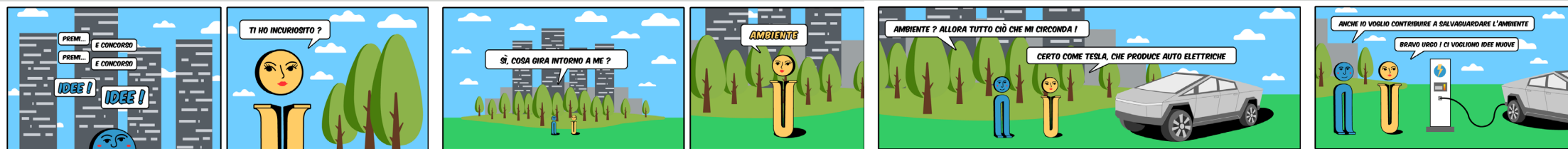


Urania è una delle nove Muse della mitologia greca, protettrice dell'astronomia e della geometria, e si ritiene che il suo ruolo fosse quello di elevare il pensiero umano verso gli spazi celesti. Viene spesso rappresentata con un abito azzurro e una corona di stelle, mentre tiene un globo e uno strumento matematico come un compasso o un astrolabio.



Demiurgo è una figura centrale nella cosmologia platonica, è un artigiano che modella una sostanza senza forma (grezza, senza struttura e senza ordine), e la trasforma. Agisce per bontà, desiderando di creare un universo il più possibile bello e armonico, prendendo come modello le idee eterne e perfette.

Così sono state create le mascotte URANIA, come dea dell'astronomia e della geometria a rappresentare la ricerca, l'innovazione e la precisione e Demiurgo detto URGO, come creatore dell'universo per raffigurare la creatività, la trasformazione e la costruzione di qualcosa di nuovo. Insieme questi due simboli rappresentano i valori e la missione di Urania Group, proprio per testimoniare che il senso di appartenenza al gruppo è rafforzato dall'identificazione con questi ideali e principi.

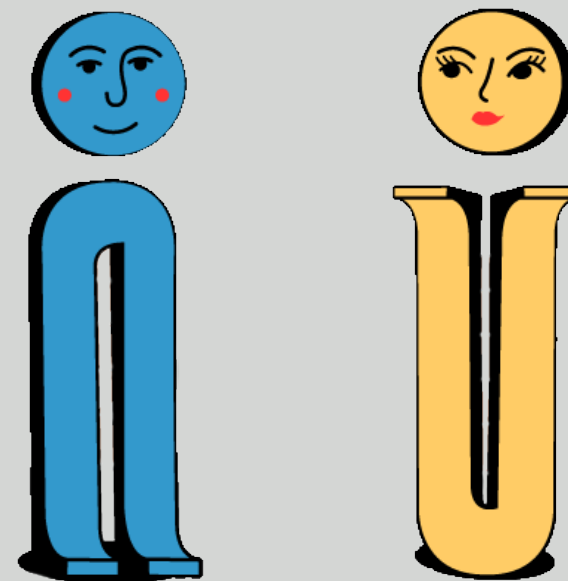


PERCORSO DI SOSTENIBILITÀ

Nel 2024 abbiamo avviato un percorso di lavoro condiviso con l'obiettivo di strutturare in modo chiaro e credibile la nostra visione di sostenibilità.

Abbiamo iniziato partendo dall'analisi delle nostre relazioni, dei nostri impatti e delle priorità più rilevanti per chi interagisce quotidianamente con noi.

Questo processo, costruito su misura per il nostro contesto e il nostro settore, ci ha permesso di definire con maggiore consapevolezza le aree su cui concentrare il nostro impegno e le azioni con cui generare valore, oggi e nel futuro.



MAPPATURA DEGLI STAKEHOLDER

L'attività di mappatura degli stakeholder ci ha permesso di individuare tutti i nostri portatori di interesse, comprendere le loro aspettative e come possiamo rispondere a esse.

Abbiamo, quindi, identificato tutti gli stakeholder che entrano in relazione con le nostre attività e, all'interno di questo insieme, abbiamo isolato quelli chiave: coloro che mostrano un alto livello di interesse verso il nostro operato e, al tempo stesso, una forte capacità di influenzarne le dinamiche.

