



BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2022

We make home
a positive place to live

LEROY MERLIN

Voglia di fare casa.

Indice

Lettera agli stakeholder	4
I nostri traguardi nel 2022	6



1

La nostra casa

9

2

We make home
a positive
place to live

31

3

Vivere insieme
ai nostri Clienti
e Abitanti

49



4

Vivere insieme
ai nostri partner

79

5

Vivere le nostre
Comunità

93

6

Vivere
Leroy Merlin

109

7

Vivere il nostro
pianeta

135

Nota metodologica	154
Indicatori di performance GRI	155
Tabella con indicatori Leroy Merlin	178
GRI Content Index	193
Relazione della Società di Revisione	201

Lettera agli stakeholder

Cari lettori,
con la pubblicazione del nostro Bilancio di Sostenibilità 2022 vogliamo raccontarvi come la sostenibilità è entrata nella nostra casa e come oggi riveste un ruolo centrale della quotidianità della nostra azienda.



Per noi, sostenibilità significa promuovere un equilibrio armonioso tra le persone e il pianeta, generando e condividendo benessere. Abbiamo a cuore il territorio intorno a noi e prestiamo attenzione alle interconnessioni tra gli aspetti sociali e ambientali per poter essere un'**azienda generativa e contributiva**.

Sostenibilità da noi, in casa nostra, significa anche coinvolgimento, dialogo e ascolto delle nostre Persone, dei nostri stimati Clienti e dei nostri fidati partner grazie ai quali quest'anno abbiamo portato avanti nuove iniziative e raggiunto importanti traguardi.

Questo Bilancio di Sostenibilità rappresenta lo strumento che racconta a tutti gli stakeholder il nostro approccio alla sostenibilità, come punto di partenza per un miglioramento continuo. Siamo orgogliosi di rendicontare questo documento in linea con i GRI Standards della Global Reporting Initiative, ad oggi i più utilizzati a livello internazionale, che ci permettono di rafforzare il nostro percorso e fornire un quadro completo e accurato delle nostre performance. Le pagine successive rappresentano la testimonianza del lavoro che svolgiamo quotidianamente per definire e costruire

un futuro più sostenibile, sia dal punto di vista ambientale, attraverso i nostri **prodotti responsabili**, che dal punto di vista sociale, attraverso le attività che svolgiamo **per e con le nostre Persone e le Comunità**.

Tutto quello che abbiamo costruito fino ad oggi ci ha permesso di raggiungere importanti traguardi, dalla **collaborazione con CORIPET** per il recupero e riciclo delle bottiglie in plastica, all'introduzione dell'offerta nell'ambito dell'**efficientamento energetico**, al lancio delle nostre **"Scelte Responsabili"**, ovvero prodotti a ridotto impatto ambientale e sicuri per l'ambiente e le persone, allo sviluppo di iniziative per **favorire l'inclusività di ognuno**, come ad esempio il **progetto FormidAbili**, alla collaborazione con la piattaforma **Regusto** per promuovere la circolarità dei nostri prodotti, al sostegno alla Società Benefit (RI) **GENERIAMO**. Inoltre, da giugno 2023, siamo parte del **Global Compact Network Italia** (UNGCNI), adesione che testimonia il nostro impegno a raggiungere obiettivi sempre più sfidanti su temi della decarbonizzazione, dell'economia circolare, dell'inclusione e del coinvolgimento delle nostre Comunità.

Vogliamo rendere la casa un luogo positivo e sostenibile in cui vivere, in modo che ogni persona possa godersi la propria casa ideale.

Per tale ragione ci teniamo ad invitarvi tutti a entrare nella nostra casa, dove vi racconteremo il percorso che stiamo perseguendo con voi ogni giorno per affrontare le sfide di un presente ed un futuro sostenibile.

Buona lettura

Giannalberto Cancemi

CEO Leroy Merlin Italia



I nostri traguardi nel 2022



**€1,03
mln**

Il valore distribuito alla comunità,
più del 155% rispetto al 2021



-4%

Il tasso di infortuni sul lavoro
nel 2022 rispetto al 2021



**€54,2
mln**

Il valore del beneficio prodotto,
più del 58%
rispetto al 2021



-59%

La riduzione dell'intensità emissiva vs 2021
(emissioni Scope 1 e 2 MB / m²)



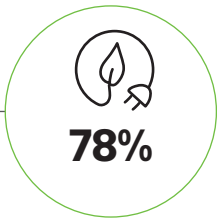
114.000

Le ore di formazione
erogate nel 2022



-31%

La riduzione del consumo
di gas naturale dal 2018



L'energia consumata proveniente da fonti rinnovabili o la cui origine è certificata



I cantieri avviati con i nostri artigiani



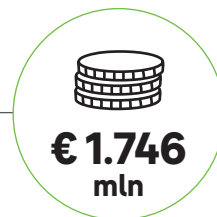
I rifiuti sottoposti ad operazioni di recupero



I Clienti serviti nel 2022



I fornitori che hanno firmato il questionario di valutazione su aspetti sociali



I ricavi delle vendite e delle prestazioni nel 2022



CAPITOLO 1

LA NOSTRA CASA



1. Chi siamo

1.1. IL NOSTRO PERCORSO DI CRESCITA

Noi di Leroy Merlin Italia siamo una tra le realtà di maggior rilievo nel mercato dell'offerta di prodotti e servizi per la casa e il giardino. La nostra volontà è accompagnare i Clienti nella costruzione della loro casa ideale, tramite un connubio tra la nostra offerta prodotti, che si espande in **5 mondi merceologici** – bagno, tecnico, decorativo, progetto, giardino ed edilizia – e i numerosi servizi che offriamo, i quali vanno dal supporto alla vendita di prodotti, a quelli di progettazione, ristrutturazione e installazione, al noleggio di utensili, fino ai servizi di assistenza all'agevolazione fiscale grazie all'acquisto di prodotti a risparmio energetico.

Negli anni siamo cresciuti, raggiungendo, nel 2022, un totale di 51 negozi sul territorio, e ci siamo specializzati nella fornitura di **soluzioni per rendere le case dei nostri Clienti sempre più sostenibili**.

1996

Aprire il primo punto vendita di Solbiate Arno.

2006

In 10 anni raggiungiamo la quota di 22 negozi aperti in Italia.

2012

Raggiungiamo il traguardo di 47 negozi aperti in Italia.

2015

A Solbiate Arno viene inaugurato il primo negozio Vision, il quale offre un'esperienza d'acquisto sempre più coinvolgente per i Clienti. Inoltre inauguriamo il primo centro logistico di Castel San Giovanni.

1996-2000

Nel 1998 insieme a Bricocenter fondiamo S.I.B. - Società Italiana Bricolage e diamo inizio alla condivisione dell'avere con il Premio Progresso.

2009-2011

Nel 2009 acquisiamo i punti vendita di Castorama Italia, avviando un processo di crescita e innovazione, con il remodelling dei nostri negozi, grazie alla sinergia tra le due società. Per 4 anni consecutivi facciamo parte della classifica Best Place to Work®.

2014

Avviamo una trasformazione Cross-Canale, con la creazione del sito e-commerce.

2017

Su iniziativa di un gruppo di dipendenti, viene fondata l'Associazione Bricolage del Cuore.

2019

Apriamo il negozio di Roma Salaria.

2021

Apriamo il negozio di Ancona.

2016

Con la celebrazione dei nostri 20 anni introduciamo il nuovo pay off "Voglia di fare casa". Uno slogan che sintetizza l'identità del nostro marchio, creando una connessione immediata con l'azienda e la nostra offerta. Inoltre, inauguriamo il nuovo format "showroom" a Corsico.

2018

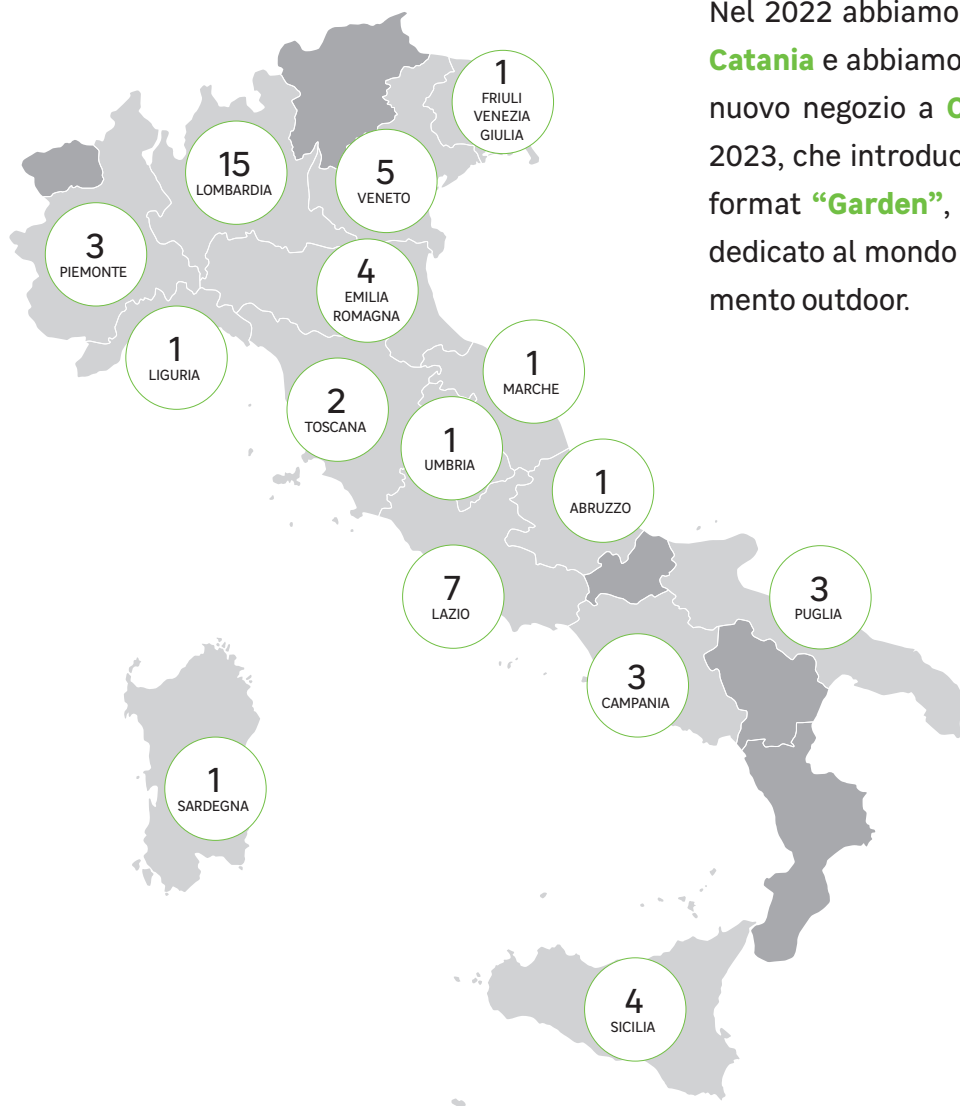
Diffondiamo le "Lessons for Good" per festeggiare in un solo giorno e in tutta Italia il Bricolage del Cuore.

2020

Per incentivare lo sviluppo di attività imprenditoriali basate sui principi dell'economia circolare e della sostenibilità, dalla collaborazione di numerose associazioni e con il nostro supporto, nasce l'Impresa Benefit (RI)GENERIAMO.

2022

Apriamo il negozio di Catania Fontanarossa, raggiungendo il traguardo di 51 negozi in Italia, e progettiamo il negozio di Cagliari, aperto poi nel 2023.



1.2. DOVE SIAMO

Ad oggi siamo presenti nelle maggiori città italiane di **15 regioni** tra Nord, Centro e Sud della Penisola. Nel 2022 abbiamo aperto il nostro 51° negozio a **Catania** e abbiamo avviato la progettazione di un nuovo negozio a **Cagliari**, inaugurato nel marzo 2023, che introduce per la prima volta in Italia il format **“Garden”**, il primo store completamente dedicato al mondo del giardinaggio e dell’arredamento outdoor.

Il nuovo negozio Catania Fontanarossa

Il punto vendita di Catania Fontanarossa è il 51° in Italia e il quarto in Sicilia. Con l'apertura di questo negozio abbiamo rafforzato ulteriormente la nostra presenza nella zona e la vicinanza ai nostri Clienti, confermando l'obiettivo di diventare il principale punto di riferimento per coloro che desiderano realizzare la propria casa ideale. Affiancando il negozio esistente di Belpasso, infatti, questo servirà un'ampia comunità di circa 1 milione di residenti, pari circa a 450.000 famiglie.



11.800 mq
AREA
COPERTA



10.000 mq
SPAZIO
VENDITA



2.300 mq
LOGISTICA,
RICEVIMENTO
MERCÌ



2.500 mq
SUPERFICIE
STOCCAGGIO

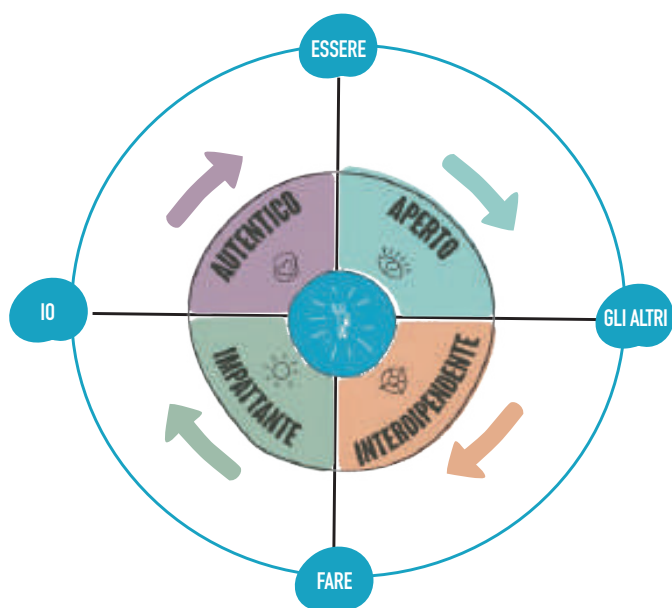


> **650**
POSTI
AUTO

Il nuovo store occupa un'area coperta di **11.800 mq**, di cui 10.000 dedicati alla vendita, 2.300 alla logistica e al ricevimento delle merci e 2.500 allo stoccaggio. Inoltre, il negozio dispone di oltre 650 posti auto. Al suo interno i Clienti hanno accesso ad un'ampia gamma di prodotti e servizi per la casa e il giardino, nonché per la ristrutturazione, il bricolage, la decorazione e l'arredamento. Un elemento distintivo e innovativo è rappresentato dalla presenza di un'ampia vetrata che permette di visualizzare l'area showroom dedicata ai mobili da giardino, posizionata a sinistra dell'edificio.

Il punto vendita di Fontanarossa segna l'inizio di una generazione di negozi progettati con una visione a 360° della sostenibilità, concepiti in modo innovativo sia in termini di offerta che di allestimenti, come luoghi in cui la soddisfazione del Cliente è una priorità assoluta.





1.3. LA NOSTRA MISSIONE E I NOSTRI VALORI

Essere una piattaforma no-channel leader in Italia grazie all'offerta delle migliori soluzioni per un habitat positivo: questa è la **nostra Missione**, con la quale vogliamo garantire la massima soddisfazione dei bisogni del Cliente, fornendo la migliore soluzione possibile per le sue esigenze.

Vogliamo rispondere efficacemente alle necessità e alle richieste di tutti, instaurando al contempo un rapporto di fiducia e rappresentando un punto di riferimento per le persone della nostra Comunità.

La nostra Missione nasce da quella che è la nostra Vision **"We make home a positive place to live"** che ci guida nella realizzazione di progetti di casa e di vita degli abitanti con il fine di creare un impatto positivo su persone e ambiente.

Negli anni ci siamo, inoltre, impegnati a costruire una cultura aziendale basata sull'unione e la centralità della persona, elementi alla base dei nostri valori.

Da ormai oltre 4 anni, abbiamo abbracciato e diffuso a tutta la popolazione aziendale i nostri valori racchiusi nel nostro modello di lavoro, che si fonda sul principio che **ognuno di noi è un Leader** e vuole dare risalto alle unicità che contraddistinguono ogni individuo.

Il nostro **Modello di Leadership** è costruito su 4 assi – **Autentico, Aperto, Interdipendente, Impattante** – e due dimensioni – **io-gli altri e essere-fare** – e vuole definire un modello di comportamento da adottare nelle interazioni quotidiane tra le persone.

Il primo quadrante, l'**autenticità**, rappresenta la nostra autoconsapevolezza, ciò che sappiamo fare bene, ma anche ciò che possiamo migliorare di noi stessi.

L'accettazione delle unicità e il rispetto della autenticità degli altri ci porta al secondo quadrante, che descrive il concetto di **apertura**, attraverso un continuo scambio di feedback che offre a tutti la possibilità di migliorarci vicendevolmente, apprendendo dall'ecosistema circostante.

Il terzo quadrante, che si estende lungo l'asse del fare e non più dell'essere, esprime il concetto di **interdipendenza**, per sottolineare la necessità di coinvolgere, collaborare e lavorare con gli altri, al fine di ottenere un risultato più efficiente.

Infine, l'ultimo quadrante che rappresenta gli **impatti**, ci porta a comprendere quale sia l'impatto delle nostre azioni e a considerarne il valore, con l'obiettivo ultimo di voler attivare un cambiamento verso l'interno e verso l'esterno tramite la proposta di soluzioni innovative da parte di ognuno di noi. A partire dai nostri valori abbiamo poi definito il Progetto di Impresa.



Seguici su



RESPONSABILITÀ
RISPETTO PER GLI ALTRI
SVILUPPO PERSONALE

SQUADRA



ACCOGLIENZA CLIENTE
COMPETENZA PRODOTTI
DINAMISMO COMMERCIALE

PROFESSIONALITÀ

CLIENTE



SFIDA
CRESCITA
RISULTATI

PERFORMANCE



Progetto d'impresa: partiamo insieme dai nostri valori

Il nostro **Progetto d'Impresa** si fonda sul sentimento di un'azienda costruita **sulle persone, per le persone, attorno alle persone**.

A partire da ciò, il Progetto intende unire l'intera azienda attraverso il lavoro di **Squadra, la professionalità e la performance**. Quest'ultima, infatti, è un aspetto fondamentale della vita nella nostra azienda, dove tutte le Persone agiscono come leader che si prefiggono degli obiettivi per migliorarsi costantemente e raggiungere così risultati significativi e duraturi.

Performance

La sfida, la crescita e i risultati sono i pilastri sui quali si basa la **performance**:

Sfida

è il porsi degli obiettivi che sono delle vere e proprie sfide.

Crescita

è il continuare a crescere e a progredire nei reparti, in negozio e in tutta l'azienda, in Italia e in tutto il mondo.

Risultati

è il lavorare con perseveranza nel proprio reparto per ottenere risultati significativi e durevoli nel tempo.

Squadra

Nella **Squadra** tutti i membri sono invitati ad assumersi la responsabilità del proprio lavoro e ad evolvere personalmente e professionalmente con gli altri. La responsabilità, il rispetto dell'altro e lo sviluppo personale sono i pilastri su cui si basa il lavoro di Squadra:

Rispetto dell'altro

è la prima condizione per lo sviluppo personale e di tutte le Persone.

Responsabilità

è l'essere responsabili nel proprio campo e nelle proprie attività, è il prendere decisioni in autonomia e proporle al proprio referente.

Sviluppo personale

è la possibilità data alle nostre Persone di evolvere sia dal punto di vista personale che professionale e rappresentare così la crescita della Squadra, del negozio e dell'azienda.

Professionalità

La **professionalità** si manifesta come passione per il Cliente, che viene servito, ascoltato e consigliato per acquistare il prodotto più adatto alle sue esigenze. La professionalità delle nostre Persone si completa con la conoscenza dei prodotti, la completezza del negozio e la dinamicità del commercio. L'**accoglienza Cliente, la competenza prodotti e il dinamismo commerciale** sono i pilastri sui quali si basa la professionalità:

Accoglienza Cliente

è dimostrare considerazione, ascolto, disponibilità nei confronti dei nostri Clienti che accogliamo in un negozio pulito e attraente.

Dinamismo commerciale

è la vita di un reparto sempre in movimento, che valorizza i prodotti esposti, che pratica un commercio dinamico, che ha sempre nuove promozioni e gamme aggiornate, che reagisce ogni giorno alla concorrenza per essere sempre più competitivo.

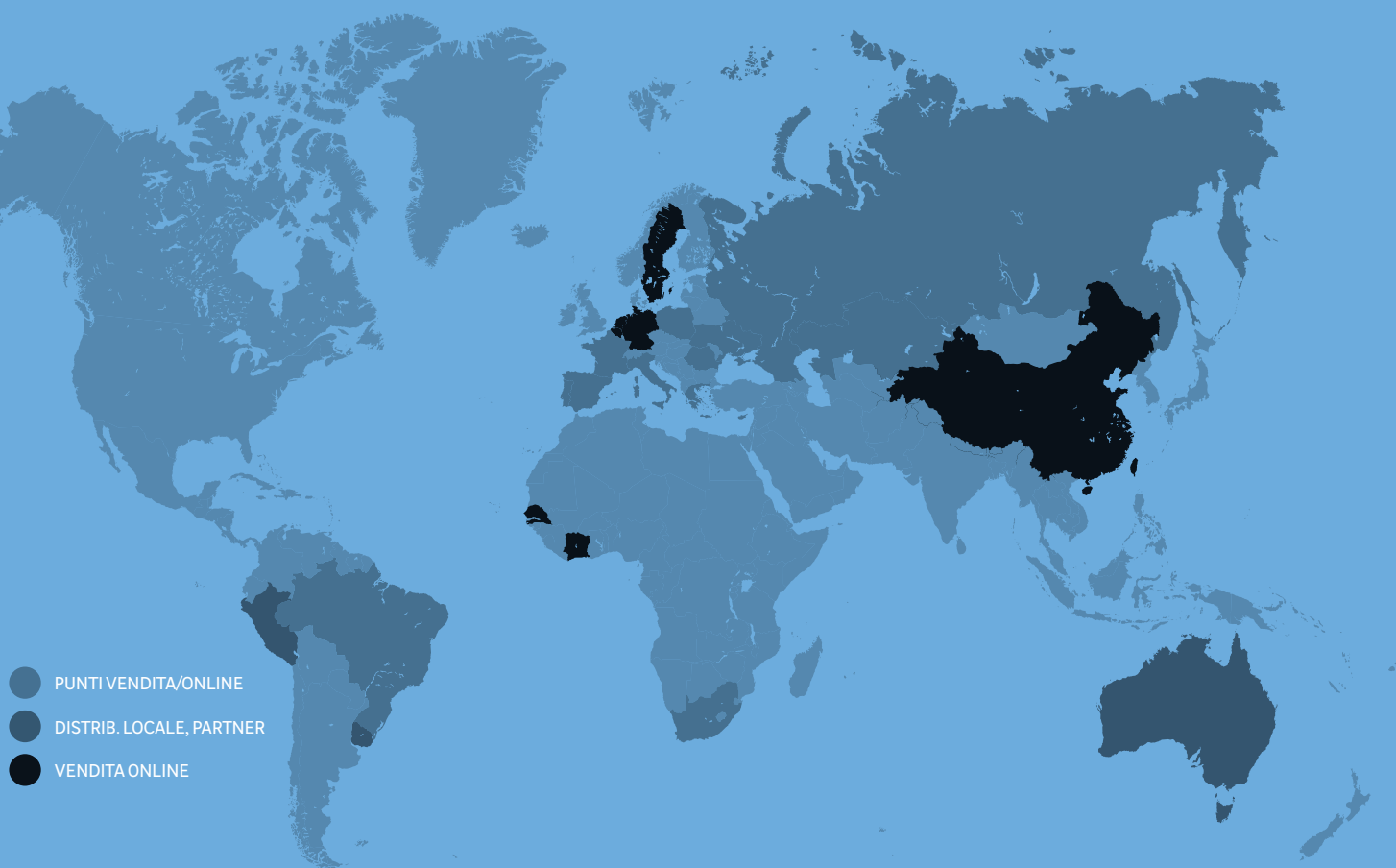
Competenza prodotti

è la conoscenza dei prodotti presenti a banco, del reparto, del settore, dei benefici d'uso e delle modalità di messa in opera.

Il gruppo ADEO

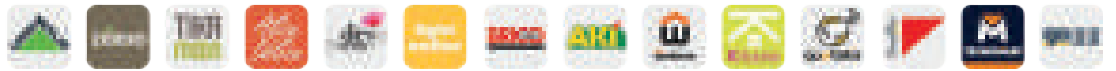
Leroy Merlin Italia è un'azienda appartenente al Gruppo ADEO, leader europeo nel mercato del fai da te e del miglioramento della casa, e terzo nel mondo.

Il Gruppo conta oltre 155.000 dipendenti, ed è presente in 23 Paesi con oltre 1.000 punti vendita fisici e 7 canali di vendita attivi. Nel 2022 il Gruppo ha conseguito un fatturato lordo di € 31,5 miliardi con più di 505 milioni di Clienti serviti. ADEO rappresenta una combinazione di **forze, idee, risorse e impegno**.



N°1 IN EUROPA - **N°3** NEL MONDO
155.000 PERSONE
23 PAESI
OLTRE **1.000** PUNTI VENDITA

7 CANALI DI VENDITA
FATTURATO **31,5** MLD DI EURO
ONLINE **2,3** MLD DI EURO
505 MILIONI DI CLIENTI



L'identificazione nei propri valori umani e nelle proprie competenze, così come la condivisione delle esperienze, sono caratteristiche comuni a tutte le aziende del Gruppo.

