

**BRICO**  
CENTER

*Vicini di fare*

# **Bilancio di Sostenibilità**

## **2022**

# Indice

[Lettera agli stakeholder – p.3](#)

[Il nostro 2022 – p.5](#)

## [Capitolo 1 Il nostro modo di fare - p. 7](#)

- Chi siamo - p. 9
- Il nostro modello di Governance – p.23

## [Capitolo 2 We make it positive - p. 28](#)

- Insieme per essere sostenibili - p. 30
- I nostri stakeholder - p. 35

## [Capitolo 3 Fare scelte responsabili per i nostri Clienti – p. 37](#)

- Offriamo prodotti responsabili - p. 39
- Promuoviamo l'economia circolare – p.42
- Garantiamo massima qualità – p.45
- Contribuiamo allo sviluppo delle Comunità – p.47

## [Capitolo 4 Fare squadra con i nostri Collaboratori - p. 48](#)

- Cresciamo insieme – p.50
- Garantiamo luoghi di lavoro sicuri – p.58
- Favoriamo il benessere e il coinvolgimento – p.64
- Creiamo un ambiente inclusivo per tutti – p.69

## [Capitolo 5 Fare rete con i nostri Partner - p. 72](#)

- Collaborare per una filiera più sostenibile - p. 74
- Assicurare vicinanza al territorio - p. 81

## [Capitolo 6 Fare impresa nel rispetto dell'ambiente – p. 82](#)

- I nostri impatti sulla catena del valore - p. 84
- Efficientiamo i consumi per ridurre le emissioni – p. 86
- Gestiamo responsabilmente i rifiuti – p. 94

[Nota metodologica – p.96](#)

[Lista dei temi materiali – p.98](#)

[Indicatori di performance – p.101](#)

[GRI Content Index – p. 115](#)



# Lettera agli Stakeholder

Un aiuto? Un consiglio? Chiedi a me!



Un aiuto? Un consiglio? Chiedi a me!



## Lettera agli Stakeholder

Care lettrici e cari lettori,

è con grande orgoglio che pubblichiamo il nostro primo Bilancio di Sostenibilità.

La redazione di questo documento rappresenta per noi una tappa di consapevolezza del percorso compiuto finora ma è soprattutto un punto di partenza per la nostra ambizione di miglioramento continuo.

La voglia di fare, e di fare insieme, che ci caratterizza ci spinge a condividere con tutti i nostri stakeholder il nostro impegno per generare un impatto positivo sul nostro ecosistema. I nostri dipendenti, i fornitori, gli artigiani ed i partner sono tutti coinvolti nel prendere decisioni consapevoli e responsabili verso i nostri Clienti, le Comunità ed il pianeta.

Siamo quindi lieti di presentare una descrizione semplice e chiara dell'impatto ambientale, economico e sociale di Bricocenter relativo all'anno 2022.

Abbiamo intrapreso un percorso per diventare un'azienda sempre più responsabile massimizzando l'efficiamento energetico, riducendo le emissioni dirette di gas ad effetto serra e limitando la produzione dei rifiuti nei negozi.

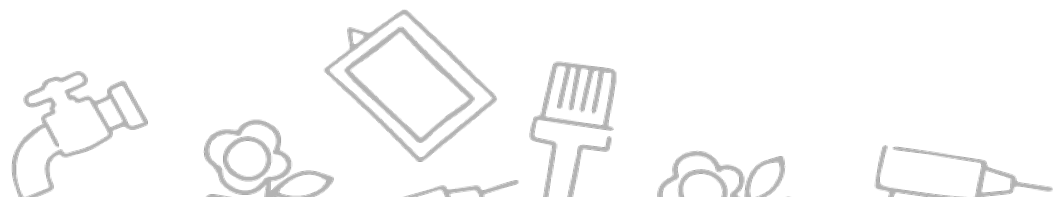
Abbiamo strutturato un'offerta commerciale sempre più rispettosa dell'ambiente e sicura, per tutti. Coinvolgiamo ogni giorno i nostri Clienti in questo impegno sensibilizzando anche all'adozione di comportamenti responsabili volti alla riparazione e alla manutenzione e accompagnando all'acquisto dei nostri prodotti più sostenibili.

Abbiamo posto al centro del nostro progetto di impresa le persone: sia i Clienti, per i quali vogliamo essere i migliori "vicini di fare", sia le Comunità in cui ci troviamo, sia i nostri dipendenti, che chiamiamo Collaboratori per il modo distintivo di collaborare che abbiamo in Bricocenter. I nostri valori ed il nostro modello di leadership si concretizzano nella formazione, nella prevenzione degli incidenti sul lavoro, nella cultura del feedback, nel benessere e nel coinvolgimento di tutti e nella condivisione del valore che ciascuno contribuisce a creare.

Siamo convinti che condividere con tutti i nostri stakeholder la strategia, l'impegno e le azioni che quotidianamente "facciamo insieme" sia uno straordinario acceleratore perché il nostro impatto sia sempre più positivo!

*Frédéric Capdeville*

*Frédéric Capdeville,  
Amministratore Delegato Bricocenter Italia*



**DRICO**  
CENTER

# Il nostro 2022

Un aiuto? Un consiglio? Chiedi a me!



Un aiuto? Un consiglio? Chiedi a me!



## Il nostro 2022



**308k€**

Cifra d'affari  
al netto IVA



**11.072.693**

Clienti serviti



**1.483**

Dipendenti



**99%**

I dipendenti che hanno  
ricevuto una valutazione  
delle performance



**53.731**

Le ore di formazione  
comprendono anche le ore di  
formazione On the Job.



**71**

NPS Collaboratore  
Su una scala da -100, +100.



**61%**

I collaboratori azionisti del  
Gruppo ADEO



**-9%**

Il tasso di frequenza di  
infortuni sul lavoro rispetto  
al 2021



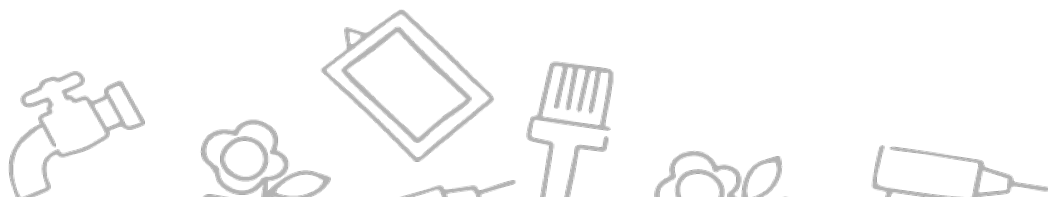
**-5%**

L'intensità energetica  
(GJ/k€) rispetto al 2021



**-17%**

I rifiuti prodotti nei negozi  
rispetto al 2021



# 1 | Il nostro “modo di fare”



# Indice del capitolo

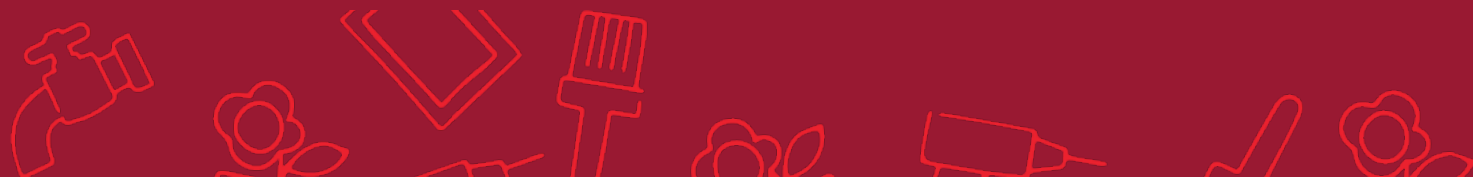
## 1 Chi siamo

- La nostra storia
- La nostra missione
- La nostra offerta: i prodotti
- I nostri servizi
- Dove siamo
- Il nostro modello di business
- L'evoluzione dei negozi di Città Media
- La nostra trasformazione nel tempo
- Siamo parte del Gruppo ADEO
- Le aziende del Gruppo ADEO
- Le aziende del Gruppo ADEO in Italia
- La nostra performance economica



## 2 Il nostro modello di governance

- La struttura organizzativa
- I nostri strumenti di governance
- Le nostre sfide







## 1.1 Chi siamo

**BRICO**  
CENTER*Vicini di fare*

### Il nostro modello di business

Siamo una realtà leader nel settore della **Distribuzione Organizzata del Fai da te** per l'offerta di **soluzioni immediate** per la **manutenzione, riparazione e miglioramento della casa e del giardino**. La nostra gamma di prodotti e servizi è in continua evoluzione e viene costruita e rinnovata in continuo partendo dai bisogni dei nostri Clienti.



### La nostra ambizione

Vogliamo essere vicini ai nostri Clienti ed essere per loro un punto di riferimento. Ci impegniamo a instaurare una relazione personalizzata, distintiva e quotidiana con loro, grazie alla **forte passione e alla professionalità dei nostri Collaboratori**, alla prossimità territoriale dei negozi e alla proposta omnicanale.



### La nostra unicità

La nostra è un'azienda **Human First**. Al centro della nostra strategia d'impresa ci sono i **Clienti** e i nostri **Dipendenti** che chiamiamo **Collaboratori**.

**Leadership e Condivisione** sono infatti le due parole chiave che descrivono il nostro modello umano. Per questo i nostri Collaboratori sono protagonisti dello sviluppo di se stessi, della relazione con i Clienti e dell'impresa e beneficiano del valore che hanno contribuito a creare.



### La nostra responsabilità

Pensiamo **sostenibile** e sensibilizziamo gli abitanti verso **scelte responsabili**. Ci impegniamo nella **creazione di un'offerta rispettosa dell'ambiente e sicura per tutti**. Supportiamo i nostri Clienti nell'adozione di comportamenti responsabili, volti alla riparazione e alla manutenzione e accompagnandoli all'acquisto dei nostri prodotti più sostenibili.





Chi siamo



## La nostra storia

1983



Apriamo il **primo negozio BRICOCENTER** a Venaria Reale (TO)

2005



Entriamo a far parte del Gruppo **ADEO** e del panorama **internazionale**

2012



Il concetto di **prossimità Cliente** diventa il nostro modo di agire e trasforma il nostro modo di fare impresa

Festeggiamo i nostri 30 anni con il lancio dell'iniziativa **Insieme per il nostro quartiere** a supporto delle comunità locali

2013



Inizia il progetto di **trasformazione digitale**, con il conferimento di uno smartphone a tutti i venditori in negozio, al fine di svolgere le attività in modo più agile e rispondere prontamente alle esigenze dei Clienti

2014



Il payoff Vicini di fare sancisce la nostra promessa Cliente e il nostro modo di fare rete con tutti gli attori delle Comunità locali. Inoltre, il nostro **business** si trasforma focalizzandosi su tre format:

- Quartiere
- Città Media
- Franchising

2018



2019



Avviamo il **rebuilding** dei negozi secondo il format "Città Media". Acceleriamo l'approccio omnicanale: il sito **bricocenter.it** ospita il catalogo on-line

2020



Per essere vicini ai nostri Clienti durante l'emergenza della pandemia da COVID-19, e supportarli nei loro acquisti direttamente da casa, abbiamo implementato i servizi **chiama e consegniamo** e **chiama e ritira**

2021

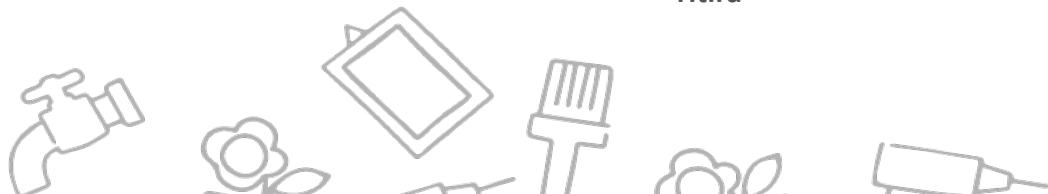


Con l'**e-commerce di prossimità** i nostri Clienti possono fare acquisti dal nostro sito **bricocenter.it** e ritirare la merce in negozio, o ricevere i prodotti a casa

2022



Apriamo il primo hub logistico a Catania al fine di offrire un miglior servizio logistico. Inoltre, ci impegniamo nel progetto **FormidAbili** di Rigeneriamo





Chi siamo

## La nostra missione



Ci impegnamo ad essere il **miglior vicino** ed il **punto di riferimento** per le persone, dove possono trovare soluzioni per il Fai da te semplici, durature e alla portata di tutti.



Vogliamo essere sempre di più un'azienda **autentica, responsabile, semplice, snella, vivace, reattiva.**



Ci impegnamo ad essere utili per tutta la **Comunità**, cioè i nostri Collaboratori, i Clienti, il quartiere, i luoghi di vita, i Partner: tutti i... **Vicini di fare**

## Il nostro manifesto di marca

Noi crediamo...



- ... nelle persone che fanno
- ... nel fare e rifare per imparare
- ... che è bello fare insieme
- ... che se ripari, risparmi
- ... che una casa curata è più tua
- ... nel prodotto di qualità, nella giusta quantità
- ... che abbiamo sempre la soluzione per te
- ... che la fiducia si costruisce con un sorriso e una stretta di mano
- ... che abitare nello stesso quartiere ci rende vicini migliori
- ... che puoi sempre contare su di noi





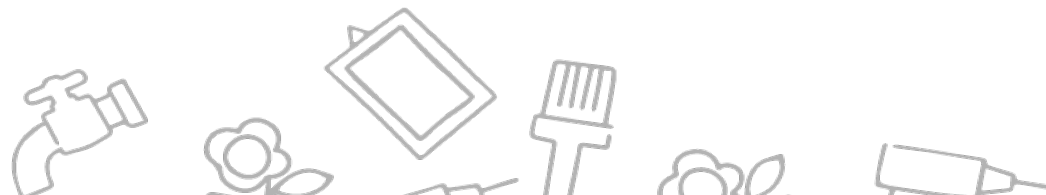
Chi siamo

## La nostra offerta: i prodotti

In Bricocenter abbiamo negli anni costruito un'offerta di prodotti e servizi per vivere al meglio ogni angolo della casa e del giardino, al fine di aiutare i Clienti nei loro progetti di riparazione e miglioramento dell'habitat a 360°. Lavoriamo con impegno per garantire un'offerta quanto più completa possibile, che possa rispondere in modo immediato ai bisogni dei nostri Clienti.

I nostri prodotti si dividono in 12 reparti:

SERRA 	GIARDINO 	LEGNO 
VERNICI 	UTENSILERIA 	BAGNO 
DECORAZIONE 	IDRAULICA 	FERRAMENTA 
ILLUMINAZIONE 	ELETTRICITÀ 	SISTEMAZIONE 





Chi siamo

## I nostri servizi

Tutti i giorni lavoriamo per creare un rapporto duraturo e di fiducia con i Clienti. Oltre ai prodotti, offriamo un'esperienza a 360° attraverso servizi che accompagnano i Clienti dall'acquisto, all'installazione, fino al supporto post vendita.



Centro colore



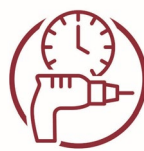
Taglio legno



Cornici su misura



Zanzariere su misura



Noleggio attrezzi



Duplicazione chiavi e telecomandi



Fotocopie e fax



Stampa fotografie



Finanziamenti



Posa e installazione



Consegna a domicilio



Clicca e acquista



Clicca e ritira



Chiama e acquista



Chiama e ritira



Reso merce

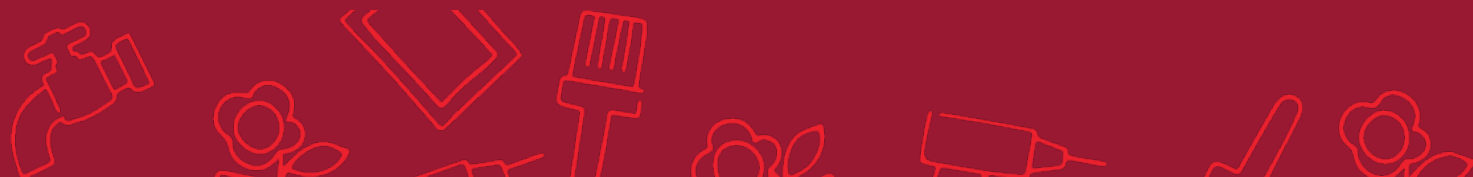


## Un'esperienza che va oltre la vendita

Abbiamo sviluppato il nostro business per essere presenti su tutto il territorio italiano, sia nelle piccole città di provincia che nei quartieri delle grandi città, perché crediamo che la prossimità dei nostri negozi sia ciò che ci permette di essere per i Clienti un **punto di riferimento**. È anche grazie a questa vicinanza territoriale che possiamo costruire un rapporto di fiducia, rendendo **l'esperienza d'acquisto dei nostri Clienti positiva, personalizzata e distintiva**.

Sappiamo che chi entra nei nostri negozi vuole **soddisfare un bisogno** che spesso richiede di essere supportato dalle competenze professionali dei nostri Collaboratori che supportano il Cliente nell'individuazione della soluzione più utile partendo dalle loro **necessità**.

Per questo i nostri Collaboratori si formano costantemente per garantire al Cliente **un'esperienza di acquisto unica** anche attraverso lo sviluppo di competenze legate alle tecniche di vendita. **La relazione continua poi anche a distanza** grazie al «bollino», lo sticker che viene applicato sui prodotti acquistati dai clienti, contenente il nome ed il numero di telefono aziendale del venditore che li ha accompagnati negli acquisti: un'esperienza che va oltre la vendita, attraverso lo smartphone, che rassicura e che crea una relazione personalizzata, che dura nel tempo.

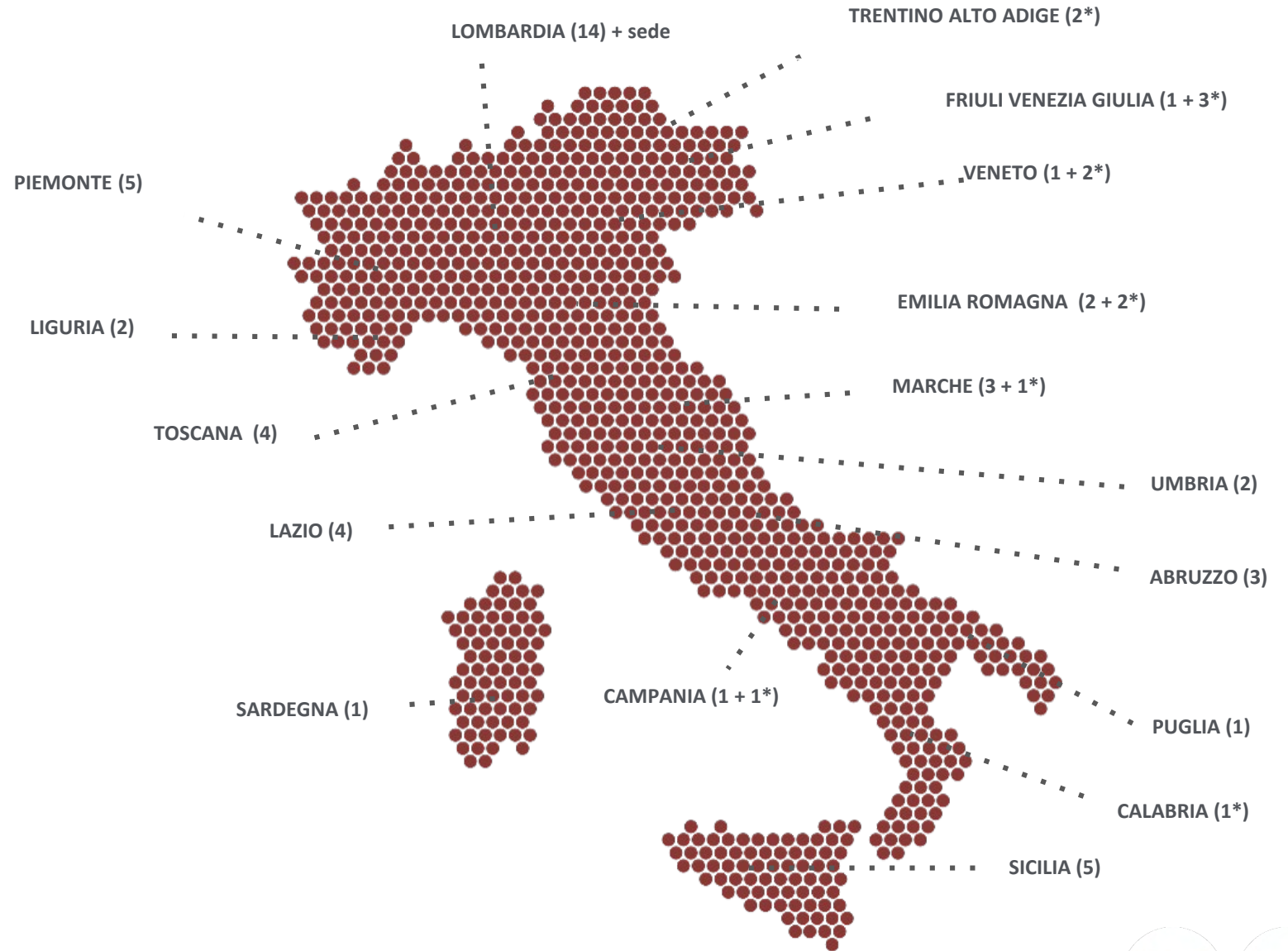




Chi siamo

## Dove siamo

Nel 2022 siamo presenti in tutta Italia, con **49 negozi diretti e 12 negozi in franchising**, ovvero punti vendita affiliati, a insegna Bricocenter, che offrono alcuni dei nostri servizi e prodotti.



\* Negozi in franchising





Chi siamo

## Il nostro modello di business

Al fine di soddisfare al meglio le esigenze dei nostri Clienti e delle Comunità in cui operiamo, abbiamo sviluppato tre diversi modelli di negozio che differiscono tra di loro per il posizionamento, le dimensioni e la tipologia di offerta di prodotti e di servizi.



**Dove:** negozi di dimensioni comprese tra 1.000 e 2.500 m<sup>2</sup> situati in città con oltre 1 milione di abitanti e raggiungibili in 10 minuti in auto/mezzi pubblici per oltre 45.000 famiglie o in 20 minuti a piedi per oltre 30.000 famiglie

**Cosa:** prodotti e servizi per tutte le **necessità più ricorrenti**, come prevenzione, riparazione, pulizia, casa e terrazzo, acquistabili in negozio o online con l'opzione consegna o ritiro.



**Dove:** negozi da 2.000 a 4.000 m<sup>2</sup> situati in città di medie dimensioni da 30.000 a 45.000 famiglie e raggiungibili dal centro entro 20 minuti.

**Cosa:** prodotti per prevenzione, riparazione, pulizia e manutenzione per casa e giardino che necessitano di **maggiore expertise** in termini di **supporto**, di **scelta** e di **servizi correlati**. I prodotti sono acquistabili in negozio o online con l'opzione consegna o ritiro.



**Dove:** negozi situati in piccole città con 10.000 - 30.000 famiglie.

**Cosa:** il modello di vendita del franchising ci permette di garantire una **presenza più capillare sul territorio**, consentendoci di essere vicini al Cliente e rispondere alle sue esigenze in loco, nonché di dare a **piccoli imprenditori la possibilità di espandersi nel mondo del Fai da te**.







Chi siamo



## L'evoluzione dei negozi di Città Media

Per rispondere **prontamente ai cambiamenti** di un mercato e delle abitudini di consumo in rapida evoluzione, in Bricocenter, abbiamo iniziato nel 2019 un percorso di **trasformazione dei nostri negozi di Città Media**.

Si tratta di una trasformazione che tocca l'offerta di prodotti e servizi, ma anche la qualità e la professionalità della relazione verso il cliente, l'organizzazione delle attività logistiche e di vendita e che integra la dimensione dell'omnicanalità, per **migliorare e rendere ancor più coerente l'esperienza Cliente, a 360°**.

Attraverso questo percorso di trasformazione, Bricocenter ha scelto il proprio campo di gioco, ovvero la propria utilità, la sua strategia prodotto e la sua **promessa relazionale: "un acquisto facile e veloce veicolato da una relazione unica ed ultra calorosa su tutti i punti di contatto"**

L'elemento chiave di questo cambiamento è la **trasformazione umana**. Tutto parte dalla squadra, coinvolta e ingaggiata in ogni fase del progetto, che si appropria del concetto, degli obiettivi e li realizza attraverso una postura relazionale autentica, lo sviluppo di competenze specifiche e una produttività positiva.

Tutte le esperienze di trasformazione vengono narrate e condivise sul social network aziendale per favorire la comprensione del nuovo concetto di Città Media e un sito è stato creato per accompagnare, passo a passo, i Manager di Negozio nelle diverse fasi del percorso.

I QUATTRO ASSI DELLA TRASFORMAZIONE

### Trasformazione umana

Formiamo i nostri Collaboratori sul concetto di Città Media, affinché ne comprendano il lato strategico e prendano parte attivamente a questo cambiamento.

I nostri Collaboratori sono i protagonisti di questa trasformazione, per questo lavoriamo per garantire un continuo sviluppo delle loro competenze e monitoriamo il loro indice di soddisfazione.

### Trasformazione prodotto

Offriamo ai Clienti prodotti e servizi che permettano di riparare e prendersi cura della casa e del giardino, ma anche soluzioni per il miglioramento dell'habitat, rispondendo ai bisogni di stagionalità e microstagionalità, facendo leva sulla disponibilità immediata e la semplicità d'acquisto.

### Trasformazione Cliente

Affianchiamo ai prodotti soluzioni e servizi locali che siano semplici da proporre e generino un'esperienza positiva. Per questo ogni negozio Città Media ha a disposizione un parco Artigiani di circa 5/6 professionisti che possano aiutare i Clienti a migliorare il loro habitat e garantiamo un servizio di consegna gestito principalmente dai nostri Collaboratori.

### Trasformazione supply chain

Trasformiamo i nostri processi gestionali per migliorare la disponibilità dei prodotti, aumentare il tempo dedicato ai Clienti e ottimizzare i costi. Lo facciamo grazie a una cultura condivisa della pianificazione, che grazie alla costante collaborazione tra i team di Offerta, Supply Chain e Merchandising, permette di garantire sempre la presenza della merce e ridurre i flussi dal deposito ai negozi.





Chi siamo – L'evoluzione dei negozi Città Media

# La nostra trasformazione nel tempo

Negozi Città Media trasformati.

Lucca



Fano



Ascoli



Curtatone



Falconara



Palermo



Venaria



Vertemate



2018

2019

2020

2021

2022\*

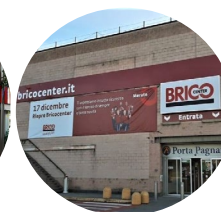


Viareggio

Il negozio di Viareggio, nasce strutturato già dalla sua fase di apertura secondo il concetto di Città Media



Parma



Merate



Lodi

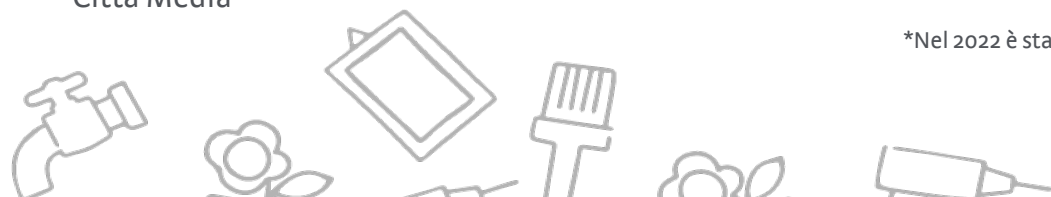


Padova



Savona

\*Nel 2022 è stato trasformato anche il negozio di Milano Corsica secondo il concetto di negozio «Quartiere».





Chi siamo

# B Siamo parte del Gruppo ADEO

ADEO è un gruppo di aziende che operano nel settore del “fai da te” e hanno in comune l’obiettivo di offrire prodotti e servizi per rendere la casa un luogo migliore. Il suo scopo è quello di aiutare gli abitanti a realizzare i propri progetti e offrire soluzioni utili e responsabili per riparare, rinnovare, organizzare, mettere in sicurezza, rendere più bella e accogliente la casa. È un’azienda «piattaforma», non solo per la sua infrastruttura digitale che collega i punti vendita e gli stakeholder, ma anche perché aperta e interconnessa, dove i suoi collaboratori sono tutti leader e partecipano attivamente al successo dell’azienda.



Chi siamo – Siamo parte del Gruppo ADEO

## Le aziende del Gruppo ADEO



Con **Bricocenter** rendiamo il Fai da te più facile per tutti, offrendo prodotti essenziali nei nostri negozi locali, gestiti da collaboratori radicati sul territorio e competenti. Per i nostri Clienti, i nostri negozi Bricocenter sono sinonimo di risparmio di tempo, facilità di acquisto e qualità del servizio.



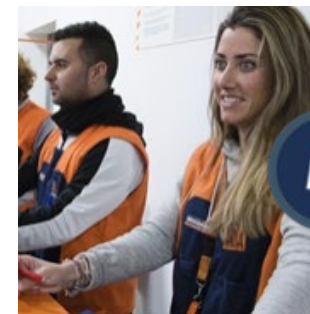
Con **Leroy Merlin** aiutiamo le persone di tutto il mondo con i loro progetti di miglioramento della casa, dalle ristrutturazioni e ampliamenti, alla decorazione e alle riparazioni... Offriamo un'ampia gamma di soluzioni fai da te che riguardano impianti idraulici, illuminazione, riscaldamento, elettricità, servizi igienico-sanitari, sicurezza, cucina, giardinaggio e molto altro ancora.



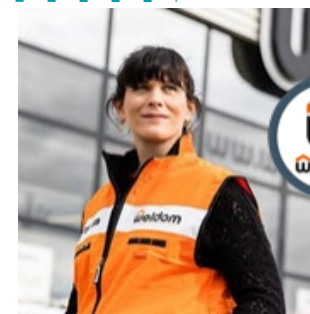
Con **Kbane** offriamo soluzioni sostenibili ed efficienti per migliorare il comfort risparmiando energia. L'umanità sta vivendo una grande rottura ecologica con una crescente carenza di risorse. La casa è un importante consumatore di energia. Il riscaldamento sta diventando sempre più costoso. Questo ha un forte impatto sul potere d'acquisto degli abitanti. Migliorare l'efficienza energetica degli alloggi è quindi una vera sfida del nostro tempo.

### M è Il marchio professionale

Con Bricoman, ObraMat, ObraMax e TecnoMat, offriamo materiali da costruzione, attrezzature, strumenti professionali, marchi, servizi e consigli per aiutare i professionisti a realizzare i progetti per i loro clienti.



Con **Weldom** e la nostra potente rete di negozi locali in Francia, ci impegniamo a fornire una soluzione per ogni esigenza nel Fai da te, perché la sostituzione non sarà mai così economica o ecologica come la riparazione, la manutenzione e il miglioramento.



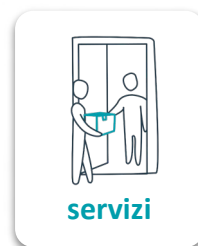
Con **Zôdio**, ognuno è incoraggiato a diventare l'artigiano della propria vita, che si tratti di "farlo da soli", "farlo insieme" o "Zôdio lo fa per me". Cucinare, decorare, creare o trovare gli utensili giusti, scopri le nostre varie collezioni in negozio e sul nostro sito web. Ispirazioni, creazioni e know-how... i nostri creatori e leader della comunità sono anche lì per aiutare i Clienti nei loro progetti durante laboratori culinari o creativi in tutti i nostri negozi.



Chi siamo – Siamo parte del Gruppo ADEO

## Le aziende del Gruppo ADEO in Italia

In Italia, Adeo opera con quattro insegne: **Bricocenter**, **Leroy Merlin**, **Tecnomat** e **Golilla**, l'ultima nata della piattaforma delle aziende Adeo in Italia, service provider nel mondo dei trasporti voluminosi, Una comunità aperta e interconnessa che offre ai **Clients** finali ma anche a **Professionisti** e **piccole imprese**



per la **costruzione**, la **ristrutturazione**, la **manutenzione** ed il **miglioramento dell'Habitat**.





Chi siamo

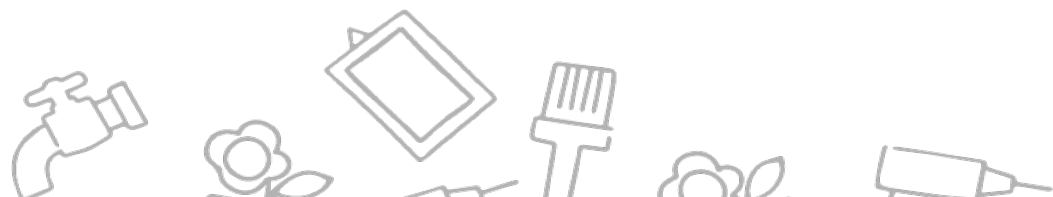


## La nostra performance economica

Nel 2022, nonostante il forte impatto dovuto all'aumento dei prezzi dell'energia che ci ha fatto chiudere l'anno con una spesa del valore di 6 milioni di euro extra budget, abbiamo ottenuto dei **risultati economici positivi**. In particolare, abbiamo chiuso l'esercizio con un **utile netto di oltre 1 milione di euro**, con vendite lorde pari a 347 milioni di euro, ovvero l'1,7% in più rispetto al 2021 se si considerano le stesse superfici di vendita. La posizione finanziaria netta registra un saldo negativo di circa 4 milioni di euro a seguito della decisione di effettuare diversi investimenti in immobilizzazioni materiali e immateriali pari a 9,4 milioni di euro, al fine di proseguire nell'attività di trasformazione dei negozi. Nel **2022**, infatti, abbiamo **trasformato i nostri punti vendita di Lodi, Padova, Savona in negozi Città Media**.

I **risultati raggiunti** nel 2022 evidenziano la nostra capacità di mantenere l'**equilibrio finanziario** e di poter continuare a perseguire la nostra strategia di business, **facendo evolvere la nostra offerta di prodotti e servizi e rispondendo alle esigenze dei Clienti**, promuovendo una **strategia digitale della prossimità** che possa migliorare l'esperienza d'acquisto e **proseguendo con la trasformazione dei negozi fisici in Città Media**.