Per ciascuno abbiamo valutato due dimensioni fondamentali:

- l'interesse, inteso come il grado in cui le nostre decisioni incidono sulla loro realtà
- l'influenza, ovvero la capacità di orientare, condizionare o supportare il nostro sviluppo.

Da questo lavoro è nata una visione più nitida delle priorità relazionali, che ci ha permesso di rafforzare il nostro approccio alla gestione sostenibile: più aperto, più strutturato, più dialogico.

Siamo consapevoli che solamente generando valore per i nostri stakeholder, è possibile crescere e perdurare nel tempo.



STAKEHOLDER INTERNI

- Proprietà/Azionisti
- CDA
- Dipendenti
- Personale somministrato

STAKEHOLDER ESTERNI

- Clienti B2B
- Fornitori di materie prime non strategici/secondari
- Fornitori di materie prime strategici
- Terzisti
- Fornitori di servizi accessori
- Fornitori di servizi strategici
- Partnership commerciali
- Comunità locale/Collettività
- Enti locali
- Banche e istituti di credito
- Assicurazioni
- Consulenti
- Ambiente
- Sindacati
- Associazioni di categoria
- Enti di verifica e di certificazione
- Competitors effettivi e potenziali
- Media



STAKEHOLDER PIÙ RILEVANTI

- | | |
|---|--|
| ● Proprietà/Azionisti | ● Fornitori di servizi strategici |
| ● CDA | ● Terzisti |
| ● Dipendenti | ● Fornitori di materie prime secondari |
| ● Personale somministrato | ● Competitors effettivi e potenziali |
| ● Partnership commerciali | ● Enti locali |
| ● Fornitori di materie prime strategici | ● Comunità locale/Collettività |
| | ● Ambiente |

ANALISI DI MATERIALITÀ

L'analisi di materialità è un processo che ci ha permesso di identificare, valutare e prioritizzare gli ambiti su cui la nostra attività ha un impatto significativo.

Abbiamo scelto di adottare la prospettiva della materialità di impatto, come definita dallo standard GRI. Questo significa che ci siamo concentrati su ciò che genera un effetto tangibile nel mondo che ci circonda – in positivo o in negativo.

Un impatto può, infatti, avere effetti positivi, generando benefici, o negativi, generando dei danni verso l'esterno. L'obiettivo di questa analisi è stato proprio quello di riconoscerli entrambi, in modo trasparente e responsabile.

Abbiamo così esaminato i nostri processi, i nostri prodotti, le nostre relazioni e il contesto in cui operiamo, per individuare i temi di impatto più rilevanti nel nostro settore, anche alla luce degli interessi espressi dagli stakeholder chiave. A ciascun tema è stata attribuita una valutazione in termini di rilevanza, sulla base della gravità o significatività e probabilità che tale impatto si verifichi, tenendo conto del nostro ruolo attivo nella catena del valore.

L'analisi di materialità rappresenta uno strumento che ci aiuta a decidere dove concentrare i nostri sforzi e su quali fronti assumere la dovuta responsabilità.

Gli impatti negativi vengono valutati in base alla gravità, cioè all'entità del danno attuale o potenziale che le nostre attività possono generare sull'ambiente, sulle persone o sulla società. Gli impatti positivi, invece, sono analizzati in termini di significatività, ossia l'ampiezza e la rilevanza dei benefici generati per i nostri stakeholder e per il territorio.

La tabella che segue riassume quindi i temi di impatto identificati, rappresentando:




- la dimensione di riferimento (ambientale, sociale o governance);
- la natura dell'impatto (positivo o negativo);
- se si tratta di un impatto effettivo, già manifestato, o potenziale, che potrebbe verificarsi in futuro;
- e, infine, la valutazione di gravità o significatività, a seconda dei casi.

L'analisi di materialità ci consente di avere una visione d'insieme chiara e immediata delle aree su cui concentrare i nostri sforzi di miglioramento e di generazione di valore sostenibile.