La forte cultura aziendale che accomuna le Business Unit, infatti, è ciò che le incentiva ad aiutare le persone di tutto il mondo a realizzare i loro progetti, offrendo soluzioni utili e concrete per il miglioramento di ogni esigenza abitativa, dalle riparazioni e ristrutturazioni agli utensili da cucina e alla decorazione della casa.

L'offerta di ADEO si articola in **3 settori di attività** distinti, tutti integrati nell'universo "casa", che permettono di soddisfare le esigenze di ogni Cliente.

Privati

Professionisti



GOLILLA



LEROY MERLIN



WELDOM



TECNOMAT



DOMPRO



TIKAMOON



BRICOCENTER



QUOTATIS

Insegne di decorazione



AKI



LIGHTONLINE



KBANE



ZODIO



ALICE DELICE



DECOCLICO

Le Business Units ADEO in Italia



LEROY MERLIN



BRICOCENTER



TECNOMAT



GOLILLA

2. La solidità della nostra azienda

2.1. ANDAMENTO ECONOMICO NEL TRIENNIO

Il 2022 è stato caratterizzato da risultati economici positivi, che riflettono la capacità della nostra azienda di riconoscere e massimizzare le opportunità offerte dal mercato, e di riconoscere e rispondere alle esigenze dei nostri Clienti.

Nel 2022 il valore della produzione è **aumentato di € 167 milioni rispetto al 2021**. Le vendite, infatti, sono state superiori grazie all'introduzione di nuove linee di prodotti, all'innovazione dei servizi offerti e al successo delle politiche commerciali adottate per specifiche categorie di prodotti che hanno permesso di registrare un **aumento dei ricavi del 10%**.

La differenza tra il valore della produzione e i costi della produzione registra un andamento positivo di € 77 milioni (+10% rispetto al 2021). Nonostante il reddito operativo sia in crescita rispetto al 2021, il reddito netto registra un lieve calo, a fronte di un incremento degli oneri finanziari dovuto alla voce di costo ammortizzato "Ecobonus" che nel 2021 risultava pari a zero.

Risultati economici (Valori in Euro)	2020	2021	2022
Valore della produzione	1.456.216.191	1.669.709.065	1.837.013.459
Margine Operativo Lordo	98.506.106	126.376.146	159.077.968
Reddito operativo	35.614.228	59.784.848	77.139.640
Reddito netto	27.606.138	38.273.396	34.920.132
Posizione finanziaria netta	200.870	205.981	160.264

3. La nostra organizzazione

3.1. STRUTTURA ORGANIZZATIVA

Il **Consiglio di Amministrazione** (di seguito CdA) di Leroy Merlin Italia, nominato dal Socio Unico ADEO, è composto da quattro membri, uno dei quali ricopre la carica di Presidente. Il CdA esercita tutti i poteri di ordinaria e straordinaria amministrazione, fatti salvi i poteri che per legge o per Statuto competono all'Assemblea¹.

Alcuni dei poteri del Consiglio sono da questi delegati a un suo membro, l'Amministratore Delegato. Il CdA è attualmente costituito dal Presidente Alessandro Di Giovanni, dall'Amministratore Delegato Giannalberto Cancemi e da due Consiglieri Pierre-Yves Guislain e Michele Cuoccio.

Il ruolo di supervisione e controllo dell'azienda, in conformità con la legge e lo Statuto, nel rispetto dei principi di corretta amministrazione e dell'adeguatezza dell'assetto organizzativo, amministrativo e contabile-civilistico adottato, è affidato al **Collegio Sindacale**, nominato dall'Assemblea. Il Collegio Sindacale è composto da tre membri, in carica per tre esercizi: la Presidente Sara Fornasiero e i due sindaci Raffaella Pagani e Gilda Fugazza. La nostra organizzazione aziendale si basa su **ruoli istituzionali e operativi** specifici del settore della grande distribuzione, e implica un costante coordinamento operativo e la presa di

decisioni quotidiane che richiedono catene di comando snelle e flessibili.

Presso la sede centrale, dove operano i cosiddetti **Servizi Interni**, è presente il **Comitato di Direzione (CO-LEAD)**, un comitato operativo composto dall'Amministratore Delegato e dai Direttori delle diverse funzioni aziendali² che guida e supervisiona le scelte di indirizzo della gestione operativa al fine di meglio **perseguire gli obiettivi dell'azienda**. Il Comitato di Direzione provvede all'approvazione delle strategie, delle politiche e degli obiettivi anche con riferimento ai temi riguardanti lo sviluppo sostenibile.

Questa configurazione consente, da un lato, di centralizzare tutti i processi di rilevanza gestionale/amministrativa sotto la supervisione di un unico Comitato designato, con una chiara missione e responsabilità specifica, dall'altro di promuovere il confronto e il coordinamento con le altre funzioni aziendali. Ad ogni Direttore è affidata una struttura organizzativa che si allinea con le missioni e le responsabilità specifiche di ciascuna direzione. Questa struttura è suddivisa in diverse funzioni e opera in una gerarchia che risponde direttamente al Direttore stesso.

Nell'assetto organizzativo della società, **ogni punto vendita costituisce un nucleo aziendale au-**

¹ Approvazione del bilancio, nomina del Collegio Sindacale, modifiche dello Statuto e dell'oggetto sociale.

² Da inizio 2023 il Comitato è formato da Finance & Performance Leader, Leader Persone e Cultura, Leader Offerta, Leader Supply Chain, Leader Zone di Conquista, Leader Omnicommerce, Leader Business Development, Positive Impact Leader, Leader Sviluppo Immobiliare, Digital Data Innovation Leader.

tonomo che, all'interno dei principi generali della strategia aziendale, si presenta e opera come un'azienda a sé stante, replicando il modello organizzativo societario.

Ogni punto vendita dispone delle proprie funzioni di supporto e gode di autonomia tecnico-funzionale e finanziaria, con l'obiettivo immediato e diretto di svolgere e attuare l'attività di impresa.

Ciascun negozio è guidato da un **Direttore di negozio o Store Leader** che assume il ruolo e la responsabilità di gestire tutti gli aspetti dell'attività del punto vendita.

Lo Store Leader agisce, infatti, come l'**Imprenditore del proprio negozio** e, in questa veste, è il motore e il garante della soddisfazione dei Clienti, nonché della soddisfazione e dello sviluppo delle Persone.

Per questo, il Direttore di negozio si impegna nell'applicazione efficace delle politiche sociali aziendali e promuove un approccio manageriale che responsabilizza gli individui, mirando a un elevato livello di sviluppo personale.

Lo Store Leader è, quindi, **agente di crescita aziendale**, in grado di promuovere e incentivare performance durature nel tempo, di sviluppare il suo negozio insieme ad una rete di relazioni radicata nel territorio e di ricoprire progressivamente missioni trasversali di rilievo regionale e nazionale. Il Direttore è anche la persona incaricata di guidare il **Comitato di negozio**, un gruppo composto dai leader della vendita e dalle figure amministrative più importanti. Il compito del comitato è quello di guidare lo sviluppo del punto vendita per far sì che questo sia omo-



geneo rispetto a tutta l'azienda ed al business.

Nei nostri negozi sono inoltre presenti dei gruppi di Collaboratori chiamati **"Generazione di valore"**. Questi gruppi, composti da membri eletti sulla base di candidature volontarie, hanno il compito di informare e animare l'intero negozio su alcuni dei temi più importanti per l'azienda, come ad esempio l'azionariato interno e l'impatto positivo.

Lo Store Leader è individuato a tutti gli effetti come **Datore di Lavoro**, soprattutto con riferimento agli obblighi derivanti dalla normativa antinfortunistica. In questa veste, si impegna a far rispettare le politiche sociali, la sicurezza e la gestione di tutti gli aspetti legati alla comunicazione, allo sviluppo sostenibile, alla politica prezzo e alla dinamica commerciale.

Ogni punto vendita è quindi una realtà aziendale autonoma in cui lo Store Leader agisce come un **Amministratore Delegato locale** che gestisce autonomamente le relazioni con i Clienti, le nostre Persone e il territorio.

3.2. STRUMENTI DI GOVERNANCE

Il 3 dicembre 2009 il CdA ha approvato, ai sensi del Decreto Legislativo 8 giugno 2001 n. 231, il **Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo**, da ultimo aggiornato in data 17 luglio 2023, che guida il nostro operato individuando le aree a rischio in funzione delle fattispecie di reato di cui al decreto legislativo e grazie alla previsione di principi di condotta generali e specifici atti a prevenire la realizzazione di reati da parte di dipendenti o soggetti che operano in nome e per conto dell'azienda.

Per la predisposizione del Modello, sono state individuate le **attività sensibili**, ovvero quelle attività per le quali sussiste il rischio di potenziale commissione dei reati contemplati nel decreto, sono state identificate le idonee **procedure di controllo** e delineati **i principi e le regole di prevenzione** da attuare per evitare la commissione dei reati.

Nell'agosto 2021, il Consiglio di Amministrazione ha rinnovato le nomine dell'**Organismo di Vigilanza (OdV)**, che ha il compito di vigilare sull'**effettiva attuazione** del Modello Organizzativo, e verificarne i relativi aggiornamenti³ in risposta all'evoluzione dell'organizzazione aziendale o del quadro normativo di riferimento.

Inoltre, l'OdV, autonomo e indipendente, è respon-

sabile della corretta applicazione della procedura di gestione delle segnalazioni ricevute, riguardanti i possibili casi di violazione del Modello e delle opportune verifiche, eventualmente tramite audit, al termine dei quali emetterà la propria decisione circa la presunta violazione.

Il CdA e le sue strutture aziendali comunicano l'esistenza del Modello e il suo contenuto ai Destinatari, mentre la Direzione Risorse Umane, in coordinamento con l'OdV e le altre funzioni aziendali interessate, promuove la diffusione e la conoscenza del Modello, con iniziative di formazione di carattere generale e speciale, anche in merito agli aggiornamenti e alle integrazioni successive.



Abbiamo inoltre adottato un nostro **Codice Etico**, parte integrante del Modello Organizzativo, che definisce i principi etici fondamentali e le regole di comportamento da rispettare

al fine di garantire che l'attività dell'azienda sia ispirata ai **principi di correttezza** e trasparenza e ridurre così il rischio di commissione di reati.

³ Il modello è stato aggiornato nelle seguenti date: 28/11/2011, 15/11/2012, 03/12/2013, 26/06/2017, 09/04/2018, 17/11/2021, 14/07/2023 (versione attualmente vigente).

Il Codice Etico è stato redatto in coerenza con quanto disposto dalla Capogruppo ADEO e richiede a tutte le persone che entrano in contatto con l'azienda di rispettare i seguenti principi nelle relazioni e nelle attività di business:



EFFICACIA
ED EFFICIENZA



CONCORRENZA
LEALE



RISERVATEZZA



RESPONSABILITÀ
VERSO
LA COLLETTIVITÀ



TUTELA
DELL'INTEGRITÀ
FISICA



TUTELA
DELL'AMBIENTE
NATURALE

Ai fini dell'applicazione del Codice Etico, il CdA, in data 30 agosto 2021, ha istituito il **Comitato Etico**, un apposito organismo con il compito di diffondere i principi e le norme di comportamento contenuti nel Codice, monitorare la sua attuazione, verificarne il rispetto e segnalare al CdA l'opportunità di procedere ad una revisione delle sue disposizioni.

Il Codice Etico disciplina, inoltre, le modalità di segnalazione di eventuali conflitti di interesse, che possano interferire con le scelte effettuate nello svolgimento delle attività lavorative.

La nostra azienda si è a tal fine dotata di **canali di segnalazione interna**, in linea con la normativa che disciplina le procedure di Whistleblowing, nonché di strumenti a disposizione delle nostre Persone al fine di consentire l'applicazione dei principi contenuti nel Codice Etico. A tutti coloro che collaborano o entrano in contatto con l'azienda è richiesto di conoscere e rispettare i contenuti del Codice Etico.

A tal scopo, il documento viene portato a conoscenza di tutti i destinatari mediante apposite attività di comunicazione, sia all'interno dell'azienda, tramite comunicazioni sulla piattaforma di lavoro o appositi programmi di formazione, sia verso l'esterno, tramite il sito istituzionale.

I nostri canali di segnalazione interna

The logo for Act ETHICS, featuring the word "Act" in a blue script font and "ETHICS" in a blue sans-serif font, both on a white rectangular background.

Tool interno

Tool interno del Gruppo ADEO, il quale permette di effettuare le segnalazioni direttamente al proprio Manager o al referente delle risorse umane, tra cui, ad esempio, la ricezione di omaggi o inviti non coerenti con le regole del Codice.

The logo for WHISPLI, featuring a blue starburst icon followed by the word "WHISPLI" in a blue sans-serif font.

Piattaforma

Piattaforma digitale disponibile in ambiente internet che consente di effettuare segnalazioni anonime tramite una chat dedicata.



Posta ordinaria

Posta ordinaria all'attenzione del Comitato Etico di Leroy Merlin presso la funzione Compliance.



Incontro diretto

Incontro diretto con il Comitato Etico, se richiesto dal segnalante.



3.3. UNA NUOVA ORGANIZZAZIONE PER UN IMPATTO SEMPRE PIÙ POSITIVO

Nel 2022 abbiamo deciso di rivedere la nostra struttura organizzativa al fine di **rafforzare la nostra leadership per generare un impatto umano, economico e ambientale sempre più positivo.**

Questo è, infatti, l'obiettivo di tutte le nostre Persone, che quotidianamente si impegnano per realizzare un'esperienza umana e omnicanale attraverso i nostri negozi, i depositi, il web, il mercato dei servizi Arky⁴, il Marketplace e (RI)GENERIAMO. Consapevoli del fatto che possiamo continuare a crescere e migliorarci, la nostra nuova organizzazione è stata pensata con l'obiettivo di:



Costruire un futuro sostenibile

per tutti sviluppando il nostro Business Retail, Omnicanale e la Piattaforma.



Accelerare per essere ancora più veloci

più agili e diventare un'azienda piattaforma e sviluppare il nostro impatto positivo.

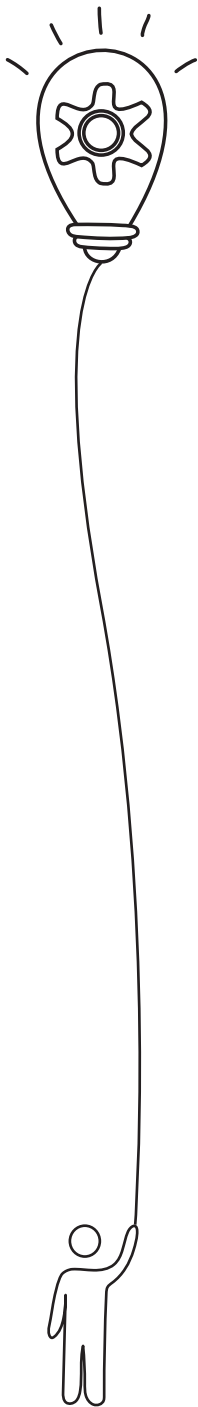


Integrare nuovi profili

che insieme con i nostri talenti attuali, daranno vita al grande progetto che condividiamo con tutte le aziende ADEO: **essere la piattaforma positiva per il miglioramento della casa.**

⁴ I servizi Arky mettono a disposizione un team di architetti professionisti della ristrutturazione che seguono il Cliente durante tutto il progetto, dalla selezione dei prodotti alla realizzazione dei lavori

La nuova struttura organizzativa si basa su **6 considerazioni chiave**:



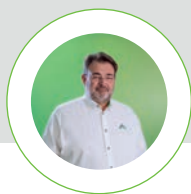
- 1.** Un'**organizzazione speculare** tra le aziende di ADEO e il Global Leader Team, per facilitare l'interdipendenza e la rapidità nei processi decisionali e nello sviluppo delle piattaforme digitali.
- 2.** Un'organizzazione **Digitale e Customer-Centric**, il che significa essere in primo luogo umano e online.
- 3.** Una piattaforma per l'**organizzazione Paese**, con lo stesso Coach-Presidente, che facilita lo sviluppo secondo la prossimità geografica, puntando all'incremento della quota di mercato e dei Clienti privati.
- 4.** Un'organizzazione **ultra-locale per cluster negozi**, che consente di mettere in comune le risorse per aumentare il potenziale e la capienza di ogni negozio: l'asset principale da condividere è lo stock e di conseguenza la logistica e la consegna al Cliente. Questo cambiamento ci porterà a ridefinire le responsabilità, l'operatività e lo sviluppo della condivisione a livello nazionale, di negozio e cluster.
- 5.** Un'organizzazione che integra **profili digitali interdipendenti**. Ciò implica avere l'umiltà e l'intuizione necessarie per essere attraenti, avere la capacità di reclutare profili che non abbiamo ancora e impostare come priorità il supporto e la formazione per i nostri Store Leader per lo sviluppo del commercio digitale e la piattaforma omnicanale.
- 6.** Un'organizzazione che si vuole trasformare, passando dal coordinamento della performance prodotto-centric al coordinamento della **performance che integra anche il digitale e l'impatto positivo**.

Il nuovo Leader Team è composto da **10 Leader** che lavoreranno in stretta collaborazione con le squadre di ADEO Services sullo sviluppo e l'integrazione delle piattaforme digitali ADEO e guideranno la costruzione e le evoluzioni della nostra strategia.

La nuova organizzazione è interamente incentrata sui nostri Clienti e si è data 10 sfide da affrontare per raggiungere i nostri obiettivi:



Giulia
Staffieri



Sebastien
Savariau



Angelo
Tomasini



Letizia
Martini



Alberto
Patti

1. Sfida Omnicommerce

Per rafforzare il nostro brand a impatto positivo e accrescere la presenza omnicanale, garantire Clienti soddisfatti tramite un'esperienza incentrata sui loro bisogni e contribuire alla trasformazione digitale aziendale.

2. Sfida Platform Business Development

Per agire verso l'ecosistema politico, amministrativo ed economico sui temi della casa in Italia attraverso una fitta rete di contatti, e per sviluppare la nostra leadership dei servizi (in particolare quelli legati al servizio di posa), grazie a una rete di partner unica in Italia.

3. Sfida Offerta e Mercato

Per costruire un'offerta di prodotti attrattiva e facile da acquistare, grazie ad una profonda conoscenza dei Clienti, e per farci riconoscere per la nostra qualità, unicità e lo stile dei prodotti, sempre più orientati all'efficiamento energetico.

4. Sfida Supply Chain e Delivery

Per implementare un modello di Supply Chain agile, adattivo e resiliente al fine di garantire le migliori alternative positive al Cliente (omnicanalità) e ottimizzare la disponibilità dello stock a livello nazionale, di negozio e di cluster (approccio "multi-echelon") e ridurre i giorni di stock. Vogliamo garantire al Cliente le promesse e la miglior customer experience a costi sostenibili e sviluppare una catena di fornitura a basso impatto ambientale.

5. Sfida Zona di Conquista

Per aumentare la presenza omnicanale sui territori e sviluppare le competenze degli Store Leader in ottica di conoscenza della potenzialità del mercato locale e di strategia di conquista.



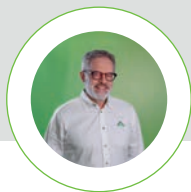
Giannalberto
Cancemi
CEO



Pierre-Yves
Guislain



Barbara
Casartelli



Fabrizio
Leopardi



Malehk
Goudjil



Massimo
Veronesi

6. Sfida Finanza e Performance

Per promuovere la performance economica e finanziaria al cuore dell'azienda e contribuire all'accelerazione della crescita della redditività, grazie alla trasformazione verso un'azienda Data Driven Customer-Centric.

7. Sfida Impatto Positivo

Per costruire i prossimi passi della nostra strategia dell'Impatto Positivo, partendo dalla sensibilizzazione del Cliente verso comportamenti e scelte di prodotti responsabili, alla riduzione dell'impatto ambientale, in primis per ridurre l'impatto sui cambiamenti climatici e migliorare la gestione dei rifiuti, in un'ottica di economia circolare. Vogliamo inoltre generare progetti "contributivi" per il miglioramento dell'habitat e delle comunità e creare una cultura dell'inclusione attraverso progetti concreti che valorizzino il concetto di unicità e pari opportunità.

8. Sfida Persone e Cultura

Per attrarre, far crescere e soddisfare i talenti ed il talento necessari all'azienda che si trasforma, assicurando le condizioni per il benessere, la soddisfazione e l'orgoglio di ogni Persona.

9. Sfida Digital Innovation

Per contribuire alla trasformazione digitale e accelerare la creazione di valore per un'azienda Data Driven attraverso una governance data operativa la costruzione di algoritmi machine learning e dashboard. Questo sarà possibile grazie alla promozione e diffusione dei concetti di agilità, customer experience by design e animazione della trasformazione dell'azienda attraverso il metodo OKR - Objectives and Key Results.

10. Sfida Sviluppo Immobiliare

Nel 2023 è stata anche aggiunta la sfida dello sviluppo immobiliare, per seguire le nuove aperture e per valorizzare il nostro patrimonio immobiliare, adeguandolo sempre di più alla strategia omnicanale della nostra insegna.



CAPITOLO 2

**WE MAKE HOME
A POSITIVE PLACE TO LIVE**



1. Il nostro approccio alla sostenibilità

1.1. I TRAGUARDI DI SVILUPPO SOSTENIBILE

2008 - 2009

Inizia il nostro percorso di sviluppo sostenibile: grazie alla condivisione con i nostri stakeholder della **volontà del “fare”** diamo il via al nostro percorso di sostenibilità. Chiediamo a tutte le nostre Persone di riflettere sulle responsabilità individuali e collettive tramite la condivisione della **“lettera d’orientamento”**, un documento di indirizzo strategico per incoraggiarle a promuovere abitudini di consumo responsabile nelle proprie Comunità.

2013

La responsabilità del fare: in questa fase sono state due le parole chiave della nostra ambizione: **Fare e Comunità**, che ci hanno guidato nella concretizzazione della **Vision aziendale: ogni persona ha diritto alla propria Casa Ideale**. Il 2013 è un anno ricco di traguardi, in quanto segna la nascita del progetto “scuola” e del primo inventario di GHG per la nostra azienda.

2017

La valutazione dei benefici comuni con il calcolo del BES: viene implementata una **metodologia per valutare i benefici** prodotti dalle attività dell’azienda con il **calcolo del BES – Benessere Equo e Sostenibile**. Gli Empori Fai da Noi arrivano ad essere 16, con 330 prestiti di merce, 600 donazioni e 1.300 beneficiari. Il 4 ottobre 2017 viene fondata l’**Associazione Bricolage del Cuore**.

2012

Il “cantiere Sostenibilità” e il manifesto verde di Leroy Merlin: nasce il “cantiere Sostenibilità” che si concretizza nella creazione e diffusione del **manifesto verde di Leroy Merlin**.

2016

La trasparenza delle nostre azioni: nasce il sito **CSR.leroymerlin.it** in cui ogni anno viene pubblicato il nostro Bilancio di sostenibilità, o “Partecipato”. Nascono inoltre i primi **5 Empori Fai da Noi e 6 Cantieri Fai da Noi**.

2018

Il volontariato aziendale con le Lessons for Good: vengono istituite le Lessons for Good, una serie di **eventi di volontariato**, grazie alle quali, nel dicembre 2018, abbiamo realizzato 50 progetti, coinvolgendo 500 volontari, e coniugando l'insegnamento del "fai da te" con l'aiuto diretto di persone in difficoltà. Nasce la strategia della **rigenerazione**, incentrata sui concetti della **generatività e dell'economia civile**.

2020

L'impresa Benefit (RI)GENERIAMO e il coinvolgimento delle Comunità: nasce **(RI)GENERIAMO** insieme al progetto **"USEFUL"** che ha coinvolto tutte le Persone di Leroy Merlin per creare **valore socialmente orientato**. Ciò che ci permette di generare questo valore è il concetto di **Negozio Piattaforma**, che intendiamo come una moderna piazza capace di attivare, con il supporto dei Cittadini, processi generativi sul territorio che coinvolgono l'intera Comunità.

2022

Una nuova struttura organizzativa per rafforzare l'impatto positivo: abbiamo rivisto la nostra organizzazione al fine di sviluppare **una nuova struttura che permetta più facilmente ai nostri leader di migliorare le condizioni abitative e di vita** delle persone e al tempo prendersi cura dell'ambiente. In occasione della riorganizzazione, ci siamo dati 10 sfide al fine di raggiungere il nostro obiettivo di essere un'azienda positiva, responsabile, attraente e in grado di generare valore per tutti.