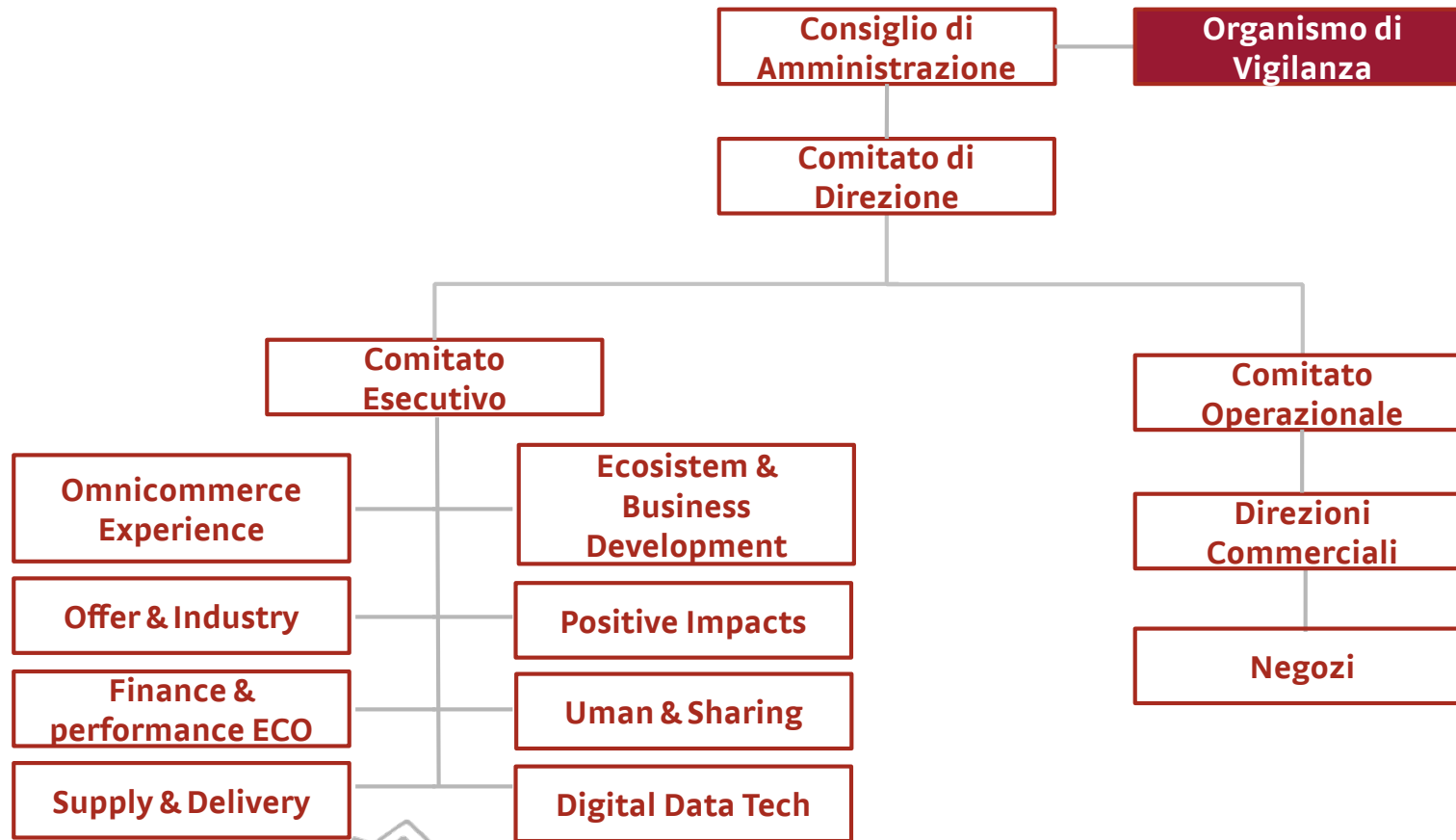
Risultati economici (valori in migliaia di Euro)	2020	2021	2022
Cifra di affari – al netto di IVA	278.935	303.243	308.697
Margine Operativo Lordo	10.165	11.989	8.207
Reddito operativo	4.038	6.127	1.906
Reddito netto	4.074	4.566	1.198
Posizione finanziaria netta	15.179	16.285	-4.276





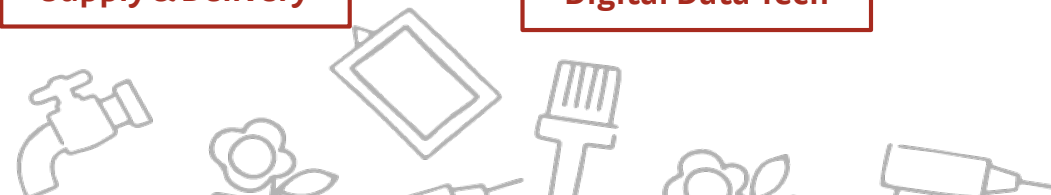
# 1.2 Il nostro modello di governance: la struttura organizzativa

Avere una governance strutturata in modo snello e flessibile è fondamentale per assicurare il nostro Impatto Positivo. Per questo abbiamo costruito un'organizzazione che oltre a rispecchiare gli orientamenti del Gruppo ADEO ci permette di accelerare la nostra trasformazione, la conquista del mercato e la creazione di una piattaforma italiana.



Accanto all'**Organismo di Vigilanza** che vigila in modo autonomo e indipendente sulla corretta ed effettiva attuazione del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo, opera il **Consiglio** che cura tutti gli aspetti di **Amministrazione** ordinaria e straordinaria e conferisce all'Amministrazione Delegato i poteri esecutivi.

La gestione dell'azienda è affidata al **Comitato di Direzione** a sua volta composto da un **Comitato Esecutivo** di cui fanno i Direttori Mestiere che lavorano in stretto contatto con Adeo per la costruzione e animazione della strategia aziendale e un **Comitato Operazionale** che collabora alla realizzazione degli obiettivi dell'Impresa





## La struttura organizzativa

### Il Consiglio di Amministrazione

Il **Consiglio di Amministrazione (CdA)** di Bricocenter Italia è composto da quattro membri, nominati dal socio unico ADEO, a cui fanno capo tutti i compiti di **ordinaria e straordinaria amministrazione**.

Il CdA è attualmente costituito dal Presidente Alessandro di Giovanni, dall'Amministratore Delegato Frédéric Capdeville e dai due Consiglieri non esecutivi Philippe Hubert Cabot e Michele Cuoccio.

Il CdA affida all'**Amministratore Delegato** tutti i poteri esecutivi necessari a compiere la gestione aziendale.

### L'Organismo di Vigilanza

L'**Organismo di Vigilanza (OdV)** di Bricocenter Italia viene nominato dal CdA e si compone di 3 membri, di cui 1 interno e 2 esterni alla società. Esso è autonomo e indipendente ed è responsabile di **vigilare sulla corretta ed effettiva attuazione del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo**, verificandone altresì i relativi aggiornamenti in relazione all'evoluzione dell'organizzazione aziendale o delle normative di riferimento.

L'OdV si occupa inoltre di vigilare sulla corretta applicazione della procedura di gestione delle segnalazioni ricevute, in relazione ai possibili casi di violazione del Modello e delle necessarie verifiche, al termine delle quali emetterà il proprio parere circa la presunta violazione.

### Il Comitato di Direzione

Il **Comitato di Direzione** è composto da un Comitato Esecutivo e un Comitato Operazionale. Faranno parte del Comitato Esecutivo i Direttori Mestiere che lavorano per la costruzione e animazione della strategia aziendale, in stretta collaborazione con ADEO, per la realizzazione delle sfide definite a livello globale e adattate localmente.

Accanto al **Comitato Esecutivo** opera il **Comitato Operazionale** che, attraverso cinque Direzioni Commerciali territoriali ha il compito di partecipare alle decisioni, assicurarne l'atterraggio su tutta la rete, raccogliere e riportare in Comitato di Direzione il ritorno di esperienza e collaborare alla realizzazione delle sfide dell'Impresa.





## L'organizzazione dei nostri negozi

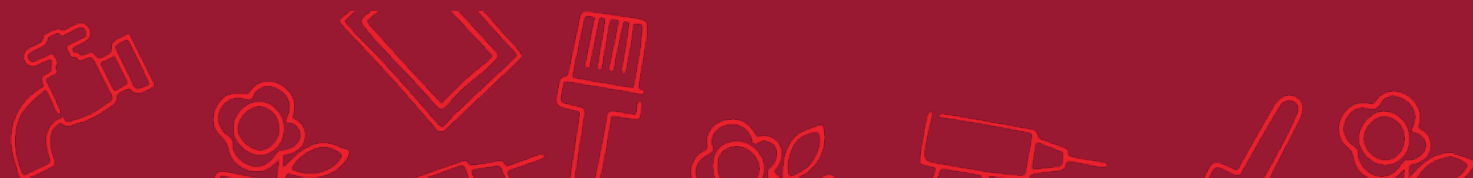
Nei nostri negozi lavorano squadre di Collaboratori di numero variabile in funzione del concetto e della potenzialità del negozio stesso. I Collaboratori vengono gestiti nelle loro attività e accompagnati nel proprio percorso professionale da un Comitato composto dal Direttore e da un numero variabile di Capi Settore.

La relazione fra manager e Collaboratori è sostenuta da uno stile di Management di Prossimità che origina dalla nostra cultura della condivisione e dal nostro modello umano ed il nostro funzionamento poggia su principi di polivalenza e policompetenza. I Collaboratori sviluppano infatti tutte le competenze di base per essere interscambiabili nelle diverse attività di negozio

**Il Direttore Negozio** rappresenta l'elemento chiave di raccordo tra la sede centrale ed i Collaboratori del punto vendita. Riceve infatti dai Servizi Interni tutti gli strumenti necessari per la gestione del negozio e della squadra.

Per lo svolgimento delle proprie responsabilità al Direttore di Negozio sono attribuiti con procura tutti i poteri per una gestione autonoma del punto vendita. Viene infatti individuato dal CdA come «datore di lavoro» ai fini della normativa antinfortunistica e ha il compito di curare il rispetto delle disposizioni circa la tutela ambientale, il trattamento dei dati personali e delle norme in materia di tutela dei diritti dei lavoratori del negozio che gestisce.

Il Direttore di Negozio agisce come un vero e proprio imprenditore ed è il punto di riferimento per la soddisfazione e lo sviluppo dei Collaboratori e per il miglioramento continuo della soddisfazione dei Clienti.





## I nostri strumenti di governance

Al fine di garantire i migliori standard di governance e il rispetto del quadro normativo di riferimento, ci avvaliamo dei seguenti **strumenti di governance**:



### Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo

Il **Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo**, approvato dal CdA in data 11 settembre 2009 e in ultimo aggiornato il 30 novembre 2021, ai sensi del D.Lgs. n. 231 dell'8 giugno 2001, è un documento che guida il nostro operato tramite l'individuazione delle aree a rischio in relazione alle fattispecie di reato definite dal decreto. Esso inoltre definisce i principi di condotta generali e specifici necessari a prevenire possibili reati da parte dei soggetti che operano in nome e per conto dell'azienda.

Il Modello individua inoltre le attività sensibili, per le quali sussiste un rischio potenziale di commissione di reato e per le quali sono state identificate delle procedure di controllo idonee e dei principi e regole di prevenzione da attuare debitamente.



### Codice Etico

Il Codice Etico è uno strumento, redatto in coerenza con le linee guida del Gruppo ADEO, che **disciplina e orienta l'operato di tutti coloro i quali entrano in contatto con la nostra Azienda** secondo i seguenti principi:

- Efficacia ed efficienza
- Concorrenza leale
- Riservatezza
- Responsabilità verso la collettività
- Tutela dell'integrità fisica
- Tutela dell'ambiente naturale



### Canali di segnalazione: WHISPLI & ACT ETHICS

Per segnalare comportamenti scorretti, violazioni dei principi contenuti nel Codice Etico ed eventuali conflitti di interesse da parte dei nostri Collaboratori, Fornitori e Partner commerciali, mettiamo a disposizione due strumenti di comunicazione:

- **WHISPLI**: tale piattaforma digitale permette di effettuare segnalazioni anonime per mezzo di una chat dedicata, con il fine di gestire ed accertare comportamenti non corretti che vengono segnalati, nonché prevenire quelli potenziali.
- **ACT ETHICS**: tool interno al Gruppo ADEO che permette ai nostri Collaboratori di confrontarsi con i propri manager o con il responsabile HR relativamente a possibili situazioni di conflitti di interesse.





## Il nostro modello di governance

# Le nostre sfide

Il Comitato di Direzione è strutturato secondo il modello globale di ADEO e ciascuna Direzione corrisponde ad una **sfida** del nostro business.



### OMNICOMMERCE EXPERIENCE

Sviluppo e animazione del **commercio online e offline, della relazione e fidelizzazione** per offrire sempre più prodotti e servizi ai nostri Clienti in negozio, sul digitale e nel phygital

### OFFER & INDUSTRY

Selezione dell'**offerta** e del **marketing** degli **MDH**; massimizzazione dell'impatto delle scelte responsabili

### FINANCE & PERFORMANCE ECO

Responsabilità del **piano** e degli **obiettivi**, della creazione di **valore**, di aspetti contabili, fiscali e finanziari e di quelli di rischio, conformità e controllo

### ECOSYSTEM & BUSINESS DEVELOPMENT

Sviluppo e manutenzione immobiliare in coerenza con i tre concetti (quartiere, città media e franchising) ed in coordinamento con le aziende del Gruppo Adeo in Italia

### DATA DRIVEN PERFORMANCE

Gestione operativa delle **prestazioni**, **OKR** e promozione della **cultura basata sui dati** per strutturare, automatizzare, migliorare e fornire a ciascuno i dati di cui ha bisogno

### POSITIVE IMPACT

Sensibilizzazione dei Clienti verso **comportamenti e prodotti responsabili**; riduzione dell'impatto ambientale; applicazione di modelli di economia circolare; progetti di miglioramento dell'habitat; rafforzamento della cultura dell'inclusione

### SUPPLY & DELIVERY

**Consegna** rapida, sicura ed economica della nostra offerta commerciale (MDH, 1P, venditori, altri brand)

### EXECUTIVE SUCCESSION PLAN

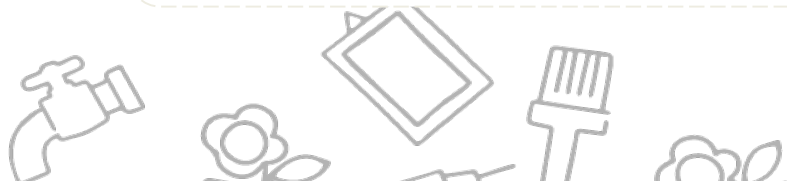
Reclutamento e **sviluppo di talenti** in conformità con la strategia ed il modello di leadership

### HUMAN & SHARING

**Evoluzione delle squadre** secondo il modello di business; tutela della nostra **cultura**, delle politiche HR, dello sviluppo del potenziale umano, della formazione, della sicurezza e della **condivisione**

### DIGITAL DATA TECH

Definizione e mantenimento dell'architettura, delle **reti tech-cloud**, dei **prodotti** e dell'**innovazione digitali**, della **sicurezza informatica**; costruzione e produzione di **dati** affidabili e in tempo reale



# 2 | We make it positive



# Indice del capitolo

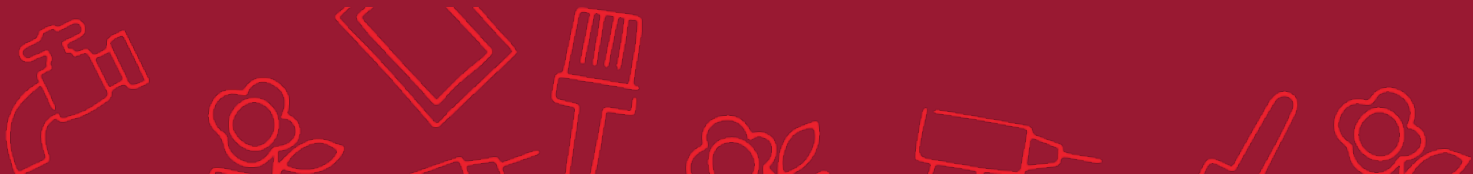
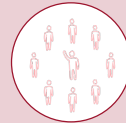
## 1 Insieme per essere sostenibili

- La nostra strategia per un impatto positivo
- Le nostre priorità di sostenibilità



## 2 I nostri Stakeholder

- Il valore economico distribuito





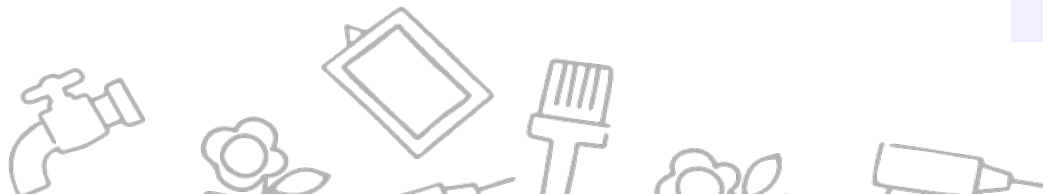
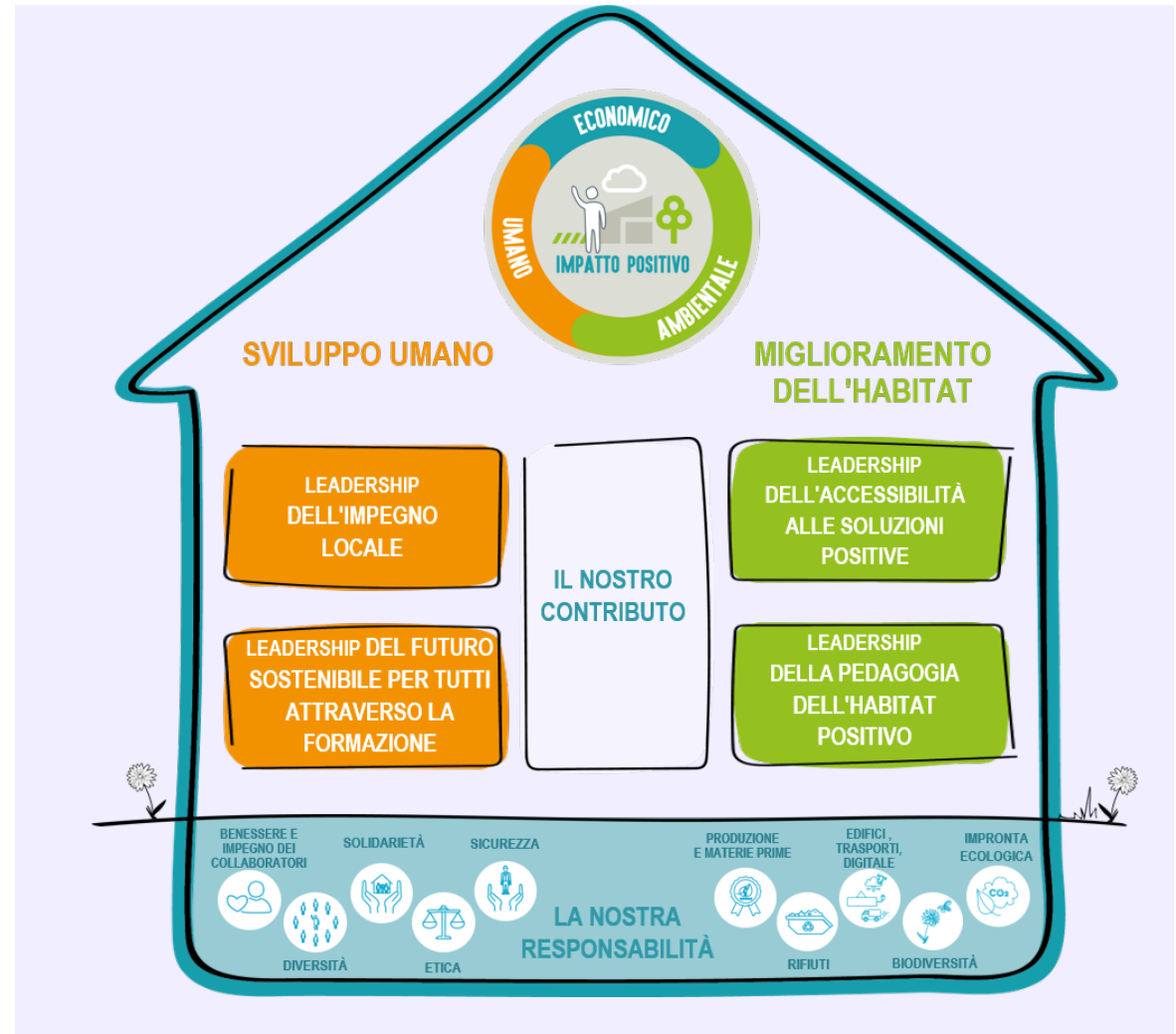
## 2.1 Insieme per essere sostenibili

«We make home a positive place to live» è l'obiettivo del Gruppo Adeo. Una strategia volta ad integrare la sostenibilità all'interno di tutte le linee di business, coinvolgendo i propri stakeholder nella creazione di valore economico, sociale e ambientale.

Con questo proposito in mente, vogliamo incoraggiare le persone a rendere le loro case un luogo positivo dove vivere, e vogliamo fare lo stesso con il nostro habitat condiviso: il Pianeta.

La strategia di ADEO si basa su due livelli di azione:

1. **Responsabilità**, le nostre fondamenta, un valore indispensabile per condurre le attività in modo coerente e credibile con il progetto aziendale;
2. **Contributo**, implementando azioni che portino l'azienda a ridurre i propri impatti sull'esterno, tramite la conduzione sostenibile delle attività aziendali.



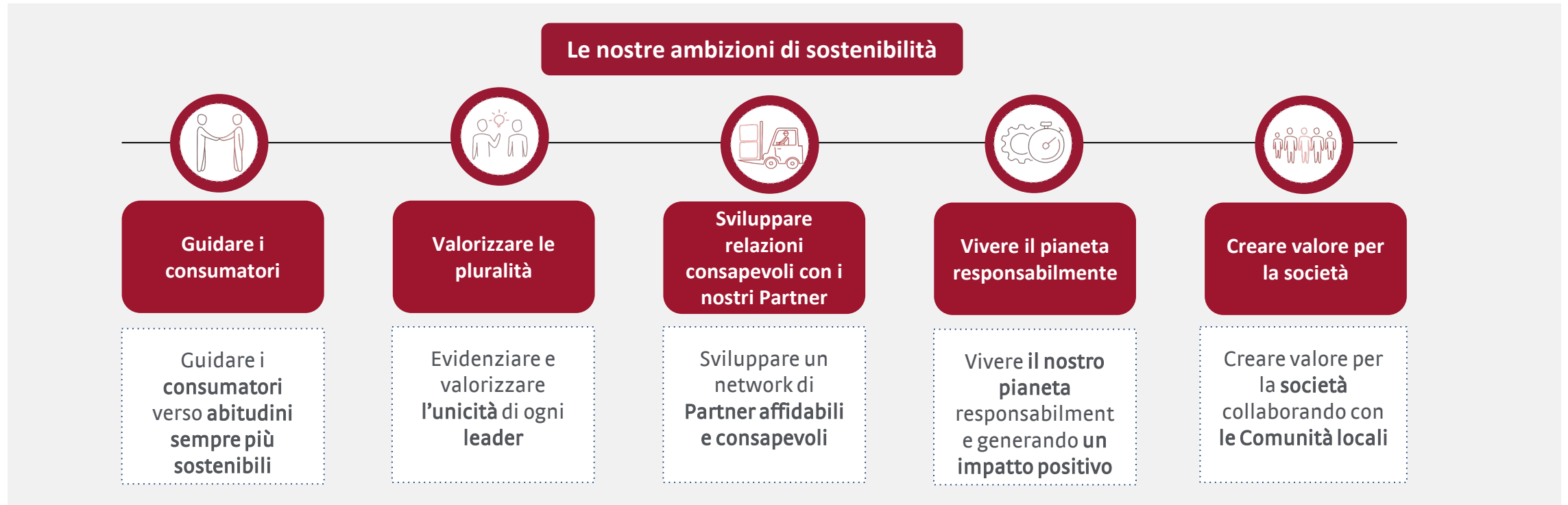


Insieme per essere sostenibili

## La nostra strategia per un impatto positivo

Sulla linea tracciata dal Gruppo ADEO, abbiamo individuato le nostre priorità di sostenibilità, per contribuire in prima persona alla creazione di case che siano rispettose dell'ambiente e abitate da persone consapevoli dell'impatto del loro abitare.

La nostra strategia a Impatto Positivo si pone l'obiettivo di sensibilizzare i nostri Clienti e Abitanti e aiutarli a fare scelte responsabili, agendo insieme ai Collaboratori che ogni giorno lavorano con passione per Bricocenter, a fianco dei Partner con cui facciamo squadra per migliorare gli impatti della filiera, facendo rete sul territorio per creare valore condiviso con la Comunità e rispettando l'ambiente nello svolgimento delle attività aziendali.





Insieme per essere sostenibili – La nostra strategia per un impatto positivo

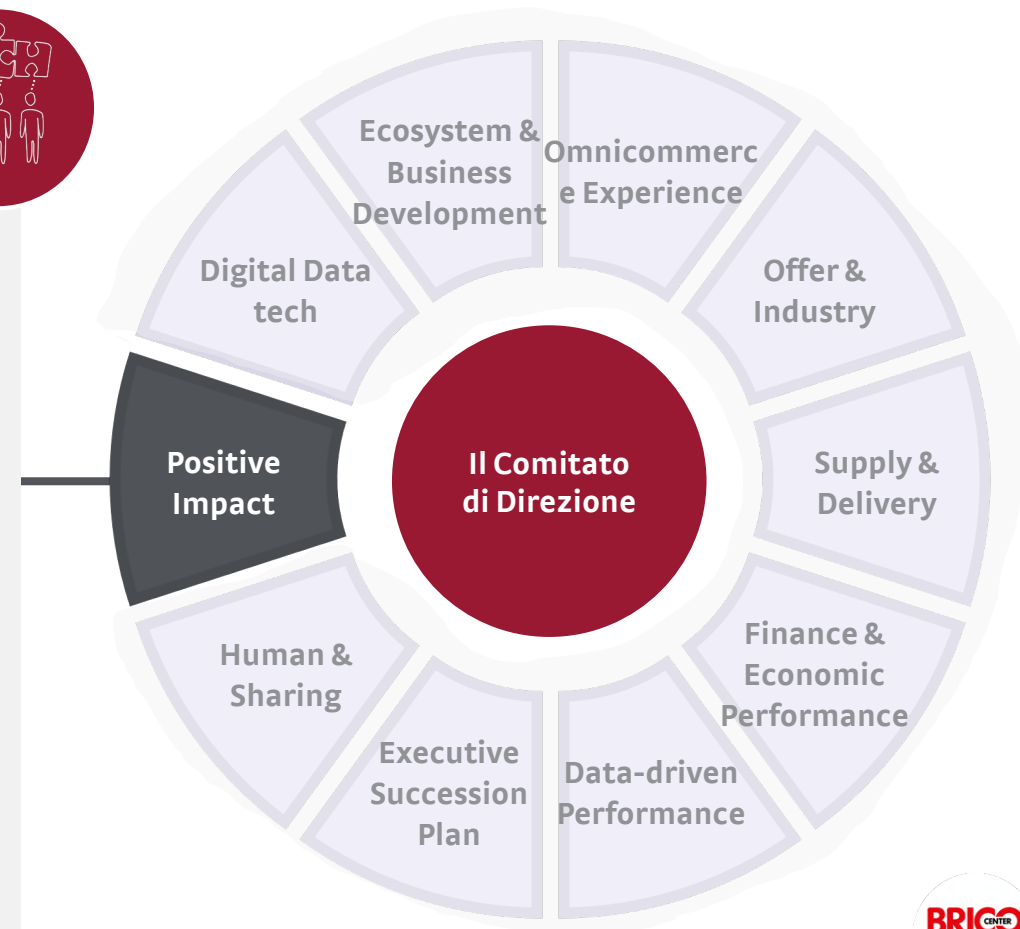
## Strutturare una governance di sostenibilità

Per far sì che le nostre ambizioni volte a creare un ambiente ad impatto positivo vengano raggiunte, risulta indispensabile la presenza di un organo che si occupi di esaminare e validare le strategie e gli obiettivi prefissati. Per noi di Bricocenter è il **Comitato di Direzione** ad avere il compito di **approvare le strategie di sostenibilità**.

Per elaborare le ambizioni, iniziative e obiettivi di sostenibilità, nel 2022 abbiamo istituito una nuova direzione in azienda, con il compito di coordinare ed integrare la sostenibilità tra tutte le funzioni che animano le giornate lavorative in Bricocenter: il **Positive Impact Leader**.

### Cosa vuol dire per noi Positive Impact?

- Sviluppare **strategie** per avere un impatto positivo sull'esterno
- Instaurare **relazioni con gli stakeholder** al fine di comprendere quali siano le aree su cui concentrare le priorità di generazione dell'impatto positivo
- **Guidare le squadre** nell'implementazione di iniziative a impatto positivo
- Contribuire a **sensibilizzare il Cliente** e offrire sempre più prodotti responsabili
- Strutturare gli approcci industriali per **ridurre l'impatto di CO<sub>2</sub>**
- Realizzare progetti volti a **migliorare gli habitat**, favorendo l'inclusività e supportando lo sviluppo umano
- Definire strategie per **ridurre gli impatti ambientali**
- Rappresentare l'azienda durante le **riunioni mensili del Gruppo ADEO**, dove si scambiano idee e best practice tra le Business Unit e i Leader Impatto Positivo del Gruppo
- Partecipare ai **seminari quadrimestrali** di Gruppo sulla sostenibilità, per condividere progetti e aggiornamenti normativi







## Le nostre priorità di sostenibilità

### L'analisi di materialità

Analizzando il contesto, gli impatti della nostra attività e considerando le aspettative degli stakeholder, **abbiamo identificato quali sono le tematiche di sostenibilità più importanti per la nostra azienda**, ovvero i **temi materiali**, sui quali si basa la rendicontazione del nostro primo bilancio di sostenibilità.

Per farlo, abbiamo condotto un'analisi di **materialità**, in linea con i **principi di rendicontazione GRI Universal Standards 2021**, i quali definiscono i temi materiali come quei temi che riflettono gli **impatti più significativi generati dall'azienda su economia, ambiente e persone**, inclusi quelli sui diritti umani, quale risultato delle attività o delle relazioni commerciali che l'organizzazione intrattiene.

### ● Le fasi dell'analisi di materialità

1

#### Comprensione del contesto aziendale

Abbiamo svolto un'analisi dei principali documenti di settore di organizzazioni internazionali legati ai temi di sostenibilità, nonché un'attività di benchmark per comprendere gli aspetti su cui stanno lavorando altri player. Grazie a queste analisi, calate sul contesto aziendale, abbiamo individuato gli aspetti di sostenibilità più rilevanti per la nostra organizzazione.

2

#### Identificazione degli impatti positivi e negativi

Analizzando i documenti pubblici che individuano gli impatti del settore, il contesto, e grazie alle conoscenze delle nostre attività e dei loro effetti sull'esterno, abbiamo individuato gli impatti positivi e negativi, attuali e potenziali generati dalla nostra realtà su economia, ambiente e persone.

3

#### Valutazione della significatività degli impatti

Tramite un workshop in presenza con il Comitato di Direzione di Bricocenter è stata valutata la significatività degli impatti.

4

#### Prioritizzazione degli impatti più significativi e definizione della lista di temi materiali

La valutazione della significatività degli impatti ci ha permesso di definire quali sono i temi di sostenibilità prioritari per la nostra azienda. Abbiamo stabilito una soglia di materialità e dai risultati sono emersi 15 temi materiali per Bricocenter.





Insieme per essere sostenibili – Le nostre priorità di sostenibilità

## Le nostre ambizioni e i temi materiali

Dopo aver svolto l'analisi di materialità, abbiamo ricondotto i temi emersi dall'analisi di materialità alle nostre ambizioni al 2026. Ogni tema troverà una rendicontazione precisa all'interno del presente Bilancio di Sostenibilità\*.



### Clienti e Abitanti

- Prodotti a maggior risparmio energetico e minor impatto ambientale
- Sensibilizzazione dei Clienti
- Economia circolare



### Collaboratori

- Attrazione e sviluppo dei talenti
- Formazione
- Welfare
- Salute e sicurezza
- Diritti dei dipendenti e pari opportunità



### Partner

- Catena di fornitura responsabile
- Partner locali



### Attività

- Gestione dei rifiuti
- Decarbonizzazione ed efficientamento energetico
- Impatti della logistica
- Innovazione e digitalizzazione



### Comunità

- Iniziative a supporto della Comunità

I TEMI MATERIALI



\*Per la definizione di ciascun tema si rimanda alla [Lista di Temi materiali](#).



## 2.2 I nostri stakeholder

Il dialogo con gli stakeholder è per noi fondamentale, al fine di coinvolgerli nel nostro percorso di sostenibilità e di individuare insieme a loro le aree di azione prioritarie per costruire insieme un futuro ad impatto positivo. Confrontarci e agire insieme agli stakeholder ci permette di conoscere le loro aspettative e comunicare loro ciò che più ci sta a cuore. Con ognuno di essi ci interfacciamo con modalità diverse, al fine di rendere efficace il dialogo e far sì che entrambi possano trarne beneficio. In particolare, la relazione con i Clienti è resa facile ed immediata grazie ai vari touchpoint a loro disposizione, che gli permettono di comunicare con noi in ogni momento senza che debbano recarsi in negozio.

COME INTERAGIAMO CON I NOSTRI STAKEHOLDER





## I nostri stakeholder

# Il valore economico distribuito

Generare valore economico da distribuire tra i nostri stakeholder è una delle modalità che ci permette di realizzare un impatto positivo nei confronti di coloro che ogni giorno contribuiscono a generarlo. Il risultato economico a cui siamo giunti, infatti, non è altro che il frutto del lavoro di tutti i soggetti, come i nostri Collaboratori, Fornitori e Finanziatori, che ogni giorno interagiscono con la nostra azienda.

Nel 2022 abbiamo generato valore economico per oltre 309 milioni di euro (pari alla somma del valore della «Cifra di affari» e ad «Altri proventi finanziari»), in aumento del 2% rispetto al 2021 grazie all'incremento delle vendite. Di questo, abbiamo distribuito il 98% agli stakeholder, come corrispettivo per gli acquisti di merce ai Fornitori, oneri finanziari ai Finanziatori, oneri retributivi ai collaboratori e imposte e tasse alla Pubblica Amministrazione. Il 19% di tale valore è stato distribuito ai nostri Collaboratori tramite l'erogazione degli stipendi e dei bonus aziendali, in linea con la nostra politica di condivisione dell'avere.

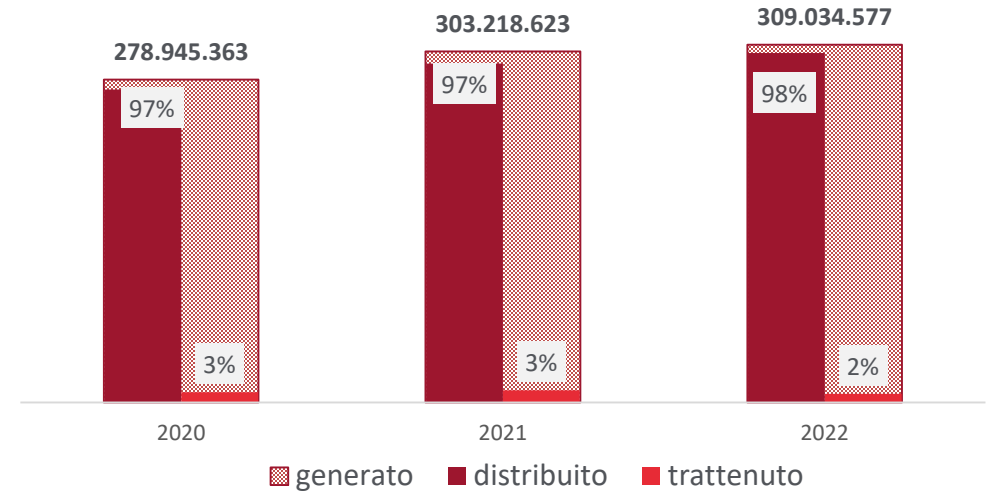
Abbiamo invece trattenuto il 2%, come valore necessario ad autofinanziare le attività aziendali.

### La condivisione dell'avere

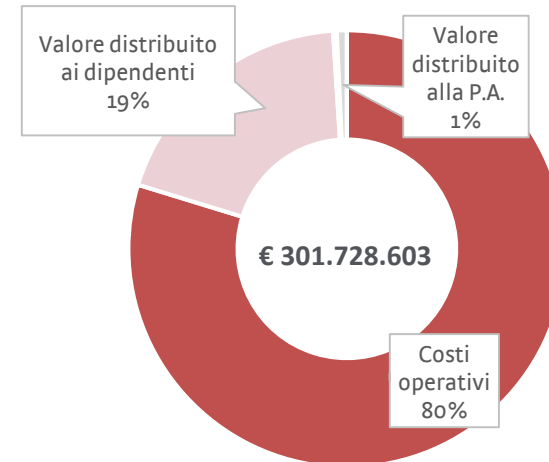
Oltre alla retribuzione, adottiamo un'ulteriore modalità di condivisione dei risultati con i nostri Collaboratori per far sì che possano beneficiare del valore economico che hanno contribuito a creare. Questa condivisione che chiamiamo «dell'avere» passa attraverso tre strumenti:

- Il **Premio Progresso**: per la condivisione degli utili prodotti nel breve periodo;
- La **partecipazione ai risultati**: per la condivisione dei risultati annuali in un'ottica di medio periodo;
- L'**azionariato interno**: per la condivisione a lungo termine del valore, offrendo ad ogni collaboratore la possibilità di diventare azionista del Gruppo ADEO\*.

Valore Economico generato, distribuito, trattenuto (€)



Valore distribuito nel 2022



\*Gli aspetti legati a queste modalità di welfare sono approfondite nel paragrafo «Favoriamo il benessere e il coinvolgimento» del capitolo «Fare squadra con i nostri Collaboratori».