Le seguenti tabelle rappresentano i temi di impatto rilevanti individuati, suddivisi per ambito ambientale, sociale e di governance. Per ciascun tema, è riportata la natura dell'impatto (**negativo** o **positivo**), successivamente la tipologia ossia effettivo o potenziale ed infine la gravità o significatività.

IMPATTI NEGATIVI

Area ESG	Tema d'impatto	Effettivo/Potenziale	Gravità
	Consumo energetico	Effettivo	•
	Emissioni	Effettivo	••
	Approvvigionamento responsabile	Effettivo	••
	Gestione responsabile dei rifiuti	Potenziale	••
	Economia circolare	Potenziale	••
	Benessere dei dipendenti	Effettivo	•
	Salute e sicurezza sul lavoro	Potenziale	•
	Diversità, inclusione e pari opportunità	Potenziale	••
	Innovazione di prodotto	Potenziale	••
	Customer Satisfaction	Potenziale	•
	Etica nella governance	Potenziale	••
	Gestione responsabile della catena di fornitura	Potenziale	••

Ambientale



Sociale



Governance



Gravità



Alta






Media




Bassa


IMPATTI POSITIVI

Area ESG	Tema d'impatto	Effettivo/Potenziale	Significatività
	Consumo energetico	Effettivo	••
	Approvvigionamento responsabile	Effettivo	••
	Gestione responsabile dei rifiuti	Effettivo	••
	Economia circolare	Effettivo	•••
	Edilizia sostenibile	Effettivo	•••
	Salute e sicurezza sul lavoro	Effettivo	•••
	Diversità, inclusione e pari opportunità	Effettivo	••
	Formazione e crescita professionale	Effettivo	••
	Benessere dei dipendenti	Effettivo	••
	Rapporto con la comunità locale	Effettivo	••
	Innovazione di prodotto	Potenziale	••
	Etica nella governance	Effettivo	••
	Gestione responsabile della catena di fornitura	Effettivo	•••
	Customer Satisfaction	Effettivo	•••