2019

L'incontro internazionale "It's time" e il Network per la generatività: a seguito dell'incontro "It's Time", un evento internazionale organizzato da ADEO che ha coinvolto le diverse Business Unit nella diffusione di linee guida per realizzare un piano per accelerare la trasformazione positiva dell'azienda, abbiamo individuato delle azioni prioritarie al fine di essere utili, innovare e accelerare; tra queste abbiamo integrato degli **indicatori di Sostenibilità** all'interno del nostro sistema di condivisione dei benefici prodotti dall'azienda, al fine di premiare concretamente il contributo delle nostre Persone. Inoltre, entriamo a far parte dell'**"Alleanza per la generatività sociale"**, un Network di Organizzazioni che raccoglie, condivide, amplifica e dissemina le energie generative sul territorio nazionale.¹

¹ È possibile visitare il Network al sito: www.generativita.it

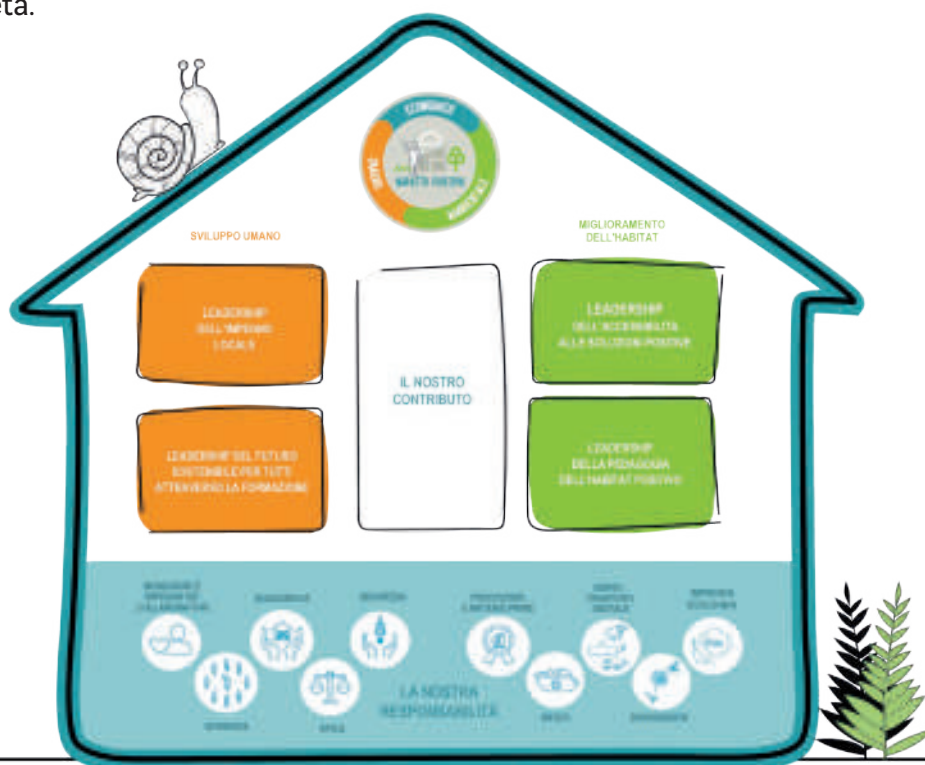
2021

La piattaforma Regusto per implementare la circolarità: inizia la collaborazione con la piattaforma **Regusto**, un **Marketplace della sostenibilità** dove i nostri prodotti non più vendibili vengono donati a realtà del Terzo Settore che li necessitano, regalandogli una nuova vita. Inizia anche il percorso de **"I FormidAbili"**, un progetto di inclusione lavorativa di persone con disabilità mentale nei nostri punti vendita. Diamo vita all'iniziativa **"L'Energia del bosco"**, al fianco di **(RI)GENERIAMO**, che si pone l'obiettivo ambizioso di promuovere un nuovo modello di applicazione di politiche volontarie di neutralizzazione delle emissioni di gas serra delle aziende in Italia. Viene avviata, inoltre, la fase pilota del **Leroy Merlin Positive Index**, che consiste nella creazione di un sistema per tracciare mensilmente i KPI di sostenibilità su tutti i negozi dell'azienda.

1.2. LA NOSTRA STRATEGIA A IMPATTO POSITIVO

Il nostro viaggio nella sostenibilità inizia nel 2008 grazie al sostegno del Gruppo ADEO, che ha lanciato la lettera degli orientamenti che ci ha spinto a riflettere sul nostro contributo allo sviluppo sostenibile. Ad oggi, il Gruppo ha definito una vera e propria strategia che persegue il fine ultimo di incoraggiare le persone a rendere le loro case un luogo positivo dove vivere, e di fare lo stesso con il nostro habitat condiviso: il Pianeta.

“**We make home
a positive
place to live.**”
Il purpose del Gruppo



La strategia del Gruppo ADEO si basa su tre filoni principali, la **generazione di valore economico, sociale e ambientale**, ed è costruita sui principi di sviluppo del capitale umano e del migliorare la casa, agendo su due livelli: il primo è quello della **responsabilità**, la base per rendere il progetto aziendale credibile; il secondo è quello del **con-**

tributo, realizzando azioni che spingono l'azienda oltre le attività di base per una conduzione sostenibile del business e verso la riduzione dei propri impatti.

In Leroy Merlin Italia siamo partiti dalla strategia del Gruppo ADEO e dall'obiettivo di generare un impatto positivo per chiederci quale fosse

la nostra **aspirazione**, quale potesse essere il nostro apporto nel costruire un percorso volto alla creazione di una cultura dell'abitare rispettosa dell'ambiente, delle persone e delle risorse. Vogliamo puntare a creare modelli abitativi innovativi, instaurando le condizioni che permettano alle persone di costruire ambienti positivi e prendersene cura. Queste riflessioni sono state la base per definire

la nostra **Strategia a Impatto Positivo**, un piano al 2026 che vuole **creare valore per i Clienti e tutti gli abitanti, grazie alle nostre Persone** che tutti i giorni lavorano per perseguire grandi risultati, **insieme ai nostri partner** per costruire una catena del valore responsabile, **gestendo le nostre operazioni** in modo consapevole e **generando valore per le Comunità** che ospitano i nostri negozi.

La nostra ambizione al 2026



Clienti e abitanti

Guidare i nostri Clienti verso modelli di consumo sostenibili e abitudini responsabili. L'attenzione al Cliente, l'offerta di prodotti a risparmio energetico e la costruzione di modelli di economia circolare sono i filoni principali che seguiremo per diffondere la sostenibilità attraverso i nostri prodotti.



Persone

Valorizzare le unicità di ogni nostra Persona. La sicurezza delle nostre Persone, un ambiente di lavoro che rispetta le pari opportunità e assicura il benessere, l'attrazione dei talenti e il loro sviluppo sono temi su cui lavoriamo quotidianamente per generare un beneficio per le nostre Persone.



Partner

Sviluppare un network di partner affidabili e consapevoli. La ricerca di packaging a minor impatto ambientale, l'efficiamento della nostra logistica, il dialogo con i fornitori e la tutela dei diritti umani sono le attività su cui puntiamo per migliorare l'impatto lungo la nostra catena del valore.



Attività operative

Generare un impatto positivo per il pianeta in cui viviamo. La definizione di un piano di decarbonizzazione o l'efficiamento energetico delle nostre attività, una puntuale gestione dei rifiuti e l'innovazione tecnologica sono gli interventi che vogliamo implementare per gestire in modo responsabile le nostre Attività



Comunità

Ingaggiare le comunità locali per creare valore comune. Il coinvolgimento dei nostri stakeholder e l'identificazione dei bisogni delle nostre comunità sono i driver che ci permetteranno di porre le basi per generare modelli di social business e social innovation.

Le nostre aree di focus



SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Condividiamo con il Cliente l'importanza della sostenibilità e guidarlo verso abitudini sempre più positive.



DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto sul cambiamento climatico della nostra azienda e di tutta la catena del valore.



ECONOMIA CIRCOLARE
Riduciamo gli sprechi e creiamo un business sempre più circolare, anche introducendo nuovi servizi come il noleggio e la seconda mano.



PARI OPPORTUNITÀ
Lavoriamo rispettando il prossimo nella sua unicità e riduciamo le disuguaglianze.



INGAGGIO DELLA COMUNITÀ
Coinvolgiamo le comunità e i negozi in modo da generare valore per il territorio e le persone.



Per raggiungere le nostre ambizioni e creare un impatto positivo, è fondamentale dotarsi di una struttura organizzativa che guidi e supporti tutte le funzioni passo dopo passo lungo il percorso.

Nel 2022 abbiamo rivisto la nostra organizzazione, incentrata sul Cliente, il cui obiettivo è quello di **mantenere e rafforzare la nostra leadership in modo che crei un impatto umano, economico e ambientale sempre più positivo.**

Con quest'obiettivo in mente abbiamo introdotto la nuova **leadership Impatto Positivo** creata appositamente per fungere da cardine e integrare la sostenibilità in tutte le altre attività dell'organizzazione.



Cosa vuol dire generare un impatto positivo?



Il Leader Impatto Positivo, parte integrante del CO-LEAD Leroy Merlin Italia, prende anche parte alle **riunioni del Gruppo ADEO**, tenute con una cadenza mensile, alle quali **partecipano tutti i Leader Impatto Positivo** delle diverse Business Unit del Gruppo. Queste riunioni sono un momento di scambio tra le varie realtà del Gruppo, che hanno così la possibilità di condividere idee e best practice che possano poi essere applicate dalle varie organizzazioni sulla base del contesto in cui operano. Inoltre, sono anche organizzati dei seminari di aggiornamento quadrimestralmente, in modo da condividere nuovi progetti e le novità legislative in tema di sostenibilità.

1.3. LE NOSTRE PRIORITÀ: L'ANALISI DI MATERIALITÀ

Per identificare gli ambiti d'azione prioritari per l'azienda e strutturare la nostra rendicontazione di sostenibilità, abbiamo condotto un'analisi di materialità per individuare quelle tematiche – i cosiddetti **temi materiali** – sulle quali la nostra azienda può incidere maggiormente in termini di impronta ambientale, sviluppo sociale e sviluppo economico.

L'analisi è stata svolta 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 che ci hanno portato a definire l'analisi di materialità sono state le seguenti:



tramite l'analisi dei principali documenti relativi ai temi di sostenibilità nel settore del retail pubblicati dalle più importanti organizzazioni internazionali, abbiamo individuato i principali trend del settore. Abbiamo poi effettuato un'attività di benchmarking per comprendere gli aspetti fondamentali su cui stanno lavorando altri player dello stesso campo. L'analisi del contesto, rivalutata sulla base delle nostre specifiche attività, relazioni ed aspettative degli stakeholder, ci ha permesso di individuare gli aspetti di sostenibilità più rilevanti.

sulla base del contesto analizzato, dei documenti pubblici che individuano gli impatti del nostro settore, unitamente ad una approfondita conoscenza delle nostre attività e dei conseguenti effetti sull'esterno, abbiamo identificato gli impatti positivi e negativi, attuali e potenziali, generati dalla nostra azienda su economia, ambiente e persone.

abbiamo svolto un workshop in presenza con il Comitato di Direzione di Leroy Merlin Italia al fine di valutare la significatività degli impatti.

la valutazione del Comitato di Direzione (CO-LEAD) ha portato alla definizione dei temi prioritari per la nostra azienda, sulla base della significatività degli impatti individuati nelle fasi precedenti. Abbiamo quindi stabilito una soglia di materialità che ci ha permesso di identificare i nostri **15 temi materiali**.

Le tematiche così individuate sono state ricondotte alle nostre ambizioni e sono rendicontate all'interno del presente Bilancio di Sostenibilità.



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.



Iniziative 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, e con l'obiettivo di contribuire alla creazione di un impatto positivo per tutte le persone che interagiscono con l'azienda.



Partner locali - Le collaborazioni con fornitori e 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. Ci impegniamo a sviluppare una rete di franchising che sia affidabile e attenta ai propri impatti.

Catena di fornitura responsabile - 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 ESG, al fine di contribuire alla generazione di impatti positivi nella catena del valore e mitigare possibili violazioni dei diritti umani.

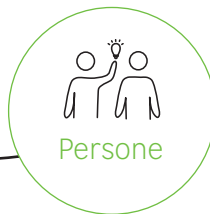
Impatti della logistica - In un settore come quello del retail, i numerosi trasporti, da e verso i fornitori, e da e verso i clienti, hanno un impatto rilevante sull'ambiente. L'ottimizzazione dei trasporti, attraverso lo sviluppo di un sistema maggiormente efficiente e meno impattante è una nostra priorità al fine di ridurre i costi economici e gli impatti ambientali.



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 CO₂, 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, riducendo i nostri 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.



Diritti dei dipendenti e pari opportunità - 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, etc), in cui ci si possa sentire accettati e compresi, con impatti positivi sulla soddisfazione e sullo sviluppo personale e professionale.

Welfare - L'attenzione al dipendente e alle sue necessità, lo sviluppo di iniziative diversificate e di welfare garantiscono un impatto positivo sulla soddisfazione delle Persone e nell'ambiente di lavoro in generale, accrescendo il senso di appartenenza all'azienda.

Salute e sicurezza - La movimentazione di merci, l'organizzazione dei magazzini e degli store, la presenza di numerosi prodotti sugli scaffali, anche pesanti, possono comportare incidenti sulla salute delle nostre Persone, 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.

Formazione - Ci impegniamo a formare le nostre Persone 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 delle nostre Persone, aumentando il loro grado di soddisfazione in azienda.

Attrazione e sviluppo dei talenti - 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.

2. I nostri stakeholder

Includere gli stakeholder nel nostro percorso di sostenibilità è fondamentale, al fine di costruire una strada comune **in sinergia con le aspettative e le responsabilità dei vari attori** della nostra catena del valore.

Interagire con i **fornitori** ci permette di **costruire le fondamenta della nostra offerta sostenibile** e garantire prodotti che siano stati realizzati da aziende che conducono il loro business in modo etico, premessa fondamentale al fine di generare un impatto positivo sull'esterno. Interagiamo con i nostri Clienti non solo per comunicare la nostra offerta commerciale, ma per **ascoltare le loro esigenze**,

offrendo prodotti sicuri per la salute e rispetto dell'ambiente e delle persone che li producono, nonché per **sensibilizzarli a un consumo responsabile**. Riteniamo che le nostre **Persone**, con la loro leadership, impegno, spirito imprenditoriale, competenza e professionalità, siano l'attore fondamentale che ci permette di **raggiungere grandi risultati** e, pertanto, ci impegniamo a tutelare i loro diritti e a implementare politiche sociali per la salvaguardia di tutti gli aspetti riguardanti il rapporto di lavoro. Le nostre Persone e i Clienti sono inoltre soggetti che fanno parte delle **Comunità locali**, con le quali collaboriamo tramite diverse attività, come



iniziative di solidarietà e progetti di sensibilizzazione, interfacciandoci con Scuole, Associazioni e Enti del Terzo Settore.

In qualità di distributori, è nostro dovere fare da tramite tra mondo produttivo e consumatori finali. Per questo motivo ci impegniamo a sensibilizzare tutti i **nostri stakeholder** e lo facciamo con **azioni concrete**. Per comunicare con tutti loro e tenere traccia delle nostre iniziative e attività,

nel 2016 abbiamo creato il **sito CSR Leroy Merlin**, costantemente aggiornato con le azioni di sostenibilità che implementiamo, e dove è possibile prendere visione della nostra rendicontazione di sostenibilità.

Il sito rappresenta, infatti, il principale canale di dialogo con i nostri stakeholder, seguito da numerose altre interazioni online o presso i negozi.

FORNITORI

- Portale fornitori
- Audit
- Sito CSR
- Dialogo tramite la funzione Acquisti

ARTIGIANI

- Sito CSR
- Portale fornitori
- Dialogo tramite la funzione Risorse Umane e Commerciale

PERSONE

- Comunicazioni interne
- Formazione
- Mezzi di comunicazione aziendali

CLIENTI

- Sito CSR
- Comunicazione nei negozi
- Dialogo con i nostri leader nei negozi a Customer service
- Community Leroy Merlin Italia
- Social media e newsletter

PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

- Sito CSR
- Rendicontazione aziendale
- Incontri specifici in base alle esigenze

ORGANIZZAZIONI SINDACALI

- Sito CSR
- Rendicontazione aziendale
- Incontri specifici in base alle esigenze

MEDIA

- Sito CSR
- Funzione Comunicazione
- Rendicontazione aziendale
- Social media e newsletter

UNIVERSITÀ E SCUOLE

- Sito CSR
- Rendicontazione di sostenibilità
- Iniziative di sensibilizzazione
- Dialogo tramite la funzione Community Impact

ENTI E ASSOCIAZIONI DEL TERZO SETTORE

- Sito CSR
- Dialogo tramite la funzione Community Impact
- Rendicontazione di sostenibilità
- Iniziative di sensibilizzazione
- Iniziative di solidarietà

COMUNITÀ E ABITANTI

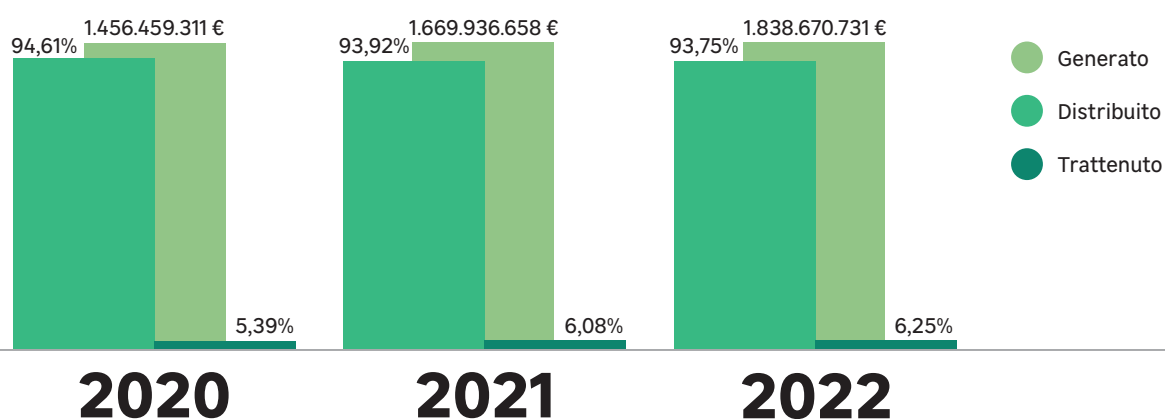
- Sito CSR
- Rendicontazione aziendale
- Social media e newsletter
- Community Leroy Merlin Italia
- Eventi specifici per il territorio

2.1. GENERIAMO VALORE ECONOMICO PER GLI STAKEHOLDER

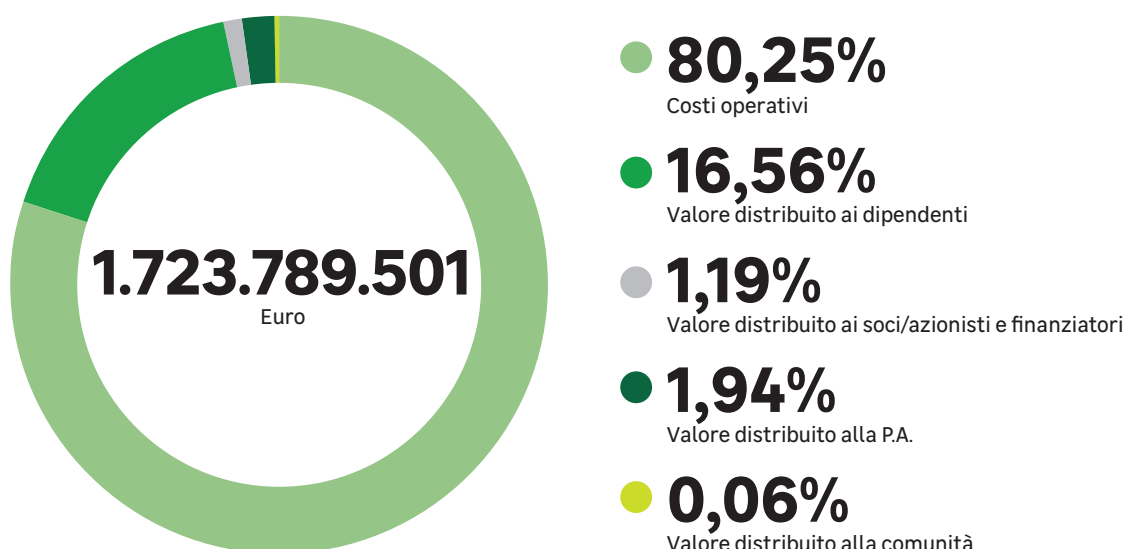
Tutte le nostre attività sono improntate alla generazione di un impatto positivo, da un punto di vista ambientale, sociale ed anche economico. Soprattutto con riferimento a quest'ultimo aspetto, lavoriamo per realizzare economie partecipative e di condivisione, nelle quali la **generazione di valore** sostituisce il semplice profitto, in una prospettiva etica e non puramente individualistica.

Nel 2022 abbiamo generato **valore economico per oltre 1 miliardo e 800 mila euro**, in crescita del 10% rispetto al valore generato nel 2021. Di questo, **il 94% è stato distribuito** agli stakeholder, sotto forma di acquisti ai fornitori, salari, oneri finanziari, imposte e liberalità, e solo **il 6% è stato trattenuto** in azienda.

Valore economico generato, distribuito e trattenuto



Valore distribuito nel 2022



Per le nostre Persone sono poi previste ulteriori modalità di condivisione del valore economico generato dall'azienda attraverso la **partecipazione ai benefici e ai risultati aziendali**.

Vogliamo infatti che tutte le nostre Persone possano beneficiare dei frutti che hanno contribuito a creare.

A questo scopo abbiamo previsto tre strumenti di **condivisione dell'aver**:

Il Premio di Progresso

Il Premio Progresso è un meccanismo volto a condividere i risultati a breve termine attraverso la **condivisione**, con le nostre Persone, degli **utili prodotti**: ognuno, infatti, contribuisce all'evoluzione del negozio in termini di sviluppo commerciale, gestionale e di redditività.

Il Premio viene erogato trimestralmente sotto forma di un importo lordo in euro (non superiore al 25% della RAL) alle Persone che si sono distinte per aver contribuito al raggiungimento di risultati particolarmente positivi nel proprio negozio. I destinatari possono poi scegliere se svincolare il Premio o investirlo in azioni del Gruppo.

Attraverso tale sistema vogliamo incentivare le nostre Persone a collaborare per **raggiungere un obiettivo comune**, contribuendo attivamente e consapevolmente con il proprio lavoro al progresso aziendale e al successo del proprio reparto e, più in generale, del proprio negozio.



La Partecipazione ai Risultati

Le nostre Persone partecipano ai risultati finali annuali dell'azienda in una logica di creazione di capitale e in un'ottica di **condivisione a medio termine**. I risultati aziendali sono ottenuti grazie alla collaborazione di tutti, e pertanto il 20% del risultato economico alla fine dell'anno viene suddiviso tra tutte le nostre Persone, fino a un tasso massimo del 7,14% della RAL per ciascuno.

Azionariato

Ogni Persona che fa parte della nostra azienda può decidere di **diventare azionista del Gruppo ADEO**, in un'ottica di **condivisione a lungo termine** del valore che ognuno ha contribuito a creare e costruire nel tempo.

Il valore delle azioni dell'azienda viene valutato una volta all'anno da una Commissione di esperti esterna e indipendente, che applica una procedura approvata dalla Commissione per le operazioni di Borsa Francese, luogo nel quale ha sede la nostra Casa Madre. Nella valutazione si tiene conto sia degli elementi finanziari sia degli elementi qualitativi, come lo sviluppo delle attività, gli investimenti, il mercato e la concorrenza.

In tal senso, mentre il termine "azioni" solitamente richiama immediatamente l'idea di Borsa e dei rischi associati alle frequenti fluttuazioni di mercato, il nostro Azionariato aziendale è un Azionariato diffuso, non quotato in borsa.

Esso è stato creato con l'obiettivo di **consentire ad ogni Persona di ADEO di trasformarsi in un vero imprenditore** dell'azienda stessa.



Oltre alla possibilità di investire consapevolmente acquistando azioni, ogni Persona partecipa alla condivisione dei risultati ricevendo annualmente azioni gratuite. Ad oggi, il 95% delle Persone di Leroy Merlin Italia partecipa all'azionariato aziendale.

Questo è il valore e il significato del nostro Azionariato, che si basa sull'aspetto umano e relazionale che deriva dall'essere parte integrante dell'intera realtà aziendale. Su base annuale, inoltre, organizziamo la **serata Valadeo**, un evento durante il quale condividiamo il valore raggiunto dalle azioni del Gruppo ADEO durante l'anno con le nostre Persone ed i loro familiari.

2.2. LA VALORIZZAZIONE DEL BENEFICIO PRODOTTO

Dal 2020 misuriamo il beneficio prodotto dalle nostre attività tramite il BES, lo strumento per calcolare il **Benessere Equo e Sostenibile**, che ci permette di valutare le nostre performance aziendali considerando anche le esternalità generate dalla nostra organizzazione.

Abbiamo identificato una serie di indicatori rappresentativi delle nostre attività e li abbiamo ri-classificati in base ai Capitali Economico, Ambientale, Sociale ed Umano, sui quali basiamo le nostre aspirazioni di creazione di un impatto positivo.

Il calcolo del BES parte dal risultato operativo aziendale (che include ricavi - costi operativi - remunerazione dei dipendenti - ammortamenti svalutazioni - accantonamenti e riserve).

A questo totale si aggiunge il **valore economico legato a quelle attività che hanno creato un impatto positivo** sulla Comunità, le Persone e l'Ambiente (come investimenti in sicurezza, formazione, i progetti di supporto al territorio).

Dall'altro lato, viene sottratto il **valore economico legato alle attività che hanno generato un impatto negativo** sull'esterno (come le emissioni di CO₂ e il costo legato agli infortuni sul lavoro). Questo calcolo ci permette di definire il progresso della nostra azienda non solo dal punto di vista economico, ma anche sociale e ambientale.

Nel 2022 il Beneficio generato dalle nostre attività

è stato di oltre **€ 54 milioni, in aumento del 59%** circa rispetto ai valori del 2021. Tale risultato deriva sia dall'incremento dei valori che compongono il Capitale Economico (+29%), che dalla crescita di oltre il 35% dei valori che costituiscono il Capitale Sociale, come ad esempio le **liberalità erogate a favore della Comunità**, la ripresa, in seguito all'uscita dal periodo pandemico, dei **corsi per i Clienti**, resi disponibili presso i nostri negozi, e l'incremento **delle retribuzioni corrisposte alle Persone vulnerabili** che hanno prestato lavoro presso la nostra azienda con il progetto FormidAbili. Il **nostro impatto negativo sul Capitale Ambientale è invece diminuito di oltre il 6%** rispetto al 2021, a fronte dell'**aumento delle emissioni compensate** grazie al progetto di riforestazione "Energia del Bosco", realizzato in collaborazione con la cooperativa sociale (RI)GENERIAMO.