# 3 | Fare scelte responsabili per i nostri Clienti



# Indice del capitolo

## 1 Offriamo prodotti responsabili

- Le nostre Scelte Responsabili



## 2 Promuoviamo l'economia circolare

- Il servizio di noleggio
- Il servizio di riparabilità



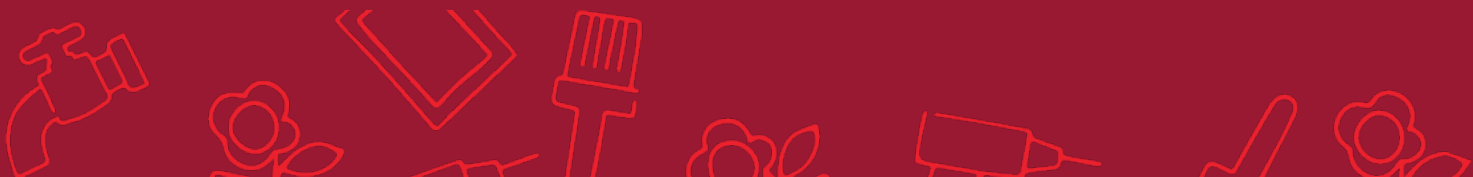
## 3 Garantiamo massima qualità

- Diamo valore all'opinione dei nostri Clienti



## 4 Contribuiamo allo sviluppo delle Comunità

- Creiamo relazioni oltre il negozio





## 3.1 Offriamo prodotti responsabili

In qualità di azienda della **Grande Distribuzione specializzata nel Fai da te**, mettiamo a disposizione del Cliente un'offerta che possa **rispondere alle sue esigenze**. Tramite i nostri prodotti vogliamo aiutare le persone a migliorare il proprio habitat e al contempo offrire delle soluzioni che siano in grado di migliorare l'impatto dei nostri Clienti sull'ambiente e sulle persone.

Grazie al **contatto diretto con gli Abitanti**, possiamo ridurre il nostro impatto su ambiente e società non solo grazie ad azioni implementate sui nostri processi e per i nostri Collaboratori, **ma agendo direttamente sugli acquisti dei consumatori**, offrendo **prodotti** realizzati con **materie prime più sostenibili**, che garantiscano **l'efficienza dei consumi**, che siano attenti alla **salute delle persone** e progettati con caratteristiche che permettano di **contribuire allo sviluppo di modelli di consumo circolari**.

Il nostro obiettivo è quindi quello di **costruire un'offerta di prodotti responsabili**, che contribuiscano a **diffondere la sostenibilità** al di fuori della nostra azienda, agendo sull'impatto dei nostri Clienti.

### I NOSTRI PRODOTTI A MARCHIO DELL'ABITANTE

Nella nostra offerta sono presenti diverse gamme comuni alle Business Unit del Gruppo ADEO, che definiamo a **Marchio dell'Abitante (MDH)**. Sono prodotti che contribuiscono alla realizzazione delle nostre ambizioni, in quanto, essendo realizzati internamente al Gruppo, ci consentono di **agire direttamente sulle fasi di progettazione e produzione del prodotto**, sviluppando un'offerta che sia costituita da prodotti con attributi positivi che agiscono direttamente sull'impatto dei nostri Clienti.

Gli articoli MDH, infatti, sono realizzati per essere sicuri per il pianeta e per le persone, con caratteristiche sostenibili e da risorse responsabili, pensati e progettati per durare nel tempo.

I nostri prodotti MDH sono pensati per soddisfare numerose delle esigenze dei nostri Clienti e per questo sviluppiamo articoli più sostenibili in numerosi comparti, dal mondo elettrico, al giardino, ai prodotti di ferramenta, fino all'arredamento.





Offriamo prodotti responsabili

## Le nostre Scelte Responsabili

Vogliamo offrire ai nostri Clienti la possibilità di scegliere, tra i nostri prodotti, quelli che possano avere un impatto migliore sull'ambiente e sulle persone. Con questa ambizione selezioniamo e comunichiamo al Cliente quali sono quei prodotti che permettono di migliorare la casa e avviare progetti Fai da te in modo più sostenibile. Questi prodotti sono le nostre **Scelte Responsabili**, articoli accuratamente selezionati tra tutta la nostra offerta in quanto rispecchiano gli impegni che ci siamo posti per accompagnare i nostri Clienti nel fare scelte di consumo più sostenibili.

Con questa ambizione, nel 2022 abbiamo avviato un processo di selezione dei nostri prodotti sulla base di **6 requisiti definiti dal Gruppo ADEO**, al fine di identificare il livello di sostenibilità dei prodotti che selezioniamo. I prodotti così selezionati sono definiti **Positive Product**, e sono quelli **più performanti** dal punto di vista ambientale e sociale, e costituiscono la base della nostra offerta di **Scelte Responsabili**.



FOCUS

## La formazione sui pilastri delle Scelte Responsabili

Dal secondo semestre del 2021 stiamo formando i nostri Collaboratori sugli impegni presi dall'Azienda nei confronti dei Clienti, della Comunità e dell'ambiente per ampliare sempre di più l'offerta di prodotti responsabili.

Riteniamo che sia fondamentale che tutte i nostri Collaboratori siano a conoscenza di cosa significa per noi offrire dei prodotti responsabili, quali caratteristiche ricerchiamo e quali prodotti le posseggono. Con questo obiettivo abbiamo realizzato nel 2022 una formazione su cosa sono le Scelte Responsabili, perché le offriamo e come lo facciamo.

Per ogni pilastro che rende un prodotto una Scelta Responsabile è presente un video di formazione che spiega il suo significato, accompagnato da video specifici su prodotti che rispecchiano questi criteri.

La conoscenza dei prodotti responsabili e di ciò che li rende tali permette non solo ai nostri Collaboratori di riconoscere la sostenibilità di un prodotto durante la fase di selezione e fornitura dello stesso, ma anche al momento della vendita, sensibilizzando i Clienti su questi temi.







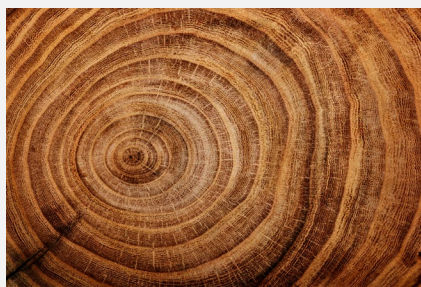
Offriamo prodotti responsabili

## Le nostre Scelte Responsabili

I nostri prodotti Scelte Responsabili a Marchio dell'Abitante sono progettati per soddisfare determinati requisiti, che contribuiscono a generare impatti positivi sull'ambiente e sulle persone.

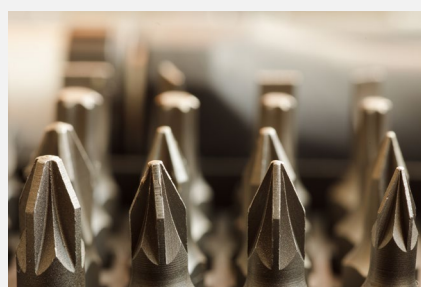


### Selezione di materie prime sostenibili



Scegliamo di selezionare prodotti con materie prime sostenibili e a minor impatto ambientale, come il legno proveniente da boschi certificati FSC e PEFC, o altri materiali riciclati per evitare l'estrazione di nuove risorse, ridurre gli scarti e diminuire le emissioni di carbonio.

### Facile riparabilità



Scegliamo prodotti che possano durare più a lungo grazie a pezzi di ricambio semplici da sostituire in autonomia e con costi ridotti.

### Attenzione all'ambiente



Scegliamo di ridurre l'utilizzo di plastica non riciclabile per i nostri imballaggi, con l'obiettivo di avere tutti i nuovi prodotti 100% senza PVC e polistirene nel 2024 per i nostri marchi e nel 2025 per i nostri Fornitori partner.

### Risparmio di acqua e luce



Scegliamo le innovazioni di prodotto volte a contenere gli sprechi di acqua ed energia.

### Attenzione alla salute



Scegliamo di impegnarci a migliorare la qualità dell'aria in casa, limitando al massimo l'utilizzo di componenti chimici nei nostri prodotti.





## 3.2 Promuoviamo l'economia circolare

Per condurre le proprie attività, le aziende hanno bisogno di attingere a risorse, naturali o meno, che gli permettano di creare i prodotti o offrire servizi. Tali risorse, una volta terminato il loro ciclo di vita, diventano rifiuti. Questa modalità di produzione e consumo, anche definita **economia lineare**, prevede che la produzione di un bene porta necessariamente alla creazione di uno scarto che non viene reintrodotta nel ciclo produttivo, generando ulteriori impatti sull'ambiente tramite la creazione di rifiuti e il loro smaltimento. Questo impatto negativo può essere ridotto e mitigato tramite il ricorso a modelli di **economia circolare** che estendono il ciclo di vita dei prodotti trasformando gli scarti in nuove risorse tramite il riutilizzo, il recupero, la riparazione, il riciclo e il ricondizionamento.

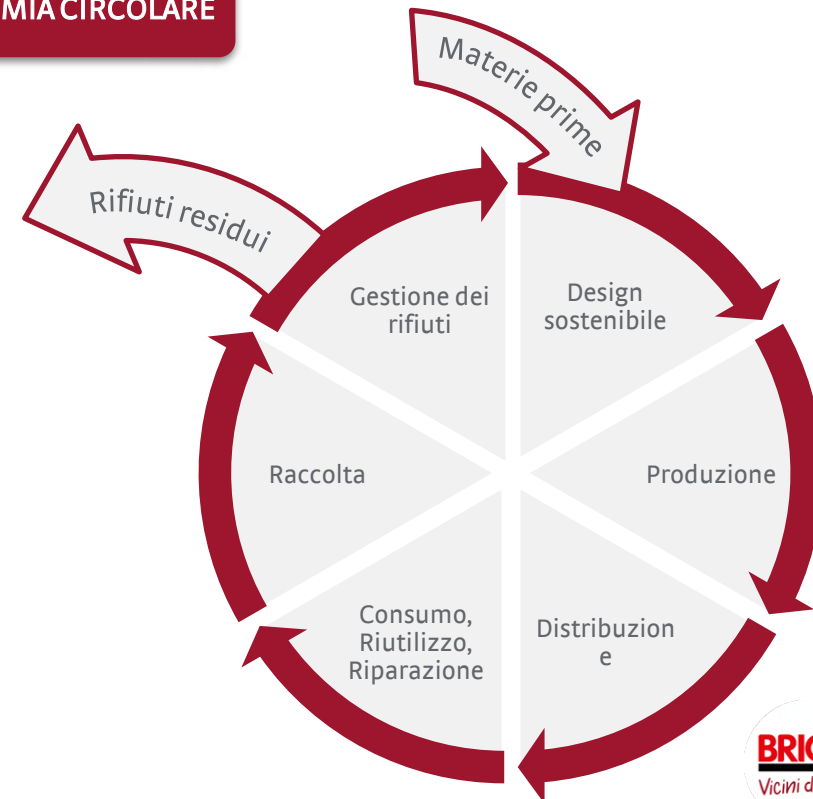
Il passaggio a **modelli di business sempre più circolari** è una delle nostre ambizioni di sostenibilità, che perseguiamo grazie all'offerta di prodotti che possano essere noleggiati o facilmente riparati. Per farlo abbiamo bisogno di ripensare e innovare i processi di produzione, acquisto e vendita, un impegno su cui porremo i maggiori sforzi nei prossimi anni.

I nostri **servizi di noleggio e riparazione**, oltre all'offerta di **pezzi di ricambio** per i nostri prodotti a marchio dell'abitante, rappresentano un primo step verso l'introduzione di modelli di economia circolare. Attraverso questi servizi, infatti, i nostri Clienti possono decidere di procedere alla riparazione di un prodotto già in loro possesso, invece che comprarne uno nuovo, oppure decidere di prendere in prestito il prodotto di cui hanno bisogno per il tempo a loro necessario.

### ECONOMIA LINEARE



### ECONOMIA CIRCOLARE





Promuoviamo l'economia circolare

## Il servizio di noleggio

Presso 29 dei nostri negozi è possibile usufruire del servizio di noleggio per alcuni prodotti che si utilizzano per lo più occasionalmente. Grazie a questo servizio, i Clienti non sono costretti ad acquistare prodotti di cui hanno un bisogno temporaneo ma possono usufruirne in occasioni specifiche e contribuire a mettere in pratica modelli di economia circolare, riducendo quindi la generazioni di rifiuti.



Per il noleggio dei prodotti ci avvaliamo del partner commerciale Boels, una delle maggiori società di noleggio europee che mette a disposizione un'ampia gamma di attrezzature e strumenti.

Presso di noi possono essere noleggiati:

- macchinari per il giardinaggio
- macchinari e utensili per perforare e demolire
- strumenti per la pulizia
- strumenti per la lavorazione del legno
- strumenti per la lavorazione di calcestruzzo e pietra

2021

3.251

2022

3.232

Contratti di noleggio effettuati





Promuoviamo l'economia circolare

## Il servizio di riparabilità

Nel 2022, abbiamo continuato ad implementare il **servizio di riparabilità sui prodotti a Marchio dell'Abitante (MDH)**: questo servizio rende più accessibile la **riparazione dei prodotti, allungandone il ciclo di vita ed evitando al Cliente di dover acquistare prodotti nuovi**. Riparare un prodotto già in possesso non solo risulta economicamente vantaggioso, ma permette di non dover acquistare nuovi articoli che, con la loro produzione, utilizzo e smaltimento, comportano ulteriori impatti negativi sull'ambiente.

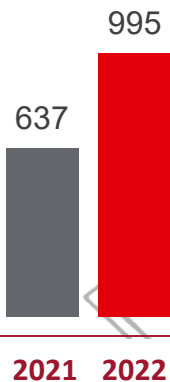
In base al prodotto acquistato, i Clienti possono usufruire di due modalità di riparazione:

- **Riparare in autonomia i prodotti**, acquistando pezzi di ricambio da sostituire alle parti danneggiate. Nel 2022, sono stati ordinati **995 pezzi di ricambio**, in particolare legati ai prodotti del reparto Giardino e Illuminazione
- **Consegnarci i prodotti da riparare**, che verranno riparati direttamente da noi o dai centri assistenza dei nostri Fornitori

Implementare questo servizio ci ha permesso di diminuire la quantità di merce persa a causa di rotture, di ridurre la conseguente creazione di rifiuti e di offrire ai Clienti l'opportunità di avere un minor impatto sull'ambiente, evitandogli di buttare prodotti potenzialmente ancora funzionanti.

Nel 2022, il servizio di riparabilità è stato attivo in 44 negozi diretti e in 7 franchising.

Numero pezzi di ricambio ordinati



**+56%**  
rispetto  
al 2021

Quanti prodotti abbiamo riparato nel 2022?

**529**  
Prodotti  
riparati

FOCUS

## I nostri prodotti, a beneficio della Comunità

Nel 2022 abbiamo trasformato il nostro negozio di Milazzo.

La sua ristrutturazione ha richiesto la gestione dello stock dei prodotti fuori assortimento, che abbiamo deciso di donare alla comunità locale tramite la collaborazione con una rete di associazioni attive sul territorio.

Grazie a questa iniziativa abbiamo generato un impatto positivo trasformando quindi quelli che potevano essere potenziali rifiuti in un'opportunità a beneficio delle comunità locali.

## Le Governance della Qualità

### Supply Quality Assurance

Verifichiamo e accompagniamo i nostri Fornitori nel raggiungimento e rispetto di elevati livelli di qualità dei prodotti.

### Compliance normativa

Assicuriamo che i prodotti commercializzati siano conformi a norme e regolamenti di legge dei Paesi in cui operiamo e alle nostre policy aziendali, attraverso un controllo di qualità differenziato a seconda del tipo di prodotto e Fornitore.

### Qualità operativa

Ci occupiamo di come vengono gestiti negozi e depositi per garantire l'efficienza delle prestazioni dei nostri Collaboratori, nonché gestire le non conformità sui prodotti venduti e i reclami, fornendo supporto per i Clienti.

## 3.3 Garantiamo massima qualità

Per assicurare gli alti standard di qualità dei nostri prodotti seguiamo le linee guida del Gruppo ADEO, applicando le loro politiche e monitorando determinati indicatori, come ad esempio il numero di prodotti che ricevono valutazioni positive, i tassi di reso e il numero di non conformità riportate dai Clienti.

Per garantire prodotti performanti di alta qualità, la prestazione di ogni referenza è analizzata su tre livelli:

- 1. conformità alle normative presenti sul mercato di riferimento:** viene verificato il rispetto di tutti i regolamenti e i requisiti normativi del Paese di commercializzazione applicabili al prodotto
- 2. requisiti stabiliti dal Gruppo ADEO:** indipendentemente dal Paese di riferimento, è verificata la conformità rispetto ai requisiti e alle specifiche tecniche previste dal Gruppo
- 3. conformità con le politiche di acquisto responsabile del Gruppo:** viene verificata la compatibilità con le politiche definite dal Gruppo relativamente agli acquisiti responsabili, come le politiche sulla tracciabilità del legno e sull'uso di sostanze pericolose

Per valutare la conformità di un determinato prodotto rispetto ai tre livelli sopracitati, in primo luogo è definito il suo livello di rischio, che permette di identificare quali documenti e informazioni è necessario raccogliere per stabilire se il prodotto può essere o meno commercializzato.

Il livello di rischio si basa su due fattori:

- **Il rischio merceologico del prodotto**, ovvero la presenza di rischi dovuti alle sue caratteristiche intrinseche
- **Lo stato giuridico di Bricocenter**, determinato dal ruolo da noi ricoperto, quindi se Bricocenter agisce in qualità di distributore, importatore o produttore del prodotto

Sulla base del livello di rischio emerso, vengono richiesti specifici documenti al Fornitore, successivamente analizzati dai professionisti del Team Qualità che si occupano di **effettuare test su prototipi e prodotti**. Ultimata questa fase, se l'esito è positivo, si passa alla fase di **certificazione**, che prevede l'esecuzione di ulteriori test che, se superati, rendono il prodotto idoneo per essere commercializzato.



Garantiamo massima qualità

## Diamo valore all'opinione dei nostri Clienti

La soddisfazione dei nostri Clienti è legata non solo ai servizi che offriamo, ma anche alla qualità dei prodotti che acquistano. Pertanto, per noi è fondamentale monitorare con attenzione le recensioni in modo da calibrare la nostra offerta in base a ciò che più li soddisfa e rispecchia le loro esigenze.

Con l'obiettivo di individuare e risolvere ciò che rende insoddisfatti i nostri Clienti e aumentare la loro fiducia per i nostri prodotti, ogni mese effettuiamo delle analisi sui Trust Killer, ovvero i prodotti con un tasso di reso per difettosità maggiore del 5% e/o con recensioni Clienti con meno di 3 stelle su un minimo di 5 recensioni. Per questi prodotti, viene avviato un processo per verificare la problematica e, una volta identificata, avviare dei piani di miglioramento.

Dall'altro lato, monitoriamo anche quali prodotti aumentano particolarmente la soddisfazione dei nostri Clienti per comprendere quali sono le loro caratteristiche che più risultano essere apprezzate ed efficienti. Sono i Trust Boosters, ovvero i prodotti che ottengono un punteggio online superiore a 4 stelle su un minimo di 10 recensioni, e i 4 Star Products, ovvero quelli che ottengono il massimo punteggio possibile nei feedback ricevuti dai Clienti.

### LABO PRODOTTO E TESTER TEAM

Labo Prodotto e Tester Team sono due iniziative del Gruppo ADEO volte a misurare la soddisfazione dei nostri Clienti durante le fasi di sviluppo e di lancio delle nuove gamme di offerta, che prevedono il loro coinvolgimento direttamente nei negozi, con il fine di testare alcuni prodotti.

Dal 2022 abbiamo implementato queste iniziative anche in Bricocenter, con una prima fase di test nel negozio di Viareggio, dove abbiamo svolto entrambe le attività regalando ai Clienti partecipanti una gift card con un buono da spendere nei negozi.

### Monitoriamo la qualità dei prodotti



86%

Percentuale di 4 Star Products nel 2022\*

26

Numero di Trust Boosters

5

Non conformità registrate nel 2022

\*La percentuale è calcolata sui prodotti recensiti che presentano un minimo di due recensioni.





## 3.4 Contribuiamo allo sviluppo delle Comunità

I legami che creiamo in Bricocenter non si limitano alla vendita dei nostri prodotti o alla relazione creata in fase di acquisto, ma mirano a **creare rapporti solidi con le persone che animano e vivono la Comunità, Clienti o meno, di cui il negozio fa parte. Vogliamo creare legami che possano portare loro un beneficio.** Ognuno dei nostri negozi ha la possibilità di avviare iniziative che uniscano i nostri Collaboratori, Clienti e Abitanti per creare valore sociale, in quanto riteniamo che dare la possibilità **alla comunità di interfacciarsi direttamente con il negozio** permetta un ascolto più efficace e celere dei bisogni specifici del territorio.



### Adotta un'aiuola

Il negozio Bricocenter di Roma Buffalotta, insieme all'associazione Retake, ha sviluppato il progetto «Adotta un'aiuola» per **insegnare ai bambini di una scuola del quartiere a prendersi cura delle piante migliorando le aree verdi della città.** Grazie all'iniziativa i bambini hanno potuto piantare una quercia di cui prendersi cura, che potranno vedere crescere negli anni.



### Eppur tutto si realizza

«Eppur tutto si realizza» è il titolo della mostra tenutasi a maggio 2022 presso il Teatro Menotti di Milano. In questa occasione il negozio di Bricocenter Milano Corsica è stato **partner del progetto, fornendo i materiali per la realizzazione dello spazio espositivo e dell'installazione delle opere,** dando così supporto ad eventi culturali realizzati dal Comune.



### Fabbrica degli Strumenti

Il Bricocenter di Cagliari Santa Gilla ha realizzato un laboratorio per le scuole dove i bambini hanno avuto la possibilità di **creare con del materiale di riciclo strumenti didattici e giocattoli da utilizzare a scuola.**

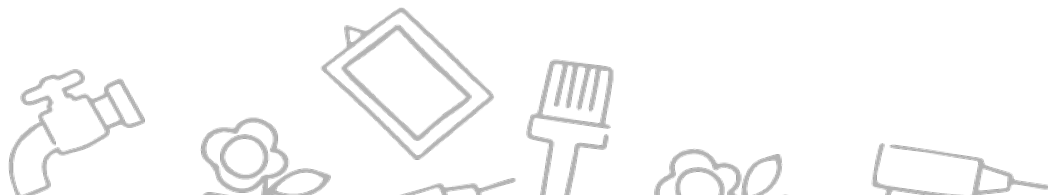


## FOCUS

## Il Fondo Solidarietà ADEO

Dal 2020 tramite il Gruppo ADEO i nostri Collaboratori hanno la possibilità di contribuire al Fondo Solidarietà, che fornisce assistenza finanziaria eccezionale e specifica ai Collaboratori del Gruppo che si trovano in difficoltà a causa di situazioni di crisi.

Nel 2022, parte dei fondi raccolti sono stati devoluti per supportare i colleghi delle BU ADEO residenti in Ucraina.



# 4 | Fare squadra con i nostri Collaboratori





# Indice del capitolo

## 1 Cresciamo insieme

- Il valore della condivisione
- Entrare a far parte della nostra realtà
- La valutazione delle performance
- La formazione come leva di sviluppo



## 2 Garantiamo luoghi di lavoro sicuri

- La nostra strategia Human First, Safety First
- Il Sistema di Gestione ISO 45001
- Come gestiamo la salute e sicurezza dei nostri Collaboratori



## 3 Favoriamo il benessere e il coinvolgimento

- Monitoriamo la soddisfazione dei nostri Collaboratori : l'Employee Experience Index
- Gli strumenti di comunicazione aziendale per ingaggiare i nostri Collaboratori



## 4 Creiamo un ambiente inclusivo per tutti

- Ci impegniamo a garantire pari opportunità
- Valorizziamo le pluralità per una cultura inclusiva





# 4.1 Cresciamo insieme

Nel 2022



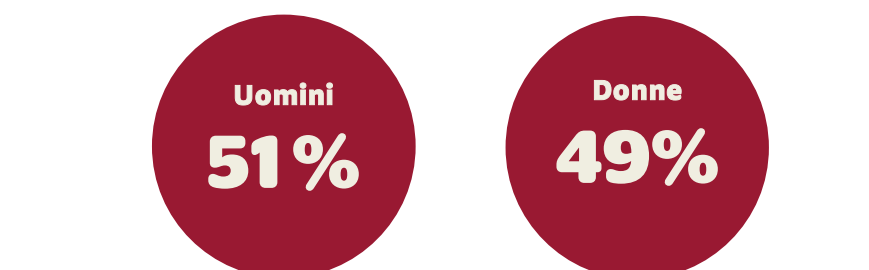
## L'età dei nostri Collaboratori



## Ore di formazione\*



## Il genere



## Performance



## La tipologia di contratto



\*Le ore di formazione riportate considerano anche la modalità di formazione On the Job (pari a 31.934 h nel 2022).



## Il valore della Condivisione

I nostri Collaboratori sono il motore del successo di Bricocenter. Senza il loro contributo non potremmo essere i Vicini di Fare dei nostri Clienti ed essere per loro un punto di riferimento. Sono coloro che animano la vita nei negozi e nelle sedi e con loro condividiamo il valore dell'intraprendenza, le decisioni quotidiane e i risultati raggiunti. È proprio su questo valore della condivisione che basiamo tutte le nostre attività e costruiamo un modello di impresa che vede ogni persona leader del proprio sviluppo.

### I 4 pilastri della CONDIVISIONE

#### 01 Condividiamo il VOLERE

Ogni persona partecipa alla costruzione della visione d'impresa, condividendo il rispetto dei valori, il raggiungimento dei risultati e i cambiamenti in atto. Voler condividere, voler ascoltare, voler fare e voler crescere è ciò che ci guida nel perseguire la volontà di avere un impatto positivo e fare scelte responsabili.



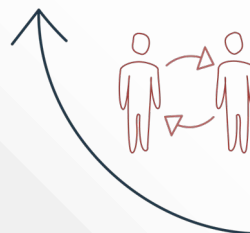
#### 02 Condividiamo il SAPERE

Ogni persona ha il diritto e dovere di essere formato e di formare i propri colleghi. Ogni giorno rendiamo disponibili programmi di formazione e informazione per permettere ai nostri Collaboratori di crescere professionalmente e personalmente. Il sapere ci permette di essere consapevoli e di poterci evolvere sia a livello individuale che come squadra e la sua condivisione è la prima risorsa che permette all'Azienda di svilupparsi.



#### 04 Condividiamo l'AVERE

Ogni persona può beneficiare dei risultati della ricchezza creata e condividere il valore prodotto dall'impresa nel lungo periodo. Ad oggi, infatti, il 13% dell'impresa è detenuto da più di 100.000 dei nostri Collaboratori che beneficiano del valore che hanno contribuito a creare in qualità di azionisti del Gruppo ADEO.



#### 03 Condividiamo il POTERE

Ogni Persona è autonoma e libera ed ha la possibilità di proporre e prendere iniziative e decisioni, partecipando ai processi decisionali che diventano così frutto del lavoro di squadra. Grazie alle nostre infrastrutture digitali, i nostri team hanno l'opportunità di realizzarsi localmente ed essere i conduttori della crescita dell'impresa.



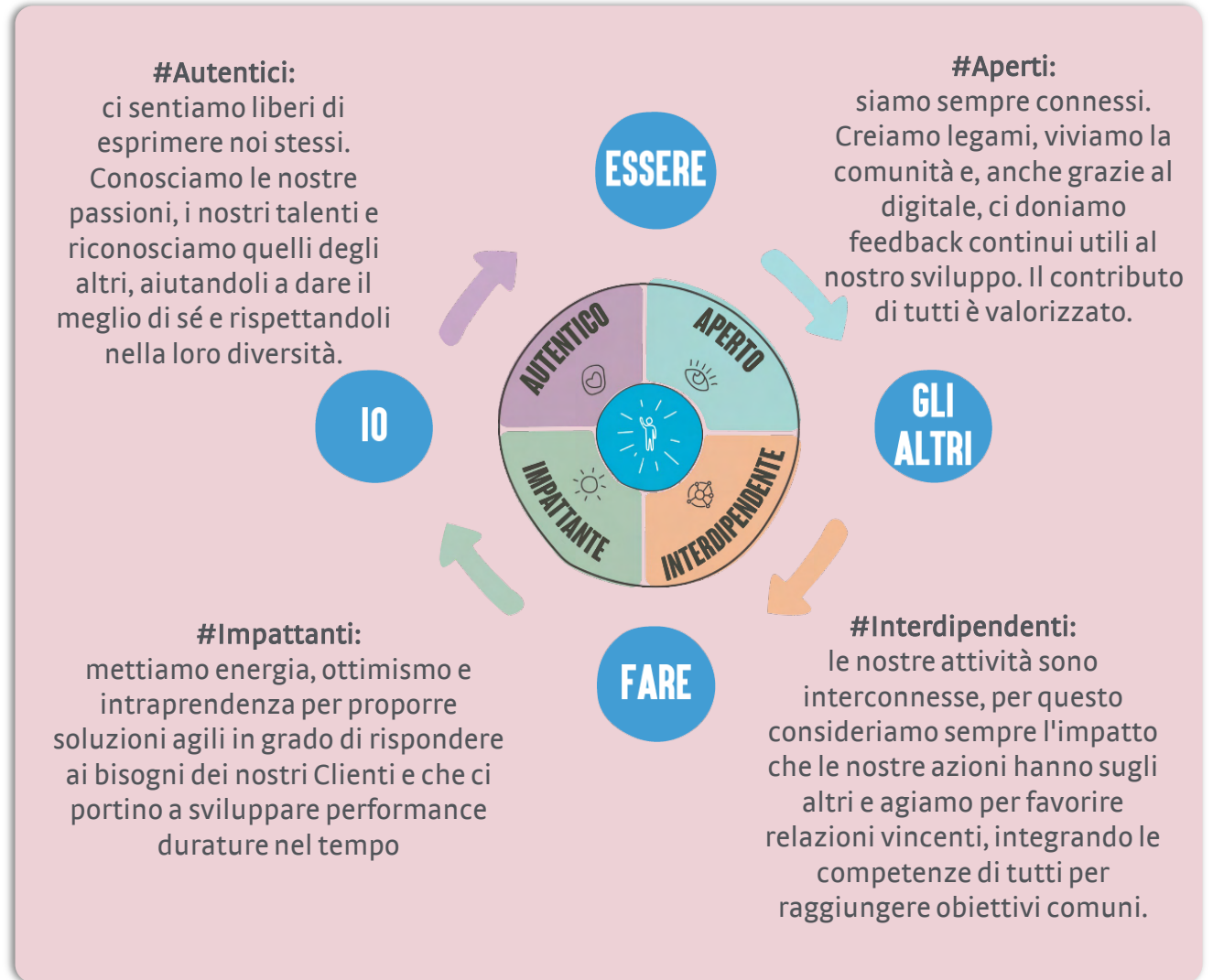


## Il modello di leadership

Il **Modello di leadership** è il modello umano, specchio del **modello di business**, che ispira e guida la nostra strategia nel percorso di trasformazione in azienda "piattaforma", aperta e interconnessa con l'ecosistema attorno a noi.

Questo modello con i suoi **quattro assi (autenticità, apertura, interdipendenza e impatto)** si applica a tutti i collaboratori di Adeo, senza gerarchia, secondo un modello di leadership diffusa, dove ogni collaboratore è realmente leader del proprio sviluppo e dello sviluppo della propria impresa.

## Noi Leader ADEO siamo





## Entrare a far parte della nostra realtà

### La Talent Acquisition

La sfida di attrarre i migliori talenti parte dal comunicare la nostra **Employee Value Proposition** su tutti i canali di comunicazione con i nostri **potenziali candidati**. Il sito [lavoraconnoi.bricocenter.it](http://lavoraconnoi.bricocenter.it) e le nostre pagine carriera sui principali professional network e Job Board sono aggiornate nel continuo e raccontano *chi siamo, la nostra strategia, le opportunità di sviluppo e di formazione, i ruoli principali della nostra organizzazione*, anche attraverso le testimonianze dei nostri collaboratori Ambasciatori.

La **piattaforma digitale di application**, nella quale convogliamo le candidature provenienti dai differenti canali di offerte di lavoro, è organizzata per far vivere la **miglior esperienza candidato**. L'abbiamo lanciata nel **2021**, e la facciamo evolvere nel continuo, perché l'inserimento della propria candidatura sia sempre più semplice e veloce.

Questo sistema permette, inoltre, di gestire in maniera agevole tutte le attività utili alla selezione di nuovi talenti, tra le quali:

- **Avere visibilità dei processi di candidatura**
- **Avere visibilità delle posizioni aperte** e del loro stato
- **Avere visibilità completa o parziale delle candidature** in base al ruolo ricoperto dal collaboratore che ne ha accesso
- **Gestire direttamente tramite il sistema la comunicazione** con il candidato.

L'innovazione continua di questo sistema ci permette di gestire in modo semplice ed efficace l'intero processo di selezione, **migliorando l'esperienza del candidato e il suo primo approccio alla nostra realtà**.

### Il processo di onboarding e il Welcome KIT

La nostra ambizione di far vivere la migliore esperienza collaboratore parte dal primo giorno in Bricocenter. È fondamentale che **l'ingresso dei nuovi collaboratori sia coinvolgente**, caratterizzato da un'accoglienza ultra calorosa, utile per appropriarsi degli elementi chiave della nostra identità, strategia e mestiere.

Un **buon onboarding è necessario perché permette di appropriarsi più velocemente della cultura aziendale e della strategia, delle dinamiche relazionali e del ruolo**, fa partire la collaborazione con il giusto slancio e fa sì che i Collaboratori si sentano più supportati e correttamente orientati, aumentando anche il loro coinvolgimento e la loro motivazione.

In coerenza con l'accelerazione della nostra trasformazione, e quindi la necessità di ingaggiare più velocemente, abbiamo **strutturato un Welcome Kit digitale che accompagna i nuovi collaboratori durante il loro primo mese in azienda**. È una guida digitale utile per rispondere ai primi bisogni dei nuovi collaboratori, che contiene anche le prime formazioni obbligatorie e di base e tutte le informazioni utili per facilitare l'orientamento e l'integrazione nella nostra realtà, sentirsi più a proprio agio e poter contribuire più velocemente.



# Entrare a far parte della nostra realtà

## I contenuti del Welcome KIT

### Prima settimana

1

La storia e la strategia ADEO, l'identità di Bricocenter, Il Manifesto di Marca, il Progetto d'Impresa, La modalità di formazione, la sicurezza in azienda, la patente digitale.

### Seconda settimana

2

Il modello di leadership e la cultura della condivisione, la nostra organizzazione, la nostra Trasformazione.

3

### Entro il primo mese

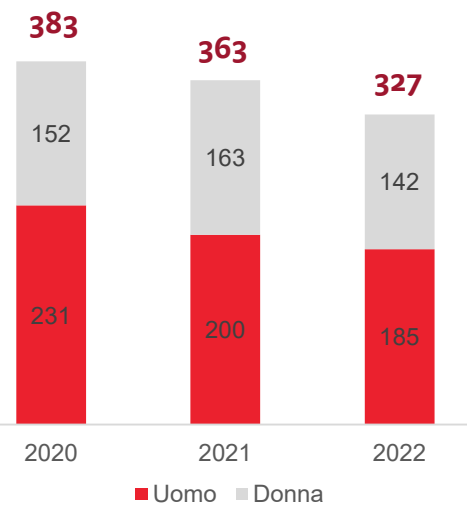
I servizi interni a Bricocenter, informazioni pratiche sulla propria presenza in azienda, come utilizzare l'app myHome.

### Dopo il primo mese

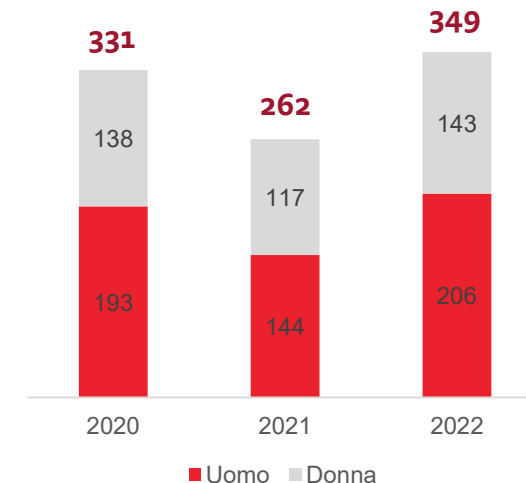
4

I canali di comunicazione, i servizi, le famiglie di prodotto, i mestieri, la strategia.

## Assunzioni per genere



## Cessazioni per genere



Nel 2022 il totale delle assunzioni è diminuito del 10% rispetto al 2022, in particolare con un trend dell'8% rispetto agli uomini e del 13% rispetto alle donne.

Le cessazioni sono invece aumentate del 34% rispetto al 2021, con un +43% degli uomini e un +22% delle donne.

In linea con la tendenza globale che vede il mercato più dinamico per figure strategiche e manageriali il nostro settore ha subito un impatto importante in termini di attraction e retention, legati principalmente a temi di work-life balance.