Ambientale



Sociale



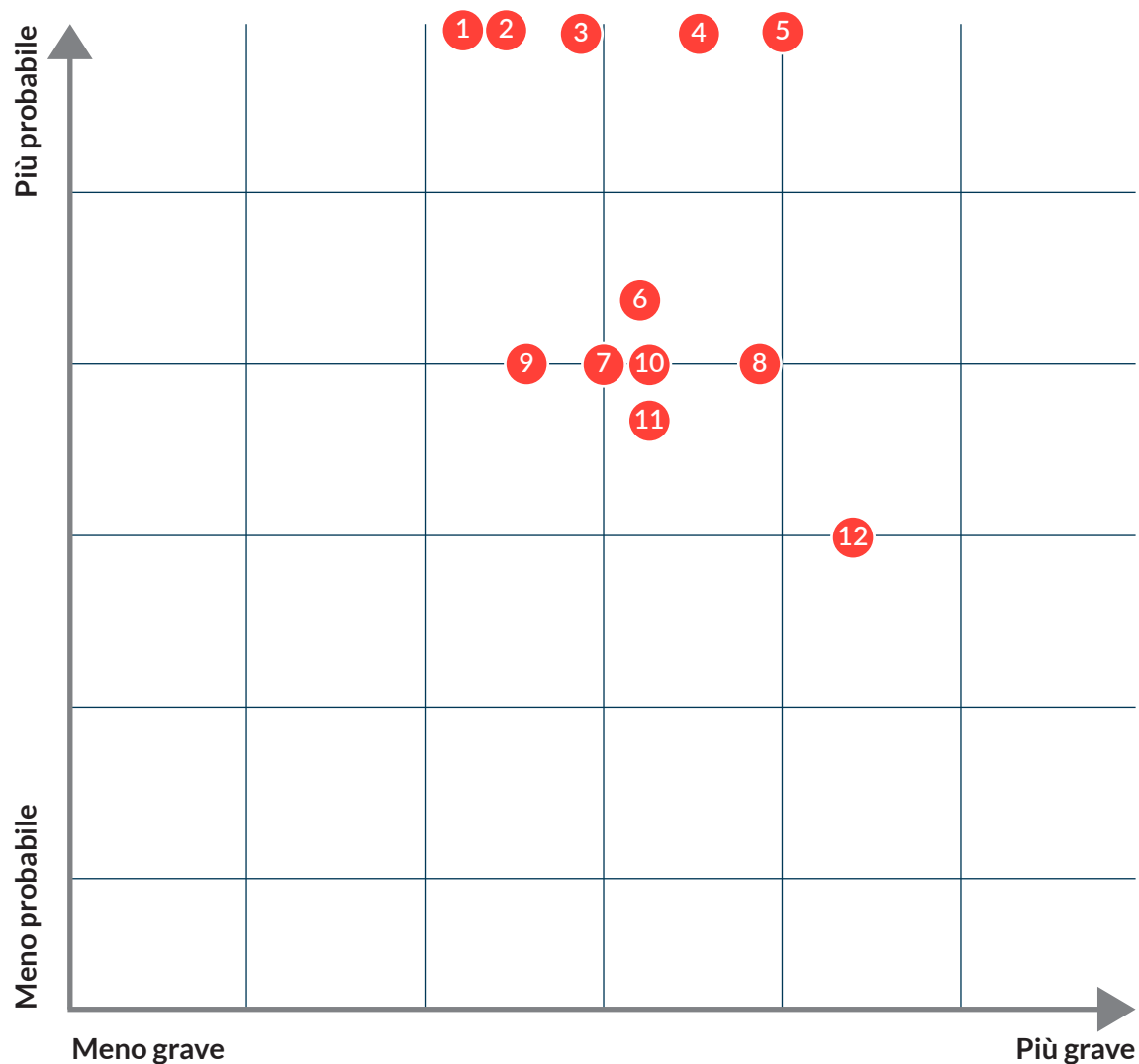
Governance



Significatività

••• Alta •• Media • Bassa

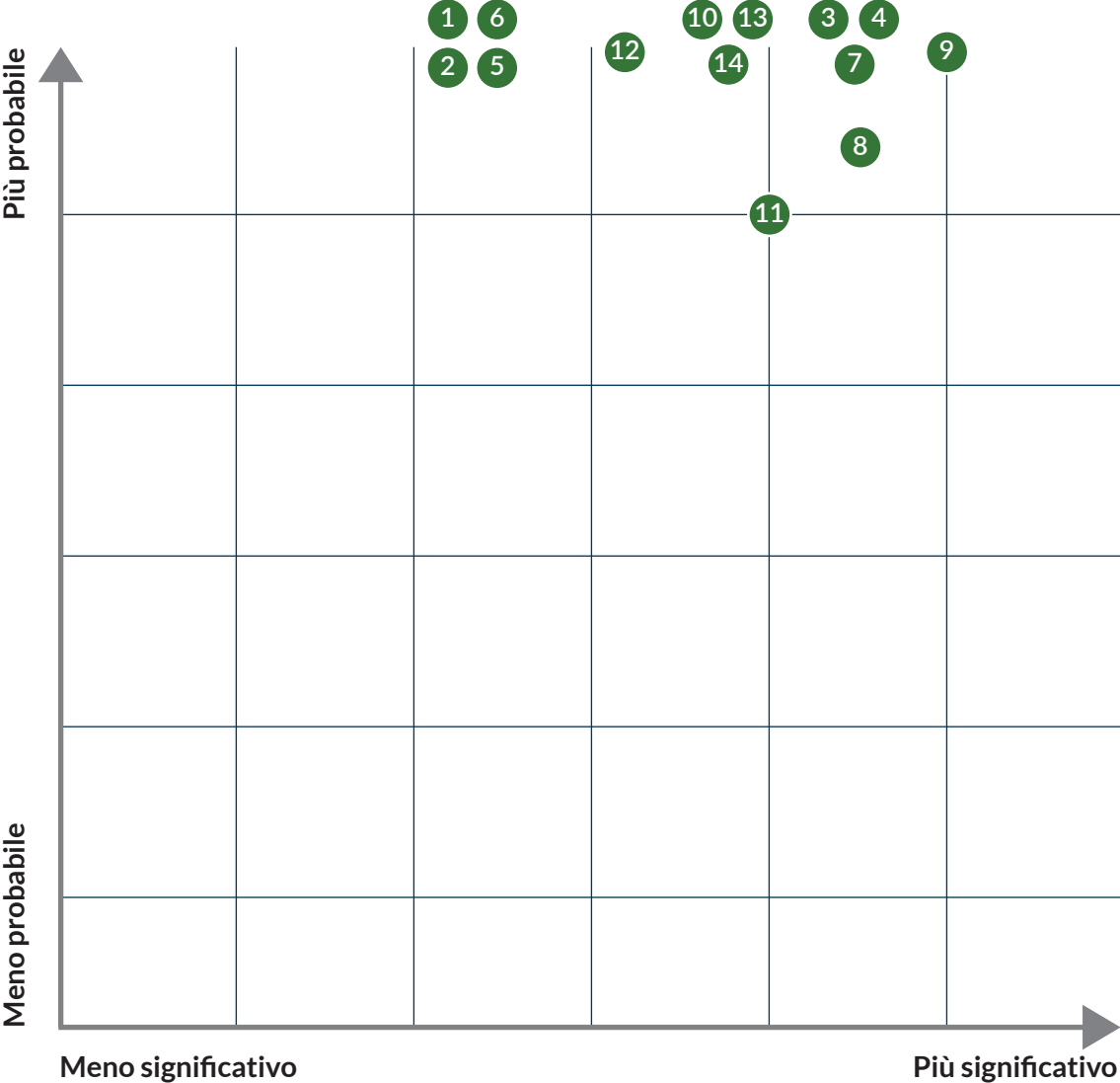
Materialità impatto negativa



LEGENDA:

- 1 Consumo energetico
- 2 Benessere dei dipendenti
- 3 Customer Satisfaction
- 4 Approvvigionamento responsabile
- 5 Emissioni
- 6 Gestione responsabile dei rifiuti
- 7 Diversità, inclusione e pari opportunità
- 8 Economia circolare
- 9 Salute e sicurezza sul lavoro
- 10 Innovazione di prodotto
- 11 Gestione responsabile della catena di fornitura
- 12 Etica nella governance

Materialità impatto positiva



LEGENDA:

- 1 Consumo energetico
- 2 Benessere dei dipendenti
- 3 Gestione responsabile della catena di fornitura
- 4 Economia circolare
- 5 Diversità, inclusione e pari opportunità
- 6 Gestione responsabile dei rifiuti
- 7 Edilizia sostenibile
- 8 Etica nella governance
- 9 Salute e sicurezza sul lavoro
- 10 Innovazione di prodotto
- 11 Customer Satisfaction
- 12 Approvvigionamento responsabile
- 13 Formazione e crescita professionale
- 14 Rapporto con la comunità locale

OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE

Nel percorso di sostenibilità della nostra azienda abbiamo scelto di allinearci agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite (SDGs), riconoscendoli come un quadro di riferimento universale per interpretare le sfide globali e tradurle in azioni concrete a livello locale.