Infine, abbiamo registrato un **aumento di oltre il 7% anche nel Capitale Umano**, in particolar modo grazie all'incremento degli investimenti in salute e sicurezza e formazione.

BES LMI ²	2020	2021	2022	Delta 2022/2021
Totale BES	27.001.440 €	34.105.792 €	54.173.237 €	58,84%
Capitale Economico	44.547.403 €	59.791.321 €	77.154.407 €	29,04%
Capitale Ambientale	- 21.604.540 €	- 31.767.855 €	-29.784.223 €	-6,24%
Capitale Umano	2.710.749 €	5.134.985 €	5.521.130 €	7,52%
Capitale Sociale	1.489.872 €	947.341 €	1.281.923 €	35,32%

² Nel 2022 è stata aggiornata la metodologia di calcolo per i dati del BES sul triennio. In particolare, rispetto a quanto presentato nel Bilancio Partecipato dei Benefici Prodotti 2021, sono state eliminate la voce Compensazioni CO₂ LMI dal calcolo del Capitale Ambientale e le voci Bricolage del Cuore & Lessons For Good e Corsi Farò dal calcolo del Capitale Sociale. Inoltre, all'interno del Capitale Umano, è stata eliminata per il triennio la voce "Incentivi erogati", in quanto i dati relativi al 2022 per questa categoria non risultano attualmente disponibili. Per la tabella di dettaglio delle voci che costituiscono il BES, si rimanda all'appendice.





CAPITOLO 3

VIVERE INSIEME AI NOSTRI CLIENTI E ABITANTI

1. I nostri servizi e prodotti

Il retail è un mondo molto vasto che negli anni ha continuato a rivoluzionarsi ed evolversi, allineandosi alle nuove tendenze tecnologiche, ripensando i modelli di distribuzione e sviluppando sempre più servizi e prodotti in risposta alle esigenze dei Clienti.

In Leroy Merlin Italia puntiamo a **creare la casa ideale**, dando ai nostri Clienti la possibilità di costruire un ambiente sicuro, confortevole ed energeticamente efficiente. Negli anni abbiamo focalizzato la nostra offerta commerciale specializzandoci su **5 grandi mondi**:

Mondo tecnico

- Elettricità e domotica
- Utensileria
- Idraulica e comfort
- Ferramenta

Mondo decorativo

- Decorazione
- Illuminazione
- Vernici

Mondo progetto

- Falegnameria
- Sistemazione
- Cucina
- Pavimenti e rivestimenti

Mondo giardino e edilizia

- Edilizia
- Giardino e terrazzo

Mondo bagno

- Sanitari

Il nostro obiettivo, però, non è solo quello di offrire ai nostri Clienti prodotti di qualità ed efficienti per la loro casa, ma vogliamo garantire un'esperienza di acquisto unica, che li renda soddisfatti a 360°. Per questo motivo, **accompagniamo i Clienti anche nelle fasi che precedono e seguono il loro acquisto**, offrendo un servizio di assistenza e consulenza durante tutto il processo di costruzione della propria casa ideale.

Grazie ad un'attenta analisi delle offerte del mercato, dei bisogni dei Clienti e al costante monitoraggio del loro grado di soddisfazione, **abbiamo negli anni strutturato la nostra offerta di servizi per rispondere alle esigenze dei Clienti**.



Le nostre tipologie di servizi

Nel corso degli anni abbiamo ampliato la **nostra offerta di servizi**. In particolare, abbiamo migliorato sempre di più il nostro **servizio di posa e installazione**, che supporta i Clienti dalla fase di acquisto a quella di montaggio, fino alla manutenzione dei prodotti acquistati presso i nostri punti vendita. Il servizio è offerto per numerose tipologie di prodotti ed è possibile prenotarlo direttamente online al fine di agevolare la richiesta. Grazie a questo servizio siamo stati i primi a rispondere a un bisogno che in precedenza non era soddisfatto, offrendo un percorso unitario dall'acquisto all'installazione e garantendo ai Clienti la facilità di interfacciarsi con un unico interlocutore per tutto il processo. A tal fine, abbiamo anche **ripensato la nostra value chain, creando una rete di artigiani locali** che ci permette di facilitare l'offerta di questo servizio in prossimità dei Clienti. Questo garantisce non solo un servizio a tutto tondo al Cliente, ma anche una corretta installazione e manutenzione dei prodotti che permette di **allungare la vita dei prodotti stessi**, generando meno sprechi. Inoltre, vogliamo che i nostri Clienti siano in grado non solo di **risparmiare sui loro consumi energetici**, ma anche di beneficiare di un'agevolazione economica in caso di acquisto di prodotti a maggior risparmio energetico. Tramite l'acquisto di prodotti come finestre a doppio vetro, caldaie a condensazione a maggior efficienza e soluzioni per la termoregolazione solare, abbiamo dato la possibilità ai nostri Clienti di aderire all'**Ecobonus** promosso dal Governo e di richiedere quindi lo **sconto in fattura**, generando un impatto positivo sia per i nostri Clienti che per l'ambiente.



Un altro dei servizi che abbiamo perfezionato negli ultimi anni è il **servizio di riparazione**, tramite il quale vogliamo garantire ai Clienti **prodotti che durino nel tempo** e che abbiano un lungo ciclo di vita, riducendo quindi il bisogno di acquistare nuovi prodotti e diminuendo l'impatto sull'ambiente. Due sono le tipologie di assistenza che offriamo in termini di riparabilità:

Autoriparazione: i Clienti possono ordinare i pezzi di ricambio di cui necessitano e ritirarli presso i nostri negozi. I pezzi vengono ordinati ai nostri fornitori, che si occupano poi di spedirli o presso il deposito o direttamente in negozio.

Riparazione dei prodotti: i Clienti possono consegnare presso i negozi i prodotti malfunzionanti, che vengono successivamente inviati presso appositi centri assistenza, garantendo un tempo di riparazione di massimo sette giorni dal momento in cui i prodotti vengono presi in carico dal centro. Nel 2022 abbiamo aperto un nuovo centro assistenza dedicato ai nostri prodotti comfort a marchio Equation.

Nel 2022 abbiamo lavorato per **diminuire il tempo di attesa dei pezzi di ricambio**, favorendo quindi la scelta, da parte del Cliente, di riparare i propri

prodotti a discapito dall'acquisto di prodotti nuovi, con un conseguente impatto positivo sull'ambiente. Per quanto riguarda i nostri prodotti a marchio MDH – Marchio dell'abitante –, ci siamo impegnati per **garantire un servizio di consegna dei pezzi di ricambio in 7 giorni**, efficientando la logistica: invece di consegnare i pezzi presso il nostro deposito e poi procedere alla spedizione al negozio di riferimento, i fornitori consegnano la merce direttamente a quest'ultimo, rendendo così più veloce il servizio e garantendo un'assistenza più efficace al Cliente. Il test su questa modalità di consegna è stato avviato su **15 negozi**, per i quali il **servizio è attualmente attivo**. Stiamo gradualmente implementando questa modalità in tutti i negozi e sui fornitori di parti di ricambio per i prodotti non MDH.

I nostri prodotti a Marchio dell'Abitante (MDH)

Tra gli articoli che offriamo abbiamo una vasta selezione di prodotti che definiamo a **Marchio dell'Abitante (MDH)**.

Sono prodotti caratterizzati da attributi positivi per le persone e per l'ambiente, pensati per aiutarci nella **realizzazione delle nostre ambizioni e nel raggiungere i nostri obiettivi**, contribuendo alla nostra visione di “rendere la casa un luogo positivo in cui vivere”. Grazie a questi prodotti possiamo agire indirettamente sull'impatto dei nostri Clienti, in quanto vengono progettati per far sì che i **consumi durante la fase di utilizzo siano ridotti e che le risorse utilizzate per produrli provengano da fonti più sostenibili**.

Sono i prodotti grazie ai quali costruiamo un'offerta responsabile in numerose categorie di articoli, classificandoli secondo cinque criteri di impatto positivo:

- realizzato per durare nel tempo
- portatore di funzioni e caratteristiche sostenibili
- realizzato da risorse sostenibili
- sicuro per le persone
- sicuro per il pianeta



Nel 2022, il servizio di riparabilità ci ha permesso di **estendere la vita di oltre 11.500 prodotti**, il 18% in più rispetto al 2021.



I nostri Clienti godono di un **Servizio Assistenza attivo 7 giorni su 7**, accessibile tramite FAQ, e-mail e telefono. Le loro esigenze vengono così accolte tramite diversi canali, mettendo a disposizione molteplici modalità per contattarci, richiedere eventuali chiarimenti ed evidenziare necessità di ogni genere. I Clienti possono rivolgersi a noi tramite il nostro sito web, i canali social, telefonicamente contattando il numero verde o tramite applicazione. Inoltre, è possibile recarsi nei vari punti vendita presenti sul territorio, dove le nostre Persone sono a disposizione per risolvere qualsiasi tipo di problematica riscontrata. Nel 2022, grazie a questi canali siamo riusciti ad aiutare numerosi Clienti, rispondendo a oltre 4 milioni di segnalazioni.



Il Marketplace Leroy Merlin

Nel 2021 abbiamo attivato il **servizio Marketplace**, diventando la seconda Business Unit del Gruppo ADEO ad introdurlo, dopo la Francia, e seguiti da Spagna e Portogallo.

Attraverso il Marketplace mettiamo a disposizione un'ampia e selezionata scelta di prodotti di **venditori specializzati che possono vendere direttamente sul nostro sito**, ampliando così l'offerta per i nostri Clienti.

La piattaforma funziona a livello europeo e i venditori italiani che entrano a far parte del nostro Marketplace possono poi vendere sulle altre piattaforme del Gruppo.

Al fine di garantire un'ottimale gestione del servizio, prima del lancio della piattaforma, dai nostri team di prodotto in collaborazione con il team commerciale che tutti i venditori selezionati siano **in linea con i nostri valori** e in grado di rispondere alle esigenze commerciali.

Uno dei nostri obiettivi è quello di raggiungere il **100% di venditori del servizio Marketplace certificati** secondo determinati standard ambientali e di qualità. Ad oggi, ci stiamo focalizzando sulle certificazioni PEFC™ e FSC® (obbligatoria per tutti i venditori), per quanto riguarda i prodotti in legno, ed OEKO-TEX® per i prodotti tessili.

2. Creiamo un ambiente di condivisione

La **Community Leroy Merlin**, nata nel 2016, è un hub omnicanale che ha l'obiettivo di ispirare gli utenti che utilizzano i nostri prodotti alla **realizzazione di soluzioni intelligenti, innovative e sostenibili**, mettendo in relazione i Clienti, le nostre Persone e qualsiasi altro utente al fine di condividere idee e consigli per **valorizzare al meglio gli spazi abitativi** rispondendo alle esigenze di ognuno.

I membri della Community Leroy Merlin vivono e condividono con altri appassionati **la voglia di fare**, per migliorare la propria casa e generare impatto positivo nell'ambiente in cui vivono e per le persone. Tutti gli iscritti si riconoscono, infatti, attorno a **due valori fondamentali**:

- **La voglia di fare casa**: ossia la passione per il fai da te;
- **La voglia di sentirsi utili per gli altri e per il territorio**: ossia la passione di fare per gli altri, partecipando ad attività di supporto all'ambiente, al territorio e alle Comunità.

La Community ci permette di raggiungere due obiettivi fondamentali: da un lato la **fidelizzazione del Cliente**, attraverso il suo ingaggio e continuo stimolo tramite le numerose opportunità di dialogo e di confronto, e dall'altro la possibilità di generare insieme ai nostri utenti un impatto positivo sia per le comunità che per l'ambiente, rendendo quindi la **casa un luogo sostenibile** non solo **per i nostri Clienti**, ma anche **per le Comunità che abitano i territori dove operiamo**.



Sulla nostra Community, oltre a favorire gli scambi di idee e consigli, mettiamo a disposizione una sezione dedicata con articoli e consigli pubblicati da blogger ed esperti del fai da te, con la possibilità per gli utenti di porre domande e ricevere quindi risposte qualificate per specifiche esigenze. In particolare, nella sezione **“Parla con l’esperto”**, i nostri utenti si possono rivolgere a:

- Mastro giardiniere
- Interior designer
- Grill master

Inoltre, sulla piattaforma sono presenti delle sessioni di **“Live shopping”**, dove Home Stylist, creator, architetti ed esperti di settore forniscono dei consigli agli utenti circa l’acquisto di prodotti Leroy Merlin, pensati appositamente per gli appassionati di **arredamento, giardinaggio e barbecue**.

Un’ulteriore sezione della Community è quella dedicata ai **concorsi**, a cui i nostri utenti possono prendere parte postando sugli spazi dedicati le foto dei **progetti da loro realizzati** ed inerenti alla tematica dei vari concorsi, di volta in volta individuata. In questo modo, il vincitore, decretato dalla nostra giuria, riceverà come premio un buono sconto da spendere

online e presso i nostri punti vendita.

Al fine di premiare i nostri utenti più attivi, attiveremo un processo di **gamification e rewarding**, il quale consentirà agli utenti di avere dei riconoscimenti con ruoli sempre più di rilievo nella Community, mano a mano che incrementano la loro partecipazione. Uno dei nostri obiettivi per il futuro è di sviluppare un sistema di premiazione degli utenti con dei punti sulla base delle interazioni effettuate con Leroy Merlin, i quali permetteranno di accedere a sconti dedicati e/o all’acquisto di esperienze.

La Community vuole essere un hub che abbraccia tutti gli utenti attraverso un approccio omnicanale. Le persone possono incontrarsi sia nei negozi che online; il portale, infatti, ci consente di connettere gli utenti ai nostri punti vendita, tramite la diffusione di **iniziative di volontariato**, organizzate in sinergia con i nostri negozi e le nostre Persone, e l’erogazione di **corsi formativi per gli utenti** presso i nostri store. Nel corso del 2022 gli eventi di volontariato a cui i nostri utenti hanno preso parte sono stati il **“World Cleanup Day”** e l’iniziativa **“Sotto lo stesso albero”**.



World Cleanup Day

Anche quest'anno abbiamo partecipato al World Cleanup Day, un'iniziativa sociale lanciata dalla ONG Let's Do, che ogni anno coinvolge migliaia di persone nella raccolta di rifiuti abbandonati in aree comuni al fine di combattere l'inquinamento ambientale.

Il 17 settembre 2022 ci siamo uniti nell'attività di pulizia e raccolta, coinvolgendo oltre 1.300 persone e 35 negozi, grazie alla cui collaborazione siamo riusciti a raccogliere 10 tonnellate di rifiuti.

Sotto lo stesso albero

Insieme alla Community di Leroy Merlin Italia, dal 2021 portiamo avanti il progetto **“Sotto lo stesso albero”**, che consiste nella donazione di alberi di Natale decorati con addobbi e luci a realtà del territorio come Associazioni non profit, case-famiglia, carceri, residenze per anziani e ospedali, con il desiderio di portare la magia del Natale anche in quei luoghi dove la festività è meno percepita.

In questo modo abbiamo sottolineato come il **“fai da te” possa diventare “fare insieme”**, evidenziando l'evoluzione ad una dimensione collettiva e solidale del fare, con le persone e per le persone. Il **3 dicembre 2022** grazie alla collaborazione di **200 volontari e 46 negozi**, abbiamo dato il nostro sostegno a 46 realtà del territorio, al fine di rendere le loro strutture più accoglienti per le feste, regalando così calore e vicinanza agli ospiti in un momento speciale dell'anno.



Sotto lo stesso albero rappresenta per noi il simbolo del grande valore umano e sociale che connota l'approccio con il quale ci interfacciamo con le realtà locali. Il progetto ci ha inoltre permesso di unire la creatività delle nostre Persone a quella del personale sanitario e degli ospiti che hanno preso parte a questa iniziativa.

Per quanto riguarda invece la formazione nei negozi, nel corso del 2022 sono stati organizzati 33 corsi per i nostri Clienti attinenti ai seguenti ambiti:

- **corsi Fai da te**: per imparare tecniche e gesti del fai da te
- **corsi passione casa**: a tema decorazione e arredo di casa e giardino con esperti ed influencer
- **corsi for change**: corsi ed eventi sul territorio in collaborazione con associazioni attive sui temi sociali ed ambientali
- **home talk**: con esperti e professionisti per parlare di argomenti relativi alla dimensione dell'abitare, dalle tendenze casa fino alla sostenibilità
- **visti da vicino**: esperienze dedicate alle anteprime di prodotto, linee e stili, con la partecipazione dei nostri esperti, di professionisti e di influencer

Corsi Fai da te

- Realizza ciò che hai in mente
- Come rinnovare i mobili in stile shabby e provenzale
- 3 modi creativi di utilizzare le piastrelle
- Kids: decorare un vaso ispirato a Frida Kahlo
- Kids: come decorare un box porta giocattoli
- Come realizzare un terrarium desertico
- Kids: come realizzare un babbo pennello
- Kids: come realizzare un albero di Natale in legno
- Kids: come realizzare delle lampadine natalizie

Corsi visti da vicino

- Prodotti, linee e stili
- Scopriamo insieme le piastrelle decorative
- Arredare casa con gli stili del Natale

Corsi passione casa

- Idee per la casa e il giardino
- Mille idee per decorare
- Decorare una cassetta di legno in stile siciliano
- Realizzare un terrarium natalizio
- Realizzare una composizione di piante natalizie
- Decorare una lanterna natalizia per bambini
- Realizzare un centrotavola natalizio e giocoso
- Arredare casa con le piante da interno

Corsi for change

- Per l'ambiente e il territorio

Corsi Home Talk

- Parliamo di casa e dintorni
- Conoscere il colore: soluzioni e ispirazioni per abitare meglio

3. Promuoviamo scelte di consumo responsabili

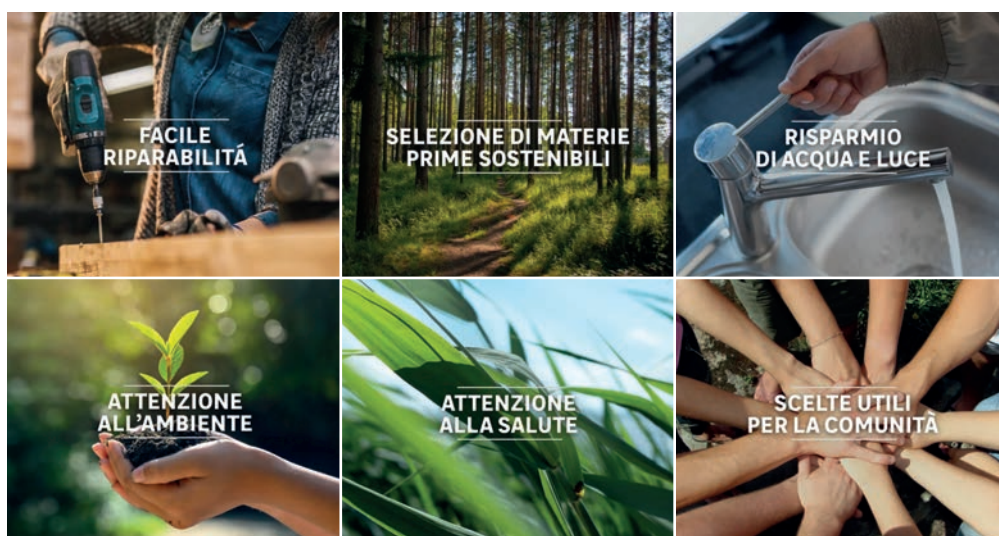
Siamo consapevoli che l'adozione di scelte di consumo responsabili richieda un **impegno costante e profuso nel tempo**, proprio come per la costruzione di una casa. Pertanto, lavoriamo ogni giorno per offrire ai nostri Clienti delle alternative in grado di garantire la **tutela della loro salute e dell'ambiente** che li circonda. Inoltre, promuoviamo delle **iniziative di sensibilizzazione** nei confronti dei nostri Clienti e dei Cittadini, per fare in modo che il consumo responsabile entri a far parte degli stili di vita di coloro i quali hanno voglia di fare casa avendo al contempo un impatto positivo sull'ambiente circostante.



3.1. LE NOSTRE SCELTE RESPONSABILI

Un mondo sostenibile nasce dalle scelte che facciamo. Per questo nel 2022 **abbiamo deciso di fare la nostra scelta**, selezionando con cura e con impegno tutti i prodotti dei nostri marchi che possano consentire di **vivere la casa in modo etico e sostenibile** e raggruppandoli nella nostra offerta di **"Scelte responsabili"**, per assicurare ai nostri Clienti un'alternativa di consumo in grado di migliorare la loro casa nel rispetto del nostro Pianeta.

Con i nostri prodotti responsabili vogliamo infatti raggiungere, insieme ai nostri Clienti, i **6 impegni per un futuro più sostenibile** che ci siamo posti. Le **"Scelte Responsabili"** sono raggruppabili nei seguenti pilastri:





Facile riparabilità

Selezioniamo i prodotti in grado di **durare più a lungo** nel tempo, costituiti da pezzi di ricambio di **facile sostituzione** in autonomia e a prezzi ridotti. Questa categoria comprende per i nostri prodotti a marchio quasi **11.000 parti di ricambio**.

Selezione di materie prime sostenibili

I nostri prodotti sono realizzati con **materie prime che hanno un basso impatto sull'ambiente**, come ad esempio il legno proveniente da boschi certificati FSC® e PEFC™, o con altri **materiali riciclati** al fine di evitare il più possibile l'utilizzo di materiali vergini.

Tramite questa categoria di prodotti ci poniamo l'obiettivo di **ridurre gli scarti e diminuire le emissioni di gas ad effetto serra**. I prodotti a nostro marchio Artens, Inspire, Spaceo e Naterial contengono infatti il 95% di legno certificato.

Risparmio di acqua e di luce

Scegliamo prodotti innovativi in grado di **ridurre gli sprechi di acqua ed energia**, come i nostri prodotti a marchio Lexman, la cui illuminazione a LED permette di ridurre di 10 volte i consumi energetici rispetto a quelli di una classica lampadina, e i prodotti a marchio Sensea ed Equation, che consentono di risparmiare il 65% di acqua.

Attenzione all'ambiente

Abbiamo l'obiettivo di offrire prodotti con il requisito **100% plastic free entro il 2024**, per i prodotti a nostro marchio, ed entro il 2025 per i prodotti dei fornitori partner.

Inoltre, valorizziamo la **produzione Made in Italy**, in quanto garantisce il rispetto dei **migliori standard di qualità**, riducendo al contempo le distanze con i fornitori e **limitando quindi le emissioni di gas ad effetto serra** lungo i trasporti.

Attenzione alla salute

La nostra attenzione alla salute passa attraverso l'impegno per **migliorare la qualità dell'aria in casa**. Pertanto, **limitiamo al minimo l'utilizzo di componenti chimici nei nostri prodotti**. Ad esempio, la nostra gamma di pitture Luxens permette di avere delle emissioni ridotte di Composti Organici Volatili, con una quantità di 15 volte inferiore rispetto a quanto stabilito dalla normativa europea.

Scelte utili per la comunità

Promuoviamo un'**economia inclusiva e che valorizzi le unicità**. Forniamo gratuitamente **strumenti e materiali per le famiglie in difficoltà** e **sensibilizziamo le nuove generazioni** ad un consumo consapevole ed al risparmio energetico tramite progetti educativi.

Alla fine del 2022, abbiamo avviato un percorso per rafforzare ancor di più le nostre Scelte Responsabili, rivedendo l'offerta dei nostri prodotti contenenti verde sintetico, come reti protettive o pareti verticali sintetiche.

Abbiamo quindi coinvolto dei ricercatori del Politecnico di Milano con l'obiettivo di **reinventare tali prodotti in un'ottica più sostenibile** lavorando sui seguenti driver:

- **Ottimizzazione del peso** del materiale
- Promozione di **materiali tracciabili e certificati**
- Utilizzo di **materie prime a minor impatto ambientale**
- Prioritizzazione di materiali con un **ciclo di vita duraturo**

L'avvio del progetto e dello studio è previsto per il 2023, con un primo sviluppo a metà dell'anno.

3.2. SOSTENIBILITÀ E IMPATTO POSITIVO DEI NOSTRI PRODOTTI

Con la nostra offerta di prodotti Scelte Responsabili vogliamo supportare i Clienti nella scelta di articoli che abbiano un beneficio per l'ambiente, mettendo loro a disposizione una selezione di prodotti che abbiano determinate caratteristiche positive.

Per sensibilizzare tutte le nostre Persone ed aiutarle a riconoscere quando un prodotto è per noi responsabile e sostenibile, nel 2022 abbiamo sviluppato e diffuso all'interno della nostra azienda la nuova cultura del **Positive Product**, una scelta strategica che vuole garantire la **selezione di prodotti sostenibili** sulla base di 6 requisiti:

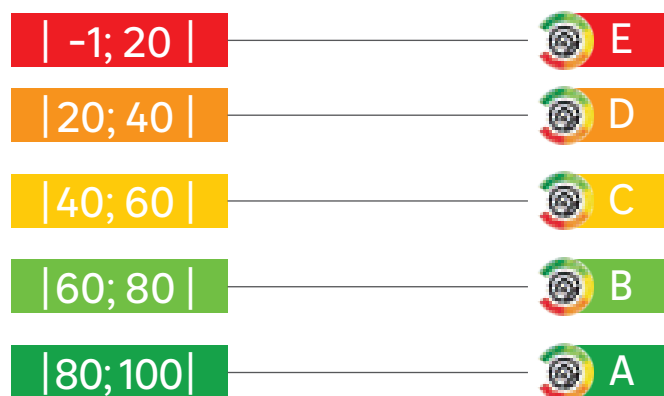




I prodotti che selezioniamo dai nostri fornitori sono valutati attraverso uno **strumento di valutazione multicriterio**, denominato **Scorecard**, che consente di misurare le prestazioni ambientali e sociali dei prodotti secondo un approccio orientato al miglioramento continuo. Tale valutazione consiste nell'assegnazione di un punteggio per ogni pilastro dei Positive Products, il quale tramite l'utilizzo di un algoritmo viene poi convertito in una valutazione complessiva del prodotto, la quale è espressa lungo una scala **da -1 a 100**, dove 100 rappresenta la migliore prestazione di prodotto possibile.