Cresciamo insieme

## La valutazione delle performance

In Bricocenter ricerchiamo i talenti con le migliori competenze per migliorare le nostre performance e sostenere il successo del nostro business. È nostra responsabilità creare le migliori condizioni e mettere a disposizione i migliori strumenti per fare in modo che ciascuno possa svilupparsi come professionista e come leader. Ogni collaboratore ha un Piano di Sviluppo Individuale formalizzato, che parte dalla valutazione delle prestazioni e delle competenze, e dalle sfide annuali, individuali e collettive, condivise tra manager e collaboratori durante i colloqui di sviluppo annuali. Il processo di talent performance management, che in ADEO si chiama Démarche Progresso e Sviluppo, può essere sintetizzato in 4 step:

### 01 Preparazione al colloquio di sviluppo – lato collaboratore

Il collaboratore è invitato a riflettere sui risultati raggiunti durante l'anno, sulle competenze sviluppate, sui propri punti di forza e assi di miglioramento, e viene incoraggiato a porsi degli obiettivi e darsi una valutazione oggettiva.

### 02 Preparazione al colloquio di sviluppo – lato manager

Il manager dovrà riflettere sulle performance del collaboratore e fornire una valutazione complessiva dell'anno, stabilendo con lui degli obiettivi qualitativi e quantitativi per il nuovo anno.

### 03 Colloquio di sviluppo

Manager e collaboratore hanno un momento di confronto dove vengono discusse le valutazioni fatte da entrambe le parti.

### 04 Co-costruzione del Piano di Sviluppo

Sulla base di quanto emerso dal colloquio di sviluppo, viene elaborato un piano individuale che mira a porre degli obiettivi per l'anno a venire e le modalità per raggiungerli.

### BricoFeed: il nostro feedback continuo

Il feedback continuo è una potente leva motivazionale e un acceleratore straordinario di sviluppo individuale e collettivo. Permette a ciascuno di sviluppare maggior consapevolezza di sé, di accrescere le proprie competenze, di accompagnare gli "altri" a fare altrettanto, per contribuire al successo di tutti e della nostra impresa. Per dare e ricevere feedback utilizziamo una piattaforma digitale che ci permette di formalizzare i feedback che ci scambiamo.

Per sviluppare la capacità di donare feedback, capirne l'utilità e la coerenza con il nostro modello di leadership, abbiamo diffuso una formazione dedicata in e-learning, animiamo l'importanza in ogni formazione manageriale e ne diamo enfasi sul canale di comunicazione Workplace, anche grazie ai nostri collaboratori Ambasciatori del feedback.



99%

Dei dipendenti ha ricevuto una valutazione delle performance nel 2022\*

\*Nella nostra Azienda è previsto che il 100% dei dipendenti sia soggetto a valutazione delle performance. L'1% di scarto avvenuto nel 2022 è legato alle persone che durante il periodo di valutazione erano in fase di dimissioni.



Cresciamo insieme

## La formazione come leva di sviluppo

Ogni anno viene creata la **nuova Offerta Formativa**, che è la traduzione della nostra strategia, e quindi dei nostri obiettivi, in azioni di sviluppo di competenze (personali, di prodotto e servizio, digitali, di mestiere...) fondamentali per supportare la nostra evoluzione, le nostre performance e contribuire al nostro successo, e nasce per questo in coerenza con la Lettera degli orientamenti e degli obiettivi annuali.

L'Offerta formativa contiene tutte le formazioni strategiche sulle quali concentrare, in modo prioritario, i nostri sforzi di sviluppo competenze funzionali per raggiungere i nostri obiettivi (individuali, di squadra, di negozio/servizio, di tutta l'azienda).

È uno strumento che **stimola ognuno ad agire da "leader" responsabile del proprio sviluppo competenze** per poter incidere attivamente nella costruzione del successo dei nostri risultati.

I corsi possono essere svolti direttamente tramite la **nostra piattaforma di formazione in modalità e-learning**, dove riportiamo anche quelli effettuati in aula. **Utilizziamo diverse modalità** (video animati, quiz interattivi, video dove i nostri Collaboratori ricoprono il ruolo di formatori) con l'obiettivo di rendere **più eterogenea** la modalità di fruizione della formazione e **più inclusiva** rispetto alle diverse modalità di apprendimento delle persone.

Tra i corsi strategici è presente «**TUTTI LEADER**», un corso per comprendere il modello di Leadership ADEO.



Strategia

### Tematiche dei corsi e percorsi offerti nel 2022...



Prodotto



Offerta e servizi



Soluzioni



Mestiere



Comunicazione e collaborazione



Salute e Sicurezza



Relazione Cliente



Onboarding



Sviluppo collaboratore



Lavoro agile



Performance



Manageriale

### La mobilità internazionale e la Carta di Mobilità Italia

In Bricocenter crediamo che per supportare la crescita dei nostri Collaboratori sia fondamentale **agevolare nuove esperienze, locali o internazionali**, in nuovi ruoli e in nuove realtà, per permettere a chi lo desidera di arricchire il proprio bagaglio professionale e personale, accelerare il proprio sviluppo, venire incontro ad eventuali esigenze personali. **Tutte le opportunità di lavoro pubblicate esternamente vengono ripubblicate automaticamente anche sulla piattaforma interna dedicata alla mobilità internazionale** e sono accessibili a tutti i collaboratori che si possono candidare.

Nel 2022 è stata lavorata e diffusa anche la **Carta di mobilità Italia**, co-costruita e condivisa con Tecnomat e Leroy Merlin, che governa i passaggi interni da e verso le BU Italiane del Gruppo.

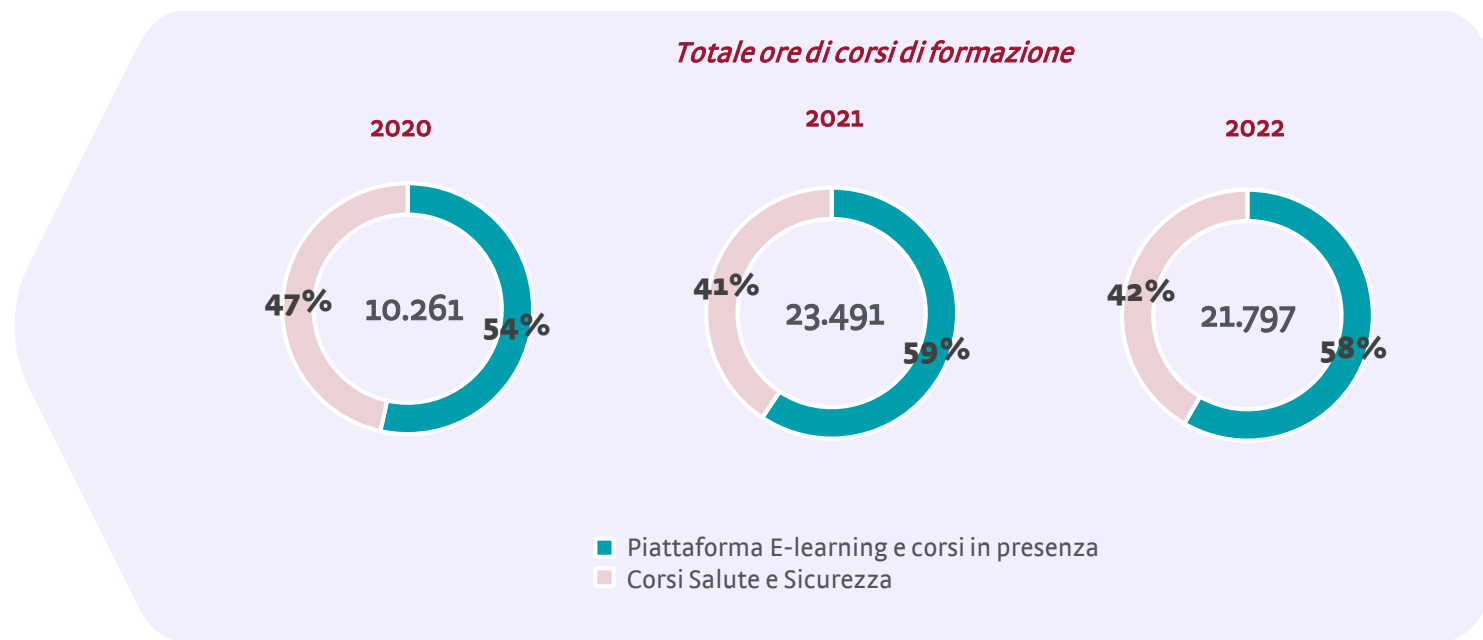
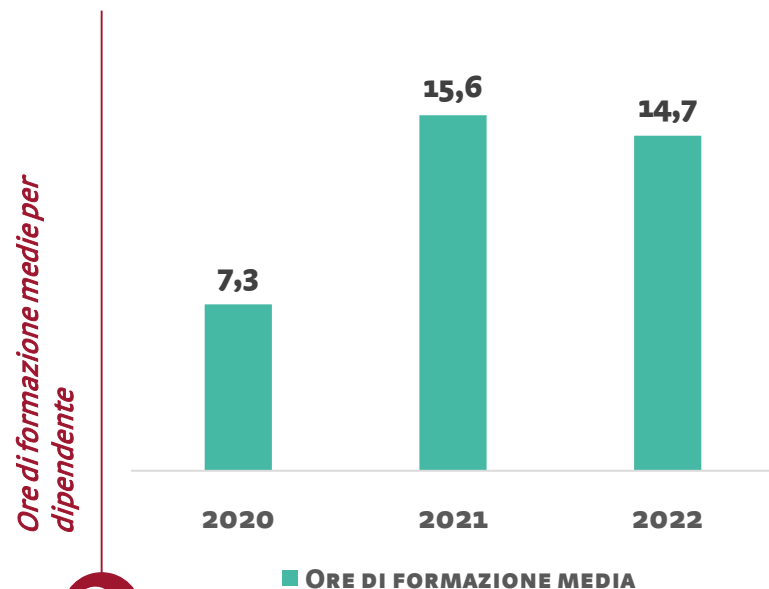






Cresciamo insieme – La formazione come leva di sviluppo

## I numeri della formazione in Bricocenter



L'apprendimento continuo nel nostro mestiere è fondamentale. Per essere sempre aggiornati e più professionali è strategico sviluppare le nostre competenze tecniche, digitali e di leadership, trasversali a tutti i mestieri, anche attraverso il costante confronto con le altre BU ADEO, soprattutto della piattaforma Italia. Anche il confronto costante con tutti gli stakeholder del nostro ecosistema (fornitori, clienti, artigiani, ecc.) ci permette di evolvere ed essere sempre più efficaci nel supportare il nostro business. Per questo motivo, riteniamo che per la nostra realtà sia fondamentale svolgere ore di formazione On the Job. Pertanto, teniamo traccia delle ore di formazione svolte con questa modalità e dei contenuti appresi, grazie al contributo dei nostri Collaboratori che, dal 2021, hanno la possibilità di inserire su un modulo apposito le ore effettuate in questa modalità.

**31.934**

Formazione On the Job 2022 (h)

Nel 2021 le ore di formazione on the job sono state circa il 60% in più rispetto al 2022 in quanto abbiamo avuto la possibilità di partecipare al *Fondo Nuove Competenze*, una formazione finanziata dallo Stato che ha l'obiettivo di incentivare le aziende a supportare lo sviluppo delle competenze dei propri collaboratori. Nel 2022 non è stato pubblicato un nuovo bando, che invece è stato pubblicato nel 2023, per il quale abbiamo aperto un'istanza ancora in fase di valutazione.





## 4.2 Garantiamo luoghi di lavoro sicuri

In Bricocenter vogliamo garantire luoghi di lavoro sicuri, fornendo ai nostri Collaboratori gli strumenti necessari per svolgere le loro attività in sicurezza. In questo, siamo guidati dalla nostra strategia *Human First, Safety First*, che delinea i pilastri su cui vogliamo basare le nostre azioni e attività per agire in sicurezza. È proprio partendo da questa strategia che abbiamo elaborato un piano d'azione triennale, che definisce degli obiettivi annuali, quantitativi e qualitativi, per migliorare le nostre performance e garantire luoghi di lavoro sempre più sicuri.

### Gli obiettivi a cui puntiamo

#### Sicurezza oltre la normativa

Ci impegniamo per implementare processi e procedure che vadano oltre il rispetto delle leggi e regolamenti vigenti in tema di salute e sicurezza per i lavoratori, al fine di diminuire al massimo i rischi e creare un luogo di lavoro sempre più sicuro.

#### Zero infortuni

Adottiamo le misure necessarie per ridurre gli impatti sulla sicurezza, analizzando, riducendo ed eliminando per quanto possibile i rischi sui luoghi di lavoro ove accedono i nostri Collaboratori, i Clienti e i partner esterni, puntando all'obiettivo zero infortuni non solo relativamente ai nostri Collaboratori, ma anche per chi interagisce con le nostre attività.

#### Cultura della sicurezza

Istruiamo, aggiorniamo e sensibilizziamo continuamente tutto il personale sulle problematiche di salute e sicurezza dei lavoratori per aumentarne la consapevolezza e assicurare la corretta applicazione delle tecnologie utilizzate.

#### Miglioramento continuo

Stabiliamo obiettivi in ottica di prevenzione, per migliorare le prestazioni e i risultati legati alla salute e sicurezza sul lavoro, avvalendoci del coinvolgimento di tutto il personale per la piena condivisione della politica e degli obiettivi aziendali, per lo sviluppo di una cultura orientata alla prevenzione e per il mantenimento e lo sviluppo di condizioni di lavoro sicure.





Garantiamo luoghi di lavoro sicuri

# La nostra strategia Human First, Safety First

## Obiettivo: ZERO INCIDENTI E MALATTIE PROFESSIONALI



### 1 LOTTA PER GESTIONE SAFETY

#### FORMAZIONE

- 1 - Leader aziendali in "one to one"
- Manager: modulo digitale

#### ANIMAZIONE

- 1 - Il coaching è il primo strumento di gestione della Safety

#### ATTIVAZIONE

- Creazione del "Club dei 1000"
- Parametri Safety integrati nel Premio di Progresso
- 1 - Parametri Safety nella retribuzione dei dirigenti
- 1 - Precisazione della responsabilità e degli obblighi dei DR in materia di safety

### 3 LOTTA PER L'ORGANIZZAZIONE SAFETY

#### UN LEADER SAFETY

- 1 - Il 100% dei Safety Leader nominati, riconosciuti e dedicati al 100%

#### UNA SQUADRA SAFETY

- 1 - Il 100% delle BU ha un'organizzazione safety minima obbligatoria e di prossimità in linea con le dimensioni dell'azienda

#### UN COMITATO SAFETY ADEO

- Un Comitato Internazionale è costituito per dare maggiore peso e respiro all'iniziativa

#### PROCESSI SAFETY

- 1 - In ogni BU c'è un processo sistematico di rialzo e condivisione degli IL a livello Local e Global

### 1 LOTTA PER GESTIONE SAFETY

Una gestione 100% safety first

### 2 LOTTA PER L'ATTEGGIAMENTO SAFETY

150.000 attori impegnati per se stessi e per gli altri

### 2 LOTTA PER L'ATTEGGIAMENTO SAFETY

#### FORMAZIONE

- 1 - 150.000 leader formati allo standard safety
- Piani di formazione per professionalizzare le competenze dei Safety Leader

#### ANIMAZIONE

- 1 - I rituali delle seguenti pratiche in tutti i siti: punti safety in CODIR, quarto d'ora sicurezza, visita sicurezza, pannelli senza IL nei siti, safety tips, le nostre iniziative (battaglie)
- 1 - Celebriamo le vittorie con Safe Place to Work

#### INFORMATION

- Le "azioni professionali standard safety" sono formalizzate per ciascun mestiere nelle schede di missione
- Le buone pratiche sono accessibili e visibili a tutti

### 4 LOTTA PER IL FLUSSO MERCI

#### COINVOLGIMENTO DEI FORNITORI

- 1 - La SAFETY è integrata nelle gare d'appalto dei fornitori
- I nostri prodotti non comportano alcun rischio per chi li manipola e utilizza (dimensioni, peso, packaging)

#### COINVOLGIMENTO DEI MAGAZZINI E DEI NEGOZI

- 1 - Norme rigorose e globali relative ai pallet per la tutela dei collaboratori

- 1 - Ci impegniamo a ridurre notevolmente i rischi di compressione persona fisica / macchina

#### COINVOLGIMENTO DEI PARTNER

- Coinvolgiamo le parti interessate (artigiani, corrieri...)

FORNITORI

ARTIGIANI

PRESTATORI

CLIENTI

COLLABORATORI



SICUREZZA FISICA

DISTURBI MUSCOLOSCHELETRICI

RISCHI PSICOSOCIALI

QUALITÀ DELLA VITA SUL LAVORO

### 3 LOTTA PER L'ORGANIZZAZIONE SAFETY

Il 100% delle BU ha una struttura e una rete adatta safety

### 4 LOTTA PER IL FLUSSO MERCI

ZERO incidenti dalla progettazione alla consegna presso i nostri clienti

**!** AZIONI PRIORITARIE

QUADRO GIURIDICO  
NORME SCRITTE

STRATEGIA ANIMATA  
A LIVELLO GLOBALE  
& LOCALE

DATA  
& MASURE

CONTROLLO  
PERMANENTE

COMUNICAZIONE

**BRICO**  
center  
Vicini di fare

adeo



Garantiamo luoghi di lavoro sicuri

## Il Sistema di Gestione ISO 45001



### 1 ● Sistema di Gestione Salute e Sicurezza

Tutti i nostri Collaboratori sono coperti da un Sistema di Gestione Salute e Sicurezza sul Lavoro (SGSSL) certificato ISO 45001 dall'Ente esterno abilitato Bureau Veritas. Abbiamo deciso di procedere alla certificazione ISO 45001 per scelta e precisa volontà strategica aziendale iniziando le pratiche nella seconda parte del 2022 e concludendole a luglio 2023 con l'ottenimento di tale certificazione.

### 2 ● Le figure responsabili della salute e della sicurezza dei lavoratori

Abbiamo elaborato il Documento di Valutazione dei Rischi (DVR) per ogni negozio, indicando un Datore di Lavoro sotto al quale operano dei preposti capisettore, formati e nominati formalmente, un Rappresentante dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS) e un Responsabile del Servizio di Protezione e Prevenzione (RSPP). L'RSPP è una figure coperta da un professionista esperto esterno all'azienda.

Per i nostri 49 negozi diretti\* e la sede centrale di Milano abbiamo identificato 6 RSPP su tutto il territorio nazionale, che operano in base all'area geografica dove sono ubicati i negozi. Infine, la sorveglianza sanitaria è effettuata da medici competenti esterni, anch'essi operanti in base alla presenza geografica dei negozi, la cui attività viene coordinata da un medico che risponde direttamente alla sede centrale di Milano.

### 3 ● Audit sulla sicurezza sul luogo di lavoro

I primi audit sulla sicurezza si sono svolti a inizio del 2023, grazie alle attività di pianificazione e accompagnamento dei negozi messe in atto nel secondo semestre del 2022. Gli audit sono stati effettuati dagli RSPP esterni, che hanno il compito di svolgerli 3 volte l'anno. Essi dispongono di una checklist basata sul decreto legislativo 81 del 2008\*\*, tramite cui effettuano l'audit insieme al Datore di Lavoro. Se dall'audit emerge un possibile rischio, questa informazione viene condivisa con la persona che gestisce l'attività per cui è stato rilevato, per poter individuare ed eventualmente applicare delle azioni di miglioramento.

\*Con «negozi diretti» si intendono i negozi sotto la proprietà e gestione di Bricocenter. Sono quindi esclusi i franchising.  
\*\*Il D.Lgs 81/08 è il riferimento normativo per la salute e sicurezza nei luoghi di lavoro





Garantiamo luoghi di lavoro sicuri

## Come gestiamo la salute e la sicurezza dei nostri Collaboratori

Tra le principali cause di infortunio sul lavoro è presente la **movimentazione manuale dei carichi**, che se svolta in modo non corretto può provocare ferite o contusioni.

Altri rischi che consideriamo rilevanti sono:

- **caduta, ribaltamento e scivolamento delle merci** in esposizione e nell'atto dello stoccaggio e della loro movimentazione;
- **schiacciamento** dovuto a un non corretto uso dei mezzi di movimentazione della merce (transpallet etc.);
- **inciampo, scivolamento e caduta**;
- **tagli, abrasioni e contusioni**.

### PRINCIPALI AREE RISCHIO INFORTUNI

AREA VENDITE  
**60,6%**

LOGISTICA  
**23,9%**

#### DATA-DRIVEN ACTIONS

Incoraggiamo i nostri Collaboratori a condividere i dati sugli infortuni per costruire delle azioni efficaci che ci portino a raggiungere l'obiettivo zero infortuni.

Per questo analizziamo la tipologia degli infortuni, condividiamo i dati nelle nostre riunioni di team e nei brief mattutini, co-costruiamo le azioni di miglioramento per prevenire i rischi.

Mettiamo in pratica le **Linee Guida sulla Sicurezza delle Persone fornite dalla Capogruppo ADEO** nella nostra quotidianità con consapevolezza e responsabilizzazione.

Condividiamo le cause degli infortuni effettivi o potenziali e **co-costruiamo azioni di miglioramento** per prevenire i rischi e creare le migliori condizioni di lavoro in sicurezza.

Organizziamo **formazioni** sulle tematiche di sicurezza emerse per conoscere i rischi, prenderne consapevolezza e prevenirli.

Animiamo regolarmente i contenuti delle infografiche della **Campagna Think Safe Work Safe\***

Controlliamo sistematicamente i **DPI previsti** perché siano **omologati e non usurati**

Ci assicuriamo di **esporre sempre la merce nei negozi rispettando i massimi standard di sicurezza**, al fine di ridurre i rischi per i nostri Collaboratori e Clienti

Integriamo la sicurezza nei processi strategici a monte con il progetto **IoNONRISKIO Safety & Supply Chain\***

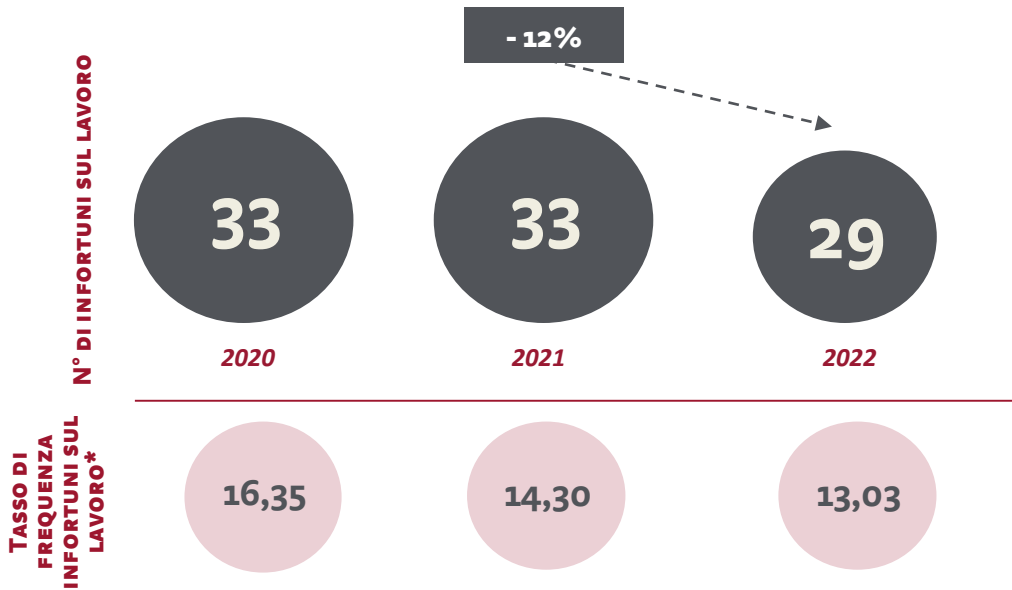
\*Per maggiori approfondimenti si veda paragrafo «Garantiamo luoghi di lavoro sicuri», pagina [«Le iniziative implementate»](#).





Garantiamo luoghi di lavoro sicuri – Come gestiamo la salute e sicurezza dei nostri Collaboratori

## I risultati del nostro lavoro



Nel corso del 2022 il tasso di frequenza degli infortuni sul lavoro è diminuito di circa il 9% rispetto al 2021, risultato leggermente inferiore rispetto all'obiettivo prefissato di riduzione del 20%. Il tasso di gravità degli infortuni è invece diminuito del 34% a fronte di un obiettivo del 10%, attestandosi ad un valore assoluto pari a 0,32, ben oltre l'obiettivo di 0,44 prefissato.

## FOCUS La sicurezza dei Clienti

Oltre alla sicurezza dei nostri Collaboratori, per noi è fondamentale garantire la sicurezza dei nostri Clienti all'interno dei negozi.

Per questo mettiamo in campo azioni che rendono i nostri punti vendita più sicuri, ad esempio installando infografiche e segnaletiche di sicurezza che avvisano il Cliente dei possibili rischi presenti e fornendo DPI ai Clienti in caso di accesso a zone dove sono presenti strumenti a disposizione per l'utilizzo.

**INCIDENTE CLIENTE IN NEGOZIO: che fare?**

<p><b>L'ADDETTO PRIMO SOCCORSO</b></p> <p>presta aiuto immediato al Cliente avvalendosi della valigetta di PRIMO SOCCORSO ubicata in Negozio</p> <p>contatta il 112 - 118</p> <p>recupera i dati del Cliente</p>	<p><b>IL DATORE DI LAVORO DN</b></p> <p><a href="https://www.ags-sinistrires.com/ndesoit/">https://www.ags-sinistrires.com/ndesoit/</a></p> <p>redige il PORTALE GESTIONE SINISTRI compilando ogni campo richiesto</p> <p>dettagliando l'accaduto ed allegando le fotografie</p>	<p><b>IL DATORE DI LAVORO DN</b></p> <p>analizza le CAUSE dell'INCIDENTE con gli interlocutori coinvolti in Negozio (Prodotto? Packaging? Attrezzature? Lay-out? Display? Etc...)</p> <p>recupera le informazioni e le condivide con i Servizi Interni interessati (Offerta? Merchandising? Ufficio Tecnico?... ) e sul gruppo chat</p> <p><b>DdL-SAFETY</b></p>	<p><b>IL DATORE DI LAVORO DN</b></p> <p>contatta il Cliente incidentato per avere informazioni sulla sua salute e ne dà comunicazione ai Collaboratori di Negozio</p> <p><b>BRICO</b> Vicini di fare</p>
--	--	--	--

\*Il tasso di infortuni sul lavoro registrabili è stato calcolato con la seguente formula: (numero di infortuni sul lavoro registrabili/numero di ore lavorate) x 1.000.000. Le ore lavorate considerate nel calcolo comprendono anche quelle degli stagisti retribuiti, come da Linee Guida del Gruppo ADEO.





Garantiamo luoghi di lavoro sicuri - Come gestiamo la salute e la sicurezza dei nostri Collaboratori

## Le iniziative implementate

Per garantire la sicurezza nei luoghi di lavoro non ci limitiamo ad applicare procedure di gestione e monitorare i rischi, ma **implementiamo ogni anno iniziative con l'obiettivo di sensibilizzare i nostri Collaboratori su tali tematiche e creare un ambiente di lavoro con una diffusa cultura della sicurezza.**

Lavoriamo per eliminare i rischi, non solo tra i nostri Collaboratori, ma anche tra i Fornitori, gli Artigiani e i Clienti, al fine di raggiungere l'obiettivo: «ZERO incidenti dalla progettazione alla consegna».

**#0infortunièpossibile**  
**#thinksafeworksafe**

### 28 Aprile: Giornata mondiale della sicurezza e Safe Place to Work

Ogni anno il Gruppo ADEO lancia l'iniziativa "Safe place to work", realizzando una classifica dei negozi che hanno registrato negli anni il minor numero di infortuni, per i quali sono previste delle premiazioni. Nel 2022 sono stati premiati 34 dei nostri negozi.



### Progetto «Io non Rischio»

Questo progetto consiste nella messa in sicurezza dei processi che precedono l'arrivo in negozio della merce, al fine di garantire maggiore sicurezza in negozio e tutelare i nostri Collaboratori e i Clienti.



### Formazione

Eroghiamo ore di formazione sulla sicurezza oltre quella obbligatoria per legge a tutti i nostri Collaboratori. Ad esempio, offriamo specifici corsi in sicurezza sulla base degli infortuni accorsi durante l'anno, come il tour di formazione nei negozi sul tema della movimentazione dei carichi. La formazione teorica viene svolta online, mentre quella pratica viene svolta in negozio direttamente sul campo di azione.

### Workchat

Utilizziamo un canale di comunicazione aziendale con gruppi per ruolo e funzione, tramite cui tutti, collaboratori e responsabili, possono segnalare infortuni o near miss.

### Dossier Sicurezza

Rendicontiamo online sui nostri canali di comunicazione interna gli infortuni, i rischi emersi e le azioni necessarie per prevenirli e ridurli. Con queste informazioni costruiamo delle statistiche che vanno a formare il documento Dossier Sicurezza.

#### PERCHÉ QUESTO DOSSIER

È compito di tutti noi  
ANIMARE I DATI SAFETY  
CON LE NOSTRE SQUADRE  
e COSTRUIRE DELLE  
AZIONI per far sì che gli  
INFORTUNI SUL LAVORO  
raggiungano davvero  
QUOTA 0!



### Campagna Think Safe Work Safe




Per lavorare in sicurezza occorre pensare in sicurezza, per questo abbiamo realizzato una campagna per diffondere questa filosofia. Creiamo ogni mese nuove infografiche didattiche pubblicate sulla nostra piattaforma e accessibili per tutti i nostri Collaboratori.





## 4.3 Favoriamo il benessere e il coinvolgimento

Ogni collaboratore partecipa quotidianamente alla creazione attiva e consapevole dei risultati aziendali. Pertanto, vogliamo che ognuno possa beneficiare dei risultati che abbiamo raggiunto insieme come squadra e, per farlo, abbiamo previsto tre meccanismi, presenti a livello di Gruppo, per condividere tra tutti i nostri Collaboratori il frutto delle loro azioni:

	 <b>Premio Progresso</b>	 <b>Partecipazione ai risultati</b>	 <b>Azionariato interno</b>
<b>DESCRIZIONE</b>	Il Premio Progresso è un meccanismo tramite il quale <b>vengono condivisi a breve termine i risultati ottenuti dai vari negozi.</b>	La partecipazione ai risultati è un <b>sistema di condivisione</b> a medio termine dei risultati <b>conseguiti dall'Azienda.</b>	I nostri Collaboratori hanno la possibilità di diventare <b>azionisti del Gruppo ADEO</b> , al fine di condividere nel lungo termine il valore creato dall'Azienda.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Orizzonte temporale:</b> 3 mesi</li> <li>• <b>Area:</b> locale – singolo negozio o sede</li> <li>• <b>Beneficiari:</b> i nostri Collaboratori, presenti in Azienda da più di sei mesi, che hanno contribuito a generare valore tramite la realizzazione di performance positive.</li> <li>• <b>Obiettivo:</b> incentivare la collaborazione nei vari team per il raggiungimento di un obiettivo comune.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Orizzonte temporale:</b> 1 anno</li> <li>• <b>Area:</b> nazionale – Bricocenter Italia</li> <li>• <b>Beneficiari:</b> tutti i nostri Collaboratori, i quali possono scegliere se convertire il premio in Azioni del Gruppo ADEO o se versare la quota su un conto corrente vincolato per 5 anni.</li> <li>• <b>Obiettivo:</b> incentivare e ingaggiare i nostri Collaboratori, premiandoli per i risultati che hanno contribuito a raggiungere.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Orizzonte temporale:</b> lungo termine</li> <li>• <b>Area:</b> globale – Gruppo ADEO</li> <li>• <b>Beneficiari:</b> tutte i nostri Collaboratori, assunti entro il 1° ottobre dell'anno precedente.</li> <li>• <b>Obiettivo:</b> costruire progressivamente un patrimonio personale legato al successo del Gruppo, consentendo ad ognuno dei nostri Collaboratori di sentirsi Leader e imprenditore dell'Azienda in cui lavora.</li> </ul>
<b>RISULTATI 2022</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>18 negozi</b> hanno ricevuto il Premio Progresso nel 2022 per un valore complessivo di <b>€ 304.425</b></li> <li>• <b>€ 40.664</b> il valore del Premio Progresso accantonato dai nostri Collaboratori per essere investito successivamente in azioni</li> </ul>	Nel 2022, non ci è stato possibile erogare la Partecipazione ai risultati	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>61%</b> i collaboratori Azionisti</li> <li>• <b>1,5%</b> i nuovi azionisti nel 2022</li> <li>• <b>€ 242.578</b> il valore investito con l'acquisto volontario di azioni ADEO nel 2022</li> </ul>

### La serata Valadeo

Da noi «avere» significa raccogliere i frutti delle proprie azioni e dei propri risultati. Avere e far crescere il proprio patrimonio in Azienda è un grande impegno di fiducia da parte dei nostri Collaboratori. Pertanto, la condivisione dell'avere di lungo periodo viene celebrata durante la serata Valadeo, il momento ufficiale nel quale ogni anno, riuniti con i nostri Collaboratori e le loro famiglie, scopriamo il nuovo valore dell'azione Adeo.







Favoriamo il benessere e il coinvolgimento

## Monitoriamo la soddisfazione dei nostri Collaboratori: l'Employee Experience Index

L'Employee Experience Index (EXI) è un'indagine svolta ogni tre mesi e della durata di due settimane, con la quale raccogliamo in modalità anonima e volontaria i feedback dei nostri Collaboratori. Il questionario, inviato a tutti, raccoglie le opinioni sulla qualità dell'esperienza vissuta nel trimestre precedente e sul livello di soddisfazione generale e di ingaggio nei confronti dell'Azienda. Ad ogni rilevazione vengono aggiunte ulteriori domande di approfondimento su temi strategici e prioritari per i collaboratori, come ad esempio etica, diversità, sicurezza etc... Nel questionario sono presenti domande a risposta chiusa ed altre aperte che ci permettono di raccogliere verbatim con indicazioni e suggerimenti sulle aree di forza e sui punti di miglioramento.

Gli elementi principali di EXI sono:

### NET PROMOTER SCORE (NPS)

Consente di valutare la **soddisfazione dei nostri Collaboratori** nei confronti dell'Azienda, attraverso la domanda:

«*Consiglierei ad un amico di lavorare per Bricocenter?*»



- Una valutazione tra **0 e 6** indica che il collaboratore non si trova bene in Azienda e quindi risulta essere un **detrattore**
- Una valutazione tra **7 e 8** indica che per il collaboratore è indifferente lavorare in Bricocenter o in un'altra azienda.
- Una valutazione tra **9 e 10** indica che il collaboratore è contento di lavorare in Bricocenter e quindi ne è **promotore**.

L'NPS viene calcolato sottraendo la percentuale di detrattori a quella dei promotori e riportando il risultato su una scala che va da -100 a +100.

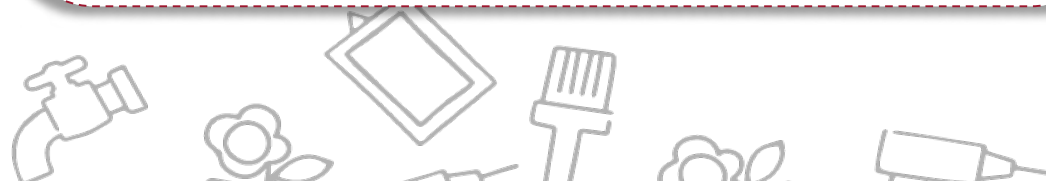
### ESPERIENZA VISSUTA E VERBATIM

La **qualità dell'esperienza vissuta nel trimestre** viene misurata quantitativamente su una scala di punteggio che va da 1 a 10. A seguire vengono raccolti i Verbatim relativi a cosa è andato bene e cosa avrebbe potuto essere migliorato nel corso dei tre mesi precedenti all'analisi.

L'obiettivo dei Verbatim è quello di raccogliere indicazioni e suggerimenti concreti per:

- individuare best practice da diffondere a livello aziendale
- costruire piani d'azione, locali o nazionali, per migliorare processi, strumenti, consuetudini o modalità.

Pertanto, chiediamo a tutti di fornirci risposte chiare e puntuali, individuando problemi e cause in maniera precisa, al fine di poter intervenire per porre rimedio alle criticità in modo mirato.





# Monitoriamo la soddisfazione dei nostri Collaboratori: l'Employee Experience Index

## L'EXI e l'ingaggio dei nostri Collaboratori

Ogni rilevazione di EXI è animata a tutti i livelli, nazionale e locale, dalla comunicazione interna, dai responsabili Risorse Umane di Regione e da tutti i manager dell'azienda attraverso il social network aziendale, le chat interne e i momenti di incontro dei Team. L'obiettivo è quello di coinvolgere i collaboratori nel processo di miglioramento continuo della loro esperienza di lavoro.