Gli SDGs – 17 obiettivi globali interconnessi – non rappresentano solo una visione del futuro, ma anche una direzione condivisa: una chiamata all'azione rivolta a governi, imprese e società civile, per costruire un mondo più giusto, equo e vivibile entro il 2030.

Abbiamo deciso di adottare questo linguaggio comune perché crediamo che anche un'impresa del nostro settore, radicata nel territorio ma attenta al proprio impatto, possa dare un contributo concreto ai traguardi globali.

Lo facciamo attraverso le nostre scelte quotidiane, i nostri prodotti, il modo in cui progettiamo gli spazi e gestiamo le risorse, ma soprattutto attraverso la capacità di rispondere ai bisogni degli stakeholder e delle comunità in cui operiamo.

Gli SDGs che abbiamo selezionato sono emersi in modo naturale al termine dei due passaggi fondamentali che hanno preceduto questa fase:

- la mappatura degli stakeholder, che ci ha aiutato a comprendere le priorità relazionali;
- l'analisi di materialità, che ha evidenziato i temi su cui generiamo impatti significativi.

L'obiettivo non è dichiarare adesioni formali, ma assumere impegni concreti: integrare questi obiettivi nella nostra strategia e tradurli in azioni misurabili, utili per il contesto in cui operiamo.