Il punteggio viene poi espresso tramite una scala alfabetica **da E ad A**, dove A identifica i prodotti a maggiore contributo positivo.

Nel 2022 tale valutazione è stata estesa all'86% della nostra offerta. All'esito di tale valutazione, i prodotti che risultano avere un punteggio maggiore vengono poi inclusi ed offerti ai nostri Clienti attraverso la nostra categoria di Prodotti "Scelte Responsabili".



Diffondiamo le nostre Scelte Responsabili

La nostra responsabilità non si ferma alla mera offerta di prodotti con un impatto positivo per l'ambiente, ma ci vede impegnati nel sensibilizzare e informare i nostri Clienti circa la possibilità di essere gli attori di un consumo più etico e sostenibile. Nel 2022 abbiamo adottato un approccio comunicativo omnicanale, sia presso i punti vendita che sul sito internet e sui vari social network, al fine di aumentare la consapevolezza dei Clienti sulla nostra offerta responsabile.



OLTRE 17 MILIONI DI UTENTI
RAGGIUNTI SU FACEBOOK
E INSTAGRAM



OLTRE 5 MILIONI
DI VISUALIZZAZIONI
TRA YOUTUBE E PINTEREST

Presso i punti vendita di **Carugate** e di **Catania Fontanarossa** abbiamo realizzato, come test da estendere presso tutti i negozi nel 2023, dei **kit di comunicazione** sulle Scelte Responsabili, composti da:

- un **pannello di 3 metri** posizionato all'ingresso del punto vendita contenente le informazioni sui vari **pilastrini dei prodotti "Scelte Responsabili"**, un **QR Code** di rimando alla nostra **sezione sul sito dedicata**, i nostri **obiettivi di sostenibilità e i progetti sociali** che realizziamo;
- una **serie di pannelli informativi all'interno dei punti vendita** posizionati in prossimità dei prodotti appartenenti alla categoria "Scelte Responsabili";
- una serie di **poster relativi ai pilastrini delle Scelte Responsabili** posizionati in zone ad alta visibilità dei punti vendita.

Sul nostro sito è presente una sezione dedicata alle nostre **"Scelte Responsabili"**, all'interno della quale i nostri prodotti sono ricondotti alle 6 categorie di Scelte Responsabili e richiamati nella home page in occasioni come la giornata **"M'illumino di meno"**.

Inoltre, al fine di raggiungere tutti i Clienti con la nostra offerta responsabile e sostenibile, abbiamo effettuato una **campagna di comunicazione digitale su YouTube** e una di **diffusione via radio**, tramite l'utilizzo di **prodotti testimonial** per ciascuna categoria delle Scelte Responsabili.

3.3. SENSIBILIZZIAMO CLIENTI E CITTADINI PER UN CONSUMO RESPONSABILE

Il particolare settore in cui operiamo fa di noi l'**anello di congiunzione tra la filiera produttiva e i consumatori finali**. Pertanto, la nostra responsabilità è anche quella di **educare e sensibilizzare** i nostri stakeholder, dai fornitori ai Consumatori, e rafforzare le loro conoscenze e competenze per un consumo responsabile. Questo ci permette di diffondere buone pratiche volte a ridurre i consumi energetici, con l'obiettivo finale di **contrastare la povertà energetica e di migliorare le condizioni abitative di Clienti e Cittadini**.

La **povertà energetica**, ossia la condizione di impossibilità da parte di individui o famiglie di accedere ad un paniere minimo di beni e servizi energetici, colpisce oggi **più di 9 milioni di persone in Italia¹**, con conseguenze negative sul loro livello di benessere e sulla loro inclusione sociale. Tale condizione, infatti, impedisce alle persone di utilizzare con regolarità gli impianti di riscaldamento e raffrescamento e di disporre, a causa delle precarie condizioni economiche, degli elettrodomestici ad alto consumo di energia, come lavastoviglie, lavatrice, aspirapolvere e forno elettrico, necessari a garantire il pieno godimento della propria abitazione.

Il tema della povertà energetica e, conseguentemente, del risparmio energetico è infatti molto sentito dai nostri Clienti. Pertanto, nel 2022 abbiamo creato un'apposita sezione del sito dedicata ai temi del **risparmio nei consumi di acqua, luce e gas**, insieme a molti consigli sull'efficientamento e sulla riduzione dei consumi energetici domestici.



A questo proposito, nel 2021 abbiamo firmato il **Manifesto “Insieme per contrastare la Povertà energetica”**, promosso dal **Banco dell'energia** con lo scopo di sensibilizzare l'opinione pubblica e i referenti istituzionali ad adottare soluzioni concrete per fronteggiare le vulnerabilità legate a questa emergenza e creare e rafforzare una rete di stakeholder che condividano questa missione. Inoltre, a novembre 2022, abbiamo pubblicato il nostro quinto **Quaverde**, incentrato per l'appunto sulla **lotta alla povertà energetica**. I Quaverdi sono delle pubblicazioni effettuate con l'obiettivo di sensibilizzare Clienti e Cittadini, attraverso dei consigli che consentono di vivere la quotidianità con maggiore consapevolezza. In questo caso, il Quaverde si è concentrato sulla diffusione di semplici accortezze ed azioni quotidiane volte a ridurre e controllare i consumi energetici domestici, al fine supportare i consumatori nell'individuazione di soluzioni per i problemi legati al costo dell'energia e alla scarsa efficienza energetica delle abitazioni e/o degli elettrodomestici.

¹IPSOS: *Gli italiani e la povertà energetica, 2021*

All'interno del Quaverde è contenuto il **decalogo per il consumo intelligente dell'energia**, 10 linee guida per ridurre i consumi energetici nelle abitazioni:



Installare **lampadine** a basso consumo o a LED, in grado di garantire una maggiore durata e un minore consumo



Utilizzare il più possibile l'**illuminazione naturale** e il calore sprigionato dai caloriferi, evitando di coprire le finestre e i termosifoni con grossi tendaggi o coperture



D'inverno, **regolare la temperatura**, $1^{\circ}\text{C} = +7\%$ di consumi. Regolare le **valvole termostatiche** posizionate sui termosifoni distinguendo i locali in cui soggiorniamo da quelli in cui non soggiorniamo (camera da letto)



Fare una **manutenzione** costante su caldaie e impianti di raffrescamento.
Leggere attentamente l'**etichetta energetica** per capire quanto consumano gli elettrodomestici e, nel caso, sostituire quelli vecchi



Posizionare il **frigorifero** a 10-15 cm dal muro per non surriscaldare il motore. Tenere pulita e ben ventilata la parte posteriore



Non aprire il **forno** se non è necessario, per evitare di disperdere il calore accumulato all'interno



Far funzionare **lavatrice e lavastoviglie** a pieno carico, usare decalcificanti e pulire regolarmente il filtro dallo sporco e dal calcare. Anche la temperatura elevata dei programmi non è necessaria e spreca energia (usare i programmi ECO che ottimizzano il consumo energetico)



Non usare il **televisore** per compagnia. Spegnerne il **computer** e qualsiasi elettrodomestico non lasciandolo in stand by. Togliere anche il **caricabatterie** del cellulare dalla presa elettrica se non utilizzato



Stirare all'inizio i vestiti più sottili, lasciando alla fine quelli più spessi quando il ferro è più caldo, per utilizzare meglio il calore



Limitare il più possibile gli spifferi. Oltre a isolare finestre e balconi con para spifferi, evitare di tenere aperte **porte e finestre** per lungo tempo. Per cambiare l'aria alle stanze meglio spalancare tutto solo per pochi minuti in modo da non raffreddare i muri della casa

3.4. PARLIAMO CON LE NUOVE GENERAZIONI

Le nostre iniziative di sensibilizzazione si rivolgono anche ai più piccoli, e nel 2022 abbiamo continuato a portare avanti le iniziative con le scuole tramite i progetti **AmicoEco** e il **percorso di PCTO – Percorsi per le competenze trasversali e per l'orientamento**.

“**AmicoEco**” è un **percorso didattico pluriennale**, avviatosi nel 2014, dedicato alle **scuole primarie e secondarie**, con l'obiettivo di **informare e sensibilizzare** i più piccoli circa la tematica della **Sostenibilità ambientale**, intesa sotto diversi punti di vista, dall'uso consapevole delle risorse, ai temi inerenti al risparmio energetico, fino alla salute e sicurezza dell'ambiente domestico.

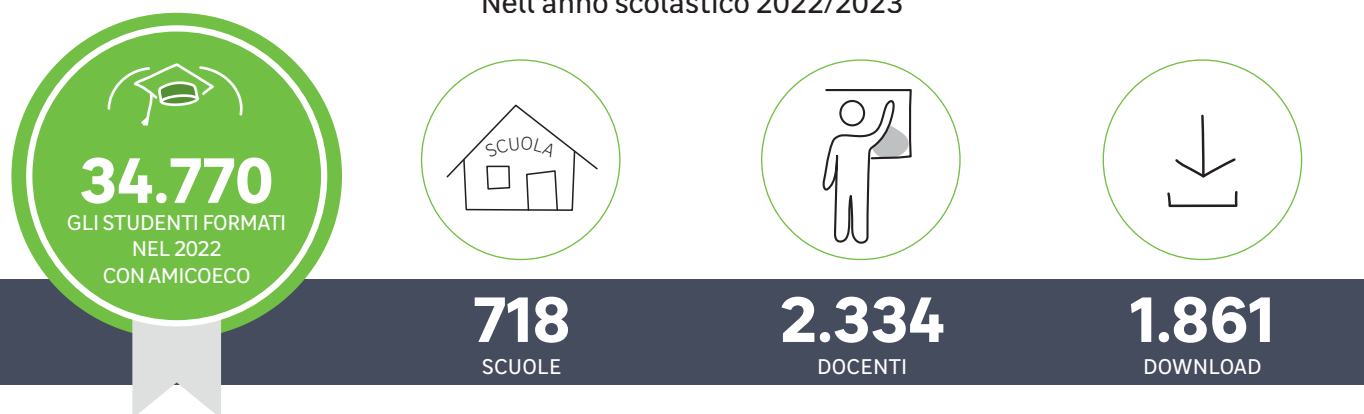
Il percorso che proponiamo è **multidisciplinare** e gratuito e fornisce ai docenti e agli studenti partecipanti **materiale didattico personalizzato**, adattato alle specifiche esigenze della fascia d'età di appartenenza dei partecipanti. Il progetto prevede l'utilizzo di due **tool multimediali innovativi**, ovvero AmicoEco Kids e AmicoEco Junior, costituiti da diversi strumenti didattici in grado di formare gli studenti e fornire ai docenti un supporto indispensabile a corredo dell'offerta educativa tradizionale.



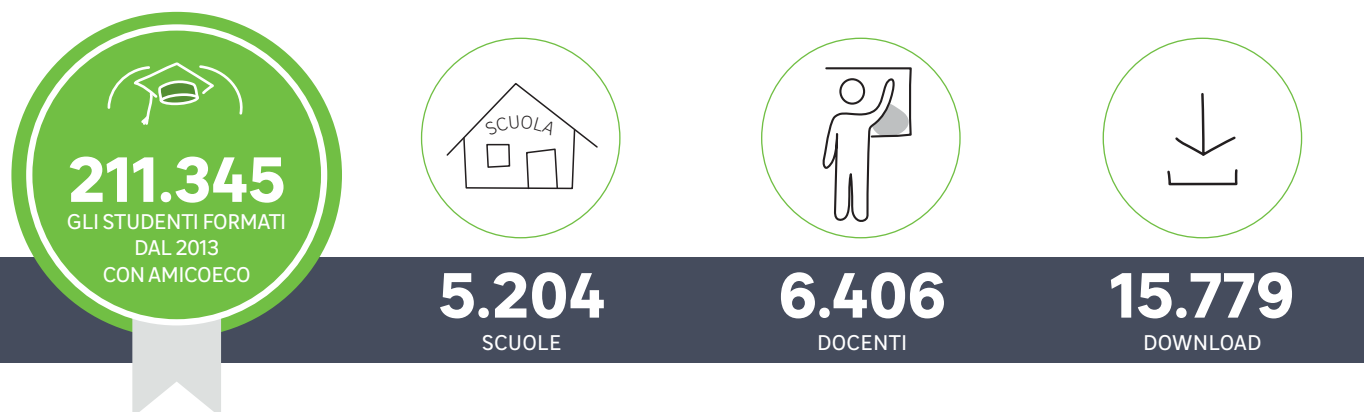
Per l'anno accademico 2022/2023 abbiamo coinvolto **718 scuole**, per un totale di **2.334 docenti** iscritti, **1.861 download** delle risorse e **34.770 studenti** formati durante l'anno scolastico.

Complessivamente, dall'avvio del progetto nell'anno scolastico 2013/2014 abbiamo coinvolto 6.406 docenti in 5.204 scuole diverse per un totale di 15.779 download delle risorse e 211.345 studenti formati.

Nell'anno scolastico 2022/2023



Dall'avvio del progetto nell'anno scolastico 2013/2014



I corsi trattati hanno invece riguardato otto tematiche principali.

Che bello essere unici



SCUOLE DELL'INFANZIA
SCUOLE PRIMARIE I-III CLASSE

Clima ed energia



SCUOLE PRIMARIE IV-V CLASSE
SCUOLE SECONDARIE DI 1° GRADO

Sostenibilità domestica e buone prassi



SCUOLE PRIMARIE IV-V CLASSE
SCUOLE SECONDARIE DI 1° GRADO

PlasticAlt



SCUOLE PRIMARIE IV-V CLASSE
SCUOLE SECONDARIE DI 1° GRADO

Gestione sostenibile delle foreste



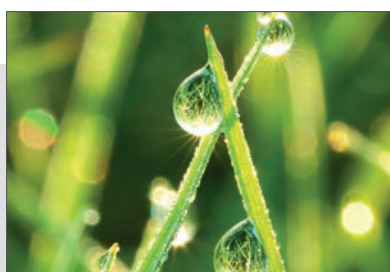
SCUOLE SECONDARIE DI 1° GRADO

Consumo responsabile



SCUOLE SECONDARIE DI 1° GRADO
SCUOLE SECONDARIE DI 2° GRADO (BIENNIO)

Risparmio energetico



SCUOLE SECONDARIE DI 2° GRADO (TRIENNIO)

Costruttori di futuro



SCUOLE SECONDARIE DI 2° GRADO

Abbiamo poi portato avanti il progetto di **PCTO** (ex alternanza scuola-lavoro), avviatosi nel 2017, indirizzato alle scuole secondarie di secondo grado. Tale progetto si basa su tre elementi fondamentali per la politica di sostenibilità della nostra azienda, ovvero i principi della **nuova economia, l'etica nel fare impresa e il consumo responsabile**. L'iniziativa di formazione è completamente gratuita e in digitale e consente quindi la partecipazione di tutti.



Negli anni il progetto ha subito diverse evoluzioni. Infatti, nell'anno scolastico 2018/2019 è stato presentato il **modulo TED – tutor per l'economia domestica** – che si è evoluto nell'anno successivo in **La-bEnergia**, ovvero un percorso strutturato in collaborazione con il Politecnico di Torino, incentrato sui temi della povertà energetica e del risparmio energetico.



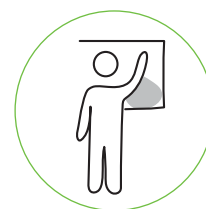
Tali temi sono stati approfonditi maggiormente nel corso dell'anno scolastico 2021/2022 e 2022/2023, attraverso lo **Sportello Energia**, dedicato al tema del risparmio energetico e della lotta alla povertà energetica. A questo si è aggiunto, a partire dallo scorso anno scolastico, il progetto **Economia Civile**.

Sportello Energia

L'iniziativa **Sportello Energia** permette di avviare una riflessione con gli studenti e le studentesse delle scuole secondarie di secondo grado circa la tutela dell'ambiente secondo una prospettiva professionalizzante oltre che solidale e socialmente responsabile. Svolto in collaborazione con il **Politecnico di Torino**, il percorso offre la possibilità di accedere alla formazione in digitale sui temi del **risparmio e della povertà energetica**, per concludersi poi con lo svolgimento di un'attività pratica orientata alla diffusione di buone prassi comportamentali sui temi del consumo sostenibile e responsabile.

Il progetto ha garantito a ciascuno studente **35 ore di formazione PCTO** certificate, riuscendo quindi a contribuire alla sensibilizzazione dei più giovani circa la natura e il valore dell'energia, tramite la fruizione di una serie di lezioni appositamente strutturate per trattare dell'energia in tutte le sue connotazioni: dalla sua **produzione**, alla sua **distribuzione** e anche alla sua **utilizzo**.

Nel corso dell'anno scolastico 2022/2023 al progetto hanno preso parte **520 scuole, 2.810 docenti e 25.371 studenti**, 13.281 dei quali hanno completato, nel 2022, le attività previste dal PCTO.



520
SCUOLE

2.810
DOCENTI



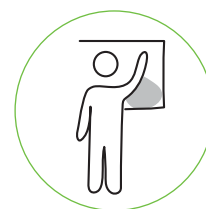
Economia Civile

L'iniziativa **Economia Civile** è nata nel 2021 in collaborazione con Next Nuova Economia per Tutti, con l'obiettivo di proporre una metodologia concreta in grado di tradurre gli obiettivi di sostenibilità in un modello economico alternativo, capace di generare valore rimanendo orientato al raggiungimento del benessere collettivo.

Il progetto si struttura quindi in due fasi:

- la **formazione digitale**, comprendente 10 videolezioni, approfondimenti teorici e pratici, volti a trasformare le proprie idee in progettualità concrete;
- il **project work**, attraverso il quale viene richiesto agli studenti di individuare un problema locale, ideare una soluzione innovativa e pianificarne le relative attività operative, tramite l'ausilio di un business model canvas, con l'obiettivo di stabilire il punto di partenza per un intervento rilevante e sostenibile economicamente, in grado di contribuire allo sviluppo della società.

Nel corso dell'anno scolastico 2022/2023 al progetto hanno preso parte **190 scuole, 634 docenti e 6.913 studenti**, 1.563 dei quali hanno completato, nel 2022, le attività previste dal PCTO.



190
SCUOLE

634
DOCENTI

NEXT | NUOVA
ECONOMIA
PER TUTTI

4. Garantiamo qualità e innovazione dei nostri prodotti e servizi



Le esigenze dei nostri Clienti sono per noi un fattore chiave, che ci guida nell'offrire **prodotti che siano in linea con alti standard di qualità e che possano essere utilizzati in totale sicurezza.**

Pertanto, la nostra offerta si evolve continuamente, assicurando che sui nostri scaffali ci siano sempre scelte innovative e con un minor impatto ambientale.

Queste scelte si espandono anche alla nostra **am-**

pla gamma di servizi, pensati per creare una **relazione con il Cliente che vada oltre l'acquisto** e che lo accompagni anche nelle fasi di installazione, utilizzo e mantenimento, tramite i nostri corsi in negozio, tutorial e il supporto post-vendita. Costruire questo legame ci permette di **avere con loro un rapporto solido**, al fine di guidarli e sensibilizzarli nell'utilizzo responsabile e consapevole dei nostri prodotti.

4.1. ASSICURIAMO LA QUALITÀ DEI NOSTRI PRODOTTI

In Leroy Merlin assicuriamo la qualità dei nostri prodotti tramite una **governance che risponde direttamente al Gruppo ADEO** ed è composta da tre funzioni:

1. **la funzione Compliance**, che stabilisce se i prodotti commercializzati sono conformi alle normative e alle politiche aziendali;
2. **la funzione Supplier Quality Assurance**, che accompagna i fornitori nell'implementazione delle politiche del Gruppo per i prodotti a Marchio dell'Abitante (MDH);
3. **la funzione Qualità Operativa**, che gestisce i negozi, i depositi e le non conformità rispetto ai prodotti venduti, nonché le segnalazioni dei Clienti.

Queste funzioni **collaborano strettamente con i fornitori** nell'applicazione di processi e politiche, richiedendogli di rispondere ai requisiti del Sistema di Gestione della Qualità (QMS) del Gruppo ADEO.

Il Sistema di Gestione Qualità applica la **ADEO Quality Assurance Policy**, che richiede ai fornitori di **adottare o mantenere un sistema di gestione della qualità**, o di applicare misure minime per garantire adeguati livelli di sicurezza e conformità del prodotto. **I fornitori sono tenuti a sviluppare una Politica** che definisca le modalità di gestione del controllo qualità in relazione alla strategia aziendale, al soddisfacimento delle esigenze dei Clienti e al miglioramento continuo. Inoltre, viene richiesto di **identificare una funzione Qualità**, per

avere una persona di riferimento che possa gestire gli scambi e le richieste del Gruppo.

In termini di Qualità, il Gruppo si è posto diversi obiettivi, tra cui, ad esempio:

- termine per rilevare eventuali non conformità minore di 48 ore
- zero non conformità con le normative e in termini di sicurezza dei Clienti
- autovalutazioni in ambito Qualità, Ambiente e Sociale completate da tutti i fornitori e risultanti in un basso rischio

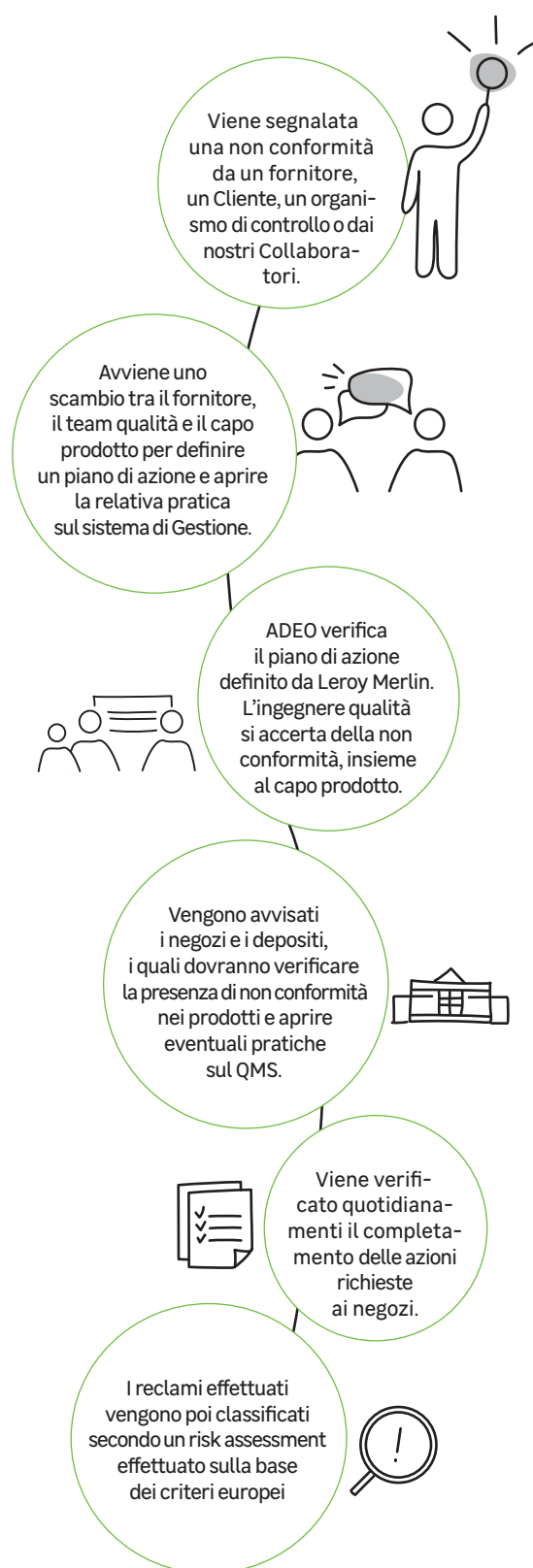
Il **monitoraggio della qualità dei prodotti** viene valutato sulla base di tre livelli. Il primo relativo **alla conformità alle normative**, vigenti nel mercato di riferimento e applicabili al prodotto; il secondo legato ai **requisiti specifici stabiliti dal Gruppo**; e il terzo, legato alla **conformità con le politiche di sostenibilità elaborate da ADEO**, come la politica sulla tracciabilità del legno o sulla presenza di sostanze pericolose.

Il Gruppo ADEO, inoltre, utilizza un sistema informativo che permette ai fornitori di inserire i documenti necessari per **verificare la conformità dei prodotti rispettivamente al loro rischio merceologico**, ovvero alla presenza di rischi congeniti dati dalla tipologia di prodotto (ad esempio un barbecue a gas), e **allo stato giuridico**, ovvero il rischio dettato dal ruolo che ricopre Leroy Merlin Italia rispetto alla vendita di quel prodotto, quindi se commercializza in qualità di distributore, importatore o produttore.

Sulla base dei parametri legati al rischio merceologico e allo stato giuridico, il sistema QMS prevede la richiesta ai fornitori di specifici documenti, al fine di prevenire le non conformità e garantire il massimo livello di qualità. I documenti raccolti sono quindi analizzati e validati dall'Ingegnere Qualità, il quale si occupa anche di eseguire eventuali test. Dopo aver verificato la documentazione condivisa, **ai fornitori viene richiesto di inviare un Golden Sample**, ovvero il prototipo più accurato possibile del prodotto in oggetto, che dovrà essere certificato dal team di Laboratorio, che si occupa di eseguire ulteriori test di qualità, raccogliere le dimostrazioni delle conformità e rendere disponibili le prove di conformità e i risultati del test.

Se tutti i test e i requisiti vengono superati, il prodotto risulta conforme ed è idoneo alla vendita.