1

### Prima del lancio del sondaggio

Ricordiamo ai nostri Collaboratori l'importanza di partecipare attraverso feedback puntuali e precisi e li rassicuriamo sulla corretta gestione dell'anonimato.

2

### Durante il sondaggio

Continuiamo ad ricordare l'importanza del feedback. Inoltre, ogni Manager monitora la percentuale di risposte fornite dalla propria squadra e ne anima la partecipazione in continuo.

3

### Dopo il sondaggio

Ogni Manager prende visione dei risultati relativi al proprio perimetro di azione, insieme a quelli nazionali e a quelli globali di tutta ADEO. Comunica i risultati alla propria squadra e, successivamente, organizza eventuali focus group di approfondimento. Infine coinvolge il proprio Team nella definizione di un Piano d'Azione per l'implementazione collettiva delle azioni di miglioramento.



## NPS: I RISULTATI 2022

91%

La partecipazione dei collaboratori ad EXI nell'ultimo trimestre 2022

73

Il Net Promoter Score dell'ultimo trimestre 2022

(Dato medio NPS ADEO: 49)

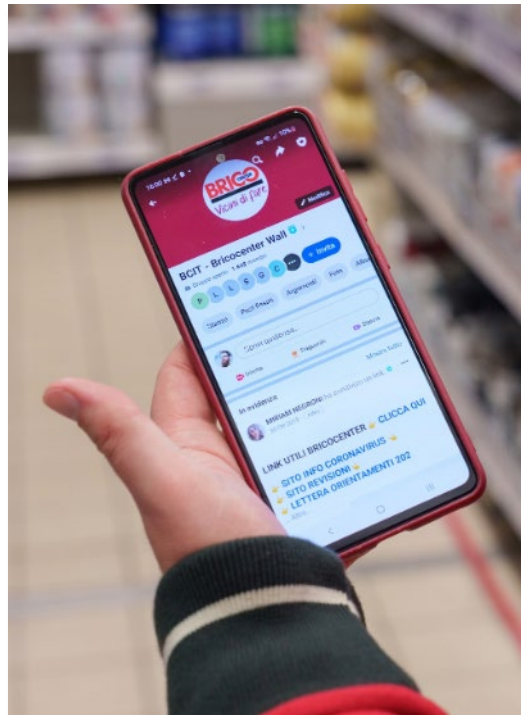




Favoriamo il benessere e il coinvolgimento

## Comunichiamo e collaboriamo in modo sempre più agile e positivo

Comunicazione e collaborazione sono per noi leve strategiche di **promozione della cultura aziendale, della strategia di impresa, di evoluzione delle modalità di lavoro e, naturalmente, di sviluppo del business.** Nello spirito di prossimità che contraddistingue le relazioni all'interno della nostra impresa abbiamo sviluppato una modalità di comunicazione che metta **al centro i collaboratori** dando a tutti la possibilità di accedere in modo facile e veloce a tutte le informazioni aziendali, ma anche di partecipare e di dialogare in una **dinamica circolare.**



Da tempo, ogni collaboratore è dotato di uno **smartphone aziendale** che facilita l'accesso agli strumenti digitali di comunicazione e collaborazione favorendo lo scambio continuo di conoscenze ed esperienze, una maggiore velocità di risoluzione di problemi e alimenta la motivazione e l'ingaggio di tutti rispetto alla strategia dell'impresa. Gli strumenti di comunicazione e collaborazione che utilizziamo **sono globali**, quindi scelti da Adeo e utilizzati da tutte le Business Unit. Questo facilita lo scambio anche al di fuori di Bricocenter, con i collaboratori di altre Business Unit e alimenta lo spirito comune di appartenenza al gruppo Adeo.



Google Workspace

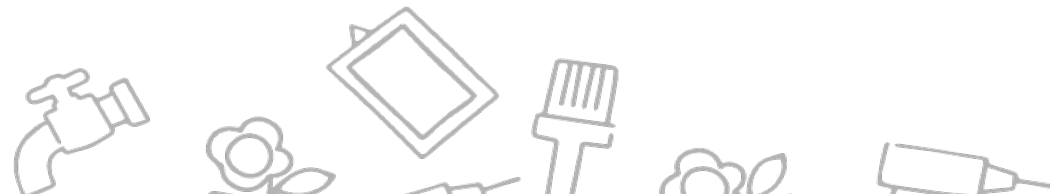


Workchat e Workplace di Meta

Workspace di Google

Il Gruppo ADEO ha deciso di adottare per la comunicazione interna gli stessi **social network** che ciascuno utilizza nella propria vita quotidiana per rendere più familiare, facile e spontanea la comunicazione all'interno dell'impresa.

Con Google Adeo ha stabilito una vera e propria partnership al fine di accelerare l'evoluzione digitale delle nostre imprese attraverso una suite completa di **strumenti collaborativi** sempre disponibili e utilizzabili in cloud.





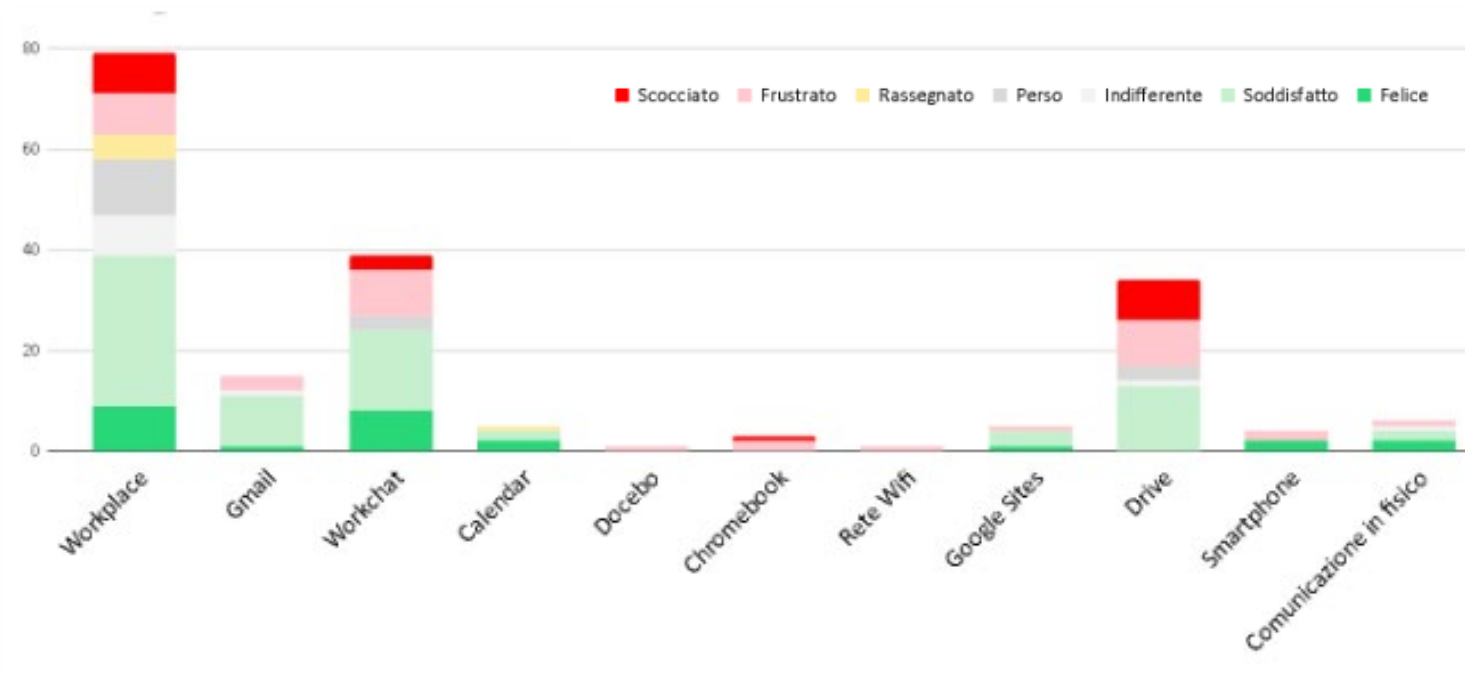
Favoriamo il benessere e il coinvolgimento

## Comunichiamo e collaboriamo in modo sempre più agile e positivo

La comunicazione interna permette realmente di garantire un clima lavorativo sereno e una maggiore produttività. Tuttavia, è fondamentale evolvere la strategia di comunicazione e collaborazione aziendale per adattarsi alle nuove sfide e alle esigenze dei collaboratori. Per questo **misuriamo costantemente l'efficacia di questi strumenti e ne curiamo le evoluzioni**, a partire dai **dati di utilizzo** e da un **ascolto continuo** dei collaboratori, al fine di renderli sempre più facili e migliorarne l'esperienza.

A questo proposito, a settembre 2022 sono state effettuate **16 interviste di UX** (User Experience) ad altrettanti collaboratori di quattro differenti negozi che ci hanno permesso di individuare alcune migliorie fondamentali per rendere più agile la nostra comunicazione a partire da un'analisi approfondita delle emozioni legate all'utilizzo di ciascun strumento, canale o applicazione.

In generale i dati di utilizzo di Workplace nel 2022 confermano l'efficacia del nostro principale strumento di comunicazione.



**97%** Utenti attivi di cui...

**59%** Hanno pubblicato almeno 1 contenuto

**53%** Hanno scritto almeno 1 commento





## 4.4 Creiamo un ambiente inclusivo per tutti

In Bricocenter ci impegniamo a tutelare i nostri Collaboratori e a garantire un luogo di lavoro dove vengano riconosciuti unicità, individualità e diritti di ognuno. Abbiamo quindi formalizzato il nostro impegno adottando un **Codice Etico** in linea con quello del Gruppo ADEO, pubblicato sul nostro sito web e accessibile a chiunque. Questo documento rappresenta la nostra visione e i nostri valori, ed illustra i principi di condotta che ci impegniamo ad adottare.

I valori su cui si fonda il nostro Codice Etico



**Garantiamo pari opportunità** – a partire dalla selezione, dove i Collaboratori vengono valutati sulla base della loro esperienza, attitudine e competenze, fino allo sviluppo dei talenti in azienda, dove la crescita professionale e l'avanzamento di carriera sono orientati a garantire la massima correttezza e le pari opportunità, senza discriminazioni di sesso, nazionalità, età, orientamenti sessuali, credenze religiose, opinioni politiche e qualsiasi altro fattore in contrasto con il rispetto dei loro diritti fondamentali.



**Tuteliamo le unicità** – ci opponiamo a qualsiasi forma di discriminazione che avvenga sia internamente che nei confronti di chiunque interagisca con la nostra azienda e operiamo in linea con i principi, leggi e accordi internazionali volti a contrastare comportamenti discriminatori.



**Assicuriamo un ambiente di lavoro sano** – crediamo che garantire ai nostri Collaboratori di lavorare in un ambiente dove si sentano rispettati e sicuri, permetta loro di costruire importanti e durature relazioni umane e professionali. Riteniamo che i collaboratori stessi debbano essere protagonisti nel mantenimento di un clima lavorativo sano, collaborando con i propri colleghi e mantenendo comportamenti rispettosi verso le altre persone.

### Ulteriori strumenti per garantire i diritti dei nostri Collaboratori.

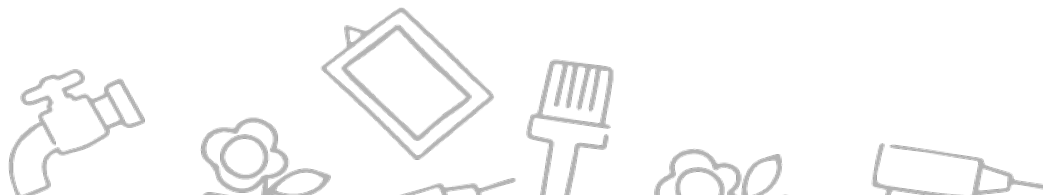
#### Contratto Integrativo aziendale

I nostri contratti prevedono benefit e tutele oltre quanto previsto dal Contratto Collettivo Nazionale del Lavoro della Distribuzione Moderna Organizzata relativamente, ad esempio, a integrazione malattia, permessi, sconto dipendenti e le modalità di assegnazione del Premio Progresso.

#### Canali di comunicazione: WHISPLI & ACT ETHICS

Strumenti a disposizione per segnalare comportamenti scorretti e violazioni dei principi contenuti nel Codice Etico. WHISPLI è una piattaforma che permette a tutti gli interlocutori di Bricocenter (Collaboratori, Clienti, Fornitori, ecc.) di segnalare potenziali comportamenti non corretti in modo sicuro e tutelato, e a noi di gestire in modo tracciato le segnalazioni e di prevenire ulteriori casi.

ACT ETHICS permette ai nostri Collaboratori di confrontarsi con i propri manager e con i referenti aziendali (HR e Anticorruzione) relativamente a possibili situazioni di conflitti di interesse e nella gestione di inviti e regali ricevuti.





Creiamo un ambiente inclusivo per tutti

## Ci impegniamo a garantire pari opportunità

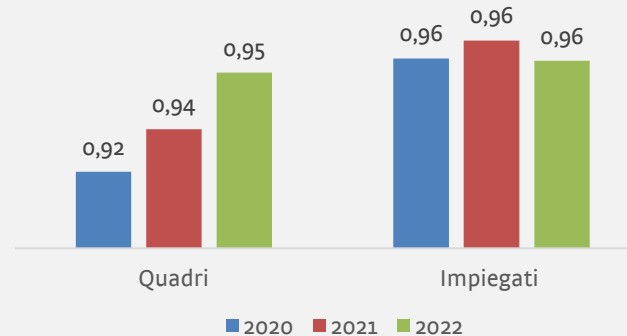
Nel 2022 abbiamo avviato alcune iniziative al fine di incoraggiare e diffondere una cultura inclusiva e di incrementare la rappresentanza della diversità a tutti i livelli dell'Azienda, con l'obiettivo di permettere ad ogni persona di mostrare il proprio potenziale. La valorizzazione delle pluralità è uno degli aspetti chiave per creare un ambiente di lavoro sano che garantisca l'equilibrio fisico e mentale delle persone e permetta a tutti di sviluppare al meglio le proprie competenze e particolarità.

### L'analisi del GAP Salariale

Per affrontare il problema del cosiddetto *gender pay gap*, abbiamo svolto un'analisi sulla retribuzione della più vasta popolazione aziendale, quella dei venditori, oltre che sui collaboratori dei vari Comitati di Negozio (Direttori di negozio e capi reparto). Dall'analisi è emerso che per quanto riguarda questa categoria di collaboratori, non sono presenti differenze a livello salariale, tuttavia, in termini quantitativi, è stata riscontrata una presenza maggiore di uomini tra i Direttori di negozio, una disparità che puntiamo a diminuire nel tempo, impegnandoci a portare in fase finale di colloquio di selezione un ugual numero di candidati dei due generi.

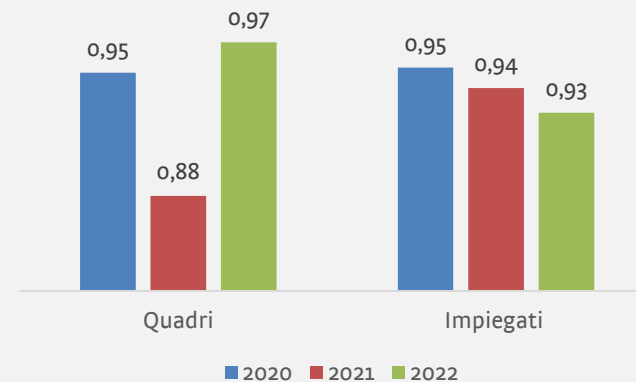
I risultati dell'analisi sono stati presentati al Comitato di Direzione, al fine di identificare il nostro punto di partenza nella creazione di una popolazione variegata e rappresentativa, che possa presentare dei vantaggi anche in termini di business. Ci impegniamo a svolgere questa analisi annualmente, accompagnata da una formazione specifica sulla Diversità e Inclusione, accessibile per tutti sulla nostra piattaforma di formazione.

Rapporto tra salario\* medio tra uomini e donne



Il rapporto tra il salario di uomini e donne risulta quasi pari a 1 (che corrisponde all'equità salariale) in entrambe le categorie, quadri e impiegati.

Rapporto tra retribuzione\*\* media tra uomini e donne



La retribuzione include diversi bonus percepiti, tra cui il Premio Progresso, gli MBO e i premi Una Tantum di merito e, come per il salario, presenta un rapporto quasi pari a 1.

\*\*Per retribuzione si intende lo stipendio base (il salario) più gli importi aggiuntivi corrisposti a un dipendente.

\*Per salario si intende l'importo fisso pagato ai dipendenti.





Creiamo un ambiente inclusivo per tutti

## Valorizziamo le pluralità per una cultura inclusiva

### La Formazione sui Bias Cognitivi

Al fine di creare un ambiente di lavoro inclusivo è fondamentale formare le proprie persone affinché abbiano gli strumenti necessari per riconoscere qualsiasi episodio di discriminazione. Con questo obiettivo, a inizio 2023, abbiamo lavorato sui Bias Cognitivi con una formazione dedicata ai manager, per sensibilizzarli e formarli sulla presenza di pregiudizi, anche inconsapevoli, al fine di imparare ad abbracciare una cultura maggiormente inclusiva.

Pregiudizi inconsci o impliciti possono influenzare il nostro comportamento e le nostre decisioni senza che ce ne accorgiamo e possono avere un impatto significativo sul luogo di lavoro, condizionando chi viene assunto e promosso. Abbiamo formato i nostri manager sulle diverse tipologie di pregiudizi presenti e su quali strategie implementare per migliorare rispetto a ciascuno di essi.

### **f**ORMIDABIL **Il progetto Formidabili**

«I Formidabili» è un progetto sull'inclusione lavorativa di persone con disabilità intellettive promosso dall'associazione (RI)GENERIAMO, nata per generare nuove economie rigenerando persone, prodotti e perimetri in un'ottica inclusiva e imprenditoriale.

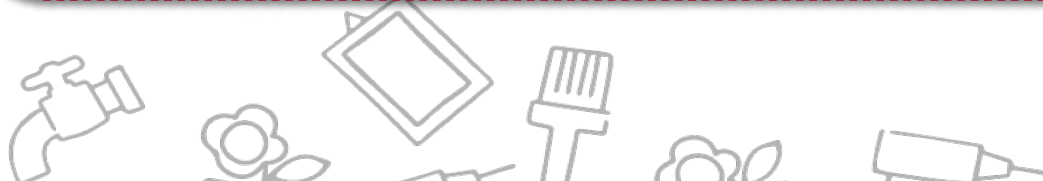
Nel 2022 Bricocenter ha preso parte a questo progetto, attivando un percorso di formazione ai Comitati di Direzione dei Negozi che hanno aderito all'iniziativa, i quali hanno poi selezionato un Tutor tra i collaboratori del negozio che seguirà le persone inserite nell'organico grazie al progetto. A inizio 2023 sarà attivo in 2 dei nostri negozi con l'intento di estendere questo progetto a quanti più punti vendita possibile, al fine di valorizzare le potenzialità lavorative e offrire un'opportunità di lavoro a persone che si trovano in stato di fragilità.



### Il progetto Welcome. Working for Refugee Integration.

Dal 2017 l'UNHCR, l'Agenzia per i Rifugiati delle Nazioni Unite, ha avviato il progetto *Welcome. Working for Refugee Integration*, volto a promuovere l'inserimento lavorativo dei rifugiati tramite la premiazione di aziende che hanno favorito la loro occupazione.

Nel 2022, per l'edizione 2021 del Progetto, è stato premiato il nostro negozio di Torino, che ha così permesso a Bricocenter di rientrare tra le 107 aziende riconosciute dall'ente per il proprio lavoro rispetto all'inserimento professionale dei rifugiati.



# 5 | Fare rete con i nostri Partner

Un aiuto? Un consiglio? Chiedi a me!

Un aiuto? Un consiglio? Chiedi a me!



---

## Indice del capitolo

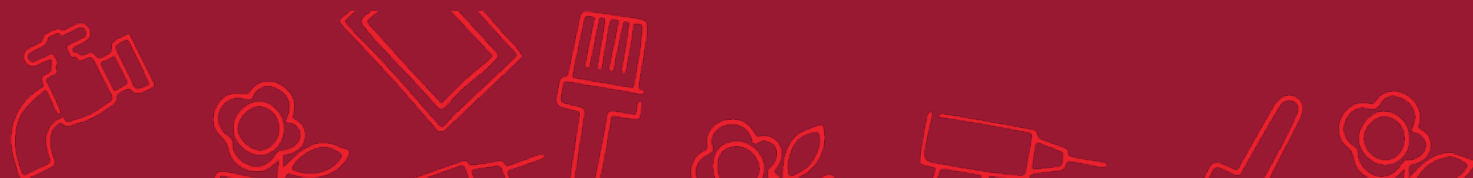
### 1 Collaborare per una filiera più sostenibile

- I nostri Fornitori
- Condividere gli stessi valori
- Il processo di selezione e valutazione



### 2 Assicurare vicinanza al territorio

- Gli Artigiani locali

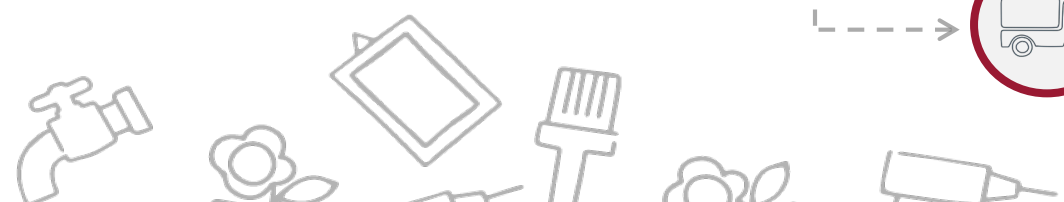




## 5.1 Collaborare per una filiera più sostenibile

Per raggiungere il nostro obiettivo di **proporre prodotti e servizi di qualità**, è necessario che lo sviluppo della nostra offerta parta dall'ascolto delle esigenze dei Clienti. **Ascoltare i Clienti** significa avere una **comprensione completa delle loro necessità, richieste, dei bisogni che non vengono attualmente soddisfatti e dei nuovi stili di vita e di consumo**. Sulla base delle esigenze emerse, procediamo a selezionare accuratamente i prodotti che acquistiamo tramite un processo di qualifica dei Fornitori, volto ad **instaurare un rapporto di collaborazione con soggetti** che operano **in linea con i nostri valori** e che siano in grado di **rispettare le nostre politiche**. Come Azienda che si posiziona verso la fine della catena del valore, queste prime attività sono per noi di fondamentale importanza, in quanto ci permettono di capire come possiamo realmente **aiutare i Clienti a migliorare il loro habitat e supportarli nel Fai da te**, proponendo prodotti di qualità che abbiano un ridotto impatto sull'ambiente e sulle persone.

I prodotti che acquistiamo vengono trasportati nel deposito di Rivalta dove vengono controllati e poi raggruppati per essere spediti nei punti vendita o direttamente ai Clienti.





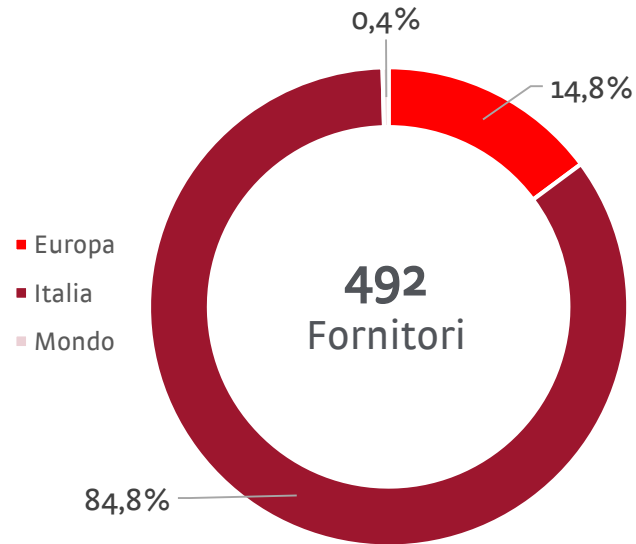
Collaborare per una filiera più sostenibile

## I nostri Fornitori

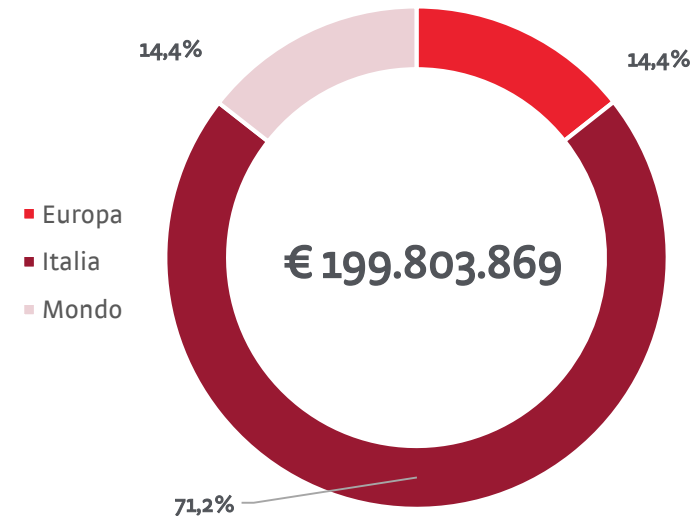
Nel 2022 i Fornitori di prodotto che hanno collaborato con noi sono stati **492** (fornitori Tier 1). Di questi, **417 sono ubicati in Italia**, 73 hanno la sede principale in Europa\* e 2, che rappresentano il 14,4% dello speso totale, sono situati in Cina e Taiwan.

Nel complesso, **oltre il 70%** del valore che eroghiamo sotto forma di acquisto presso i Fornitori di prodotto è **verso Fornitori italiani**. La restante spesa è suddivisa equamente tra i Fornitori europei e quelli asiatici. In particolare, il Fornitore principale in Asia è ADEO Service, un'azienda del Gruppo ADEO ubicata in Cina che si occupa dell'approvvigionamento nel continente per rifornire le BU del Gruppo con prodotti che rispettino i nostri standard di qualità.

Distribuzione geografica dei Fornitori di prodotto



Spesa sui Fornitori di prodotto per distribuzione geografica



\*Austria, Belgio, Germania, Spagna, Francia, Regno Unito, Grecia, Paesi Bassi, Polonia, Portogallo, Romaniaa.





Collaborare per una filiera più sostenibile

## Condividere gli stessi valori

Vogliamo che il rapporto con i Fornitori sia costruito su solide basi e ci assicuriamo che essi operino responsabilmente e condividano i nostri valori. Per questo motivo, tutti i Fornitori di prodotti sono tenuti a prendere visione ed accettare quanto disposto dal nostro **Codice di Condotta ADEO per gli acquisti responsabili**. Ogni Fornitore deve agire nel rispetto dell'etica aziendale, impegnandosi ad evitare qualsiasi situazione di conflitto di interesse, forma di corruzione, ad agire nel rispetto delle leggi nazionali e internazionali in materia di controllo ed esportazione, nonché operare in modo trasparente nei confronti del Gruppo.

Inoltre, il Codice di Condotta riporta i principi abbracciati da Bricocenter che i Fornitori devono rispettare con riferimento alla responsabilità ambientale e sociale.

GLI IMPEGNI SOCIALI

### Salute e sicurezza dei nostri Collaboratori e degli Stakeholder

Garantire la salute e la sicurezza dei nostri Collaboratori e dei nostri stakeholder che svolgono attività nel luogo di lavoro, mantenere e controllare la struttura degli edifici, sensibilizzare e formare sui rischi e garantire che i prodotti consegnati al Gruppo soddisfino gli standard di sicurezza richiesti dallo stesso.

### Rispetto dei diritti umani

Vietare il lavoro minorile, lo svolgimento di attività pericolose, l'abolizione del lavoro, garantire la libertà di associazione e/o contrattazione collettiva, una remunerazione in linea con quanto stabilito per legge e definire un orario di lavoro conforme alle legislazioni e alle convenzioni dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro.

### Diversità

Sostenere e promuovere un ambiente di lavoro sano che tuteli tutti da molestie e discriminazioni, promuovendo una cultura del rispetto reciproco. Inoltre, se un Collaboratore del Gruppo è coinvolto in un episodio di questo genere, il Fornitore è tenuto a segnalarlo ad ADEO.

### Lotta alle molestie e agli atteggiamenti sessisti

Prevenire e far cessare qualsiasi forma di molestia o comportamento sessista e segnalare ad ADEO qualsiasi situazione di questo tipo che coinvolga i dipendenti del Gruppo.





Collaborare per una filiera più sostenibile

## Condividere gli stessi valori

GLI IMPEGNI AMBIENTALI

### Gestione sostenibile delle risorse

Ottimizzare l'utilizzo di materie prime riducendo il peso dei materiali utilizzati nei prodotti (a pari prestazione), promuovere l'uso di materie prime provenienti da filiere responsabili, con un'impronta di carbonio ridotta, composti da materiali che possano essere differenziati e il cui approvvigionamento rispetti i diritti umani delle popolazioni locali, prevedendo inoltre un imballaggio responsabile privo di elementi non riciclabili.

### Produzione responsabile

Valutare e ridurre gli impatti sull'ambiente, monitorare ed efficientare il consumo di acqua ed energia, limitare l'utilizzo di sostanze pericolose e ridurre, riutilizzare e riciclare gli scarti di produzione.

### Riparabilità e Assistenza post vendita

Favorire la durabilità e la riparabilità dei prodotti sin dalla fase di progettazione, rendendo sempre disponibili eventuali pezzi di ricambio.

### Prodotti sani e sicuri

Agire sulla composizione dei prodotti e sulla diffusione di informazioni che consentano un utilizzo corretto, limitando l'esposizione diretta alle sostanze più pericolose.

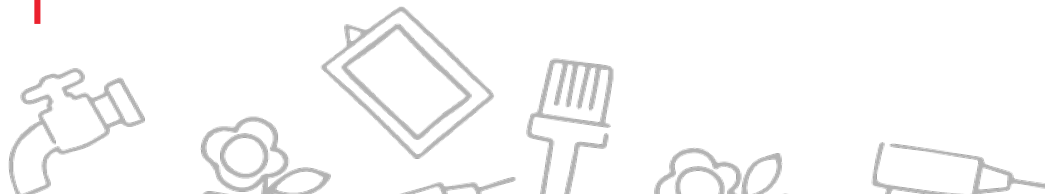
### Trasporto dei prodotti

Privilegiare i trasporti che hanno un impatto minore sul clima e ottimizzare la loro saturazione, garantendo sempre condizioni di scarico sicure per i lavoratori.

### Fine vita dei prodotti

Fornire ai Clienti istruzioni chiare per il riciclo dei prodotti, nonché favorire il riutilizzo e il riciclo degli stessi con l'obiettivo di promuovere l'economia circolare.

**Nel 2022, il 100% dei nostri Fornitori di prodotti ha sottoscritto il Codice di Condotta.**



## Le nostre politiche di approvvigionamento

Agiamo per ridurre l'impatto sull'ambiente dei nostri prodotti e, per farlo, dobbiamo collaborare con una catena di fornitura che rispetti le nostre esigenze in termini di acquisto di prodotti responsabili e sostenibili. A tal fine, in linea con il Gruppo ADEO, chiediamo ai nostri Fornitori di prendere visione delle nostre politiche di acquisto responsabile del legno e utilizzo responsabile del packaging.



### Politica sulla gestione responsabile del legno

Il legno è un materiale proveniente da risorse rinnovabili, ma il cui approvvigionamento comporta diversi impatti, in quanto può essere ottenuto causando deforestazione incontrollata, perdita di biodiversità e allontanamento delle popolazioni locali dalla propria casa.

Proprio con l'obiettivo di combattere la deforestazione incontrollata il Gruppo ADEO ha implementato un processo di Due Diligence, sottoponendo ai propri Fornitori di legno e carta dei questionari per raccogliere informazioni legate alla tracciabilità dei prodotti.

I Fornitori devono rispondere a un modulo di **dichiarazione dove viene inserito il Paese di origine del legno e devono eventualmente condividere il loro certificato FSC o PEFC\***, obbligatorio nel caso in cui esso provenga da foreste tropicali. In questo modo possiamo garantire che il legno dei nostri prodotti derivi da foreste gestite in modo più sostenibile, permettendoci, inoltre, di garantire al Cliente l'acquisto di prodotti realizzati con risorse ottenute responsabilmente.



### Politica per un packaging sostenibile

Nel mondo della Grande Distribuzione il packaging è una parte spesso imprescindibile del prodotto ed è fondamentale non solo per custodirlo adeguatamente, ma anche per comunicare al Cliente la sua origine e le sue caratteristiche. Tuttavia, proprio gli imballaggi hanno un impatto importante sull'ambiente, in quanto generano un rifiuto che se non differenziato correttamente può inquinare gli ecosistemi.

La nostra politica sul packaging sostenibile prevede **laddove possibile di non utilizzare packaging**, o altrimenti scegliendolo:

- composto da **materiale riciclabile**
- costituito da **un unico materiale**
- con un **peso ottimizzato** al fine di utilizzare meno risorse
- privo di inchiostri metallici

Dal 2022 la politica ha introdotto il **divieto di utilizzo di materiali come PVC, polistirene espanso e bioplastiche**, che presentano un elevato livello di non riciclabilità. Prediligiamo quindi packaging **composti da plastica riciclabile e riciclata, carta e metalli riciclati**, e che specifichino sempre la corretta modalità di smaltimento.

\*FSC e PEFC sono le due principali certificazioni che attestano che il legno e i suoi prodotti provengano da foreste gestite correttamente






Collaborare per una filiera più sostenibile

## Il processo di selezione e valutazione

Il rapporto con i Fornitori è regolato dal **Manuale sulla Qualità del Gruppo ADEO**, un documento che ha l'obiettivo di prevenire le non conformità e definisce quali **criteri ambientali, sociali e di qualità** devono essere presi in considerazione nel momento in cui vengono selezionati i Fornitori con cui vogliamo collaborare.

Come primo step di selezione dei nostri Fornitori valutiamo innanzitutto che i prodotti da noi acquistati rispondano alle caratteristiche di conformità da noi richieste. Per farlo consideriamo tre livelli:

-  **Il rispetto delle normative** e dei regolamenti relativi alla sicurezza e alla qualità del prodotto dei Paesi in cui questo viene commercializzato e applicabili allo stesso
-  **Il rispetto delle specifiche tecniche dei prodotti** da noi richieste
-  **Il rispetto delle politiche di acquisto responsabile del Gruppo** che regolano, ad esempio, la tracciabilità del legno e l'uso di sostanze pericolose nei prodotti

La valutazione di tali criteri viene svolta sulla totalità dei Fornitori di Bricocenter.



## Gli audit sui prodotti MDH

Nel caso in cui il **Fornitore sia anche produttore dei nostri prodotti MDH**, vengono svolti degli **audit di controllo** presso i siti produttivi, effettuati da una società esterna che applica lo standard **ICS – Initiative for Compliance and Sustainability**. Questo framework è stato sviluppato sulla base delle convenzioni dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro e indaga sugli ambiti della qualità, aspetti sociali e ambientali.

Seguendo lo standard ICS, l'audit viene svolto in 6 fasi:

1. Incontro di apertura
2. Visione dei documenti
3. Interviste con i collaboratori e il management
4. Ispezione del sito
5. Incontro pre-chiusura
6. Incontro di chiusura

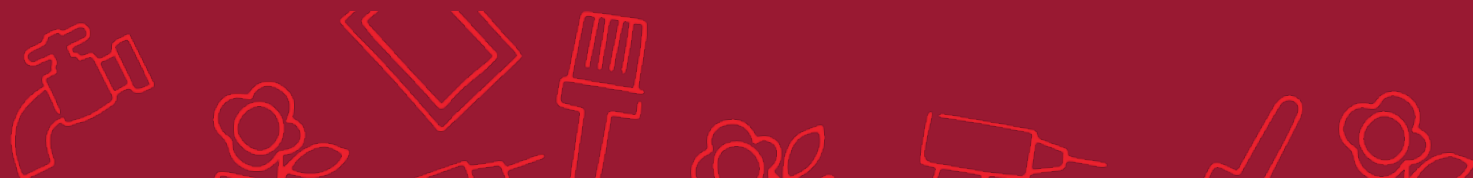
**Gli audit sono volti a verificare che i Fornitori svolgano le loro attività nel rispetto dei diritti delle persone e dell'ambiente.** In particolare, dal punto di vista sociale, si verifica che i Fornitori non applichino forme di lavoro minorile o forzato, discriminazione e molestia, che garantiscano la libertà di associazione, una remunerazione equa, orari di lavoro dignitosi e un ambiente di lavoro sicuro.