A partire da questo processo, abbiamo selezionato sette SDGs che riteniamo rilevanti rispetto alle nostre attività.

SDGs selezionati	Descrizione SDGs
	Promuoviamo progetti di formazione, inclusione e crescita professionale, rivolti sia all'interno che verso il territorio
	Investiamo in efficienza energetica e tecnologie rinnovabili, riducendo i consumi e migliorando l'autosufficienza energetica
	Garantiamo condizioni di lavoro sicure, inclusive e orientate al benessere, valorizzando le persone e le loro competenze
	Sosteniamo iniziative sociali per promuovere inclusione, pari opportunità e supporto alle categorie fragili
	Applichiamo criteri di efficienza e riduzione degli sprechi lungo tutta la filiera, dai materiali ai processi
	Agiamo per contenere il nostro impatto ambientale, attraverso scelte produttive, impianti efficienti e uso di fonti rinnovabili
	Promuoviamo la trasparenza, l'etica aziendale e il rispetto delle regole, anche grazie a strumenti come il Codice Etico e il canale Whistleblowing

STAKEHOLDER ENGAGEMENT

Lo stakeholder engagement rappresenta per noi una fase strategica e operativa del nostro percorso di sostenibilità attraverso cui raccogliamo in modo strutturato opinioni, aspettative e valutazioni da parte dei portatori di interesse più rilevanti, al fine di avere un loro riscontro sull'analisi di materialità condotta e per orientare con maggiore consapevolezza le nostre scelte future.

Per avviare questo processo, abbiamo deciso di utilizzare uno strumento semplice ma efficace: l'invio di questionari tramite Microsoft Forms. Questa modalità ci ha permesso di raggiungere facilmente stakeholder diversi, garantendo a ciascuno l'opportunità di esprimere il proprio punto di vista in modo diretto, accessibile e tracciabile. Il coinvolgimento attivo degli stakeholder chiude idealmente il ciclo avviato con la loro mappatura e con l'analisi di materialità, ma allo stesso tempo apre una nuova fase: quella dell'ascolto continuativo, del confronto aperto e della co-progettazione di azioni concrete.

Il questionario è stato inviato alle seguenti categorie di stakeholder: proprietà e CdA,

dipendenti e personale somministrato, partner commerciali francesi e provenienti da altri Paesi, fornitori di materie prime strategici e secondari, fornitori di servizi strategici, terzisti e comunità locale.

Agli stakeholder è stato chiesto di compilare un questionario contenente domande relative a quattro temi:

- la loro consapevolezza sui temi di sostenibilità;
- una loro valutazione dei temi d'impatto;
- una loro valutazione degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile;
- la loro percezione di Urania Group rispetto alle tematiche di sostenibilità. Rispetto a quest'ultima sezione, sono state sviluppate anche delle domande specifiche che hanno interessato le singole categorie degli stakeholder.

Dall'analisi delle risposte è emerso che l'86,6% degli stakeholder ha familiarità con i temi di sostenibilità e solamente un 14,4%, invece, non ha familiarità.

I temi considerati maggiormente rilevanti sono i seguenti:

Gestione responsabile dei rifiuti

Benessere dei dipendenti

Gestione responsabile della catena di fornitura

Consumo energetico

Formazione e crescita professionale

Diversità e pari opportunità

Approvvigionamento responsabile

Etica nella governance

Edilizia sostenibile

Salute e sicurezza sul lavoro

Customer Satisfaction

Relativamente agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile, i partecipanti hanno espresso una valutazione da 1 a 6 in termini di rilevanza. La media risultante è stata la seguente:



Di seguito riportiamo il dettaglio delle risposte dei vari stakeholder alle domande extra che gli sono state rivolte.

Proprietà e CdA

Gli obiettivi prioritari legati all'adozione di pratiche di sostenibilità individuati dalla Proprietà e dal CdA sono: stimolare l'innovazione e mantenere la competitività, rafforzare la reputazione aziendale e promuovere una cultura interna orientata alla sostenibilità. È inoltre condivisa la necessità di integrare la sostenibilità nella pianificazione strategica e di rafforzare la governance attraverso l'adozione del Modello 231.