Nel caso in cui dovesse verificarsi una non conformità legata alla qualità dei prodotti, viene seguito un processo strutturato di controllo e verifica:



Al fine di ridurre al minimo le segnalazioni e le verifiche di non conformità, effettuiamo degli **autocontrolli per verificare proattivamente la conformità dei prodotti**, a seguito dei quali **sviluppiamo un piano di azione per gestire e ridurre le non conformità**, attraverso test di prodotto, controlli documentali e controlli effettuati direttamente dai negozi.

Un altro processo attivo che ci permette di individuare e risolvere le cause di insoddisfazione dei Clienti è il controllo sui prodotti cosiddetti **Trust Killer**, ossia **quelli che hanno un alto tasso di reso** – superiore al 5% – **e che hanno ricevuto recensioni negative** – inferiori o uguali a 2 stelle.

Dopo aver selezionato i prodotti, viene svolta un'analisi per **comprendere le problematiche legate al prodotto o alla comunicazione delle sue caratteristiche** e, in base alle criticità rilevate, viene definito un piano d'azione. Nel 2022 sono stati avviati e ultimati 63 piani d'azione su un numero totale di 18.296 prodotti Trust Killer.

Dall'altro lato, monitoriamo altresì i cosiddetti prodotti **Trust Booster**, ovvero quelli per i quali sono presenti almeno 10 recensioni e presentano un punteggio superiore o uguale alle 4 stelle, al fine di identificare quei prodotti che rispondono al meglio alle esigenze dei nostri Clienti, e di conseguenza utilizzarli come best practice per migliorarci continuamente.



4.2. ASCOLTIAMO I NOSTRI CLIENTI PER MIGLIORARCI CONTINUAMENTE

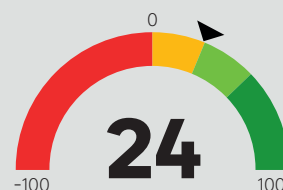
La nostra offerta di prodotti e servizi si evolve in linea con le esigenze dei nostri Clienti, e a tal fine monitoriamo il livello di qualità di prodotti e servizi attraverso l'analisi del grado di **soddisfazione dei Clienti**. Abbiamo sviluppato un nostro misuratore di soddisfazione, il **Barometro Cliente**, che misura **uno score che va da meno 100 a più 100**.

I Clienti che hanno concluso un acquisto presso Leroy Merlin ricevono via e-mail un questionario per la valutazione dei nostri servizi e possono assegnare un punteggio ad ogni singola fase del servizio di cui hanno fruito. I risultati di queste valutazioni ci permettono di identificare degli obiettivi di miglioramento all'interno del processo di supporto al Cliente. Nel 2022, la fase dove abbiamo riscontrato un minor livello di soddisfazione è stata la fase di risoluzione dei problemi, legata al supporto dato rispettivamente all'acquisto di prodotti malfunzionanti o a un'imprecisa gestione dell'ordine. Abbiamo quindi lavorato per sviluppare un miglior servizio, andando ad assistere gli artigiani che si occupano del servizio di posa nel momento del sopralluogo per risolvere il problema.

I risultati del Barometro nel 2022

Nel 2022, sono stati inviati circa 3,8 milioni di questionari, per i quali abbiamo ricevuto circa 400.000 risposte, raggiungendo un tasso medio di risposta del 10%.

Il servizio di Posa nella sua totalità ha ottenuto un punteggio di 24. Nel mese di dicembre, la soddisfazione è aumentata in tre regioni, rispettivamente Centro Italia, nelle province di Roma e Palermo e nel Nord Est.



L'ascolto dei nostri Clienti è fondamentale non solo per quanto riguarda i nostri servizi, ma anche in relazione alla nostra offerta di prodotti. Pertanto, al fine di individuare i **livelli di qualità attesa e percepita** dei nostri prodotti, organizziamo nel corso dell'anno una serie di Eventi Clienti, i quali ricreano le esperienze di utilizzo dei prodotti stessi e richiedono la partecipazione attiva dei Clienti.

Gli eventi, realizzabili sia presso lo spazio LABO del negozio di Assago che tramite incontri virtuali, prevedono il coinvolgimento dei Clienti, dell'Operational Quality Manager e del Capo Prodotto, e si distinguono principalmente in due categorie: il Tester Team e il Labo Prodotto, eventi sviluppati appositamente per far testare i nuovi prodotti ai Clienti.

Il **Tester Team** è uno dei principali processi volti a garantire la soddisfazione dei nostri Clienti, in quanto a partire dall'analisi delle recensioni effettuate definiamo il **processo di miglioramento continuo** della nostra offerta di prodotti.

Il **Labo Prodotto**, che può essere sia fisico che digitale, viene organizzato in fase di progettazione delle nuove gamme di prodotto, al fine di individuare i bisogni e le aspettative dei Clienti e tradurle in un'offerta che sia in grado di soddisfarli.



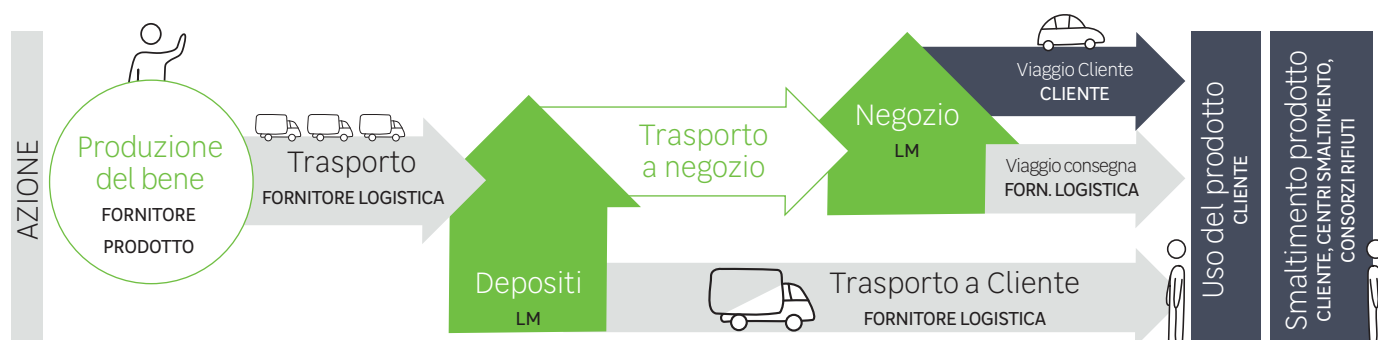


CAPITOLO 4

**VIVERE INSIEME
AI NOSTRI PARTNER**



1. Costruiamo una filiera responsabile



Essere in grado di offrire ai nostri Clienti prodotti sicuri, di qualità e rispettosi dell'ambiente, è frutto di un'accurata selezione e collaborazione con i nostri fornitori, con i quali instauriamo e manteniamo un **dialogo costante** per creare relazioni solide e di fiducia.

Con loro condividiamo il rispetto di massimi **standard di qualità, sociali e ambientali** e, per far sì che questo avvenga, abbiamo nel tempo implementato una serie di strumenti che ci consentono di **costruire insieme una filiera attenta e responsabile**.

Le nostre attività iniziano con la selezione e l'acquisto, dai nostri fornitori, dei prodotti, che vengono poi trasportati presso i depositi o i negozi.

Per gestire al meglio tutti i flussi di merce, ci avvaliamo di tre depositi logistici, dove riceviamo i prodotti e li prepariamo con cura affinché questi siano pronti per essere inviati presso i negozi o direttamente ai nostri Clienti. Quando i prodotti arrivano in negozio, li esponiamo nei reparti per renderli disponibili ai nostri Clienti. I prodotti sono quindi acquistati direttamente in negozio, oppure trasportati dal deposito o dal negozio direttamente nelle case dei Clienti.

1.1. I NOSTRI FORNITORI

Su un totale di più di 829 fornitori di prodotti, **il 99% di quelli Tier1¹ proviene dall'Europa o ha una filiale europea**, e solo l'1% proviene dal resto del mondo per un volume d'acquisto pari al 12% sul totale. Inoltre, tra i fornitori europei, **il 79% ha sede anche in Italia** ed è il nostro riferimento commerciale.

Oltre ai fornitori di prodotti, per le nostre operazioni ci avvaliamo del supporto dei **fornitori di trasporti, che nel 2022 sono stati 49**. Tali fornitori svolgono un servizio di outbound, ossia la consegna dei prodotti dai depositi ai negozi, utilizzando in alcuni casi il trasporto intermodale (gomma e nave o gomma e treno).

Al fine di ottimizzare gli spostamenti, i trasportatori eseguono nello stesso giorno più consegne a diversi negozi nella stessa area. Inoltre, sempre nell'ottica di efficientare i consumi e i trasporti, si occupano anche di servizi direttamente per i negozi, ad esempio prendendo in carico prodotti per i Clienti che vengono poi consegnati a dei trasportatori locali che si occupano della consegna a domicilio.

Per assicurare una comunicazione costante e trasparente con i fornitori utilizziamo un **Portale Fornitori**, grazie al quale è possibile tracciare le informazioni e le azioni effettuate da entrambe le parti, al fine di migliorare il dialogo.

Questo strumento permette, infatti, di monitorare la gestione degli ordini, l'invio delle fatture digitali, i pagamenti e gli storici, i commenti, l'indagine di soddisfazione e le news, nonché di condividere comunicazioni specifiche o aggiornamenti normativi, con contestuale verifica della presa visione di tali informazioni da parte dei fornitori.

1.2. SELEZIONE E VALUTAZIONE DEI FORNITORI

Vogliamo che tutti i nostri fornitori condividano non solo i nostri valori e principi, ma anche la volontà e l'impegno nel costruire una filiera responsabile.

Pertanto, a tutti i fornitori sono sottoposti per presa visione ed approvazione il nostro **Codice di Condotta per gli acquisti responsabili** e ai nostri fornitori di prodotti sono sottoposte per approvazione anche le **Politiche di approvvigionamento responsabile**, tra cui, ad esempio, la **Politica sul legno** e la **Politica sul packaging**, approvate a livello di Gruppo.

Il **Codice di Condotta** integra le politiche di Gruppo e dimostra concretamente il nostro impegno nei confronti della salvaguardia ambientale e dei diritti umani, in particolare nella lotta contro il lavoro minorile, il lavoro forzato e la schiavitù.

1 I fornitori Tier1 sono i fornitori diretti di prodotti o servizi, ovvero quelli con i quali l'azienda intrattiene dei rapporti commerciali direttamente.

Il Codice di Condotta, inoltre, si ispira e fa riferimento alle **Linee guida OCSE destinate alle imprese multinazionali**, alla **Dichiarazione dei Diritti Fondamentali dei Lavoratori dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro (ILO)** - emanata nel corso della Conferenza dell'ILO del giugno 1998 - e alle otto Convenzioni principali dell'ILO, alla **Dichiarazione dei diritti umani universali**

delle Nazioni Unite e alla Convenzione Europea sui diritti umani.

Il Codice di Condotta, recentemente aggiornato, si applica a tutti i fornitori, nonché ai venditori presenti sul Marketplace, e presenta una serie di impegni in ambito **sociale, ambientale, di etica aziendale, di qualità e di data compliance** cui tutti i destinatari sono chiamati a tenere fede.

Il Codice di Condotta per gli Acquisti Responsabili

Il Codice riflette la volontà di garantire il rispetto dei principi e dei valori del Gruppo ADEO e delle Business Unit da parte di tutti i destinatari. Il suo recente aggiornamento ha rafforzato gli impegni richiesti ai fornitori su aspetti ambientali e sociali, elementi fondamentali per l'avvio di una partnership commerciale. Con riferimento agli aspetti sociali, tutti i fornitori si impegnano a:



Garantire la salute e la sicurezza

di dipendenti, stakeholder e dei luoghi di lavoro, eliminando o riducendo al minimo i rischi, sensibilizzando e formando i Collaboratori, fornendo gratuitamente assistenza medica e garantendo che le modalità di consegna dei prodotti rispettino gli standard di sicurezza definiti dal Gruppo.



Rispettare i diritti umani

vietando ogni forma di lavoro per minori di età inferiore ai 15 anni, abolendo ogni forma di lavoro forzato e la tratta di esseri umani, garantendo libertà di associazione e contrattazione collettiva e assicurando una remunerazione e un orario di lavoro conforme alla legge locale.



Promuovere la diversità

e vietare qualsivoglia forma di molestia, non tollerando e prevenendo ogni forma di discriminazione, garantendo il consolidamento di una cultura del rispetto reciproco e ponendo fine o segnalando qualsiasi situazione discriminatoria, attuale o potenziale, o contraria a questi principi.

Con riferimento agli aspetti ambientali,
tutti i fornitori si impegnano a:



Gestire le risorse in modo sostenibile,

ottimizzando la quantità di materie prime utilizzate, promuovendo l'uso di materie prime a basso contenuto di carbonio, che provengano da filiere responsabili e che rispettino i principi della circolarità e prevedendo l'uso di imballaggi sostenibili da un punto di vista ambientale e della sicurezza dei materiali.

Garantire la fornitura di prodotti sani e sicuri



Garantire una produzione responsabile,

controllandone l'impatto sulla salute e sicurezza delle persone e quello ambientale, tramite un uso efficiente delle risorse e l'eliminazione delle sostanze pericolose lungo il processo produttivo.

Limitare l'impatto ambientale dei trasporti,

ottimizzando i tassi di carico e prediligendo trasportatori che abbiano sottoscritto la carta "Obiettivo CO₂" per l'utilizzo di veicoli a basso consumo di carburante.



Garantire una lunga durata dei prodotti,

attraverso la loro riparabilità e la disponibilità di pezzi di ricambio.

Favorire un approccio circolare nel trattamento dei prodotti

al loro fine vita, fornendo istruzioni chiare di riciclo e favorendo il riutilizzo dei prodotti.



La selezione dei nostri fornitori si basa su un processo di procurement obiettivo ed equo, fondato su criteri ben definiti, come qualifiche, funzione, esperienza e prestazioni.

A questo, si aggiungono le valutazioni su aspetti ambientali e sociali, considerata la grande importanza che ha per noi la sostenibilità lungo la filiera. Questi criteri sono tenuti in considerazione nella scelta dei fornitori in occasione della selezione delle gamme di prodotti da proporre in vendita e, in particolare, durante le gare d'appalto.

La gestione dei rapporti con i fornitori è regolata dal **Manuale sulla Qualità del Gruppo ADEO**, che individua i requisiti di conformità dei prodotti forniti, gli strumenti da utilizzare in fase di selezione e qualifica e i presidi da implementare nel caso in cui vengano riscontrati dei rischi o delle non conformità.

Alla base del processo di selezione e valutazione dei fornitori vi è prima di tutto la **conformità alle normative locali** in termini di sicurezza e qualità vigenti nei Paesi in cui viene commercializzato il prodotto.

Questo primo step di valutazione è requisito minimo indispensabile per l'avvio della partnership commerciale.

Successivamente viene valutato il **rispetto delle politiche del Gruppo ADEO** con riferimento ai criteri tecnici minimi che i prodotti forniti devono rispettare. Infine, in cima alla piramide, valutiamo il **rispetto**, da parte dei nostri fornitori, **delle politiche di sostenibilità del Gruppo**, al cui interno sono richiesti precisi impegni in ambito sociale ed ambientale.

Oltre alla richiesta di sottoscrizione del Codice di



Condotta e l'adesione alle Politiche per gli acquisti responsabili, sottoponiamo ai nostri fornitori un **questionario di autovalutazione**, con validità di un anno, al fine di effettuare un'**analisi dei rischi sulla catena di fornitura**, con i seguenti obiettivi:

- mappare i fornitori rispetto al Paese di produzione, individuando potenziali rischi;
- programmare in modo mirato l'attività di auditing, sulla base di quanto emerso dalla mappatura;
- individuare, valorizzare e promuovere le best practice.

All'interno del questionario sono presenti tre sezioni relative agli aspetti di gestione della **qualità**, degli **impatti sociali** e degli **impatti ambientali**.

Per ogni sezione il fornitore deve offrire una visione esaustiva dei presidi implementati per gestire i rischi con riferimento a:

- **Sistemi di gestione** (indicando dove si trovano le sue fabbriche, le fabbriche soggette a sub-contratti o le fabbriche da cui acquista prodotti finiti). La risposta a questo tipo di domande è obbligatoria e permette di calcolare il rischio a cui è soggetto il fornitore.
- **Performance del sistema di gestione della fabbrica**. La risposta a questo tipo di domande è facoltativa e consente di calcolare il tasso di conformità del fornitore rispetto alle pratiche sociali, ambientali o di qualità previste dal Gruppo ADEO.

I risultati dei questionari ci permettono di identificare il livello di rischio complessivo dei nostri

fornitori. Sono infatti considerati a **basso rischio** i fornitori che riportano almeno il 60% di risposte in linea con le normative e le nostre linee guida in ambito sociale, ambientale e di qualità, mentre ad **alto rischio** quelli che forniscono il 40% di risposte non conformi alle normative e alle nostre linee guida nei suddetti ambiti.

Nei casi in cui un fornitore risulti ad alto rischio, avviamo un confronto per identificarne le cause e per valutare se siano in atto o siano state pianificate eventuali azioni correttive rispetto agli ambiti non conformi.

Nel 2022 il 55% sul totale dei fornitori attivi ha compilato il questionario di autovalutazione con riferimento agli aspetti sociali e il 53% con riferimento agli aspetti ambientali.

Di questi, 381 sono risultati essere a basso rischio sia per gli aspetti ambientali che per quelli sociali, mentre 61 sono risultati ad alto rischio per gli aspetti ambientali e 72 per quelli sociali.

Con riferimento invece esclusivamente ai nuovi fornitori con i quali abbiamo instaurato una collaborazione nel 2022, su 47 nuovi fornitori, 6 hanno compilato il questionario sugli aspetti ambientali e 8 su quelli sociali.

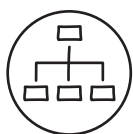
L'audit segue le seguenti fasi:



1.3. IL CONTROLLO SUI PRODOTTI MDH

La fase di autovalutazione del fornitore attraverso la compilazione del questionario è seguita da una seconda fase di controllo nei casi in cui il fornitore sia anche produttore dei nostri prodotti a marchio. In questi casi, infatti, effettuiamo degli appositi audit di controllo presso i siti produttivi. Gli audit sono svolti con il supporto di una società terza, che segue lo standard ICS - Initiative for Compliance and Sustainability, il quale si basa su un framework definito dalle convenzioni ILO, dai principi fondamentali di tutela dei diritti umani e dalle leggi locali in materia, e si focalizza su aspetti di natura sociale, ambientale e di qualità.

Ambiti di controllo per il social audit



SISTEMI DI GESTIONE



ANTI DISCRIMINAZIONE



ORARI LAVORATIVI E STRAORDINARI



LAVORO MINORILE



PRATICHE DISCIPLINARI
IN CASO DI MOLESTIE



REMUNERAZIONE



LAVORO FORZATO

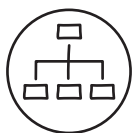


LIBERTÀ DI ASSOCIAZIONE
E RECLAMO

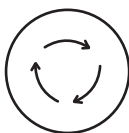


SALUTE E SICUREZZA

Ambiti di controllo per l'environmental audit



SISTEMI DI GESTIONE
AMBIENTALE



TRATTAMENTO DELLE ACQUE
DI SCARICO



PREVENZIONE
DELL'INQUINAMENTO



USO
DELL'ENERGIA



EMISSIONI
NELL'ARIA



UTILIZZO DELLE SOSTANZE
PERICOLOSE



USO DELLE RISORSE
IDRICHE



GESTIONE
DEI RIFIUTI



PREVENZIONE E GESTIONE
DEGLI INCIDENTI AMBIENTALI

Un esito positivo dell'audit svolto nei siti produttivi è prerequisito necessario per l'instaurazione del rapporto collaborativo con il fornitore. In caso di riscontro di violazioni minori, viene sviluppato con l'interessato un **piano di azioni correttive**, al termine del quale viene svolto un secondo audit di controllo per verificare la sanatoria delle non conformità rilevate.

Nel caso in cui il fornitore sia considerato qualificato, l'audit ha una validità di tre anni, mentre in caso di qualifica con riserva, viene svolto un audit di follow up dopo un anno.

Nel corso del 2022 abbiamo svolto 9 audit riguardanti gli aspetti sociali – di cui uno rappresenta un re-audit di un fornitore già auditato nel corso dell'anno – e 8 riguardanti quelli ambientali sui fornitori dei prodotti MDH. Tali verifiche hanno consentito di rilevare una non conformità in ambito sociale e una in ambito ambientale, le quali sono state entrambe sanate.

Punteggio per ambito	Esito	Validità dell'esito	Azione successiva
● Qualità e Ambiente: A/B Sociale: A/B/C	Qualificato	3 anni	Re-audit
● Qualità e Ambiente: C	Qualificato con riserva sulle azioni correttive	1 anno	Audit di follow-up/ Re-audit
● Qualità: D Ambiente e sociale: D/E	Non qualificato	Non valido	Audit di follow-up/ Re-audit

1.4. LE NOSTRE PRINCIPALI POLICY DI ACQUISTO

Per garantire un'offerta sempre più sostenibile, stiamo rafforzando il nostro sistema di governance, attraverso l'adozione e la condivisione di politiche che garantiscano i requisiti minimi di sostenibilità nell'acquisto di prodotti e materiali.



ADEO wood policy

Data la sua versatilità in numerosi campi dell'edilizia, il legno è presente in molti dei nostri prodotti. Il suo uso estensivo ci impone di prestare attenzione alle decisioni di acquisto e di utilizzo di questo materiale, assicurandoci che il legname contenuto nei prodotti che commerciamo provenga da foreste gestite secondo criteri che non arrechino danni all'ambiente e agli ecosistemi. A tal fine, il Gruppo ADEO ha adottato una **Politica sulla gestione responsabile del legno**, il cui rispetto è obbligatorio per tutti i nostri fornitori di tale materiale. In linea con la Politica, ci impegniamo a:

- **garantire ai nostri Clienti che i prodotti che contengono legno provengano da foreste gestite legalmente e in modo sostenibile** e che non derivino da attività potenzialmente in grado di causare l'impoverimento o la distruzione delle risorse forestali;
- offrire ai Consumatori una **gamma completa e accessibile di soluzioni e prodotti a base di legno proveniente da boschi gestiti secondo corretti criteri ambientali, economici e sociali**;
- **informare e sensibilizzare i nostri Clienti** verso scelte d'acquisto sostenibili, nel rispetto dell'ambiente e dei diritti umani;
- **condividere la nostra strategia e politica sulla gestione forestale con i fornitori.**

Fin dal gennaio 2017 il 100% dei nostri acquisti deve rispettare i criteri presenti nella politica di gestione del legno e garantire la tracciabilità di tutti i prodotti a base di legno tropicale. Per il legno non tropicale, invece, vogliamo comunque garantire il 100% di legno certificato FSC® o PEFC™; in mancanza di certificazioni, richiediamo la documentazione che attesti la provenienza e la gestione conforme alla legge del legno presente nei prodotti offerti da tali fornitori. Tutti i prodotti devono inoltre rispettare le norme relative alle informazioni obbligatorie da indicare sull'etichetta (origine, essenza e percentuale di legno contenuta) e possedere almeno un certificato che dimostri la provenienza a norma di legge del legno. Inoltre, tracciamo con precisione anche la nostra catena di approvvigionamento di carbonella, con l'obiettivo di garantire che nella foresta di origine del legno non si verifichino casi di deforestazione. Pertanto, richiediamo anche ai fornitori di questo prodotto di essere certificati FSC® e PEFC™.





ADEO packaging policy

Ogni cittadino europeo genera, in media, 180 kg di rifiuti da imballaggio ogni anno e il packaging, generalmente, è tra i principali prodotti che utilizzano materie prime vergini².

Con l'adozione della Politica sul packaging sostenibile, il Gruppo ADEO, e tutte le sue Business Unit, vogliono **contribuire all'obiettivo di sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite dedicato alla produzione e al consumo sostenibili**, riducendo la produzione di rifiuti attraverso la prevenzione, la riduzione, il riciclaggio e il riutilizzo.

I driver della Politica si basano su due concetti fondamentali:

Utilità: Il miglior pacchetto è nessun pacchetto

- Una confezione deve essere sviluppata solo se assolutamente necessaria
- Le dimensioni dell'imballaggio devono essere adeguate alle dimensioni del prodotto
- Il peso dell'imballaggio deve essere il più basso possibile
- La confezione deve informare i consumatori sull'impronta ambientale del prodotto

Responsabilità: Selezioniamo i nostri materiali

- Il cartone è il materiale prioritario e deve provenire da fonti responsabili
- La plastica deve provenire da fonti riciclate o riciclabili e sono vietati PVC, PSE e bioplastiche
- I consumatori devono essere in grado di differenziare facilmente i rifiuti degli imballaggi

Nel 2022 abbiamo integrato la Politica di Gruppo all'interno della nostra Business Unit, informando quindi i nostri fornitori sui nuovi criteri obbligatori nel nostro processo di selezione, come l'**assoluto divieto di materiali PVC, PSE, bio-plastiche e oli minerali** in quanto non sono materiali riciclabili. A tal fine, abbiamo perfezionato il nostro questionario di autovalutazione, inserendo ulteriori domande per verificare il sistema di gestione del packaging dei nostri fornitori.