Sotto il punto di vista ambientale, invece, vengono controllati gli aspetti inerenti al consumo energetico e idrico, alla gestione delle acque reflue e dei rifiuti, nonché le modalità con cui il Fornitore previene l'inquinamento dell'ambiente e il verificarsi di gravi incidenti per l'ambiente.

L'esito dell'audit può essere:

<b>Positivo</b>	Viene instaurato (o prolungato) il rapporto con il Fornitore.
<b>Qualifica con riserva</b>	Se vengono riscontrate delle violazioni minori, viene sviluppato un piano di miglioramento e il Fornitore sarà sottoposto a un secondo audit dopo un anno.
<b>Negativo</b>	Il Fornitore risulta non essere qualificato e viene sottoposto ad attività di follow up e a un successivo audit.

Nel 2022 sono stati svolti sui Fornitori dei prodotti MDH **8 audit sugli aspetti sociali e 2 sugli aspetti ambientali**.







## 5.2 Assicurare vicinanza al territorio

In Bricocenter vogliamo aiutare i Clienti anche oltre il Fai da te, rispondendo alle loro necessità con servizi in grado di supportarli nella manutenzione, riparazione e decorazione della casa e del giardino. Per garantire questi servizi in prossimità di tutti gli abitanti, **collaboriamo con Artigiani locali che ci affiancano soprattutto per i servizi di posa e installazione dei prodotti**, e ci permettono quindi di assicurare un **elevato livello di qualità e professionalità** che sia sempre alla portata di ogni Cliente.

Tutti gli Artigiani che decidono di collaborare con noi devono essere in possesso dei seguenti requisiti:

- **Certificato d'iscrizione alla Camera di Commercio** o della Visura camerale
- **DURC**, per attestare la regolarità contributiva
- **Avere un'assicurazione di Responsabilità Civile verso terzi** e, nel caso di società artigiane con dipendenti, anche dell'assicurazione Responsabilità Civile Prestatori Opera
- Se l'Artigiano desidera supportarci nelle consegne a domicilio, deve essere iscritto **all'Albo Nazionale degli Autotrasportatori di cose per conto terzi**.

**280**

**Artigiani partner nel 2022**

Se in possesso di questa documentazione, viene svolto un **colloquio di valutazione da parte dei referenti tecnici**, che valutano i candidati anche in base alla qualità dei progetti sviluppati dalle imprese artigiane nel corso della loro attività. **Se il risultato è positivo, inizia il rapporto di collaborazione tra negozi e artigiani partner.**

### I VANTAGGI DI COLLABORARE CON NOI



#### Una collaborazione non esclusiva

Gli Artigiani possono intrattenere ulteriori rapporti oltre quelli con Bricocenter



#### Incrementare il giro di affari

Possono ampliare la loro clientela grazie alla prestazione di servizi presso nuovi Clienti



#### Differenziazione del business

La collaborazione offre agli Artigiani la possibilità di differenziare il loro business grazie alle numerose opportunità con nuovi Clienti



#### Lavori sicuri

La collaborazione permette agli Artigiani di avere dei lavori assicurati grazie alla clientela di Bricocenter

### FOCUS

### I nostri franchising

Con l'obiettivo di arrivare a più persone possibile, collaboriamo con imprenditori locali tramite il modello di business del franchising. Grazie a questa modalità riusciamo ad essere presenti anche in piccole città, con un bacino intorno a circa 20.000 famiglie e negozi in media di 1500 mq, con una formula che possa garantire un buon livello di redditività all'imprenditore, attraverso una proposta di offerta prodotto e servizi costruita a partire dal cliente e che assicuri dei vantaggi competitivi, come l'opportunità di commercializzare anche i prodotti Adeo a marchio proprio (MDH).

# 6 | Fare impresa nel rispetto dell'ambiente



# Indice del capitolo

## 1 I nostri impatti sulla catena del valore

- I nostri principali impatti sull'ambiente



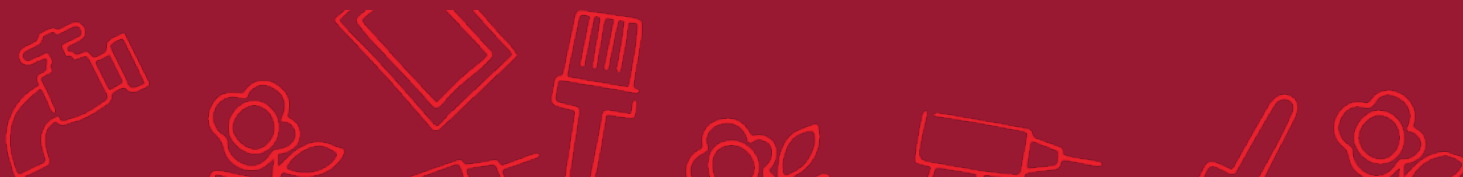
## 2 Efficientiamo i consumi per ridurre le emissioni

- Le nostre iniziative di efficientamento energetico
- Il contesto in cui operiamo
- Monitoriamo e riduciamo le nostre emissioni di gas ad effetto serra



## 3 Gestiamo responsabilmente i rifiuti

- Riduciamo gli impatti legati alla gestione dei rifiuti





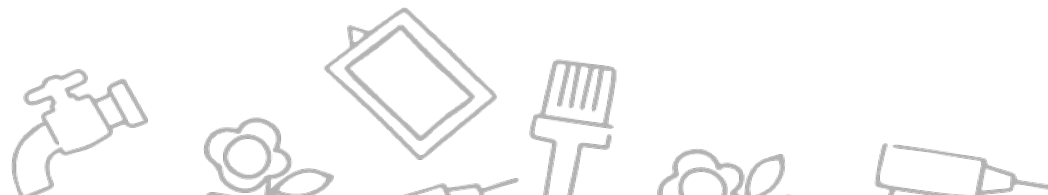
## 6.1 I nostri impatti sulla catena del valore

L'attenzione all'ambiente, la lotta al cambiamento climatico e la transizione ecologica sono sfide che siamo chiamati ad affrontare e che pone Paesi, aziende e singole persone di fronte alla necessità di agire per mitigare gli impatti delle proprie attività.

In Bricocenter abbiamo risposto a questa necessità, individuando i nostri principali impatti ambientali lungo la catena del valore. Ad ogni fase di quest'ultima, infatti, sono legati degli impatti, generati direttamente dalle nostre attività o indirettamente dagli attori della catena che operano per realizzare i prodotti e i servizi che vendiamo.

Impatti indiretti possono essere quelli legati alle emissioni di gas serra generate per produrre i beni che acquistiamo, così come sottoprodotti e scarti generati nella stessa fase del processo produttivo; impatti diretti sono invece, ad esempio, la generazione di emissioni conseguente all'utilizzo di riscaldamento, illuminazione e funzionamento di depositi e negozi.

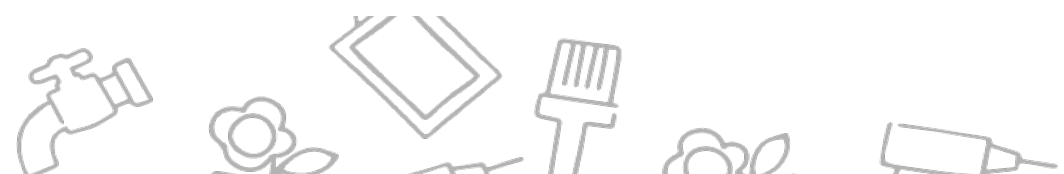
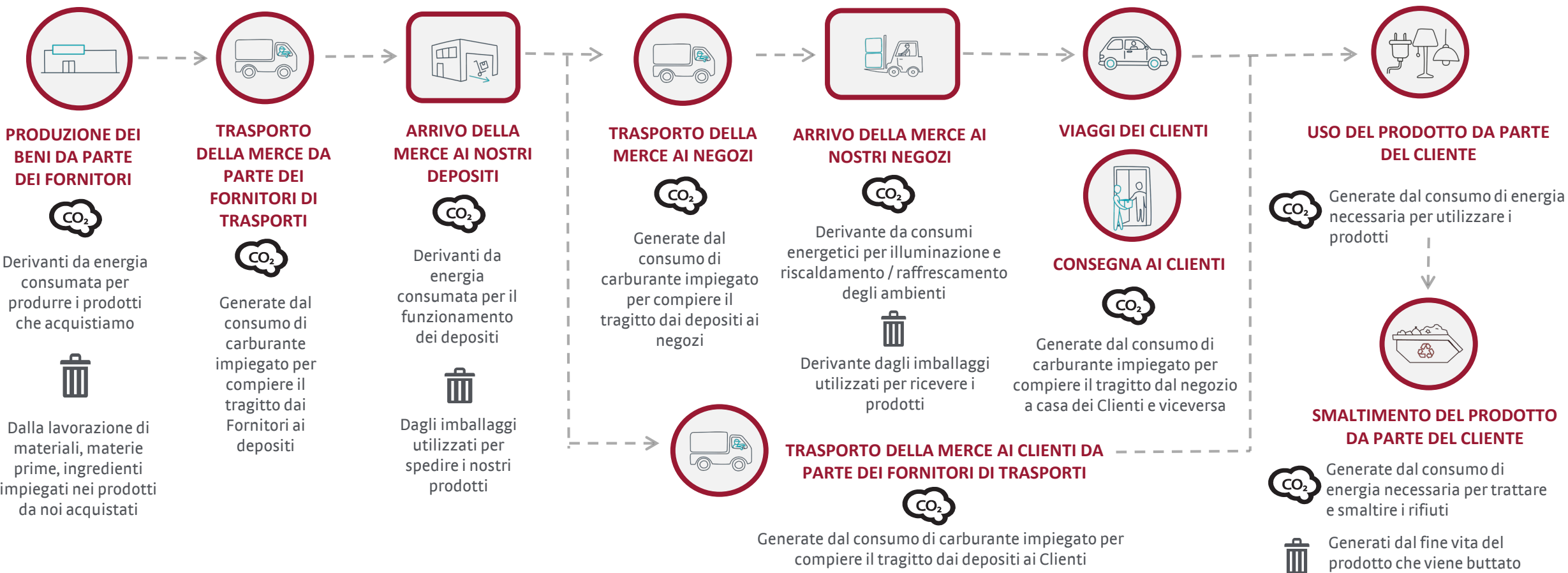
Ci impegniamo ogni giorno per mitigare i nostri principali impatti lungo tutta la catena del valore con l'intento di perseguire i nostri obiettivi economici senza nuocere all'ambiente, tutelando il benessere di tutti. Per questo abbiamo costruito una strategia di sostenibilità con l'ambizione di vivere il Pianeta responsabilmente, implementando attività che ci permettano di migliorare e mitigare il nostro impatto sull'ambiente.



# I nostri principali impatti sull'ambiente

**LEGENDA**

- Attività della catena del valore (cerchio rosso)
- Attività a controllo diretto di BC (quadrato rosso)
- Emissioni di gas serra (nuvola con CO<sub>2</sub>)
- Produzione di rifiuti (cestino)





## 6.2 Efficienziamo i consumi per ridurre le emissioni

Uno dei principali impatti sull'ambiente legati alle nostre attività deriva quindi dal consumo di energia utilizzata nelle diverse fasi del processo, dalla produzione alla distribuzione. Per ridurre il nostro impatto diretto ci **impegniamo a ottimizzare i consumi energetici di negozi e uffici**, monitorando le nostre attività interne per diminuire l'uso di energia ed evitare sprechi. Conoscere i propri consumi è infatti il primo passo per poter intraprendere un percorso che punti a raggiungere il più alto livello di efficienza energetica.

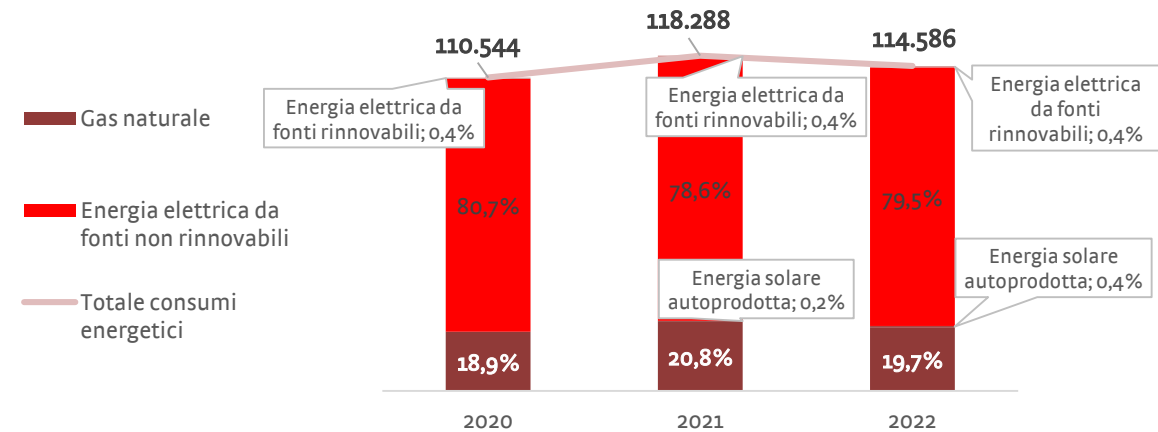
I nostri principali consumi di energia sono suddivisi tra:

- **consumi energetici diretti, derivanti principalmente dall'utilizzo di gas naturale per il riscaldamento e dalla produzione di energia elettrica da fonti rinnovabili grazie all'uso di pannelli solari;**
- **consumi energetici indiretti, quelli che derivano dall'acquisto di energia elettrica da fonti non rinnovabili utilizzata presso la sede centrale, nei negozi e nei depositi e dall'energia elettrica proveniente dai pannelli fotovoltaici presenti nel deposito di Rivalta\*.**

Nel 2022 i nostri consumi energetici, diretti e indiretti, derivano per il **79,4% da energia elettrica acquistata** e proveniente da fonti non rinnovabili, per il **19,7% da gas naturale per il riscaldamento**, per lo **0,4% da energia elettrica autoprodotta da fonti rinnovabili**, generata dai pannelli fotovoltaici installati sul negozio di Viareggio, e per lo **0,4% da energia elettrica acquistata da fonti rinnovabili** proveniente dai pannelli fotovoltaici sul deposito di Rivalta.

Il consumo di energia impiegata nelle nostre attività ha visto un aumento nel 2021 del 7% rispetto all'anno precedente, a fronte di una ripresa a pieno regime delle attività dopo la pandemia da Covid-19. Tuttavia, con l'obiettivo di **ridurre i nostri impatti diretti**, nel 2022 abbiamo messo in campo diverse **iniziative di efficientamento energetico nei negozi**, che ci hanno permesso di **ridurre il consumo energetico assoluto di circa il 3%** rispetto al 2021 nonostante l'incremento delle vendite di quasi il 2% rispetto all'anno precedente.

Consumi energetici per fonte di negozi, sedi e deposito (GJ)



Il dato relativo all'energia autoprodotta dai nostri negozi è disponibile dal 2021. I valori totali in kWh corrispondono a: 2022 – 32.625.129 kWh; 2021-33.715.252 kWh; 2020-31.419.760 kWh.

\*Tali pannelli non sono di nostra proprietà, ma di proprietà del centro logistico che ospita il nostro deposito di Rivalta. Il consumo di energia legato a tali pannelli è stato stimato effettuando una proporzione tra l'energia totale prodotta per tutto il polo logistico e la superficie in metri quadri da noi occupata.





## Le nostre iniziative di efficientamento energetico

Negli anni abbiamo implementato diverse iniziative di efficientamento dei consumi energetici, risultato di un percorso avviato con l'audit energetico del 2018 che ha definito le azioni di miglioramento necessarie per ridurre i consumi, come il relamping da neon a led che, al 2022, abbiamo effettuato in 41 negozi.

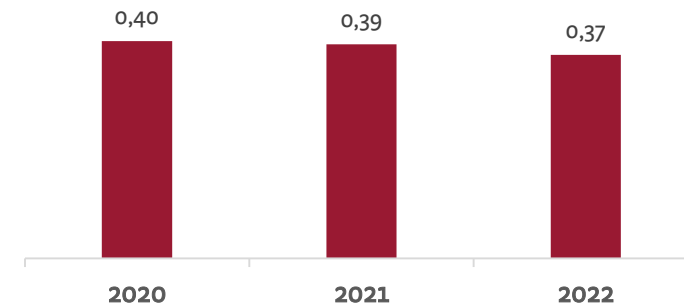
È proprio l'energia impiegata nei negozi quella su cui abbiamo la possibilità di agire direttamente per efficientare i nostri consumi ed è per questo motivo che nel 2022 ci siamo focalizzati su di loro per avviare diversi interventi:

- nel periodo estivo, sono state programmate le temperature dei condizionatori affinché queste non potessero superare una certa soglia e sono state ridotte le ore di accensione
- l'accensione delle caldaie è stata posticipata a novembre, in linea con quanto previsto a livello nazionale
- è stata sostituita la pompa di calore del negozio di Cagliari con una più performante che ha permesso di ridurre il consumo di energia elettrica
- abbiamo avviato il monitoraggio dei kWh che vengono consumati durante le ore notturne in modo anomalo, al fine di comprendere le cause di questi consumi e avviare interventi migliorativi
- è stata animata e diffusa la politica energetica a tutti i nostri negozi, un documento che definisce gli orari nei quali devono essere avviati gli impianti di illuminazione, climatizzazione e riscaldamento

Il nostro impegno è continuato nel 2023 con l'implementazione e miglioramento dei sistemi di monitoraggio da remoto che permettono di avere una visione sui consumi mensili dei negozi. Stiamo inoltre lavorando per migliorare il sistema di gestione dell'energia attualmente in uso, con l'obiettivo di ottenere nel 2024 la certificazione UNI EN ISO 50001.

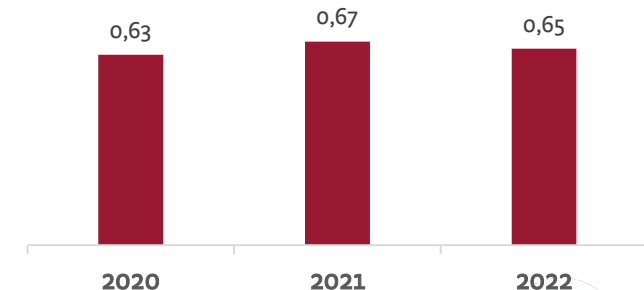
L'impegno riposto nell'efficientare i consumi energetici ha portato a ottimi risultati: se rapportiamo infatti il totale dei nostri consumi energetici (gas naturale, energia elettrica acquistata e prodotta per negozi, sedi e deposito) con la cifra d'affari (k€)\* generata nel triennio, l'intensità energetica è diminuita del 5% rispetto al 2021.

Intensità energetica (GJ/k€)



Il risultato è positivo anche considerando il rapporto con la superficie di negozi, deposito e sedi: l'intensità energetica è diminuita del 3% rispetto al 2021.

Intensità energetica (GJ/mq)



\*La cifra d'affari considera i valori al netto dell'iva e comprende i ricavi delle vendite e delle prestazioni, insieme ad altri ricavi e proventi.





Efficientiamo i consumi per ridurre le emissioni

## Il Contesto in cui operiamo

### CHE COS'È IL RISCALDAMENTO GLOBALE

Il riscaldamento globale è un fenomeno che comporta l'innalzamento della temperatura media registrata su scala mondiale negli ultimi cento anni, generando un cambiamento negli equilibri ecosistemici e con dirette conseguenze sui cicli naturali. L'aumento delle temperature provoca effetti come lo scioglimento di ghiacciai, l'innalzamento del livello dei mari, la siccità e conseguenti fenomeni estremi che hanno un impatto sulla salute di tutti gli esseri viventi. Il riscaldamento globale è un fenomeno provocato principalmente dall'aumento in atmosfera dei gas serra\*, ovvero quei gas naturalmente presenti in natura che trattengono il calore mantenendo stabile la temperatura del pianeta. La quantità di gas serra presenti in atmosfera è ampiamente aumentata a causa delle attività umane legate all'industrializzazione: produzione e consumo di energia, trasporto, trattamento dei rifiuti e smaltimento sono solo alcune delle attività che comportano la generazione di emissioni di gas serra, aumentandone la quantità presente in atmosfera con un conseguente incremento delle temperature. A questo scopo, l'Unione Europea si è posta l'obiettivo di ridurre le emissioni di gas ad effetto serra del 55% entro il 2030, in modo da raggiungere la neutralità climatica entro il 2050. Le aziende sono tenute a contribuire al perseguimento di questi obiettivi, monitorando e rendicontando i propri impatti sull'ambiente.

### CHE COSA POSSIAMO FARE NOI?

Le aziende hanno il compito di contribuire a contrastare questo fenomeno e possono farlo lavorando per ridurre l'impatto sull'ambiente delle proprie attività, generando una quantità minore di emissioni.

Le soluzioni da implementare sono diverse:



Efficientare i propri consumi energetici, riducendo l'energia consumata e le conseguenti emissioni prodotte



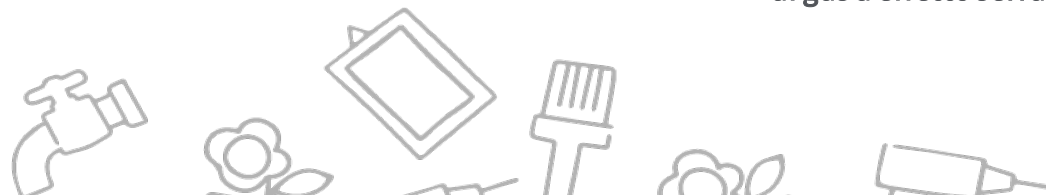
Aumentare l'utilizzo di energia proveniente da fonti rinnovabili, riducendo così drasticamente la produzione di gas a effetto serra



Implementare processi di economia circolare, che permettano di riutilizzare le risorse ed evitino di produrne di nuove



Ridurre i rifiuti generati e aumentare la quantità di quelli che vengono recuperati, riutilizzati o riciclati



\*Gas serra: anidride carbonica, metano, ossido nitroso, ozono e clorofluorocarburi.





## Efficientiamo i consumi per ridurre le emissioni

# Monitoriamo e riduciamo le nostre emissioni di gas ad effetto serra

Il consumo di energia, come anche il trattamento dei rifiuti, sono attività che generano emissioni di gas ad effetto serra, contribuendo così ad aumentarne la quantità in atmosfera e alimentare il fenomeno del riscaldamento globale. Queste emissioni vengono generate lungo tutta la catena del valore ed è quindi importante per le aziende monitorare e calcolare dove e come queste vengono generate, al fine di implementare azioni migliorative che permettano di ridurle.

In Bricocenter monitoriamo le emissioni seguendo le indicazioni del GHG Protocol, un framework riconosciuto a livello globale che guida le aziende nella misurazione delle emissioni di gas a effetto serra lungo tutta la catena del valore.

### Monitoriamo le seguenti tipologie di emissioni:

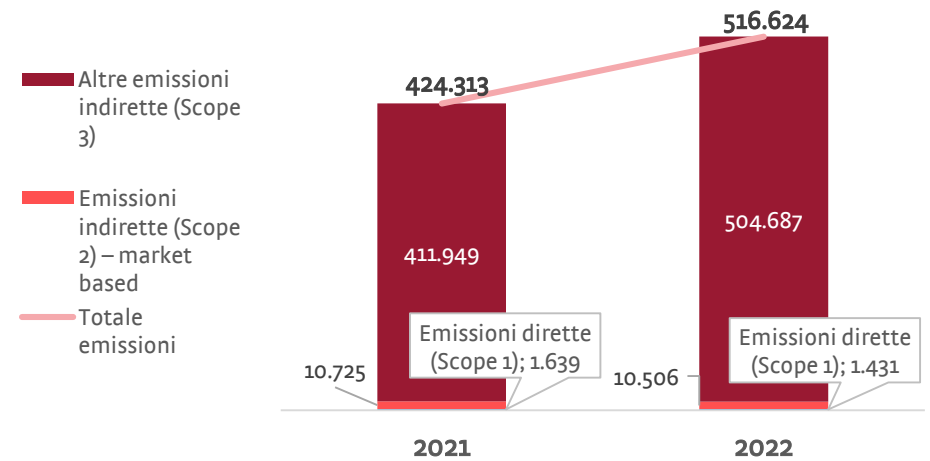
**Scope 1:** le emissioni direttamente generate dalle nostre attività, ovvero quelle legate al gas naturale utilizzato per il riscaldamento e ai gas refrigeranti dei condizionatori

**Scope 2:** le emissioni indirette generate dall'energia che acquistiamo e consumiamo, come l'energia elettrica da fonti non rinnovabili

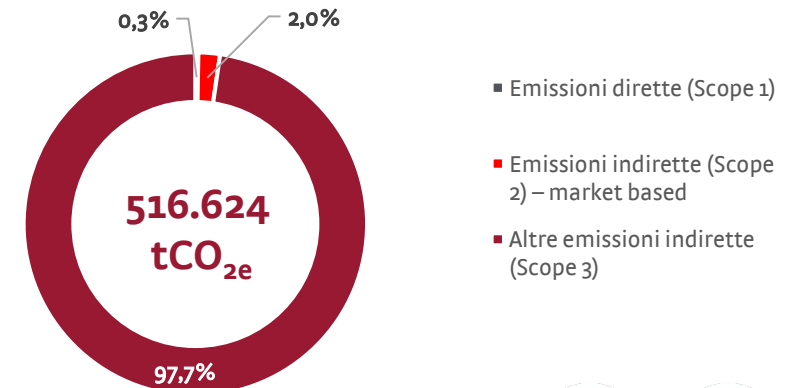
**Scope 3:** le emissioni indirette generate lungo la catena del valore, a monte e a valle, che possono derivare dalla produzione dei beni acquistati, dallo smaltimento dei rifiuti generati e dai trasporti per la distribuzione dei prodotti.

Per un'azienda come la nostra che si trova alla fine della catena del valore, la maggior parte delle emissioni sono emissioni indirette Scope 3: monitorarle significa per noi prendere coscienza di quali sono le attività più impattanti al di fuori della nostra impresa e allargare la nostra responsabilità oltre i confini aziendali. Nel 2021 abbiamo quindi iniziato a rendicontare le nostre emissioni Scope 3 (sulle quali stiamo lavorando fin dal 2020), la categoria per noi più significativa che equivale a circa il **98% delle nostre emissioni totali**.

### Emissioni Scope 1-2-3 (tCO<sub>2e</sub>)

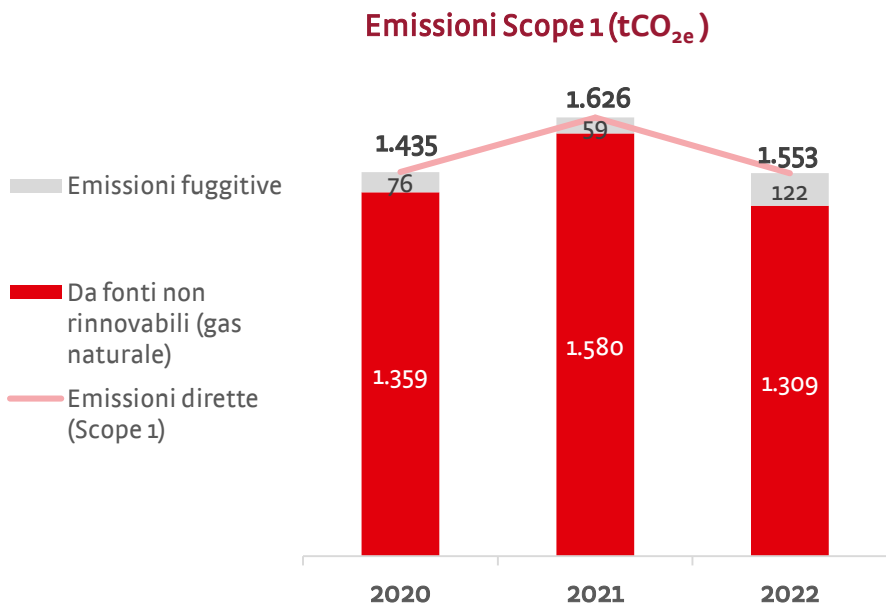


### Emissioni scope 1-2-3 nel 2022



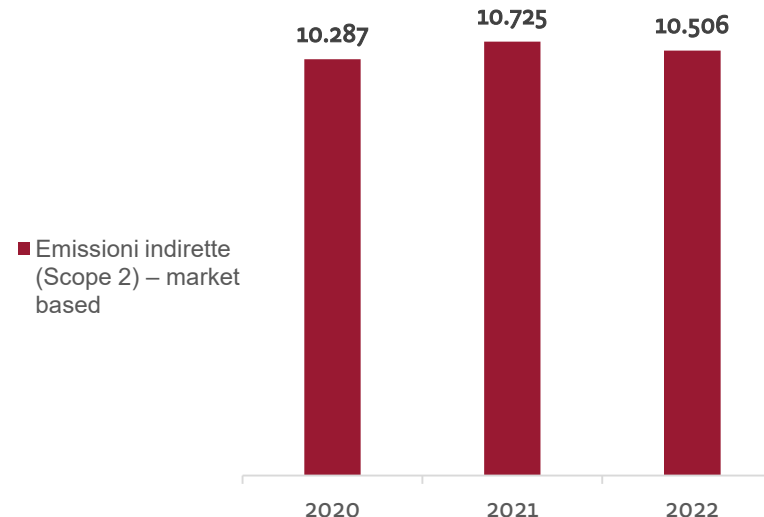


## Le nostre emissioni di CO<sub>2</sub> Scope 1 e 2

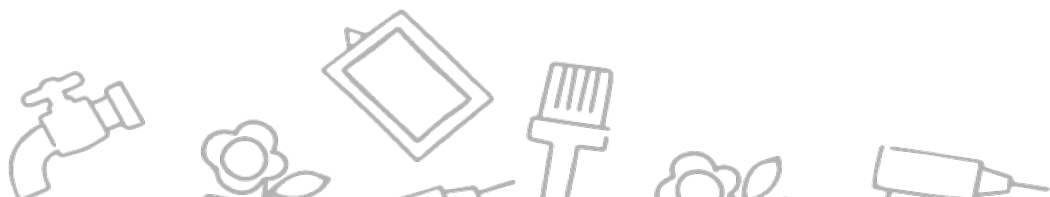


Le nostre emissioni **Scope 1** sono legate per il **92%** al consumo di **gas naturale** per il riscaldamento e per la restante parte sono dovute alle emissioni fuggitive dei gas refrigeranti utilizzati nei condizionatori. Le **emissioni dirette** sono complessivamente diminuite del **13%** nel 2022 rispetto all'anno precedente, in quanto è stata animata la politica energetica che ha comportato una riduzione del consumo di gas in quanto sono state applicate le attività in essa definite.

**Emissioni Scope 2 – market based (tCO<sub>2e</sub>)**



Le emissioni **Scope 2** sono dovute all'energia elettrica proveniente da fonti non rinnovabili che acquistiamo e che utilizziamo in negozio, nei depositi e in sede. Anche in questo caso, le emissioni Scope 2 - market based del 2022 sono diminuite del **2%** rispetto al 2021, grazie alla politica energetica diffusa a tutti i negozi e applicata dai nostri Collaboratori. Utilizzando invece la metodologia location based, le emissioni risultano in diminuzione dell'8%. Inoltre, nel 2022 abbiamo prodotto un maggior quantitativo di energia dai pannelli fotovoltaici, senza quindi generare un impatto sulle emissioni.





Efficientiamo i consumi per ridurre le emissioni - Monitoriamo e riduciamo le nostre emissioni di gas ad effetto serra

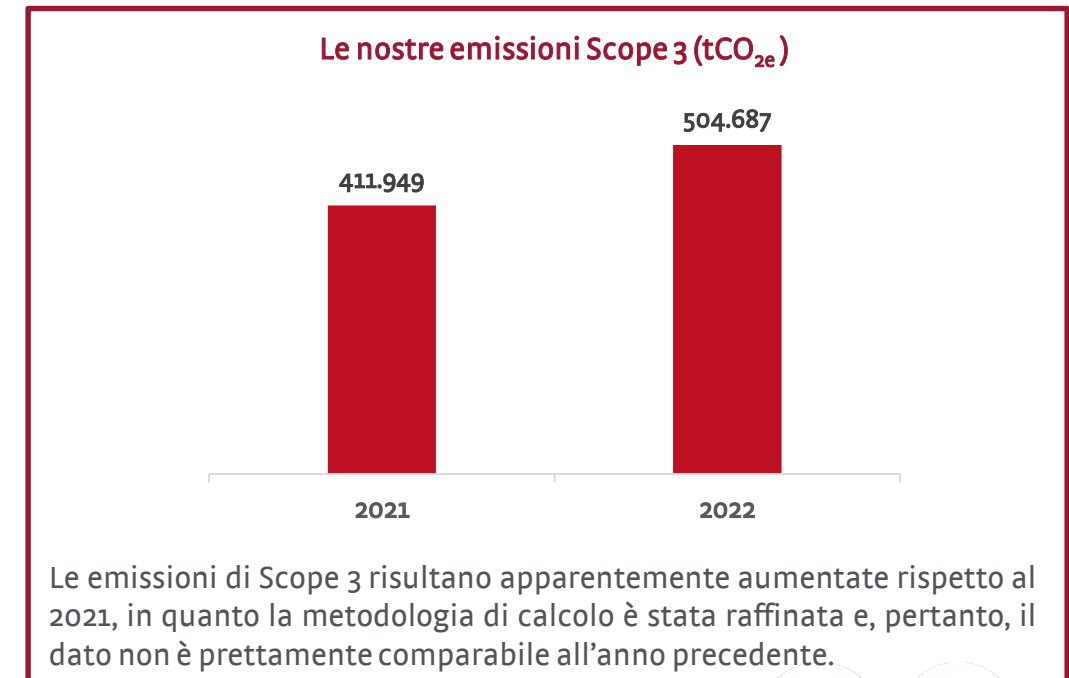
## Le nostre emissioni di CO<sub>2</sub> Scope 3

Le emissioni di Scope 3 sono principalmente legate alle attività a monte e a valle della nostra catena del valore. Secondo il GHG Protocol esistono quindici categorie di Scope 3 che è possibile rendicontare e che possono essere monitorate in base alla natura dell'azienda e alle sue caratteristiche. Di queste, ad oggi, in Bricocenter abbiamo individuato 9 categorie per noi significative secondo le quali abbiamo categorizzato le emissioni.

### Le nostre categorie di emissioni di Scope 3



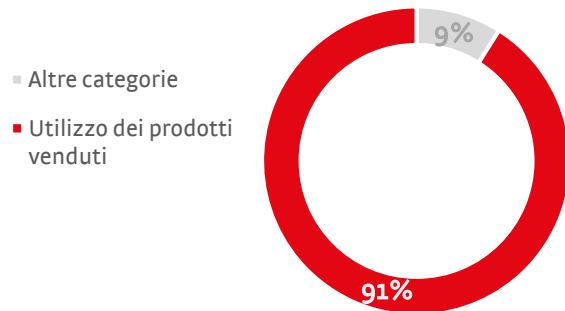
Tra le 9 categorie individuate e rendicontate, solo 4 risultano avere un impatto rilevante: l'utilizzo dei prodotti venduti, che rappresenta il 91% di tutte le emissioni scope 3 e comprende le emissioni legate a tutto il ciclo di vita dei prodotti, le emissioni legate ai trasporti a monte e a valle (7%) e le emissioni legate ai beni e servizi acquistati (2%) diversi dai prodotti da noi venduti, come l'acquisto di carta, scaffalature e assicurazioni.