Dipendenti e personale somministrato

Oltre la metà dei rispondenti considera molto importante lavorare in un'azienda che ha avviato un percorso di sostenibilità, ma solo il 33% ritiene che il proprio ruolo abbia un impatto diretto sull'efficacia delle pratiche ESG. Il 53% desidera svolgere attività di formazione per il proprio team, mentre il 44% chiede percorsi formativi specifici sui consumi energetici.

Fornitori di servizi strategici

Il 50% giudica importante che Urania Group condivida i propri obiettivi di sostenibilità e il 60% considera la sostenibilità un tema rilevante per la propria azienda. La certificazione più diffusa è la ISO 14001. Tra le iniziative ritenute prioritarie figurano: supporto all'innovazione per prodotti a minore impatto, formazione congiunta sulle pratiche ESG lungo la catena del valore e supporto nell'implementazione di azioni di riduzione delle emissioni di GHG.

Fornitori di materie prime strategici e secondari

È fortemente apprezzata la condivisione degli obiettivi di sostenibilità con Urania Group e vi è ampia consapevolezza della rilevanza del tema. Le certificazioni più presenti sono: ISO 14001 (prima), EPD (seconda), ISO 9001 (terza) e LCA (quarta). Le iniziative congiunte più votate riguardano l'innovazione per prodotti a minore impatto, la formazione congiunta sulle pratiche ESG, la riduzione delle emissioni di GHG ed (ex aequo) eventi o campagne condivise di sensibilizzazione.

Terzisti

Si confermano le due priorità emerse presso gli altri fornitori (innovazione su prodotti meno impattanti e formazione congiunta), ma questa categoria dichiara di non possedere certificazioni. È tuttavia elevato l'interesse a essere coinvolti direttamente nelle iniziative sostenibili di Urania Group. Il 50% ha già valutato azioni per ridurre le proprie emissioni e mitigare l'impatto ambientale; il restante 50% non lo ha ancora fatto.

Partenariats Commerciaux

Il 100% dei partner francesi reputa importante l'adesione di Urania Group alle pratiche di sostenibilità e la condivisione degli stessi obiettivi ESG. Sulla disponibilità a partecipare a eventi o campagne pubbliche promosse da Urania Group, il 50% si dichiara favorevole e il 50% contrario.

Commercial Partnership

I risultati rispecchiano quelli dei partner francesi, con la sola differenza della partecipazione a eventi o campagne pubbliche: il 75% non disponibile, il 25% disponibile.

Comunità locale

La comunità locale percepisce Urania Group come realtà fortemente orientata alla sostenibilità e ritiene che le politiche adottate abbiano generato opportunità e benefici per il territorio. Si riscontra inoltre piena coerenza tra le attività del Gruppo e le aspettative/esigenze locali in materia di sviluppo sostenibile.



I PRODOTTI

Siamo specializzati nella produzione di pannelli sandwich isolanti e infissi (porte e finestre) in alluminio e PVC, appositamente pensati per la costruzione modulare e off-site, edilizia prefabbricata, clean-room e insonorizzazioni acustiche. In oltre 40 anni di esperienza, abbiamo sviluppato soluzioni per più di 10000 diversi prodotti customizzati per i nostri clienti, utilizzati per costruire spazi abitativi o lavorativi. Completano l'offerta di Urania Group gli accessori ai pannelli o ai serramenti, come profili di montaggio, tende, frangisole.

Collaboriamo attivamente con clienti, architetti e costruttori, adottando un approccio di co-design che permette di adattare i prodotti a esigenze progettuali specifiche e di renderli idonei a strategie di economia circolare. La co-progettazione comporta tre grandi vantaggi:

ASSEMBLAGGIO RAPIDO

Assemblaggio in meno di 10 minuti e riduzione degli errori grazie ad interfacce su misura e a componenti ad incastro

RIDUZIONE DEGLI SPRECHI

I pannelli su misura riducono i rifiuti di imballaggio e il laboratorio interno garantisce alte performance per qualsiasi condizione atmosferica

RICONFIGURAZIONE DEL MODULO

Il sistema di incastro rinforzato riduce i rischi di danneggiamento dei pannelli e il kit per lo smontaggio rapido permette un'agile riconfigurazione del modulo



IL PROCESSO PRODUTTIVO

Gestiamo internamente la maggior parte dei processi produttivi, con l'obiettivo di garantire il controllo sulla qualità, l'affidabilità delle consegne e la coerenza tecnica dei prodotti finiti. I cicli produttivi coprono sia le lavorazioni della lamiera e degli isolanti per la realizzazione dei pannelli sandwich, sia la produzione e il montaggio di serramenti in alluminio e PVC.