² Commissione Europea: Green Deal Europeo, mettere fine allo spreco di imballaggi, promuovere il riutilizzo e il riciclaggio (30/11/2022)



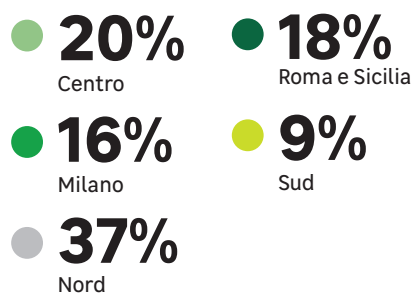
2. La nostra rete di artigiani

Per rafforzare la soddisfazione dei Clienti per i nostri servizi, abbiamo sviluppato degli **accordi di collaborazione con artigiani locali**, grazie ai quali riusciamo a garantire la qualità dei nostri servizi in prossimità dei Clienti e al contempo supportare gli imprenditori locali.

Nel 2022 abbiamo collaborato con **oltre 1.000 artigiani**, garantendo supporto ai nostri Clienti nell'ambito della falegnameria, dell'idraulica, del montaggio e del servizio di posa.

Agli artigiani che decidono di entrare a far parte del mondo Leroy Merlin offriamo una collaborazione non esclusiva, che garantisce loro, oltre ai Clienti sicuri, una serie di benefici. Infatti, i nostri artigiani hanno **libero accesso alla piattaforma Pro Partner**, grazie alla quale hanno a disposizione sconti su oltre 250 marchi, e alla **piattaforma "FormAzione"**, che fornisce diversi contenuti formativi, sia in modalità e-learning, che virtualmente in aula o tramite corsi in presenza, conferendo loro la possibilità di aumentare le proprie competenze.

La **selezione degli artigiani** con cui collaboriamo avviene principalmente tramite l'utilizzo di una **campagna geolocalizzata** che riconduce al nostro sito web, dove gli artigiani interessati possono candidarsi autonomamente. Una volta ricevuta la candidatura, il nostro team di recruiting verifica



la **presenza delle caratteristiche e della documentazione da noi richiesta**, come DURC – Documento Unico di Regolarità Contributiva – Visura Camerale e assicurazione.

Dopo questo primo colloquio, vengono segnalate alle squadre di posa locali le imprese artigiane idonee, dove i referenti tecnici svolgeranno una valutazione della qualità sulla base dei progetti che hanno sviluppato. Inoltre, al fine di ingaggiare fin da subito i candidati, durante questo colloquio viene consegnato all'artigiano il **Welcome Kit Artigiano Partner** che contiene le linee guida per collaborare con Leroy Merlin, come i vantaggi di essere partner, gli strumenti da utilizzare, il modello di relazione con i Clienti e le istruzioni per l'inserimento.

La collaborazione inizia poi con un primo cantiere progettato congiuntamente, per poi essere inseriti all'interno del processo in modo più strutturato. Una volta avviata la collaborazione, per garantire la continua osservanza degli standard di qualità da parte degli artigiani che si occupano dei servizi di posa, **collaboriamo con Bureau Veritas**, leader nei servizi di ispezione, verifica di conformità

e certificazione, al fine di **svolgere degli audit sui cantieri avviati**. Il sistema di valutazione dei cantieri si concentra su cinque aspetti: la capacità di comunicazione con il Cliente, la precisione, la professionalità, la qualità del servizio e la pulizia.

Nel 2022 sono stati svolti **oltre 7.500 audit in tutta Italia**, portando a una media di rating di **qualità dell'installazione dell'artigiano di 4,28 su 5**, un risultato che puntiamo a migliorare grazie alla sempre più stretta collaborazione con le imprese artigiane, ma di cui ci riteniamo ampiamente soddisfatti.

Infine, per noi è fondamentale che la relazione con i nostri partner locali sia fondata su **obiettivi comuni e sulla soddisfazione reciproca**.

Per questo, monitoriamo il loro livello di soddisfazione attraverso il nostro **Barometro**, lo strumento che ci permette di monitorare sia la soddisfazione dei Clienti che quella dei nostri artigiani.

In particolare, il **Barometro Artigiani** è un questionario, somministrato con cadenza trimestrale, che misura il livello di soddisfazione degli artigiani partner nei confronti della collaborazione con la nostra azienda.

CAPITOLO 5

VIVERE LE NOSTRE COMUNITÀ



1. Supportiamo chi è intorno a noi



Le Comunità rappresentano le persone che abitano intorno a noi e ci impegniamo quotidianamente per costruire con loro un forte legame con l'obiettivo di realizzare attività e iniziative che apportino un beneficio concreto a chi abita i territori in cui operiamo. Il nostro scopo è quello di garantire a tutti il **diritto a una casa ideale** e, a tal fine, lavoriamo a stretto contatto con una **rete di organizzazioni non profit**, coinvolgendo direttamente le nostre Persone per contribuire, insieme, alla creazione di un beneficio comune.

Con questo obiettivo in mente, negli anni abbiamo dato vita a numerose iniziative e attività volte a migliorare le condizioni abitative e valorizzare i luoghi e le persone che li abitano.

1.1. LA CASA IDEALE

Le organizzazioni che vogliono prendere parte al progetto de La Casa Ideale sono selezionate tramite bando e i risparmi generati dalla riduzione del prezzo dei prodotti possono essere destinati per il finanziamento di iniziative a favore delle Comunità. Per poter accedere al bando, prediligiamo Associazioni che siano attive in questi ambiti:

- **servizi semi-residenziali** con funzione di aggregazione sociale per giovani ed anziani e di sostegno a nuclei familiari con soggetti disabili o non autosufficienti;
- **servizi residenziali** volti a dare assistenza e supporto a persone in situazioni di particolare disagio e svantaggio (specificatamente accoglienza di emergenza, accoglienza abitativa, funzione tutelare, socioeducativa, educativo-psicologica, integrazione sociosanitaria);
- **interventi per l'integrazione sociale dei soggetti deboli o a rischio di emarginazione**, come attività di consulenza, informazione, orientamento per specifici target, compresa la tutela legale;
- **servizi mensa e igienici** per persone svantaggiate o senza fissa dimora;
- **attività educative e ricreative** rivolte a bambini e ragazzi (ludoteche, laboratori, ecc.);
- **servizi a sostegno dello scambio d'esperienze tra famiglie con figli.**



OBIETTIVI DEL PROGETTO

Supportare le **organizzazioni del Terzo Settore** impegnate sui temi della casa, dell'accoglienza e del contrasto alla povertà abitativa vendendo loro i nostri prodotti ad un prezzo ridotto.



1.2. EMPORI “FAI DA NOI”

L’economia di condivisione e la generatività, alla base del progetto, permettono di aumentare il grado di utilizzo dei prodotti e minimizzare conseguentemente gli scarti.

Al servizio possono accedere persone e famiglie in difficoltà segnalate da servizi sociali e centri d’ascolto, nonché associazioni e cooperative che lavorano per contrastare la povertà abitativa e gruppi di cittadinanza attiva che si impegnano nel **mantenimento o recupero di beni comuni**.

Il progetto nasce nell’ottica di costruire una rete a livello locale, collaborando con le organizzazioni del Terzo Settore che lavorano quotidianamente sul territorio. Affidiamo infatti la gestione degli Empori Fai Da Noi ad Enti non profit con un forte radicamento sul territorio e che collaborano con le altre realtà impegnate nel contrasto alla povertà abitativa, in modo tale da garantire un’organizzazione efficace, che rispecchi le esigenze dettate dalla realtà di riferimento. Gli Enti affidatari devono essere dotati di uno spazio facilmente accessibile, di un mezzo per il prelievamento dei prodotti e di una rete sociale. La nostra azienda prevede, quindi, la possibilità di attivare, in collaborazione con i punti vendita associati agli Enti gestori degli Empori, un sistema di **recupero sistematico della merce non più vendibile** per ragioni commerciali. Il progetto è realizzato in collaborazione con **Last Minute Market**, un’impresa sociale e spin off dell’Università di Bologna, che ci affianca nelle fasi di attivazione dei recuperi della merce invenduta e della demarque – deprezzamento dei prodotti



OBIETTIVI DEL PROGETTO

Migliorare le **condizioni abitative** delle persone e creare **modelli di business circolari**, permettendo alle persone in difficoltà di utilizzare gratuitamente gli utensili necessari per effettuare lavori di manutenzione di base, piccole ristrutturazioni o lavori di decorazione, mettendo a disposizione prodotti consumabili, come vernici, stucchi, malta e lampadine.





– nelle fasi di monitoraggio e valorizzazione delle attività, sempre mantenendo come punto di riferimento i concetti di economia circolare e della condivisione. Nel corso del 2022 i **38 Empori Fai da Noi** presenti sul territorio hanno recuperato **5,2 tonnellate di merce** per un valore stimato di **€ 20.000**. Il numero di prestiti di utensili effettuati

dagli Empori è stato 455, mentre quello di donazioni di materiale consumabile è stato 418.

Inoltre, per valutare l'efficacia del progetto, abbiamo inviato un apposito **questionario agli Empori**. Su un totale di 31 questionari inviati, hanno risposto 20 Empori, di cui:

- **13 Empori** hanno dichiarato che l'adesione al progetto ha fatto sì che più cittadini venissero a conoscenza delle attività svolte dall'Ente sul territorio;
- **5 Empori** hanno dichiarato di aver avuto la possibilità di accedere a nuove opportunità di partecipazione a bandi e finanziamenti;
- **4 Empori** hanno dichiarato che il progetto ha favorito la formazione di nuove professionalità, tramite l'erogazione di corsi di specializzazione ad una parte di volontari e dipendenti.

Il questionario ha altresì permesso di valutare il **grado di soddisfazione** degli Empori partecipanti, pari a 3,8 su 5.

Insieme per la lotta alla povertà energetica

Grazie al progetto **“Lampadina Sospesa”**, realizzato in collaborazione con Last Minute Market e Banco dell'Energia, i nostri Clienti hanno potuto **acquistare delle lampadine a risparmio energetico e donarle** a un Ente non profit associato al negozio. Nel 2022, con la sua seconda edizione, l'iniziativa ha coinvolto **51 punti vendita** presso i quali sono state raccolte **2.612 lampadine**, per un equivalente di **€ 4.150**, supportando così 45 Enti beneficiari e coinvolgendo un totale di 245 volontari. Inoltre, nel 2021 abbiamo firmato il **Manifesto “Insieme per contrastare la Povertà energetica”**, promosso dal **Banco dell'energia** con lo scopo di sensibilizzare l'opinione pubblica e i referenti istituzionali ad adottare soluzioni concrete per fronteggiare le vulnerabilità legate a questa emergenza e creare e rafforzare una rete di stakeholder che condividano questa missione.



1.3. LA PIATTAFORMA REGUSTO

La piattaforma Regusto, con la quale abbiamo siglato una partnership nel 2021, è un marketplace che utilizza la tecnologia blockchain per gestire le donazioni di eccedenze alle Associazioni, garantendo al contempo la trasparenza e la tracciabilità della gestione di denaro e delle merci. La tecnologia blockchain fornisce infatti **trasparenza e garanzia** a tutti i soggetti coinvolti, tracciando i prodotti e certificando gli impatti positivi generati grazie al mancato smaltimento.

Grazie alla partnership, i punti vendita possono caricare i prodotti da donare direttamente sulla piattaforma, che potranno essere poi prenotati dalle Associazioni del Terzo Settore iscritte a Regusto, le quali potranno scegliere se usufruire del servizio di spedizione o se ritirare direttamente la merce presso i negozi.

Dopo un primo test avviato nel negozio di Baranzate (MI), il progetto è stato esteso a tutti i **51 negozi** presenti in Italia, grazie ai quali sono state donate circa **168 tonnellate di prodotti**, per un risparmio stimato di **137 tonnellate di CO₂** e per un totale di **134 mila euro di valore economico** delle donazioni.

Questo progetto fa di noi la **prima azienda nella grande distribuzione** a sposare la mission di Regusto, grazie alla quale è stato possibile tracciare tutte le donazioni di prodotti a rischio spreco, monitorando allo stesso tempo l'effetto sugli impatti ambientali.

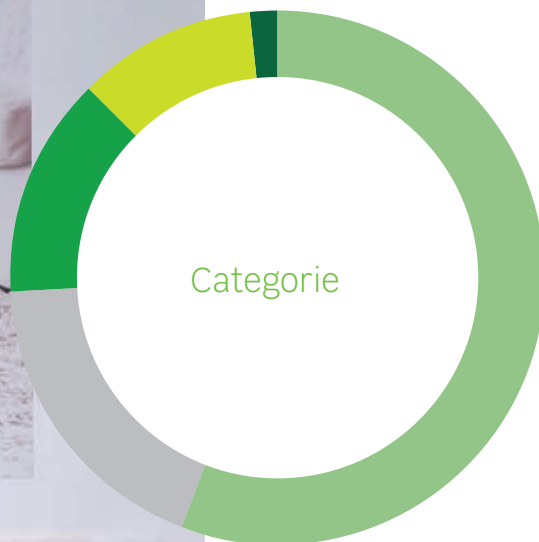
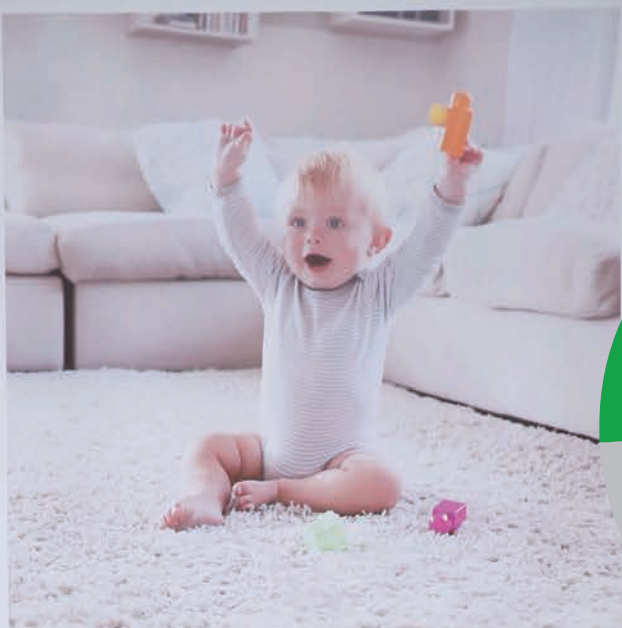
*PARI ALLA QUANTITÀ ASSORBITA ANNUA DA OLTRE 800 ALBERI



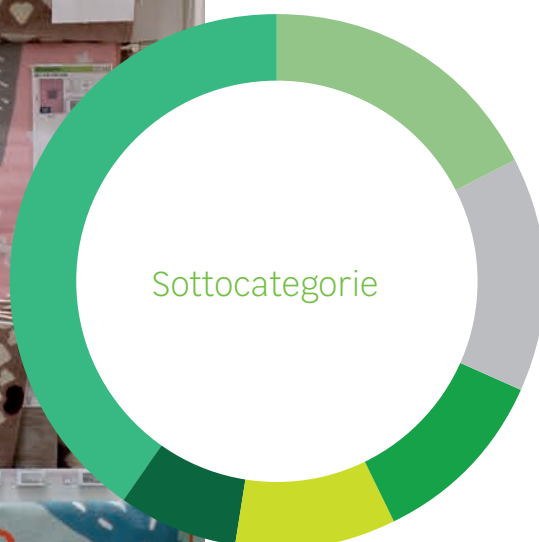
OBIETTIVI DEL PROGETTO

Rafforzare il nostro impegno per l'economia circolare e contribuire alla lotta contro lo spreco, devolvendo a costo zero prodotti ancora utilizzabili, ma fuori dalla gamma vendibile a causa di piccoli difetti, o rimasti invenduti, a Enti non profit, perseguendo l'obiettivo di **garantire a tutti una casa ideale**.





- **56,1%**
Edilizia e arredamento
- **18,2%**
Prodotti per la persona
- **13,4%**
Prodotti per la casa
- **10,9%**
Misto non food
- **1,4%**
Altro



- **17,6%**
Gel igienizzante
- **14,3%**
Piastrelle
- **10,9%**
Prodotti non food
- **9,9%**
Vari
- **7,1%**
Porta
- **40,2%**
Altro

1.4. BRICOLAGE DEL CUORE

Il progetto Bricolage del Cuore nasce nel 2017, dalla volontà di un gruppo di dipendenti, come progetto di **Volontariato d'Impresa**, grazie al quale le Persone di Leroy Merlin Italia possono mettere a disposizione, su base volontaria, una giornata lavorativa all'anno da dedicare a progetti socialmente utili. L'idea nasce per mettere in pratica il passaggio da **“fai da te” a “fai da noi”**, al fine di promuovere lo sviluppo e l'organizzazione di attività a **supporto della lotta alla povertà abitativa**. I progetti si propongono di mettere a disposizione delle Associazioni materiali e competenze dei volontari che collaborano all'iniziativa, al fine di svolgere piccole ristrutturazioni, adattare locali alla prima accoglienza e preparare convogli per i campi profughi. Nel 2022 i progetti realizzati hanno coinvolto **più di 200 volontari tra le nostre Persone**.

Nel corso degli anni, Bricolage del Cuore ha rappresentato per noi l'opportunità di realizzare diverse iniziative a favore delle Comunità e delle periferie geografiche o esistenziali, in sinergia con diverse Associazioni.



OBIETTIVI DEL PROGETTO

Realizzare cantieri gestiti dai Collaboratori LMI a favore di Enti che gestiscono strutture di accoglienza o comunitarie, a favore del contrasto alla povertà abitativa.



LAB for CHANGE

Nel 2021 è nato il progetto “**LAB for CHANGE**” in collaborazione con ENAIP Lombardia, con l’obiettivo di dare una **seconda opportunità ai ragazzi del carcere Istituto Penale per Minorenni “Cesare Beccaria”** attraverso la realizzazione di laboratori di falegnameria che permettano ai ragazzi di acquisire delle competenze lavorative per il reinserimento nella società.

Nel 2022 il progetto è stato esteso ad altre tre realtà, Semi di libertà presso la Casal del Marmo a Roma, l’APS Radici Coop Soc. Altromodo di Santa Maria Capua Vetere a Roma e Ro’ la formichina (Giovanni XXIII).

Per consentire la realizzazione del progetto, in occasione delle feste natalizie del 2021, abbiamo chiesto alle nostre Persone di **devolvere su base volontaria un importo a loro piacere** a sostegno dell’iniziativa, al posto dei consueti regali natalizi, al fine di supportare le retribuzioni previste per gli studenti, pari a € 900 per studente per la durata di 3 mesi.



Costruttori di pace

Nel 2022, in seguito al protrarsi del **conflitto russo-ucraino**, abbiamo realizzato dei **progetti di volontariato** a favore di Onlus, ONG o Enti che si occupano di accoglienza alla popolazione ucraina in Italia o che supportano i centri all’estero. In particolare, **mettendo a disposizione ore di lavoro, prodotti e competenze**, ci siamo occupati di progetti di decorazione, sistemazione e piccola manutenzione di abitazioni, strutture e centri di accoglienza o supporti logistici.



Gli AmicoEco, i giardini per gli impollinatori

All'interno del contesto di AmicoEco, il percorso didattico multi-tematico dedicato alle scuole italiane di tutti gli ordini e gradi, nel 2022 abbiamo realizzato il progetto **“Gli impollinatori e la biodiversità. Le api”**, rivolto ai bambini dai 5 ai 9 anni.

In particolare, abbiamo messo a disposizione delle scuole una risorsa multimediale, composta da unità di contenuto, curiosità, attività laboratoriali e quiz di verifica al fine di far avvicinare i bambini e le bambine al mondo degli insetti impollinatori e comprendere il ruolo fondamentale legato alla **tutela della biodiversità e degli ecosistemi**.

Oltre a queste risorse gratuite messe a disposizione degli insegnanti, abbiamo richiesto alle nostre Persone di partecipare come volontari alle attività di realizzazione dei giardini degli impollinatori presso le scuole e abbiamo donato tutto il materiale necessario alla realizzazione del progetto, come ad esempio tavole da legno, pali, supporti di carico e puntine e viti di fissaggio, per realizzare le casce dei giardini, e terriccio e semi misti per realizzare il giardino all'interno delle casce.



1.5. OPERA IN FIORE

OPERA in FIORE è una cooperativa sociale senza fine di lucro, nata nel 2004 e con la quale collaboriamo fin dal 2013.

Nel 2022 abbiamo collaborato con la cooperativa per realizzare alcuni interventi a favore delle persone coinvolte nei **progetti di inserimento lavorativo**.

Tramite tale collaborazione abbiamo infatti donato due cucine, recuperate in seguito ai lavori di ristrutturazione della nostra sede di Milanofiori, a due famiglie i cui membri sono parte dei percorsi di inserimento lavorativo. Inoltre, abbiamo donato articoli come arredi per il giardino comunitario, barbecue, attrezzi di utensileria professionale, tagliaerba, armadi e sedie per l'allestimento degli uffici e arredi vari.

Infine, **a dicembre 2022 abbiamo assunto due soci lavoratori della cooperativa**, a seguito di un periodo durante il quale questi hanno impiegato la totalità delle ore lavorative previste dalla collaborazione con la cooperativa presso gli uffici dei Servizi Generali nella nostra Sede.



OBIETTIVI DEL PROGETTO

Favorire l'inserimento lavorativo di persone svantaggiate, disabili, detenute e migranti nel settore della cura del verde.



1.6. IL SUPPORTO A (RI)GENERIAMO

Leroy Merlin sostiene l'**Impresa Benefit (RI)GENERIAMO**¹, nata dalla collaborazione tra la Cooperativa Sociale Agricoltura Capodarco, l'Associazione Bricolage del Cuore, l'Impresa sociale ConVoi Lavoro, la Cooperativa LiberiTutti e il sostegno di Leroy Merlin Italia. Nata come Impresa Benefit nel 2020, nel 2021 ha ottenuto la **certificazione BCorp**. (RI)GENERIAMO nasce con l'obiettivo di **sviluppare nuove economie per rigenerare Persone, Prodotti e Perimetri** e promuove un'economia inclusiva che, in un'ottica imprenditoriale, mira a **valorizzare e realizzare progetti** basandosi sui **principi della sostenibilità e della circolarità**, riconoscendo al contempo il valore di persone e prodotti che normalmente restano esclusi dall'attuale sistema di mercato.

(RI)GENERIAMO accomuna in un'unica gestione **esperienze del Terzo Settore ed esperienze for profit** e la sua sfida più grande è rappresentata dalla possibilità di creare un **modello imprenditoriale innovativo** per permettere ai singoli di lavorare in modo molto più efficiente, tramite la costruzione di una Community sinergica, con l'obiettivo di attivare **percorsi di generazione di valore non lineari**, in modo che sia i partecipanti delle attività che coloro che ne entrano in contatto come fornitori o utilizzatori ne possano trarre beneficio.

L'impresa si fonda sugli articoli primo e terzo della Costituzione italiana e genera risposte concrete ai Sustainable Development Goals (SDGs) dell'ONU 1, 8, 10, 12 e 13 attraverso il lavoro e l'inclusione.



Nel 2023 (RI)GENERIAMO ha pubblicato la sua seconda Relazione di impatto per il 2022.

Nel 2022 abbiamo realizzato insieme a (RI)GENERIAMO numerosi progetti con diverse finalità, come ad esempio **progetti per la tutela ambientale**, attraverso la cattura della CO₂, progetti a **supporto delle persone in difficoltà o con delle disabilità**, o progetti per sostenere la **formazione degli studenti**.

Di seguito riportiamo i progetti svolti che hanno avuto, come impatto principale, il **supporto alle Comunità e ai territori locali**.



Riparazioni solidali

Tramite la collaborazione con (RI)GENERIAMO e la rete di **sartorie sociali di GenerAtelier**, nel 2022 all'interno dei nostri negozi abbiamo iniziato ad offrire ai nostri Clienti una serie di **piccoli lavori sartoriali sui tessuti e prodotti** acquistati nei punti vendita.

Il primo progetto di questa iniziativa si è svolto nel negozio di Torino Giulio Cesare ad aprile 2022, grazie alla collaborazione con una sartoria sociale torinese che ha preso in carico i lavori commissionati dai Clienti. Questa prima esperienza ha evidenziato quanto i nostri Clienti abbiano apprezzato la possibilità di poter effettuare delle personalizzazioni secondo le loro specifiche esigenze, ritirando poi i prodotti direttamente in negozio.

Elementi vincenti sono stati la qualità dei lavori effettuati, il grado di personalizzazione dei prodotti e dei tessuti e la rapidità della consegna. Il modello di progetto "Riparazioni Solidali" è stato quindi replicato in tutti i nostri punti vendita a partire dal secondo semestre dell'anno, arrivando, alla fine del 2022, ad essere pienamente operativo nei negozi di Roma Ciampino, Roma Fiumicino, Roma Laurentina, Roma Porta di Roma, Roma Romanina, Roma Salaria, Roma Tiburtina. Tramite il progetto abbiamo potuto supportare economicamente i lavoratori delle Sartorie Sociali con una retribuzione pari a € 2.800.



In un'ottica di miglioramento continuo, ci impegniamo a rafforzare la sensibilizzazione delle nostre Persone, la comunicazione ai Clienti, il supporto alle sartorie sociali coinvolte e il loro raccordo con i punti vendita di riferimento e a semplificare sempre più i processi gestionali. Il progetto ha consentito di effettuare **149 riparazioni a Torino e 40 riparazioni a Palermo**, escludendo i test effettuati su Roma e Catania.

I cuscini di Tommy

Sempre grazie alla collaborazione con (RI)GENERIAMO e GenerAtelier, in quattro negozi di Roma abbiamo **commercializzato una linea di cuscini realizzati dalle sartorie sociali di GenerAtelier**, a partire dai **disegni di Tommy**, un ragazzo autistico non verbale di 24 anni che utilizza l'arte come canale di espressione e che fa parte della Fondazione Cervelli Ribelli, ente nato per favorire, tramite azioni concrete, l'integrazione lavorativa e sociale di persone con inabilità neuro-cognitive.

I disegni di Tommy sono stati trasformati in stampe certificate atossiche e utilizzati da parte delle sartorie sociali per confezionare i cuscini,



20 dei quali sono stati donati da (RI)GENERIAMO alla Fondazione Cervelli Ribelli per promuovere l'iniziativa.