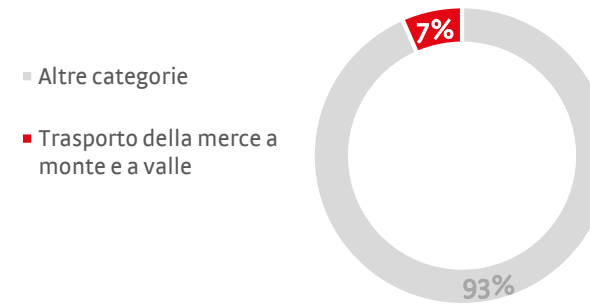


## Le nostre emissioni di CO<sub>2</sub> Scope 3

Peso delle emissioni "Utilizzo dei prodotti venduti" nelle emissioni Scope 3



Peso delle emissioni legate al trasporto e distribuzione della merce nelle emissioni Scope 3



### FOCUS SCOPE 3 – PRODOTTI

La categoria di Scope 3 per noi più significativa è quella legata all'**utilizzo dei prodotti venduti**. Le emissioni considerate in questa categoria non si riferiscono solamente a quelle generate in fase di utilizzo da parte del consumatore, ma comprendono quelle generate lungo tutto il ciclo di vita dei prodotti, dalla loro produzione fino allo smaltimento. Poniamo particolare attenzione nel monitoraggio delle emissioni di questa categoria, in quanto essa comprende il **91% delle nostre emissioni Scope 3 (460.490 tCO<sub>2e</sub>)**. Pertanto, nel 2022 abbiamo affinato la metodologia di calcolo: nel 2021 abbiamo stimato le nostre emissioni basandoci sui cinque reparti con i prodotti maggiormente venduti, mentre nel 2022 abbiamo indagato su quali fossero le **categorie merceologiche con un maggiore impatto in termini di emissioni**, ed è su questi ultimi prodotti che abbiamo stimato le emissioni relative a tutto il loro ciclo di vita. Vogliamo impegnarci per affinare continuamente le metodologie di calcolo in quanto riteniamo sia fondamentale per riuscire a comprendere i reali impatti delle attività e poter agire con azioni mirate ed efficaci per poterli ridurre.\*

### FOCUS SCOPE 3 – TRASPORTI

Ai trasporti della merce sono legate le emissioni di due categorie:

- **Trasporto e distribuzione a monte**, che comprende il trasporto delle merci dai Fornitori verso il nostro deposito, ed equivale all'**1%** del totale delle nostre emissioni Scope 3
- **Trasporto e distribuzione a valle**, che comprende i trasporti delle nostre merci dal deposito ai negozi o verso casa dei Clienti e lo spostamento dei Clienti\*\*, ed equivale al **6%**

La nostra merce viene spedita per circa il **20% direttamente dai Fornitori ai nostri negozi**, mentre la restante parte viene trasportata tramite dei container che vengono **spediti via mare e poi via treno o via gomma arrivano presso il nostro deposito di Rivalta**, in provincia di Alessandria. Dal deposito la merce viene spedita ai negozi via gomma o con trasporto su rotaia e, dai negozi, può essere ulteriormente consegnata a casa dei nostri clienti tramite furgoni da noi noleggiati o con il supporto di partner esterni, oppure essere ritirata direttamente dai clienti che si recano fisicamente nei negozi.

\*Per mitigare l'impatto dei nostri prodotti lavoriamo per offrire ai Clienti prodotti con un minor impatto ambientale – si veda Capitolo 3 - Le nostre Scelte Responsabili

\*\*Lo spostamento dei Clienti è stato calcolato effettuando una stima dei km percorsi dagli stessi.

Per dettagli sulle metodologie di calcolo si rimanda alla [Nota Metodologica](#) e agli [Indicatori GRI](#).



## Riduciamo gli impatti della logistica

Considerando il settore in cui operiamo, i trasporti e la distribuzione della merce sono causa di una **rilevante parte dei nostri impatti sull'ambiente**. Pertanto, monitorare ed efficientare la logistica è per noi un'azione prioritaria. Nel corso degli anni abbiamo adottato una serie di iniziative per ottimizzare le operazioni logistiche e ridurre l'impatto sull'ambiente e sulle persone, lavorando sia sui mezzi utilizzati, che sui supporti impiegati per trasportare la merce:



**Implementazione del sistema di pianificazione Cross Docking:** i Fornitori preparano tutti gli ordini per i vari negozi e poi li consegnano con un unico trasportatore al deposito di Rivalta dove vengono raggruppati e distribuiti per negozio in modo da effettuare una consegna unica per negozio



**Apertura del deposito regionale a Catania** al fine di ridurre i volumi di trasporto della merce da Rivalta alla Sicilia e rispondere più prontamente alle esigenze dei Clienti tramite una consegna più veloce



**Aumento della quota di trasporto su rotaia rispetto al trasporto su gomma**, che ci ha permesso di ridurre le emissioni connesse alla movimentazione delle merci dal deposito ai negozi del 9%.



**Utilizzo di contenitori riutilizzabili di differenti dimensioni** che consentono per questo motivo una maggiore saturazione dei mezzi e quindi un minor impatto ambientale. Tali supporti, a differenza dei bancali di legno, **sono riutilizzabili** e dotati di rotelle che facilitano le operazioni di carico e di scarico dei mezzi e le rendono più sicure



**Aumento della dimensione dei bancali in legno** che non è stato possibile sostituire con supporti riutilizzabili, al fine di garantire una maggiore sicurezza agli operatori nelle fasi di movimentazione, con conseguente riduzione del rischio di infortuni, e salvaguardare maggiormente l'integrità del prodotto





## 6.3 Gestiamo responsabilmente i rifiuti

I rifiuti che generiamo nei nostri negozi, nelle due sedi aziendali e nel deposito di Rivalta sono principalmente composti da:

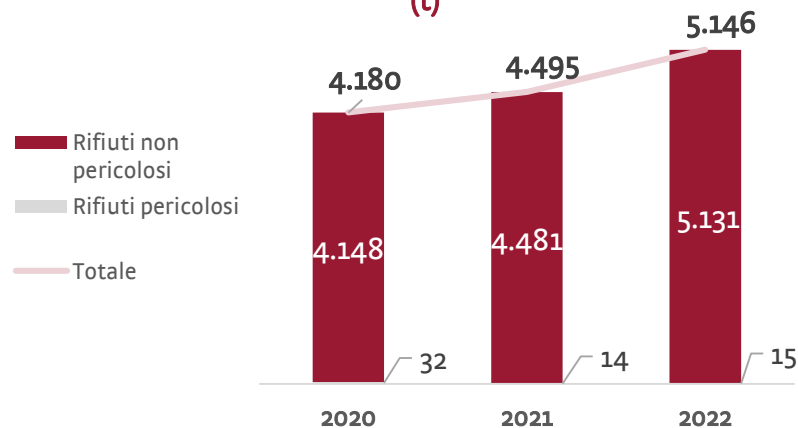
- **Imballaggi** di diversi materiali prodotti dal disimballaggio della merce;
- **Rifiuto secco residuo** derivante dall'area break;
- **Altre tipologie di rifiuti occasionali** (RAEE, metalli, macerie) derivanti dal danneggiamento dei prodotti, o dalla sostituzione degli arredi.

Nel 2022 abbiamo generato circa **5.100 tonnellate di rifiuti**, di cui il **99,7% è classificabile come non pericoloso** e solo lo 0,3% come pericoloso. Questi ultimi rifiuti vengono gestiti tramite attrezzature anti-sversamento che consentono di maneggiare i rifiuti senza contaminare l'ambiente. Il totale dei rifiuti generati nei negozi, sedi e deposito di Rivalta è aumentato del 14%\* rispetto al 2021, a fronte di un incremento della merce acquistata che ha comportato un aumento dei rifiuti generati nel deposito.

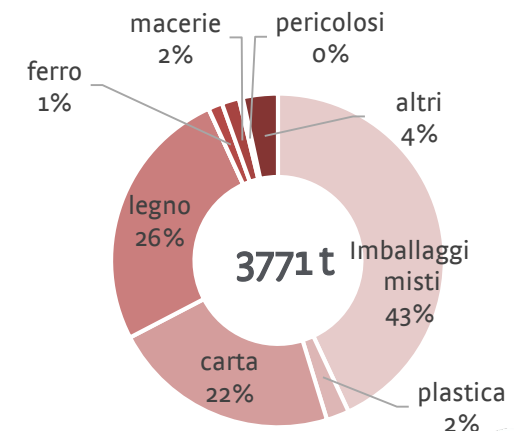
Nel 2022 abbiamo lavorato sulla **gestione dei rifiuti prodotti in negozio**, in quanto, essendo gestiti direttamente da noi, **rappresentano un'area sulla quale possiamo implementare effettive ed efficaci azioni di miglioramento**. Abbiamo sensibilizzato i collaboratori a una **corretta gestione dei rifiuti**, che ha portato a selezionare con maggiore attenzione ciò che può essere recuperato e riutilizzato, ciò che può essere differenziato e ciò che invece deve essere smaltito. Grazie alla sensibilizzazione effettuata, **abbiamo diminuito i rifiuti prodotti nei negozi del 17% rispetto al 2021**.

Tra i rifiuti prodotti in negozio, riusciamo a differenziare il **57%**. Il restante 43% è composto da **imballaggi misti** che risultano più difficilmente differenziabili in quanto composti da più materiali.

Rifiuti prodotti nei negozi, nelle sedi e nel deposito (t)



Totale rifiuti generati nei negozi nel 2022 per tipologia



\*I rifiuti generati nel deposito di Rivalta e nelle sedi (pari a 1375 t) non sono gestiti direttamente da noi. Pertanto, il dato è stato stimato.





Gestiamo responsabilmente i rifiuti

## Riduciamo gli impatti legati alla gestione dei rifiuti

Per supportare al meglio i nostri collaboratori nella gestione dei rifiuti generati e nella compilazione dei relativi documenti, ci avvaliamo di un **consulente esterno** specializzato in materia. I nostri collaboratori possono, infatti, **contattare la società di consulenza** tramite una linea dedicata, nel caso in cui necessitino di supporto circa una problematica specifica connessa alla gestione dei rifiuti.

Il nostro obiettivo primario relativo a questo ambito è quello di **aumentare progressivamente la differenziazione degli imballaggi misti**. Su questo lavoriamo con impegno da anni, al fine di ridurre la percentuale di imballaggi misti che non vengono direttamente differenziati da noi; tali rifiuti non differenziati, infatti, vengono conferiti ai nostri fornitori che provvedono ad effettuarne il recupero. I risultati delle nostre azioni sono tangibili: **se circa 5 anni fa la percentuale di imballaggi misti non differenziati era pari al 90%, oggi questa è inferiore al 45% e, nel 2022, siamo riusciti a differenziare il 6% in più di imballaggi misti rispetto al 2021.**

**ECOLIGHT**  
EFFICIENZA E PROFESSIONALITÀ PER L'AMBIENTE

Presso i nostri negozi collaboriamo con il **Consorzio Ecolight** non solo per la gestione dei rifiuti speciali, ma anche per offrire la possibilità ai nostri Clienti di depositare i propri **RAEE**, ovvero i rifiuti costituiti da apparecchiature elettriche ed elettroniche. Nelle aree esterne dei nostri negozi sono infatti presenti dei cassonetti intelligenti, all'interno dei quali i RAEE di piccole e grandi dimensioni possono essere conferiti. La procedura da seguire è molto semplice, in quanto ai nostri Clienti viene richiesto solamente di autenticarsi inserendo la propria tessera sanitaria nei cassonetti intelligenti, selezionare la tipologia di RAEE da conferire e, a quel punto, effettuare il conferimento.

Tale iniziativa ci consente di raccogliere e successivamente inviare a trattamento rifiuti come elettrodomestici, batterie e piccoli dispositivi elettronici, che se gestiti in modo scorretto, possono avere degli impatti negativi sull'ambiente, a causa delle sostanze che li compongono.

**FOCUS**

### Sensibilizzare i collaboratori nella gestione dei rifiuti: un programma di formazione

Nel 2022 abbiamo realizzato una **piattaforma di formazione**, aperta a tutti, destinata in particolar modo ai responsabili dei processi di gestione del negozio, i quali hanno il compito di occuparsi anche della gestione dei rifiuti di produzione. La formazione è fruibile online ed è composta da **pillole specifiche sotto forma di brevi video** che illustrano le corrette prassi e modalità di gestione dei rifiuti prodotti dalla nostra azienda.

Questa nuova modalità di formazione permette alle figure preposte di **apprendere tutte le informazioni utili a gestire correttamente i rifiuti in modo semplice e fruibile**, grazie alla possibilità di **consultare le pillole formative in ogni momento e in modo mirato in base all'informazione ricercata.**

# Nota Metodologica





## Nota metodologica

Il Bilancio di Sostenibilità di Bricocenter Italia, di cui la presente rappresenta la prima edizione, è il principale strumento di rendicontazione e di condivisione con tutti gli stakeholder delle attività con impatti su ambiente, persone ed economia svolte durante l'anno di rendicontazione e riporta gli impegni e obiettivi individuati dall'Azienda.

Tale documento, redatto in forma volontaria, è conforme ai Global Reporting Initiative Standards (GRI Standards), lo strumento di rendicontazione di sostenibilità più riconosciuto e diffuso a livello internazionale. La rendicontazione ha seguito l'approccio *"in accordance with"*, in linea con l'ultima edizione delle linee guida pubblicata nel 2021, e segue i principi di equilibrio, comparabilità, accuratezza, tempestività, chiarezza e affidabilità.

In particolare, nel bilancio sono rendicontati dati e informazioni con riferimento ai GRI Standards indicati nella tabella GRI Content Index, nel quale, per ciascun tema materiale, è indicato il paragrafo del documento in cui è possibile trovare disclosure circa la relativa informativa.

Il contenuto e la qualità della rendicontazione riflettono il principio di materialità, secondo il quale i temi rendicontati sono quelli che, come esito del processo di analisi di materialità – descritto nel secondo capitolo *"We make it positive"* – sono risultati maggiormente rilevanti e in grado di riflettere gli impatti generati dall'attività di Bricocenter Italia.

Il Bilancio di Sostenibilità è redatto con riferimento al periodo che intercorre tra il 1° gennaio e il 31 dicembre 2022 e, al fine di fornire disclosure sull'andamento della performance dell'Azienda in un orizzonte temporale più ampio, presenta un confronto con i dati relativi agli esercizi 2021 e 2020, laddove possibile. Inoltre, il suo perimetro di rendicontazione corrisponde con quello del bilancio di esercizio della società nell'anno fiscale chiuso a dicembre 2022. In aggiunta, al fine di fornire una rappresentazione più aggiornata, delle ultime iniziative realizzate dall'azienda per raggiungere i propri obiettivi di sostenibilità, sono stati riportati, qualora necessario, alcuni dati e informazioni con riferimento ai primi mesi del 2023. Per fornire una rappresentazione puntuale delle performance aziendali, si è ricorso solo in alcuni casi, debitamente segnalati, a stime, privilegiando l'inclusione di indicatori quali-quantitativi direttamente rilevabili e misurabili.

Il presente documento è stato redatto con l'assistenza tecnico-metodologica di KPMG Advisory S.p.A..

Il Bilancio di Sostenibilità è stato sottoposto ad approvazione da parte del Comitato di Direzione di Bricocenter Italia in data 27 ottobre 2023.

Per maggiori dettagli su obiettivi, indicatori e risultati raggiunti o per commenti al presente documento è possibile inviare una richiesta a: [sviluppo.sostenibile@bricocenter.it](mailto:sviluppo.sostenibile@bricocenter.it)



# Lista dei temi materiali



## Temi materiali

<b>COLLABORATORI</b>	<b>Diritti dei dipendenti e pari opportunità</b>	Il mondo del lavoro è spesso soggetto a barriere all'entrata, fisiche o educative, che possono comportare una violazione dei diritti delle persone. Sviluppare un modello lavorativo che garantisca pari opportunità e accessibilità al lavoro, permette di ridurre il rischio di una violazione dei diritti delle persone, garantendo quindi la valorizzazione del singolo, delle sue competenze e unicità, nonché la creazione di un ambiente di lavoro sano e orientato all'inclusività e al rispetto delle esigenze di tutti (ad es. nazionalità, religione, ecc.), in cui ci si possa sentire accettati e compresi, con impatti positivi sulla soddisfazione e sullo sviluppo personale e professionale.
	<b>Welfare</b>	L'attenzione al dipendente e alle sue necessità, lo sviluppo di iniziative diversificate e di welfare garantiscono un impatto positivo sulla soddisfazione del collaboratore e nell'ambiente di lavoro in generale, accrescendo il senso di appartenenza all'azienda.
	<b>Salute e sicurezza</b>	La movimentazione di merci, l'organizzazione dei magazzini e degli store, la presenza di numerosi prodotti sugli scaffali, anche pesanti, possono comportare incidenti per i dipendenti, se non è presente un idoneo sistema di gestione della sicurezza o attività di sensibilizzazione e condivisione di buone norme tra il personale per ridurre al minimo i rischi.
	<b>Formazione</b>	Ci impegniamo a formare i nostri Collaboratori a 360°, non solo attraverso iniziative di formazione professionale per accrescere le competenze sul posto di lavoro, ma anche attraverso contenuti formativi di attualità e per la crescita personale. Questo permette di generare un impatto positivo sullo sviluppo professionale e personale dei collaboratori, aumentando il loro grado di soddisfazione in azienda.
	<b>Attrazione e sviluppo dei talenti</b>	Sviluppiamo iniziative ed attività che permettano di attrarre nuovi talenti, creando posti di lavoro in linea con le nuove esigenze del mercato e ascoltando le necessità dei nostri collaboratori, al fine di garantire a tutti una crescita all'interno dell'azienda, dando loro la possibilità di sviluppare competenze personali e professionali, generando così impatti positivi sulla loro soddisfazione.
<b>PARTNER</b>	<b>Partner locali</b>	Le collaborazioni con artigiani locali sono per noi fondamentali per garantire un livello di servizio di qualità e sempre più vicino al cliente e al territorio in cui operiamo.
	<b>Catena di fornitura responsabile</b>	Ci impegniamo a garantire il rispetto dei nostri principi e valori lungo tutta la catena di fornitura attraverso un'accurata selezione e valutazione dei partner, anche su criteri ambientali e sociali, al fine di contribuire alla generazione di impatti positivi nella catena del valore e mitigare possibili violazioni dei diritti umani.



## Temi materiali

ATTIVITÀ	Decarbonizzazione ed efficientamento energetico	Ci impegniamo a ridurre gli impatti ambientali derivanti dalle nostre attività dirette e indirette. Monitoriamo i consumi ed efficientiamo i nostri negozi e depositi ed i nostri trasporti per ridurre gli sprechi e le nostre emissioni di CO <sub>2</sub> . Indirettamente agiamo lavorando insieme ai nostri fornitori e clienti per mitigare gli impatti ambientali dei prodotti e dei servizi lungo tutta la nostra catena del valore, con impatti positivi per l'ambiente.
	Impatti della logistica	In un settore come quello del retail, i numerosi trasporti, da e verso i fornitori, e da e verso i clienti, hanno un impatto rilevante sull'ambiente. L'ottimizzazione dei trasporti, attraverso lo sviluppo di un sistema maggiormente efficiente e meno impattante è una nostra priorità al fine di ridurre i costi economici e gli impatti ambientali.
	Innovazione e digitalizzazione	La digitalizzazione dei processi aziendali garantisce una maggiore efficienza operativa.
	Gestione dei rifiuti	Una corretta gestione dei rifiuti, unita ad attività di raccolta differenziata e sensibilizzazione dei dipendenti, permette di mitigare gli impatti negativi sull'ambiente.
CLIENTI E ABITANTI	Economia circolare	Ci impegniamo a sviluppare nuovi modelli di business per il noleggio, il riuso e il ricondizionamento dei prodotti, nonché per rafforzare il mercato di seconda mano e per favorire la donazione dei prodotti. Lavoriamo inoltre per garantire una sempre maggiore riparabilità dei nostri prodotti e per progettare il nostro packaging in un'ottica di economia circolare.
	Prodotti a maggior risparmio energetico e minor impatto ambientale	Stiamo lavorando per ampliare la nostra offerta di prodotti responsabili, in grado di garantire un maggior risparmio energetico per i consumatori e la generazione di energia rinnovabile, con l'obiettivo ultimo di ridurre l'impatto sull'ambiente.
	Sensibilizzazione dei Clienti	I consumatori pongono sempre maggiore attenzione alla sostenibilità dei prodotti e vorrebbero incrementare i propri acquisti sostenibili. In quest'ottica, ci impegniamo a informare ed educare i clienti al consumo responsabile e sostenibile.
COMUNITÀ	Iniziativa a supporto della Comunità	Un business affidabile e resiliente permette di incrementare continuamente la generazione di valore socialmente orientato, attraverso lo sviluppo di iniziative a supporto della comunità locale, e con l'obiettivo di contribuire alla creazione di un impatto positivo per tutte le persone che abitano il territorio.



# Indicatori di performance GRI



## Indicatori di performance ambientale

GRI 302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione (GJ)				
Consumi energetici	2020	2021	2022	Delta 2022 vs 2021
<b>Consumi energetici diretti</b>	<b>20.848</b>	<b>24.779</b>	<b>22.974</b>	<b>-9%</b>
Da fonti non rinnovabili	20.848	24.564	22.974	-10%
Gas naturale	20.848	24.564	22.517	-10%
Energia solare autoprodotta	0	214	457	113%
<i>di cui autoconsumata</i>	nd	214	406	89%
<i>di cui ceduta in rete</i>	nd	nd	50	-
<b>Consumi energetici indiretti</b>	<b>89.696</b>	<b>93.509</b>	<b>91.612</b>	<b>-2%</b>
Da fonti non rinnovabili	89.241	93.035	91.138	-2%
Da fonti rinnovabili	455	474	474	0%
<b>Consumi energetici totali</b>	<b>110.544</b>	<b>118.288</b>	<b>114.586</b>	<b>-3%</b>

GRI 302-3 Intensità energetica**				
Consumi energetici	2020	2021	2022	Delta 2022 vs 2021
Consumo totale di energia (GJ)	110.544	118.288	114.586	-3%
Ricavi (k€)	278.935	303.205	308.698	2%
<b>Intensità energetica</b>	<b>0,40</b>	<b>0,39</b>	<b>0,37</b>	<b>-5%</b>

GRI 308-1 Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali				
Fornitori	2020	2021	2022	Delta 2022 vs 2021
Nuovi fornitori valutati attraverso criteri ambientali	nd	nd	152	-
Fornitori Totali	nd	nd	492	-
<b>Nuovi fornitori valutati attraverso criteri ambientali (%)</b>	<b>nd</b>	<b>nd</b>	<b>31%</b>	<b>-</b>

\*I dati relativi al consumo di energia autoprodotta si riferiscono ai pannelli fotovoltaici utilizzati nel negozio di Viareggio, per i quali il dettaglio relativo all'energia autoconsumata e ceduta in rete è presente dal 2022. I consumi energetici indiretti provenienti da fonti rinnovabili si riferiscono all'energia prodotta dai pannelli fotovoltaici presenti nel nostro deposito di Rivalta, parte di un polo logistico non di nostra proprietà. Tali consumi sono stati stimati effettuando una proporzione tra l'energia totale prodotta per tutto il polo logistico e la superficie in metriquadri da noi occupata.

\*\*L'intensità energetica è stata calcolata rapportando il consumo totale di energia in GJ alla cifra d'affari al netto delle imposte in migliaia di euro.

## Indicatori di performance ambientale

GRI 305: Emissioni (t CO2 e)				
Emissioni di CO <sub>2</sub> e dirette e indirette*	2020	2021	2022	Delta 2022 vs 2021
<b>Emissioni dirette (Scope 1)</b>	<b>1.435</b>	<b>1.639</b>	<b>1.431</b>	<b>-13%</b>
Da fonti non rinnovabili (gas naturale)	1.359	1.580	1.309	-17%
Emissioni fuggitive	76	59	122	107%
<b>Emissioni indirette (Scope 2) – market based</b>	<b>10.287</b>	<b>10.725</b>	<b>10.506</b>	<b>-2%</b>
<b>Emissioni indirette (Scope 2) – location based</b>	<b>10.022</b>	<b>10.005</b>	<b>9.213</b>	<b>-8%</b>
<b>Altre emissioni indirette (Scope 3)</b>	<b>nd</b>	<b>411.949</b>	<b>504.687</b>	<b>23%</b>
Cat. 1 - Beni acquistati e servizi	nd	27.768	4.201	-85%
Cat. 2 - Beni strumentali	nd	557	349	-37%
Cat. 3 - Attività legate ai combustibili e all'energia	nd	nd	2.699	-
Cat. 4 - Trasporto e distribuzione a monte	nd	6.025	5.442	-10%
Cat. 5 - Rifiuti generati durante le operazioni	nd	1.819	1.944	7%
Cat. 6 - Viaggi di lavoro	nd	872	400	-54%
Cat.7 - Commuting dei dipendenti	nd	1.383	1.507	9%
Cat. 9 - Trasporto e distribuzione a valle	nd	29.369	27.655	-6%
Cat.11 - Utilizzo dei prodotti venduti	nd	344.156	460.490	34%
<b>Totale Market-based</b>	<b>11.722</b>	<b>424.313</b>	<b>516.624</b>	<b>22%</b>
<b>Totale Location-based</b>	<b>11.457</b>	<b>423.593</b>	<b>515.331</b>	<b>22%</b>

\*Il calcolo delle emissioni Scope 1, 2 e 3 è stato eseguito in linea con quanto definito dal framework internazionale GHG Protocol. I fattori di emissione utilizzati provengono da:

- Scope 1: ADEME e Cerema per il consumo di gas, IPCC AR5 e IPCC AR6 per i gas refrigeranti
- Scope 2: ADEME e IEA 2022
- Scope 3: ADEME, Defra, LCA ADEO

Per alcune categorie di Scope 3 si è ricorso all'uso di stime, come per il calcolo degli spostamenti dei clienti (incluso nella Cat.9 - Trasporto e distribuzione a valle).



## Indicatori di performance ambientale

GRI 305-4 Intensità emissiva (tCO <sub>2e</sub> /k€)				
Consumi energetici	2020	2021	2022	Delta 2022 vs 2021
Scope 1	1.435	1.567	1.431	-9%
Scope 2 – market based	10.287	10.725	10.506	-2%
Ricavi (k€)	278.935	303.205	308.698	2%
<b>Intensità emissiva</b>	<b>0,042</b>	<b>0,041</b>	<b>0,039</b>	<b>-5%</b>
Scope 3	Nd	415.151	505.881	22%
Ricavi (k€)	278.935	303.205	308.698	2%
<b>Intensità emissiva</b>	<b>Nd</b>	<b>1,37</b>	<b>1,64</b>	<b>20%</b>

GRI 306-3: Rifiuti prodotti (t)*				
Rifiuti prodotti	2020	2021	2022	Delta 2022 vs 2021
Rifiuti pericolosi	32	15	14	-7%
Rifiuti non pericolosi	4.148	4.701	5.131	9%
Carta e cartone	943	967	1.163	20%
Plastica	85	117	140	20%
Legno	982	1.299	1.250	-4%
Rifiuti misti di costruzione e demolizione	49	64	55	-14%
Metalli (incluse le loro leghe)	54	52	66	27%
Rifiuti misti da imballaggi	1.965	2.074	2.282	10%
Rifiuti elettronici RAEE	70	128	175	37%
<b>Totale rifiuti prodotti</b>	<b>4.180</b>	<b>4.716</b>	<b>5.145</b>	<b>9%</b>

\*I dati riportati nella presente tabella si riferiscono all'intero perimetro del presente Bilancio. I rifiuti generati nelle sedi e nel deposito non sono gestiti direttamente da noi, pertanto parte dei dati è stata stimata. Monitoriamo direttamente i rifiuti generati nei negozi che equivalgono rispettivamente a: 2020 = 4.179 t; 2021 = 4.527 t; 2022 = 3.771 t



## Indicatori di performance ambientale

GRI 306-4: Rifiuti non destinati allo smaltimento*				
Rifiuti destinati al recupero presso terzi	2020	2021	2022	Delta 2022 vs 2021
Rifiuti non pericolosi	4147,91	4511,88	3756,96	-17%
Plastica	85	115	83	-28%
Carta	943	1.030	834	-19%
Legno	982	998	973	-2%
Ferro	54	66	52	-21%
Macerie	49	55	64	16%
Imballaggi misti	1.965	2.074	1.623	-22%
Altri rifiuti non pericolosi	70	175	128	-27%
<b>Totale rifiuti prodotti destinati a recupero</b>	<b>4.148</b>	<b>4.512</b>	<b>3.757</b>	<b>-17%</b>

GRI 306-5: Rifiuti destinati allo smaltimento*				
Rifiuti destinati allo smaltimento	2020	2021	2022	Delta 2022 vs 2021
Rifiuti pericolosi	32	15	14	-7%
<b>Totale rifiuti prodotti destinati allo smaltimento</b>	<b>32</b>	<b>15</b>	<b>14</b>	<b>-7%</b>

\*La quantità di rifiuti riportata per i presenti indicatori non ricopre la quantità totale di rifiuti prodotti, ma solo quelli legati ai negozi. Inoltre, non è possibile recuperare il dato che definisce la modalità di recupero e smaltimento per ogni tipologia di rifiuti.

## Indicatori di performance sociale

GRI 2-7 Dipendenti												
Dipendenti per tipologia di impiego	2020			2021			2022			Delta 2022 vs 2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Totale	716	687	1.403	772	733	1.505	751	732	1.483	-3%	0%	-1%
Dipendenti a tempo pieno	474	237	711	489	238	727	493	232	725	1%	-3%	0%
Dipendenti part-time	242	450	692	283	495	778	258	500	758	-9%	1%	-3%

GRI 2-7 Dipendenti*												
Dipendenti per tipologia di contratto e genere	2020			2021			2022			Delta 2022 vs 2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Totale	716	687	1.403	772	733	1.505	751	732	1.483	-3%	0%	-1%
Dipendenti a tempo indeterminato	619	616	1.235	659	644	1.303	678	660	1.338	3%	2%	3%
Dipendenti a tempo determinato	97	71	168	113	89	202	73	72	145	-35%	-19%	-28%

GRI 2-7 Dipendenti*																												
Dipendenti per tipologia di contratto ed età	2020							2021							2022							Delta 2022 vs 2021						
	<25	25-34	35-44	45-54	55-64	>64	Totale	<25	25-34	35-44	45-54	55-64	>64	Totale	<25	25-34	35-44	45-54	55-64	>64	Totale	<25	25-34	35-44	45-54	55-64	>64	Totale
Totale	94	292	496	403	116	2	1.403	115	348	483	429	127	3	1.505	102	324	446	458	151	2	1.483	-13%	-7%	-8%	6%	16%	-50%	-1%
Dipendenti a tempo indeterminato	34	218	471	395	115	2	1.235	41	252	461	419	127	3	1.303	42	265	429	450	150	2	1.338	2%	5%	-7%	7%	15%	-50%	3%
Dipendenti a tempo determinato	60	74	25	8	1	0	168	74	96	22	10	0	0	202	60	59	17	8	1	0	145	-23%	-63%	-29%	-25%	100%	-	-39%

\*Nel nostro organico non sono presenti collaboratori ad orario non garantito



## Indicatori di performance sociale

### GRI 2-8: Lavoratori non dipendenti

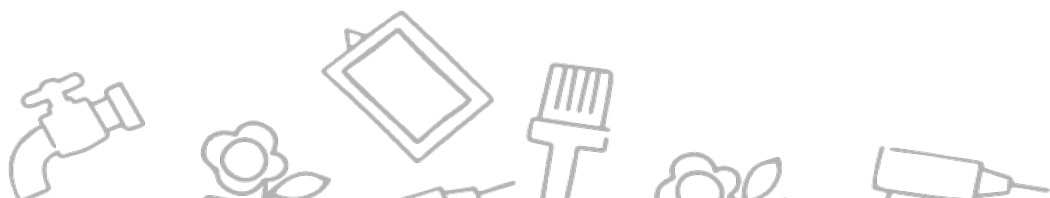
Lavoratori non dipendenti	2020			2021			2022			Delta 2022 vs 2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Totale	36	21	57	26	24	50	24	25	49	-8%	4%	-2%
Stagisti	24	18	42	21	23	44	21	21	42	0%	-9%	-5%
Interinali	12	3	15	5	1	6	3	4	7	-40%	300%	17%

### GRI 2-26 Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni

Segnalazioni ricevute dal meccanismo di whistleblowing	2020	2021	2022	Delta 2022 vs 2021
Numero totale di segnalazioni ricevute attraverso il meccanismo di whistleblowing	15	4	2	-50%
<i>di cui è stato confermato un episodio di comportamento non etico o illegale, o un problema di integrità organizzativa</i>	1	0	0	-

### GRI 2-30 Contratti collettivi

Dipendenti inquadrati in contratti collettivi	2020			2021			2022			Delta 2022 vs 2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dipendenti inquadrati in contratti collettivi	716	687	1.403	772	733	1.505	751	732	1.483	-3%	0%	-1%
Totale dipendenti	716	687	1.403	772	733	1.505	751	732	1.483	-3%	0%	-1%
Percentuale di dipendenti inquadrati in contratti collettivi	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	0%	0%	0%



## Indicatori di performance sociale

GRI 401-1: Nuove assunzioni e turnover												
Numero totale di nuove assunzioni	2020			2021			2022			Delta 2022 vs 2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Totale	231	152	383	199	163	362	185	142	327	-7%	-13%	-10%
Età inferiore ai 30 anni	141	94	235	133	108	241	123	83	206	-8%	-23%	-15%
Età compresa tra 30 e 50 anni	85	56	141	64	54	118	58	55	113	-9%	2%	-4%
Età superiore a 50 anni	5	2	7	2	1	3	4	4	8	100%	300%	167%

GRI 401-1: Nuove assunzioni e turnover*												
Tasso di assunzione dei dipendenti*	2020			2021			2022			Delta 2022 vs 2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Bricocenter Italia	nd	nd	nd	28%	24%	26%	24%	19%	22%	-14%	-18%	-16%

GRI 401-1: Nuove assunzioni e turnover												
Dipendenti che hanno lasciato l'azienda	2020			2021			2022			Delta 2022 vs 2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Totale	193	138	331	144	117	261	206	143	349	43%	22%	34%
Età inferiore ai 30 anni	114	68	182	85	57	142	113	72	185	33%	26%	30%
Età compresa tra 30 e 50 anni	71	58	129	48	51	99	84	63	147	75%	24%	48%
Età superiore a 50 anni	8	12	20	11	9	20	9	8	17	-18%	-11%	-15%

GRI 401-1: Nuove assunzioni e turnover**												
Turnover dei dipendenti**	2020			2021			2022			Delta 2022 vs 2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Bricocenter Italia	Nd	nd	nd	20%	17%	19%	27%	20%	23%	33%	15%	25%

\* Il tasso di assunzione dei dipendenti è calcolato come il rapporto tra il personale assunto nell'anno di riferimento e il personale presente nell'anno precedente.

\*\* Il turnover dei dipendenti è calcolato come il rapporto tra il personale cessato nell'anno di riferimento e il personale presente nell'anno precedente.

## Indicatori di performance sociale

GRI 403-9: Infortuni sul lavoro*										
Infortuni professionali registrabili (n) – Dipendenti	2020			2021			2022			Delta 2022 vs 2021
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	
Sul lavoro	19	14	33	22	11	33	19	10	29	-12%
In itinere	1	2	3	2	5	7	11	2	13	86%
<b>Totale</b>	<b>20</b>	<b>16</b>	<b>36</b>	<b>24</b>	<b>16</b>	<b>40</b>	<b>30</b>	<b>12</b>	<b>42</b>	<b>5%</b>
Infortuni con gravi conseguenze (esclusi i decessi)	1	0	1	0	0	0	0	0	0	-
Ore lavorate (h)	1.095.463	844.135	1.939.598	1.255.085	974.721	2.229.805	1.199.015	966.365	2.165.380	-3%
Tasso di infortuni sul lavoro **	17,34	16,59	17,01	17,53	11,29	14,80	15,85	10,35	13,39	-10%
Tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (ad esclusione dei decessi)	0,91	-	0,52	-	-	-	-	-	-	-

GRI 404-1: Ore medie di formazione annua per dipendente***				
Ore di formazione	2020	2021	2022	Delta 2022 vs 2021
Totale ore di formazione erogate	10.261	23.491	21.797	-7%
Ore medie per dipendente	7,3	15,6	14,7	-6%

\*Gli infortuni dei lavoratori non dipendenti non vengono monitorati.

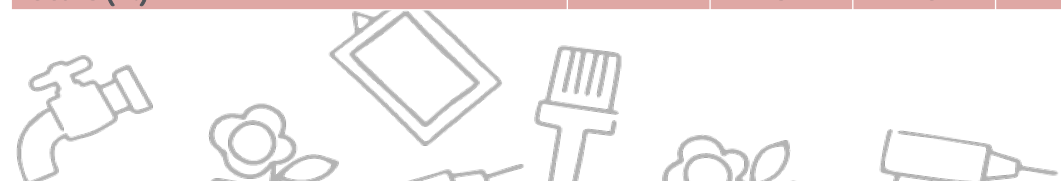
\*\*Il tasso di infortuni sul lavoro registrabili è stato calcolato con la seguente formula: (numero di infortuni sul lavoro registrabili/numero di ore lavorate) x 1.000.000, in conformità con le linee guida offerte dai GRI Standards. Le ore lavorate considerate per il calcolo includono esclusivamente quelle dei lavoratori dipendenti. Il tasso di decessi a seguito di infortuni è pari a zero per tutto il triennio.