Per quanto riguarda **Pan Urania**, i principali processi interni includono:

- il taglio, la sagomatura e la piegatura della lamiera;
- la lavorazione degli isolanti (poliuretano, styrofoam, polistirolo, lana di roccia);
- le fasi di schiumatura, incollaggio e montaggio dei pannelli;
- il taglio e la foratura degli elementi di corredo;
- l'assemblaggio finale dei pannelli sandwich, composti da due rivestimenti esterni e un nucleo isolante, realizzato in due aree dedicate.

Per **Serrall**, le attività interne comprendono:

- il taglio, la fresatura e la foratura dei profili in alluminio o PVC;
- la saldatura per i profili in PVC;
- il montaggio dei serramenti in officina e l'installazione in cantiere presso i clienti, compreso il montaggio diretto su pannello.

Accanto a questi processi principali, alcune lavorazioni vengono affidate in outsourcing, come mostrato nello schema a seguire del processo operativo.

Le attività esterne sono integrate nel processo produttivo attraverso una gestione programmata e tracciata, che consente di mantenere il controllo sull'intera filiera, pur ricorrendo a fornitori esterni selezionati.

Il presente Report di Sostenibilità rappresenta uno strumento di comunicazione trasparente che è stato realizzato volontariamente da Urania Group composto da Pan Urania S.p.A. e Serr. all Industria Serramenti S.r.l. che, ai sensi del Decreto Legislativo 254/2016, non rientrano nella casistica di “Enti di interesse pubblico di grandi dimensioni tenuti a rendicontare sulle loro performance non finanziarie”. In esso si riporta la descrizione degli impegni, degli obiettivi specifici e delle performance ESG del Gruppo. Tutte le informazioni si riferiscono alle attività di Urania Group. Questo è il primo Report di Sostenibilità del Gruppo.

Esso è stato realizzato in conformità (in reference to) ai Global Reporting Initiative (GRI) Standards, standard di valutazione esterno ed indipendente, per il periodo di rendicontazione compreso tra il 1° gennaio 2024 e il 31 dicembre 2024.

La rendicontazione è periodica con cadenza annuale.

- Soggetti inclusi nel report di Sostenibilità: Pan Urania S.p.A. e Serr. all Industria Serramenti S.r.l.
- Data del report più recente: anno 2024 pubblicato nel 2025.

Al termine della sezione Metodologia è presente l'appendice dati.

Per ulteriori informazioni relative al presente Report di Sostenibilità, inviare una mail a:

Indirizzo: Loc. Drove 14 int.a/312
53036 Poggibonsi (SI) – Italia

Sito: <https://urania.group/>

Per la redazione del presente Report di Sostenibilità, sono state coinvolte competenze specializzate sia interne che esterne all'azienda. In particolare, il processo di rendicontazione ha coinvolto il comitato ESG composto da una squadra interdisciplinare dei rappresentanti delle aree aziendali quali amministrazione, personale, sistemi di gestione e ambiente.

Il presente Report di Sostenibilità 2024 di Urania Group è stato realizzato con il supporto tecnico e metodologico di Kon Group SB e IPLUS.



U panurania

U serrall

PAN URANIA S.P.A.

Loc.Drove 14 int.a/312
53036 Poggibonsi (SI) – Italy

Tel: +39 055 80 55 1
Fax: +39 055 80 78 421

Email: info@urania.group

**SERR.ALL INDUSTRIA
SERRAMENTI S.R.L.**

Via A.M. Mozzoni 8
06073 Corciano (PG) – Italia

Tel: +39 075 697 091
Fax: +39 075 69 78 047

Email: info@serrall.com

U[•] uraniagroup