\*\*\*Le ore di formazione erogate non vengono ad oggi rendicontate per categoria di dipendenti, pertanto è possibile rendicontare solamente le ore medie di formazione per totale dei dipendenti.

## Indicatori di performance sociale

GRI 404-3 Percentuale di dipendenti che ricevono periodicamente valutazioni delle loro performance e dello sviluppo professionale												
Numero totale di dipendenti che ricevono una valutazione delle performance e dello sviluppo personale per genere e categoria	2020			2021			2022			Delta 2022 vs 2021		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	9	0	9	8	1	9	10	2	12	25%	100%	33%
Quadri	38	23	61	49	28	77	53	26	79	8%	-7%	3%
Impiegati	655	658	1313	695	696	1391	680	696	1376	-2%	0%	-1%
<b>Totale (n.)</b>	<b>702</b>	<b>681</b>	<b>1383</b>	<b>752</b>	<b>725</b>	<b>1477</b>	<b>743</b>	<b>724</b>	<b>1467</b>	<b>-1%</b>	<b>0%</b>	<b>-1%</b>
Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione delle performance e dello sviluppo personale per genere e categoria	2020			2021			2022			Delta 2022 vs 2021		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	100%	-	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	0%	0%	0%
Quadri	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	0%	0%	0%
Impiegati	98%	99%	98%	97%	99%	98%	99%	99%	99%	2%	0%	1%
<b>Totale (n.)</b>	<b>98%</b>	<b>99%</b>	<b>99%</b>	<b>97%</b>	<b>99%</b>	<b>98%</b>	<b>99%</b>	<b>99%</b>	<b>99%</b>	<b>2%</b>	<b>0%</b>	<b>1%</b>

GRI 404-3 Percentuale di dipendenti che ricevono periodicamente valutazioni delle loro performance e dello sviluppo professionale												
Totale dipendenti che hanno ricevuto una promozione, per genere e categoria	2020			2021			2022			Delta 2022 vs 2021		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	0	0	0	0	1	1	1	1	2	-	0%	100%
Quadri	5	1	6	10	5	15	6	0	6	-40%	-100%	-60%
Impiegati	7	7	14	10	3	13	13	9	22	30%	200%	69%
<b>Totale (n.)</b>	<b>12</b>	<b>8</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>9</b>	<b>29</b>	<b>20</b>	<b>10</b>	<b>30</b>	<b>0%</b>	<b>11%</b>	<b>3%</b>

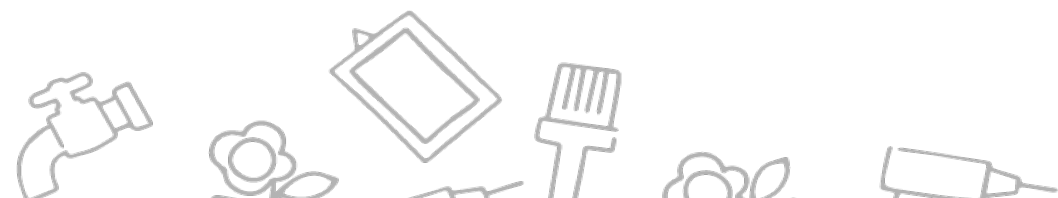


## Indicatori di performance sociale

GRI 405-1: Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti												
Dipendenti per categoria e per genere	2020			2021			2022			Delta 2022 vs 2021		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	9	0	9	8	1	9	10	2	12	25%	100%	33%
Quadri	38	23	61	49	28	77	53	26	79	8%	-7%	3%
Impiegati	669	664	1333	715	704	1419	688	704	1392	-4%	0%	-2%
<b>Totale (n.)</b>	<b>716</b>	<b>687</b>	<b>1403</b>	<b>772</b>	<b>733</b>	<b>1505</b>	<b>751</b>	<b>732</b>	<b>1483</b>	<b>-3%</b>	<b>0%</b>	<b>-1%</b>

GRI 405-1: Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti																												
Dipendenti per tipologia di contratto ed età	2020							2021							2022							Delta 2022 vs 2021						
	<25	25-34	35-44	45-54	55-64	>64	Totale	<25	25-34	35-44	45-54	55-64	>64	Totale	<25	25-34	35-44	45-54	55-64	>64	Totale	<25	25-34	35-44	45-54	55-64	>64	Totale
<b>Totale</b>	94	292	496	403	116	2	1.403	115	348	483	429	127	3	1.505	102	324	446	458	151	2	1.483	-13%	-7%	-8%	6%	16%	-50%	-1%
Dirigenti	0	0	0	4	5	0	9	0	0	0	5	4	0	9	0	0	3	3	6	0	12	-	-	100%	-67%	33%	-	25%
Quadri	0	3	16	32	9	1	61	0	5	24	37	10	1	77	0	5	23	40	11	0	79	-	0%	-4%	8%	9%	-	3%
Impiegati	94	289	480	367	102	1	1.333	115	343	459	387	113	2	1.419	102	319	420	415	134	2	1.392	-13%	-8%	-9%	7%	16%	0%	-2%

GRI 405-1: Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti												
Dipendenti con disabilità	2020			2021			2022			Delta 2022 vs 2021		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dipendenti con disabilità	42	27	69	45	26	71	44	31	75	-2%	19%	6%
Altre categorie protette/appartenenti ad altri gruppi di minoranze	0	2	2	0	2	2	0	3	3	-	50%	50%
<b>Totale (n.)</b>	<b>42</b>	<b>29</b>	<b>71</b>	<b>45</b>	<b>28</b>	<b>73</b>	<b>44</b>	<b>34</b>	<b>78</b>	<b>-2%</b>	<b>21%</b>	<b>7%</b>



## Indicatori di performance sociale

GRI 405-1: Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti									
Membri degli organi direttivi	2020			2021			2022		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
<30	0	0	0	0	0	0	0	0	0
tra 30 e 50	0	0	0	0	0	0	0	0	0
➤ 50	4	0	4	4	0	4	4	0	4
<b>Totale</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>4</b>
<b>Percentuale</b>	<b>100%</b>	<b>0%</b>		<b>100%</b>	<b>0%</b>		<b>100%</b>	<b>0%</b>	

GRI 405-2 Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini*				
Rapporto di salario medio tra uomini e donne	2020	2021	2022	Delta 2022 vs 2021
Quadri	92%	94%	95%	2%
Impiegati	96%	96%	96%	-1%
<b>Media</b>	<b>94%</b>	<b>85%</b>	<b>87%</b>	<b>2%</b>

GRI 405-2 Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini**				
Rapporto della retribuzione media (salario + bonus) tra uomini e donne	2020	2021	2022	Delta 2022 vs 2021
Quadri	95%	88%	97%	10%
Impiegati	95%	94%	93%	-2%
<b>Media</b>	<b>95%</b>	<b>82%</b>	<b>87%</b>	<b>7%</b>

\*Il dato è stato calcolato considerando la media della retribuzione lorda annua dei dipendenti.

Nel 2020 il rapporto tra retribuzione media «donna e uomo dirigenti» è zero in quanto non erano presenti donne dirigenti.

\*\*Il dato è stato calcolato considerando la media della retribuzione lorda annua dei dipendenti, più i bonus una tantum erogati, il premio progresso e gli MBO. Nel 2020 il rapporto tra retribuzione media donna e uomo dirigenti è zero in quanto non erano presenti donne dirigenti.



## Indicatori di performance sociale

### GRI 414-1 Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri sociali

Fornitori	2020	2021	2022	Delta 2022 vs 2021
Nuovi fornitori valutati attraverso criteri sociali	nd	nd	157	-
Fornitori totali	nd	nd	492	-
Nuovi fornitori valutati attraverso criteri sociali (%)	-	-	32%	-

### GRI 416-2 Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi

Episodi di non conformità	2020	2021	2022	Delta 2022 vs 2021
Episodi di non conformità alle normative che hanno comportato una multa o una penalità	nd	nd	0	-
Episodi di non conformità a regolamenti che hanno comportato un richiamo	nd	nd	0	-
Episodi di non conformità a codici volontari	nd	Nd	0	-
<b>Totale</b>	-	-	0	-

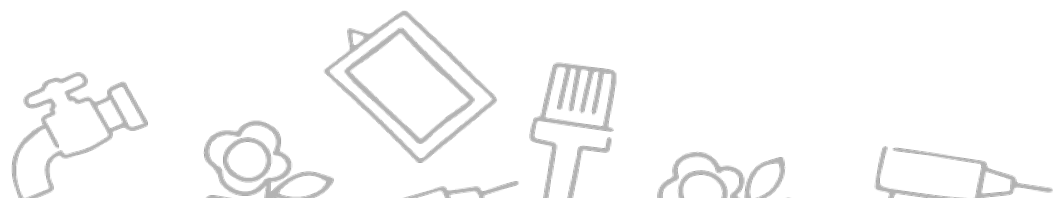
### GRI 417-2 Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi

Episodi di non conformità	2020	2021	2022	Delta 2022 vs 2021
Con le normative che comportino un'ammenda o una sanzione	nd	nd	0	-
Con le normative che comportino un avviso	nd	nd	0	-
Con i codici di autoregolamentazione	Nd	nd	0	-
<b>Totale</b>	-	-	0	-



## Indicatori di performance economica

GRI 201-1: Valore economico direttamente generato e distribuito				
Valore economico (euro)	2020	2021	2022	Delta 2022 vs 2021
Valore economico direttamente generato	278.945.363 €	303.218.623 €	309.034.577 €	2%
Costi operativi	210.357.360 €	227.693.050 €	240.593.417 €	6%
Salari e benefit dei dipendenti	56.734.559 €	61.858.170 €	58.079.047 €	-6%
Pagamenti ai fornitori di capitale	22.880 €	1.672 €	810.001 €	48345%
Pagamenti alla pubblica amministrazione	2.996.070 €	3.137.619 €	2.246.138 €	-28%
Investimenti nella comunità	- €	- €	- €	-
<b>Valore economico distribuito</b>	<b>270.110.869 €</b>	<b>292.690.511 €</b>	<b>301.728.603 €</b>	<b>3%</b>
<b>Valore economico trattenuto</b>	<b>8.834.494 €</b>	<b>10.528.112 €</b>	<b>7.305.974 €</b>	<b>-31%</b>



# GRI Content Index



## GRI Content Index

Il Bilancio di Sostenibilità di Bricocenter Italia è redatto in conformità ai GRI Standards 2021: *in accordance with*. La tabella seguente riporta le informazioni relative all'azienda, sulla base dei GRI Standards 2021, pubblicati dal Global Reporting Initiative, in versione aggiornata, in merito all'analisi di materialità di Bricocenter Italia per gli esercizi 2020, 2021 e 2022.

Dichiarazione di uso	Bricocenter Italia rendiconta "in accordance with GRI Standards" per il periodo dal 1° gennaio 2022 al 31 dicembre 2022
GRI 1 utilizzato	GRI 1: Foundation 2021
GRI Sector Standard applicabili	N/A: i GRI Sector Standards per i settori di attività di Bricocenter Italia non sono ancora stati pubblicati

GRI Standard	Informativa	Paragrafo	Note/Omissione
<b>INFORMATIVE GENERALI</b>			
<b>GRI 2: General Disclosure 2021</b>			
2-1	Dettagli organizzativi	1.1 Chi siamo - La nostra storia - La nostra missione - Il nostro modello di business - Dove siamo - Siamo parte del Gruppo ADEO	
2-2	Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	Nota metodologica	
2-3	Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	Nota metodologica	



## GRI Content Index

<i>GRI Standard</i>	<i>Informativa</i>	<i>Paragrafo</i>	<i>Note/Omissione</i>
<i>INFORMATIVE GENERALI</i>			
<i>GRI 2: General Disclosure 2021</i>			
2-4	Revisione delle informazioni		Non applicabile in quanto è il primo Bilancio di Sostenibilità pubblicato da Bricocenter.
2-5	Assurance esterna		Il presente Bilancio non è stato sottoposto ad assurance esterna.
2-6	Attività, catena del valore e altri rapporti di business	<p>1.1 Chi siamo</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La nostra storia</li> <li>- Il nostro modello di business</li> <li>- La nostra offerta: i prodotti</li> </ul> <p>5.1 Collaborare per una filiera più sostenibile</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- I nostri fornitori</li> </ul> <p>5.2 Assicurare vicinanza al territorio</p>	
2-7	Dipendenti	<p>4.1 Cresciamo insieme</p> <p>Indicatori di performance GRI</p>	
2-8	Lavoratori non dipendenti	Indicatori di performance GRI	



# GRI Content Index

<i>GRI Standard</i>	<i>Informativa</i>	<i>Paragrafo</i>	<i>Note/Omissione</i>
<i>INFORMATIVE GENERALI</i>			
<i>GRI 2: General Disclosure 2021</i>			
2-9	<i>Struttura e composizione della governance</i>	<p>1.2 <i>Il nostro modello di Governance</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Struttura organizzativa</i></li> </ul> <p><i>Indicatori di performance GRI</i></p>	
2-10	<i>Nomina e selezione del massimo organo di governo</i>	<p>1.2 <i>Il nostro modello di governance</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Struttura organizzativa</i></li> </ul>	
2-11	<i>Presidente del massimo organo di governo</i>	<p>1.2 <i>Il nostro modello di governance</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Struttura organizzativa</i></li> </ul>	<i>Il Presidente del Consiglio di Amministrazione non ricopre la carica di alto dirigente di Bricocenter.</i>
2-12	<i>Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti</i>	<p>1.2 <i>Il nostro modello di governance</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Struttura organizzativa</i></li> <li>- <i>Il Comitato di Direzione</i></li> </ul> <p>2.1. <i>Insieme per essere sostenibili</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Le nostre priorità di sostenibilità</i></li> </ul>	
2-13	<i>Delega di responsabilità per la gestione di impatti</i>	<p>2.1. <i>Insieme per essere sostenibili</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>La nostra strategia per un impatto positivo</i></li> </ul>	
2-14	<i>Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>La nostra strategia per un impatto positivo</i></li> <li>- <i>Le nostre priorità di sostenibilità</i></li> </ul> <p><i>Nota Metodologica</i></p>	



# GRI Content Index

<i>GRI Standard</i>	<i>Informativa</i>	<i>Paragrafo</i>	<i>Note/Omissione</i>
<i>INFORMATIVE GENERALI</i>			
<i>GRI 2: General Disclosure 2021</i>			
2-15	<i>Conflitti di interesse</i>	1.2 Il nostro modello di governance - I nostri strumenti di governance	
2-16	<i>Comunicazione delle criticità</i>	1.2 Il nostro modello di governance - I nostri strumenti di governance 4.4 Creiamo un ambiente inclusivo per tutti - Ci impegniamo a garantire pari opportunità	
2-17	<i>Conoscenze collettive del massimo organo di governo</i>		<i>Nel 2022 non è stata erogata formazione per accrescere le conoscenze collettive del massimo organo di governo circa lo sviluppo sostenibile. L'Azienda si impegna nei prossimi anni a sviluppare dei momenti di formazione su queste tematiche.</i>
2-18	<i>Valutazione delle performance del massimo organo di governo</i>		<i>Non è prevista una valutazione delle performance a livello collegiale, ma ogni membro del CdA, ad eccezione del Presidente, è sottoposto a valutazione delle performance individuali, in quanto collaboratore dell'Azienda.</i>
2-19	<i>Norme riguardanti le remunerazioni</i>		<i>Al momento non è disponibile un documento riguardante le norme sulla remunerazione.</i>
2-20	<i>Procedura di determinazione della retribuzione</i>		<i>Al momento non è prevista una procedura riguardante le norme sulla remunerazione.</i>



# GRI Content Index

<i>GRI Standard</i>	<i>Informativa</i>	<i>Paragrafo</i>	<i>Note/Omissione</i>
<i>INFORMATIVE GENERALI</i>			
<i>GRI 2: General Disclosure 2021</i>			
2-21	<i>Rapporto di retribuzione totale annuale</i>		<i>L'Azienda è attenta alla tutela della riservatezza dei dati dei propri dipendenti.  Pertanto, non essendo previsti obblighi di legge, decide di non fornire i dati richiesti.</i>
2-22	<i>Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile</i>	<i>Lettera agli stakeholder</i>	
2-23	<i>Impegno in termini di policy</i>	<i>5.1 Collaborare per una filiera più sostenibile - Condividere gli stessi valori</i>	
2-24	<i>Integrazione degli impegni in termini di policy</i>	<i>1.2 Il nostro modello di governance - Il Comitato di Direzione  2.1 Insieme per essere sostenibili - La nostra strategia per un impatto positivo  3.1 Offriamo prodotti responsabili 3.4 Contribuiamo allo sviluppo delle Comunità  4. Fare squadra con i nostri Collaboratori 5.1 Collaborare per una filiera più sostenibile 6.1 Efficientiamo i consumi per ridurre le emissioni 6.2 Gestiamo responsabilmente i rifiuti</i>	





## GRI Content Index

<i>GRI Standard</i>	<i>Informativa</i>	<i>Paragrafo</i>	<i>Note/Omissione</i>
<i>INFORMATIVE GENERALI</i>			
<i>GRI 2: General Disclosure 2021</i>			
2-25	<i>Processi volti a rimediare impatti negativi</i>	<p><i>1.2 Il nostro modello di governance</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>I nostri strumenti di governance</i></li> </ul> <p><i>2.1 Insieme per essere sostenibili</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>La nostra strategia per un impatto positivo</i></li> </ul> <p><i>3.1 Offriamo prodotti responsabili</i></p> <p><i>4.2 Garantiamo luoghi di lavoro sicuri</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Come gestiamo la salute e sicurezza dei nostri Collaboratori</i></li> </ul> <p><i>6.1 Efficientiamo i consumi per ridurre le emissioni</i></p> <p><i>6.2 Gestiamo responsabilmente i rifiuti</i></p>	<i>Attualmente non sono disponibili le informazioni richieste dalle lettere d. ed e. dell'indicatore. L'Azienda si impegna a sviluppare dei processi di coinvolgimento degli stakeholder nel funzionamento dei sistemi di reclamo.</i>
2-26	<i>Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni</i>	<p><i>1.2 Il nostro modello di governance</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>I nostri strumenti di governance</i></li> </ul> <p><i>Indicatori di performance GRI</i></p>	
2-27	<i>Conformità a leggi e regolamenti</i>		<i>Nel 2022 non sono stati rilevati casi di non conformità a leggi e regolamenti.</i>
2-28	<i>Appartenenza ad associazioni</i>		<i>Attualmente l'azienda non fa parte di associazioni specifiche sul tema della sostenibilità, pertanto l'indicatore non è applicabile alla sua realtà.</i>



# GRI Content Index

<i>GRI Standard</i>	<i>Informativa</i>	<i>Paragrafo</i>	<i>Note/Omissione</i>
<b>INFORMATIVE GENERALI</b>			
<b>GRI 2: General Disclosure 2021</b>			
2-29	<i>Approccio al coinvolgimento degli stakeholder</i>	<i>2.2 I nostri stakeholder</i>	
2-30	<i>Contratti collettivi</i>	<i>Indicatori di performance GRI</i>	
<b>TEMI MATERIALI</b>			
<b>GRI 3: Temi materiali 2021</b>			
3-1	<i>Processo di determinazione dei temi materiali</i>	<i>2.1 Insieme per essere sostenibili</i> <i>- Le nostre priorità di sostenibilità</i>	
3-2	<i>Elenco di temi materiali</i>	<i>2.1 Insieme per essere sostenibili</i> <i>- Le nostre priorità di sostenibilità</i>  <i>Lista dei temi materiali</i>	
<b>Economia circolare</b>			
<b>GRI 3: Temi materiali 2021</b>			
3-3	<i>Gestione dei temi materiali</i>	<i>2.1 Insieme per essere sostenibili</i> <i>- Le nostre priorità di sostenibilità</i>  <i>3.2 Promuoviamo l'economia circolare</i>  <i>- Il servizio di noleggio</i>  <i>- Il servizio di riparabilità</i>	



## GRI Content Index

GRI Standard	Informativa	Paragrafo	Note/Omissione
<b>Prodotti a maggior risparmio energetico e minor impatto ambientale</b>			

### GRI 3: Temi materiali 2021

3-3	Gestione dei temi materiali	<p>2.1 Insieme per essere sostenibili</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le nostre priorità di sostenibilità</li> </ul> <p>3.1 Offriamo prodotti responsabili</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le nostre Scelte Responsabili</li> </ul>	
-----	-----------------------------	---	--

### GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti 2016

416-1	Valutazione degli impatti sulla salute e la sicurezza di categorie di prodotti e servizi	<p>3.1 Offriamo prodotti responsabili</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le nostre Scelte Responsabili</li> </ul>	
416-2	Episodi di non conformità relativamente agli impatti su salute e sicurezza di prodotti e servizi		Nel corso del 2022 non si sono verificati episodi di non conformità relativamente agli impatti su salute e sicurezza di prodotti e servizi; per il 2021 e 2020 il dato non è disponibile.

### Sensibilizzazione dei Clienti

#### GRI 3: Temi materiali 2021

3-3	Gestione dei temi materiali	<p>2.1 Insieme per essere sostenibili</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le nostre priorità di sostenibilità</li> </ul> <p>3.1 Offriamo prodotti responsabili</p>	
-----	-----------------------------	---	--



## GRI Content Index

<i>GRI Standard</i>	<i>Informativa</i>	<i>Paragrafo</i>	<i>Note/Omissione</i>
<b><i>Catena di fornitura responsabile</i></b>			
<b><i>GRI 3: Temi materiali 2021</i></b>			
3-3	<i>Gestione dei temi materiali</i>	<p><i>2.1 Insieme per essere sostenibili</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Le nostre priorità di sostenibilità</i></li> </ul> <p><i>3.1 Offriamo prodotti responsabili</i></p> <p><i>5. Fare rete con i nostri partner</i></p> <p><i>5.1 Collaborare per una filiera più sostenibile</i></p>	
<b><i>GRI 308: Valutazione ambientale dei fornitori 2016</i></b>			
308-1	<i>Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali</i>	<p><i>5.1 Collaborare per una filiera più sostenibile</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Il processo di selezione e valutazione</i></li> </ul> <p><i>Indicatori di performance GRI</i></p>	
<b><i>GRI 414: Valutazione sociale dei fornitori 2016</i></b>			
414-1	<i>Nuovi fornitori che sono stati sottoposti a valutazione attraverso l'utilizzo di criteri sociali</i>	<p><i>5.1 Collaborare per una filiera più sostenibile</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Il processo di selezione e valutazione</i></li> </ul> <p><i>Indicatori di performance GRI</i></p>	
<b><i>Fornitori locali</i></b>			
<b><i>GRI 3: Temi materiali 2021</i></b>			
3-3	<i>Gestione dei temi materiali</i>	<p><i>2.1 Insieme per essere sostenibili</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Le nostre priorità di sostenibilità</i></li> </ul> <p><i>5.2 Assicurare vicinanza al territorio</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Gli artigiani locali</i></li> </ul>	



## GRI Content Index

<i>GRI Standard</i>	<i>Informativa</i>	<i>Paragrafo</i>	<i>Note/Omissione</i>
<b>Impatti della logistica</b>			
<i>GRI 3: Temi materiali 2021</i>			
3-3	<i>Gestione dei temi materiali</i>	<p>2.1 <i>Insieme per essere sostenibili</i></p> <p>- <i>Le nostre priorità di sostenibilità</i></p> <p>6.2 <i>Efficientiamo i consumi per ridurre le emissioni</i></p> <p>- <i>Monitoriamo e riduciamo le nostre emissioni di gas a effetto serra</i></p>	
<b>Attrazione e sviluppo dei talenti</b>			
<i>GRI 3: Temi materiali 2021</i>			
3-3	<i>Gestione dei temi materiali</i>	<p>2.1 <i>Insieme per essere sostenibili</i></p> <p>- <i>Le nostre priorità di sostenibilità</i></p> <p>4.1. <i>Cresciamo insieme</i></p> <p>4.3. <i>Favoriamo il benessere e il coinvolgimento</i></p>	
<i>GRI 401: Occupazione 2016</i>			
401-1	<i>Nuove assunzioni e turnover</i>	<p>4.1. <i>Cresciamo insieme</i></p> <p>- <i>Entrare a far parte della nostra realtà</i></p> <p><i>Indicatori di performance GRI</i></p>	



## GRI Content Index

<i>GRI Standard</i>	<i>Informativa</i>	<i>Paragrafo</i>	<i>Note/Omissione</i>
<b>Formazione</b>			
<i>GRI 3: Temi materiali 2021</i>			
3-3	<i>Gestione dei temi materiali</i>	<p>2.1 <i>Insieme per essere sostenibili</i></p> <p>- <i>Le nostre priorità di sostenibilità</i></p> <p>4 <i>Fare squadra con i nostri Collaboratori</i></p> <p>4.1. <i>Cresciamo insieme</i></p>	
<i>GRI 404: Formazione e istruzione 2016</i>			
404-1	<i>Numero medio di ore di formazione all'anno per dipendente</i>	<p>4.1. <i>Cresciamo insieme</i></p> <p>- <i>La formazione come leva di sviluppo</i></p> <p><i>Indicatori di performance GRI</i></p>	<i>Ad oggi non è disponibile la suddivisione delle ore di formazione per categoria professionale di dipendenti o per genere. Pertanto, è stato riportato il dato complessivo di ore medie di formazione sulla totalità dei dipendenti. L'Azienda si impegna nei prossimi anni a raccogliere le informazioni richieste.</i>
404-3	<i>Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale</i>	<p>4.1. <i>Cresciamo insieme</i></p> <p>- <i>La valutazione delle performance</i></p> <p><i>Indicatori di performance GRI</i></p>	
<b>Welfare</b>			
<i>GRI 3: Temi materiali 2021</i>			
3-3	<i>Gestione dei temi materiali</i>	<p>2.1 <i>Insieme per essere sostenibili</i></p> <p>- <i>Le nostre priorità di sostenibilità</i></p> <p>4.3 <i>Favoriamo il benessere e il coinvolgimento</i></p>	



## GRI Content Index

<i>GRI Standard</i>	<i>Informativa</i>	<i>Paragrafo</i>	<i>Note/Omissione</i>
<b>Diritti dei dipendenti e pari opportunità</b>			
<b>GRI 3: Temi materiali 2021</b>			
3-3	Gestione dei temi materiali	<p>1.2 Il nostro modello di governance</p> <p>- Struttura organizzativa</p> <p>2.1 Insieme per essere sostenibili</p> <p>- Le nostre priorità di sostenibilità</p> <p>4.1 Cresciamo insieme</p> <p>4.4 Creiamo un ambiente inclusivo per tutti</p>	
<b>GRI 405: Diversità e pari opportunità 2016</b>			
405-1	Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	<p>1.2 Il nostro modello di governance</p> <p>- Struttura organizzativa</p> <p>4.1 Cresciamo insieme</p> <p>Indicatori di performance GRI</p>	
405-2	Rapporto tra salario di base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	<p>4.4 Creiamo un ambiente inclusivo per tutti</p> <p>- Ci impegniamo per garantire pari opportunità</p> <p>Indicatori di performance GRI</p>	In Bricocenter è presente solo una dirigente donna. Pertanto, per tutelarne la privacy, l'indicatore è stato rendicontato esclusivamente per le categorie professionali Quadri e Impiegati.
<b>GRI 406: Non discriminazione 2016</b>			
406-1	Episodi di discriminazione e misure correttive adottate		Nel corso del periodo di rendicontazione non si sono verificati episodi di discriminazione.



## GRI Content Index

<i>GRI Standard</i>	<i>Informativa</i>	<i>Paragrafo</i>	<i>Note/Omissione</i>
<b>Salute e sicurezza</b>			
<b>GRI 3: Temi materiali 2021</b>			
3-3	Gestione dei temi materiali	2.1 Insieme per essere sostenibili - Le nostre priorità di sostenibilità 4.2 Garantiamo luoghi di lavoro sicuri	
<b>GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018</b>			
403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	4.2 Garantiamo luoghi di lavoro sicuri - Il Sistema di Gestione ISO 45001	
403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	4.2 Garantiamo luoghi di lavoro sicuri - Il Sistema di Gestione ISO 45001 - Come gestiamo la salute e la sicurezza dei nostri Collaboratori	
403-3	Servizi di medicina del lavoro	4.2 Garantiamo luoghi di lavoro sicuri - Il Sistema di Gestione ISO 45001	
403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	4.2 Garantiamo luoghi di lavoro sicuri - Il Sistema di Gestione ISO 45001 - Come gestiamo la salute e la sicurezza dei nostri Collaboratori	
403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	4.2 Garantiamo luoghi di lavoro sicuri - La nostra strategia Human First, Safety First - Come gestiamo la salute e la sicurezza dei nostri Collaboratori	





## GRI Content Index

<i>GRI Standard</i>	<i>Informativa</i>	<i>Paragrafo</i>	<i>Note/Omissione</i>
<b>Salute e sicurezza</b>			
<b>GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018</b>			
403-6	Promozione della salute dei lavoratori	<p>4.2 Garantiamo luoghi di lavoro sicuri</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La nostra strategia Human First, Safety First</li> <li>- Il Sistema di Gestione ISO 45001</li> <li>- Come gestiamo la salute e la sicurezza dei nostri Collaboratori</li> </ul>	
403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	<p>4.2 Garantiamo luoghi di lavoro sicuri</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La nostra strategia Human First, Safety First</li> <li>- Come gestiamo la salute e la sicurezza dei nostri Collaboratori</li> </ul>	
403-8	Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	<p>4.2 Garantiamo luoghi di lavoro sicuri</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Il Sistema di Gestione ISO 45001</li> </ul> <p>Indicatori di performance GRI</p>	
403-9	Infortuni sul lavoro	<p>4.2 Garantiamo luoghi di lavoro sicuri</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Come gestiamo la salute e la sicurezza dei nostri Collaboratori</li> </ul> <p>Indicatori di performance GRI</p>	Ad oggi, l'Azienda non rendiconta gli infortuni relativi ai lavoratori non dipendenti. Pertanto, i dati riportati si riferiscono esclusivamente ai lavoratori dipendenti. L'Azienda si impegna nei prossimi anni a raccogliere tutte le informazioni richieste.
403-10	Malattie professionali		Nel corso del periodo di rendicontazione si è verificato un solo caso di malattia professionale a carico di una donna avvenuto nel 2022.



## GRI Content Index

<i>GRI Standard</i>	<i>Informativa</i>	<i>Paragrafo</i>	<i>Note/Omissione</i>
<b><i>Iniziative a supporto della Comunità</i></b>			
<b><i>GRI 3: Temi materiali 2021</i></b>			
3-3	<i>Gestione dei temi materiali</i>	<i>2.1 Insieme per essere sostenibili</i> <i>- Le nostre priorità di sostenibilità</i> <i>2.2 I nostri stakeholder</i> <i>- Il valore economico distribuito</i> <i>3.4 Contribuiamo allo sviluppo delle Comunità</i>	
<b><i>GRI 201: Performance Economiche 2016</i></b>			
201-1	<i>Valore economico direttamente generato e distribuito</i>	<i>2.2 I nostri stakeholder</i> <i>- Il valore economico distribuito</i> <i>Indicatori di performance GRI</i>	
<b><i>Decarbonizzazione ed efficientamento energetico</i></b>			
<b><i>GRI 3: Temi materiali 2021</i></b>			
3-3	<i>Gestione dei temi materiali</i>	<i>2.1 Insieme per essere sostenibili</i> <i>- Le nostre priorità di sostenibilità</i> <i>6.1 I nostri impatti sulla catena del valore</i> <i>6.2 Efficientiamo i consumi per ridurre le emissioni</i>	
<b><i>GRI 302: Energia 2016</i></b>			
302-1	<i>Energia consumata all'interno dell'organizzazione</i>	<i>6.2 Efficientiamo i consumi per ridurre le emissioni</i> <i>- Le nostre iniziative di efficientamento energetico</i> <i>Indicatori di performance GRI</i>	



## GRI Content Index

<i>GRI Standard</i>	<i>Informativa</i>	<i>Paragrafo</i>	<i>Note/Omissione</i>
<b><i>Decarbonizzazione ed efficientamento energetico</i></b>			
<b><i>GRI 302: Energia 2016</i></b>			
<i>302-3</i>	<i>Intensità energetica</i>	<i>6.1 Efficientiamo i consumi per ridurre le emissioni</i> <i>- Le nostre iniziative di efficientamento energetico</i> <i>Indicatori di performance GRI</i>	
<b><i>GRI 305: Emissioni 2016</i></b>			
<i>305-1</i>	<i>Emissioni dirette di GHG (Scope 1)</i>	<i>6.2 Efficientiamo i consumi per ridurre le emissioni</i> <i>- Monitoriamo e riduciamo le nostre emissioni di gas ad effetto serra</i> <i>Indicatori di performance GRI</i>	
<i>305-2</i>	<i>Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)</i>	<i>6.2 Efficientiamo i consumi per ridurre le emissioni</i> <i>- Monitoriamo e riduciamo le nostre emissioni di gas ad effetto serra</i> <i>Indicatori di performance GRI</i>	
<i>305-3</i>	<i>Altre emissioni di GHG indirette (Scope 3)</i>	<i>6.1 Efficientiamo i consumi per ridurre le emissioni</i> <i>- Monitoriamo e riduciamo le nostre emissioni di gas ad effetto serra</i> <i>Indicatori di performance GRI</i>	
<i>305-4</i>	<i>Intensità delle emissioni di GHG</i>	<i>6.1 Efficientiamo i consumi per ridurre le emissioni</i> <i>- Monitoriamo e riduciamo le nostre emissioni di gas ad effetto serra</i> <i>Indicatori di performance GRI</i>	



## GRI Content Index

<i>GRI Standard</i>	<i>Informativa</i>	<i>Paragrafo</i>	<i>Note/Omissione</i>
<b>Gestione dei rifiuti</b>			
<b>GRI 3: Temi materiali 2021</b>			
3-3	Gestione dei temi materiali	<p>2.1 Insieme per essere sostenibili</p> <p>- Le nostre priorità di sostenibilità</p> <p>6.1 I nostri impatti sulla catena del valore</p> <p>6.3 Gestiamo responsabilmente i rifiuti</p>	
<b>GRI 306: Rifiuti 2020</b>			
306-1	Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi	<p>6.3 Gestiamo responsabilmente i rifiuti</p> <p>- Riduciamo gli impatti legati alla gestione dei rifiuti</p>	
306-2	Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	<p>6.3 Gestiamo responsabilmente i rifiuti</p> <p>- Riduciamo gli impatti legati alla gestione dei rifiuti</p>	
306-3	Rifiuti prodotti	<p>6.3 Gestiamo responsabilmente i rifiuti</p> <p>Indicatori di performance GRI</p>	
306-4	Rifiuti non destinati a smaltimento	<p>6.3 Gestiamo responsabilmente i rifiuti</p> <p>Indicatori di performance GRI</p>	<p>I dati rendicontati per il presente indicatore non si riferiscono alla totalità del perimetro considerato per il presente Bilancio, ma esclusivamente ai rifiuti generati nei negozi, in quanto quelli prodotti nelle sedi e nel deposito non sono gestiti dall'Azienda, pertanto il dato non è disponibile.</p> <p>Inoltre, non è disponibile il dettaglio relativo alla suddivisione per operazioni di recupero.</p>

## GRI Content Index

<i>GRI Standard</i>	<i>Informativa</i>	<i>Paragrafo</i>	<i>Note/Omissione</i>
<b>Gestione dei rifiuti</b>			
<b>GRI 306: Rifiuti 2020</b>			
306-5	Rifiuti destinati allo smaltimento	6.3 Gestiamo responsabilmente i rifiuti Indicatori di performance GRI	<i>I dati rendicontati per il presente indicatore non si riferiscono alla totalità del perimetro considerato per il presente Bilancio, ma esclusivamente ai rifiuti generati nei negozi, in quanto quelli prodotti nelle sedi e nel deposito non sono gestiti dall'Azienda, pertanto il dato non è disponibile.</i>  <i>Inoltre, non è disponibile il dettaglio relativo alla suddivisione per operazioni di smaltimento.</i>
<b>Informative rendicontate e non associate a temi materiali</b>			
<b>GRI 205: Anticorruzione 2016</b>			
205-3	Incidenti confermati di corruzione e misure adottate		<i>Nel corso del periodo di rendicontazione non si sono verificati episodi di corruzione.</i>
<b>GRI 417 Marketing ed etichettatura 2016</b>			
417-2	Episodi di non conformità concernenti l'etichettatura e informazioni su prodotti e Servizi		<i>Nel corso del 2022 non si sono verificati episodi di non conformità concernenti l'etichettatura e le informazioni su prodotti e servizi; per il 2021 e 2020 il dato non è disponibile.</i>





**BRICO** CENTER

Vicini di fare

[bricocenter.it](http://bricocenter.it)