Attraverso questo progetto, non solo abbiamo offerto a Tommy la possibilità di esprimersi, ma siamo stati in grado di generare lavoro per le sartorie sociali e di **sostenere l'attività della Fondazione Cervelli Ribelli**, attiva anche sul fronte della diffusione di cultura e informazione sul valore della diversità.



CAPITOLO 6

VIVERE LEROY MERLIN



1. Favoriamo la Leadership di ognuno di noi

In Leroy Merlin riconosciamo nelle nostre Persone i **principali attori dell'azienda** e il principale motore delle performance e dei successi che siamo in grado di raggiungere. Vogliamo assicurarci che ognuno di loro si senta riconosciuto per il contributo che offre all'azienda e si senta libero di esprimere il proprio potenziale a 360°. Pertanto, diffondiamo capillarmente il valore della condivisione, al fine di creare un'azienda nella quale le nostre Persone siano felici di lavorare, si sentano partecipi e siano libere di prendere delle decisioni, imparando e condividendo i frutti dei risultati raggiunti. La condivisione nella nostra azienda si basa infatti su quattro pilastri:

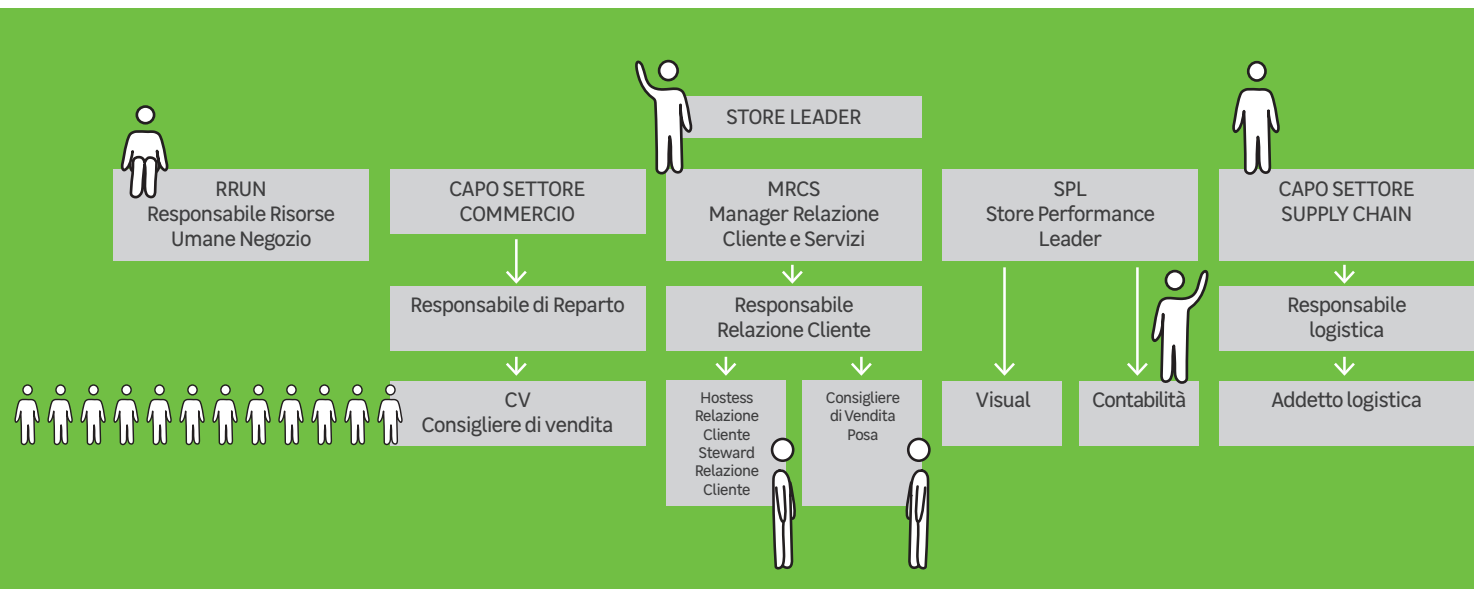
→ **La condivisione dell'aver**: vogliamo ingaggiare e motivare le nostre Persone tramite la partecipazione ai risultati aziendali che hanno contribuito a conseguire.

→ **La condivisione del potere**: vogliamo far sì che le nostre Persone crescano in azienda, acquisendo maggiori autonomia e responsabilità tramite tre momenti aziendali, ovvero il **colloquio di sviluppo, il Bilancio Umano e la costruzione degli obiettivi**.

→ **La condivisione del sapere**: vogliamo che le nostre Persone sviluppino le proprie capacità professionali e personali; pertanto, arricchiamo la loro capacità di agire per il Cliente e di lavorare in squadra tramite percorsi di formazione continua e tramite la condivisione di informazioni sulla vita aziendale.

→ **La condivisione del volere**: vogliamo che le nostre Persone partecipino al processo di progettazione e di costruzione del nostro futuro in quanto azienda.





Per far sì che il concetto di condivisione sia applicato ad ogni livello aziendale, tutti i negozi sono realizzati come una realtà aziendale a sé stante, al cui capo è presente lo Store Leader, il quale agisce come un vero e proprio Datore di Lavoro.

In ogni punto vendita è presente anche un **Comitato di Negozio** formato dallo Store Leader, dal Responsabile Persone e Cultura, dal Capo Settore Commercio, dal Manager Relazione Cliente e Servizi, dallo Store Performance Leader e dal Capo Settore Supply Chain che fa sì che i quattro pilastri di condivisione siano rispettati ed applicati con riferimento a tutte le Persone che lavorano nella nostra azienda.

Inoltre, nel 2019 abbiamo fondato il **Gruppo di Generazione del Valore**, un gruppo trasversale che collabora con il Comitato di ogni negozio nella co-costruzione di iniziative, idee e piani d'azione per l'evoluzione del proprio business e per il progresso aziendale.

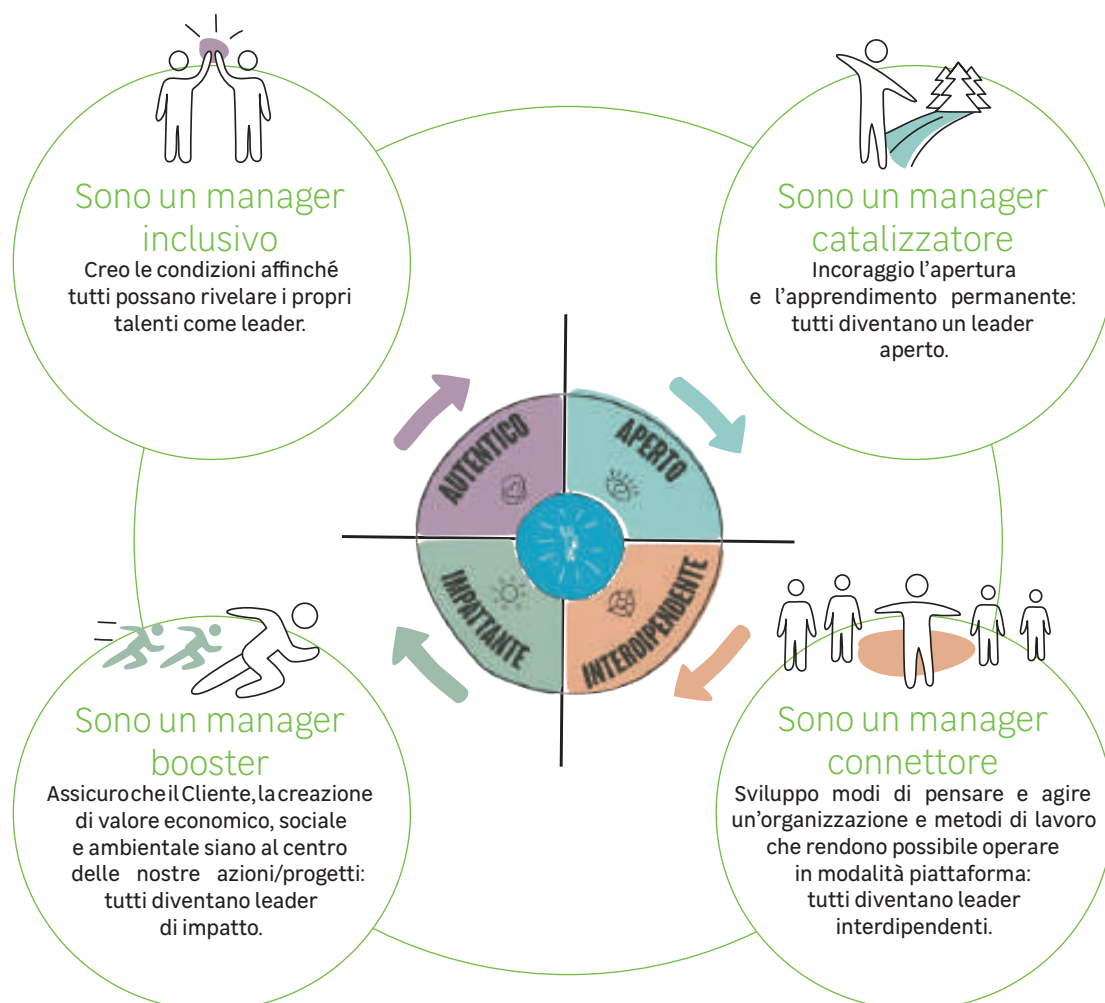


L'attenzione del gruppo si focalizza principalmente su Premio di Progresso, Azionariato, Benessere e Sostenibilità, ovvero le 4 tematiche incentrate sulla Generazione di Valore condiviso. Attualmente il gruppo si compone di oltre 300 colleghi tra negozi e Servizi Interni.

1.1 APPLICHIAMO IL NOSTRO MODELLO DI LEADERSHIP

Il Modello di Leadership rappresenta i nostri valori aziendali e i suoi assi orientano le nostre azioni in azienda. In Leroy Merlin ogni persona è un Leader e il nostro modello ci permette di migliorarci costantemente apprendendo dalle interazioni quotidiane e dal contesto interno ed esterno.

Condividiamo il Modello di Leadership con tutte le nostre Persone attraverso corsi di formazione che vengono aggiornati ogni anno. Nel 2022, ad esempio, la formazione sul Modello di Leadership ha previsto un approfondimento su come essere un Manager Leader, offrendo ai destinatari delle indicazioni su come applicare gli assi del Modello nel proprio ruolo quotidiano. Secondo il nostro Modello di Leadership, infatti, i nostri manager devono essere:



2. Sosteniamo lo sviluppo e la crescita

Le Persone svolgono un ruolo fondamentale nel determinare il successo delle nostre attività. Grazie al loro impegno costante, siamo in grado di raggiungere grandi risultati. Crediamo fermamente nella professionalità delle nostre Persone e ci impegniamo a costruire relazioni solide e durature con ognuno di loro. Per questo, vogliamo garantire un ambiente lavorativo stimolante che favorisce la collaborazione, lo scambio e il successo di ognuno.

2.1. LE NOSTRE PERSONE

Nel 2022, le Persone che hanno contribuito al nostro successo sono state oltre **8.100**, quasi 300 in più rispetto al 2021. Di questi, il **55%** è rappresentato da **uomini** e il **45% da donne**. Abbiamo potuto inoltre contare sulla collaborazione di 188 stagisti e 11 lavoratori interinali. All'interno del nostro organico, l'**84% è assunto con contratto a tempo indeterminato**, a dimostrazione della stabilità che vogliamo assicurare alle nostre Persone, e il **50% ha un contratto part-time**, per offrire la flessibilità necessaria a rispondere alle esigenze di ognuno ed in linea con le esigenze del nostro settore. Inoltre, per sopperire al maggiore carico di lavoro durante i fine settimana e fare in modo che le nostre Persone lavorino sempre in un ambiente sereno, abbiamo previsto una forma di contratto particolare, ossia il **contratto di lavoro a tempo determinato nel weekend**, che si rivolge esclusivamente a studenti iscritti regolarmente a un corso di studio e che vogliono iniziare un percorso professionale.

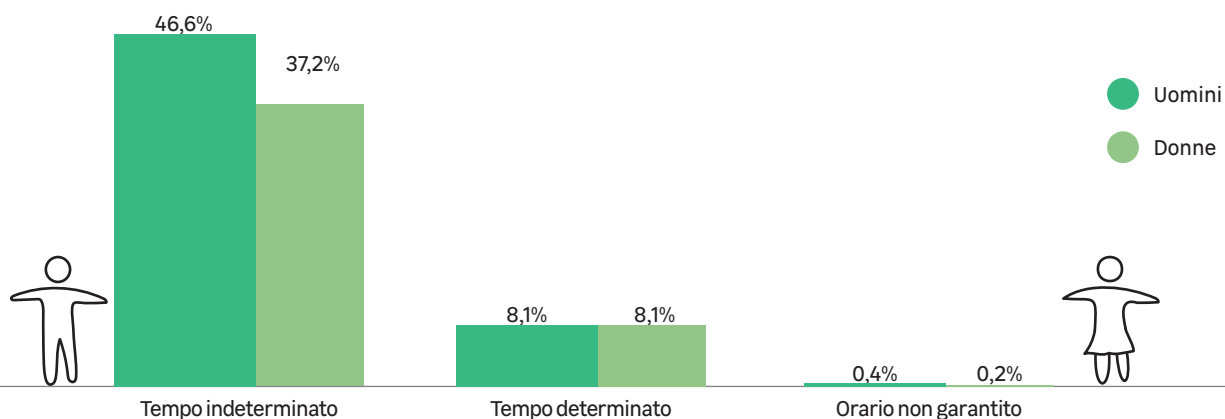


● **21,4%**
Sotto i 30 anni

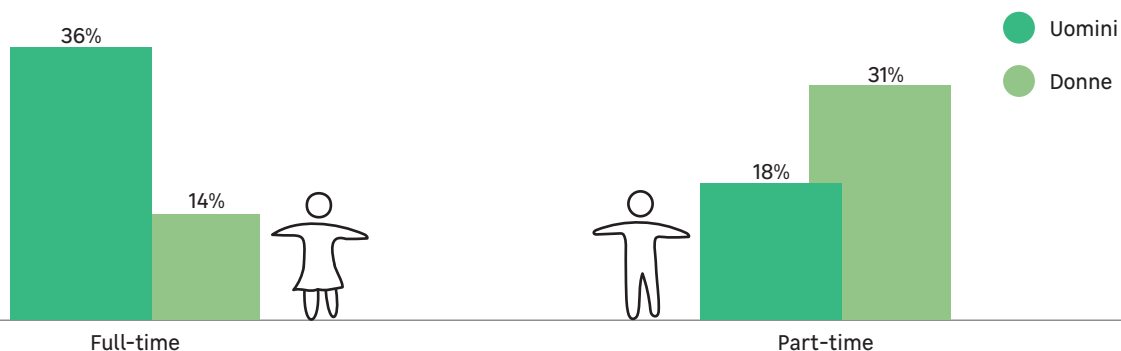
● **63,1%**
Tra i 30 e i 50 anni

● **15,5%**
Oltre i 50 anni

Suddivisione per tipologia di contratto e per genere nel 2022 (n)

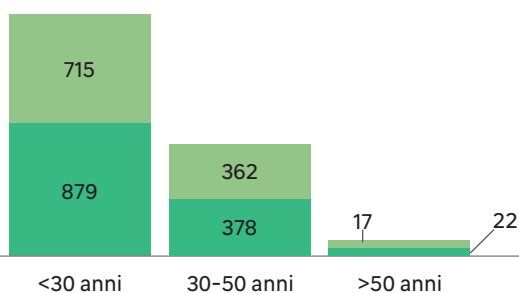


Suddivisione per tipologia d'impiego e per genere nel 2022 (n)

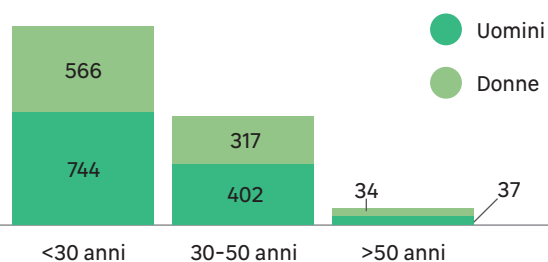


La crescita continua dell'azienda ha favorito **l'assunzione, nel 2022, di oltre 2.300 Persone**, di cui il 46% donne e il 67% sotto i 30 anni di età. Si sono poi verificate oltre **2.000 cessazioni**, che hanno interessato principalmente la fascia di persone sotto i 30 anni, per via della scadenza del contratto o per dimissioni.

Persone assunte nel 2022 per genere ed età (n)



Contratti di lavoro cessati nel 2022 per genere ed età (n)



2.2. FORMAZIONE E SVILUPPO DEI TALENTI

Uno dei nostri obiettivi è quello di diventare sempre di più un'azienda in grado di attrarre nuovi talenti e rafforzare le competenze di quelli che già collaborano con noi. A tal fine, nel 2022 abbiamo creato un nuovo team dedicato alla **Talent Attraction & Acquisition**, con l'obiettivo di sviluppare un percorso di attrazione e selezione sempre più strutturato.

Nell'ultimo anno abbiamo deciso di rivedere il processo di selezione, per far sì che le nostre offerte esprimano la vera essenza di Leroy Merlin e portino il candidato ad avere una visione a 360° del valore aggiunto che possiamo apportare, facendogli conoscere il nostro Modello di Leadership, che rappresenta i nostri valori e principi. Esso, infatti, è anche oggetto di formazione per tutti i neoassunti.

In un'ottica di costante miglioramento dei processi di selezione, abbiamo introdotto uno strumento di valutazione: il **Candidate Listening**, una Survey che inviamo a tutti i candidati e che ci permette di conoscere il loro grado di soddisfazione circa il processo di selezione.

Nel 2022 abbiamo inoltre rivisto il nostro **processo di onboarding**, per assicurare un ingresso in azienda agile ed efficiente per il neoassunto. Il processo dura circa 3 mesi, durante i quali viene erogata della formazione su tutti gli aspetti principali legati all'azienda, al Gruppo ADEO ed al ruolo specifico, sia in modalità e-learning, sia attraverso training on the job.



Lo sviluppo personale e professionale delle nostre Persone è garantito da appositi **programmi di formazione**, che permettono non solo di favorire la crescita professionale e personale delle nostre Persone, ma anche migliorare la nostra azienda e renderla più competitiva, grazie all'abilità di interfacciarsi con i Clienti rispondendo alle loro esigenze e di adattarsi ad un contesto mutevole. In particolare, in Leroy Merlin il percorso di formazione supporta lo sviluppo di ciascuna Persona attraverso:

→ l'autoformazione e la formazione digitale, esperienziale e in aula e la realizzazione di progetti per consentire il learning on the job.

- l'accompagnamento manageriale individuale e collettivo, durante la crescita di ogni Persona, con piani di formazione e sviluppo continuo, personalizzati e su misura;
- l'affiancamento delle Persone durante tutti i processi di trasformazione aziendale, al fine di aiutarle a vivere positivamente il cambiamento come un momento di crescita per imparare dai nuovi contesti di lavoro;
- la diffusione delle nuove metodologie di lavoro agile, in linea con i percorsi delineati dalla nostra azienda.

Il successo e l'efficacia della nostra offerta formativa sono garantiti da molteplici fattori, quali:

- la **strutturazione dei percorsi formativi** e dei vari moduli **insieme agli interlocutori aziendali** di riferimento, raccogliendo ed intercettando i bisogni delle nostre Persone, per progettare un'offerta formativa nelle modalità più flessibili e adatte alle squadre;
- **l'adozione di un modello formativo misto**, che combina l'apprendimento in aula con strumenti e risorse virtuali;
- **l'animazione delle sessioni in aula da parte di esperti**, tra cui Direttori, Capi Settore, Consulteristi di Vendita specializzati sul prodotto e formatori interni ed esterni;
- l'introduzione di **indicatori per valutare l'efficacia della formazione**.

L'offerta formativa che dedichiamo alle nostre Persone si articola in diversi moduli.

Formazione digitale

Tutte le nostre Persone, così come i nostri partner, possono usufruire della piattaforma online "FormAzione", che offre la possibilità di accedere alla formazione e-learning in qualsiasi momento e di iscriversi alle sessioni virtuali e in presenza.

Questo strumento consente agli utenti di formarsi direttamente online, accedendo da qualsiasi dispositivo tramite una App dedicata, a tutti i contenuti formativi necessari per una rapida e gratuita autoformazione.

Nel 2022, in particolare, ci siamo focalizzati sull'ottenimento del **"Passaporto Digitale"** per tutti, tramite l'erogazione di un corso focalizzato sullo sviluppo delle competenze legate all'utilizzo degli strumenti digitali al fine di permettere alle nostre Persone di allinearsi all'approccio omnicanale che abbiamo adottato.

Formazione Prodotto

La Formazione Prodotto viene erogata attraverso una varietà di opzioni, tra cui corsi e percorsi digitali, webinar, corsi esperienziali, collaborazioni con i fornitori, corsi sulle tecniche di vendita ed eventi focalizzati sui progetti dei Clienti.

Nel 2022 abbiamo erogato **421 Corsi Prodotto**, il 21% in più rispetto al 2021.



Formazione Mestiere

La Formazione Mestiere permette di erogare programmi specifici per ogni missione e filiera al fine di sviluppare le competenze professionali necessarie a svolgere determinate mansioni.



La nostra offerta formativa prevede anche l'erogazione di particolari percorsi personalizzati per affrontare esigenze specifiche:

- **Talentiamo**: percorso in aula e on-line destinato a personale interno appositamente individuato e ai neolaureati assunti, per approfondire e sviluppare la missione dei **futuri Manager di Comitato**. Nel 2022, Talentiamo ha formato le persone su temi come: far vendere una soluzione in reparto, rendere il Cliente autonomo nell'acquisto e come fare il Manager di leader. Le Persone formate sono state, inoltre, affiancate da tutor i quali le hanno valutate su diversi aspetti focalizzati sullo sviluppo delle soft skill necessarie a ricoprire posizioni di Leadership.
- **Percorso Tutor**: percorso dedicato ai Manager che desiderano **candidarsi come Tutor**, per accompagnare lo sviluppo e la formazione dei colleghi che aspirano a ricoprire ruoli manageriali. Il percorso per diventare Tutor si compone di **9 tappe da raggiungere per poter sviluppare le 9 competenze necessarie**.



Prima di iniziare il percorso, ogni Persona viene sottoposta ad un test manageriale che ne determina il livello di partenza.

- **Percorso Presa di Missione**: percorso dedicato ai Manager durante il primo anno di incarico, che fornisce gli strumenti per affrontare le sfide quotidiane. Il percorso si compone di una sessione formativa propedeutica erogata on-line, un momento formativo **in aula**, che si concentra sull'erogazione di contenuti specifici, e una **sessione pratica effettuata in negozio** per sperimentare sul campo i concetti appresi.
- **Leader di leader**: percorso che fa parte di "Presa di missione" ed è rivolto ai **futuri Direttori di negozio e responsabili di servizio**, con l'obiettivo di svilupparne il talento, la consapevolezza e la leadership, approfondendo le competenze necessarie ad agire efficacemente all'interno dell'ambiente lavorativo e **guidare il cambiamento nelle squadre** e nella



loro organizzazione, al fine di stimolarne l'efficienza e la concretezza operativa quotidianamente. Nel 2022 il percorso formativo è durato da gennaio a novembre e si è composto di 14 tappe fondamentali, alcune delle quali si sono realizzate presso i negozi.

Formazione Manageriale

Con l'obiettivo di preparare i nostri Manager, al fine che questi siano in grado di affrontare le sfide future, eroghiamo dell'apposita Formazione Manageriale basata sul Modello di Leadership ADEO.

L'offerta formativa è strutturata al fine di consentire ai Manager di creare i propri **piani di sviluppo personalizzati** per rispondere ai **bisogni formativi** di ognuno e sviluppare delle **competenze specifiche** anche in relazione alle necessità dei Clienti.

La proposta nel 2022 è stata articolata in 71 corsi manageriali, 12 in più rispetto al 2021, per offrire una formazione aggiornata e in linea con le esigenze attuali.

Tra questi, ad esempio, **"Accountability 360°"** che allena la capacità di assumersi responsabilità e rischi in un contesto sempre più incerto e **"Diversity & Inclusion leadership: il valore delle differenze"**, che mette in luce i nostri stereotipi e incentiva la valorizzazione delle unicità.

La Carta Mobilità Adeo

Per favorire la crescita e lo sviluppo delle nostre Persone, oltre alle attività di formazione, il Gruppo ADEO e le Business Unit hanno previsto un processo **mobilità interna** che permette ad ogni Persona di sviluppare le proprie competenze ed evolversi professionalmente attraverso un cambio di sede di lavoro e/o di ruolo. Ogni Persona può **trovare la sezione Mobilità all'interno della piattaforma MyDev**, dove sono presenti tutte le opportunità professionali presenti in tutte le aziende del Gruppo.

2.3. L'ASCOLTO ALLA BASE DI UN MIGLIORAMENTO CONTINUO

Crescere insieme è frutto non solo di attività di formazione, ma soprattutto di momenti di ascolto e scambi di idee. L'ascolto è, infatti, un pilastro della nostra azienda e da sempre vogliamo sentire quello che le nostre Persone vogliono dirci. Per noi il **feedback di qualità** è un dono che ci permette di individuare quelli che sono i nostri punti di forza, i nostri elementi distintivi, ma, soprattutto, i nostri assi di miglioramento.

Per tutte le nostre Persone è previsto un **colloquio di sviluppo** che chiamiamo **EDP – Entretien de Developement**, uno strumento fondamentale della politica di sviluppo e valutazione di ognuno di noi che si svolge in due periodi dell'anno.

Il colloquio di sviluppo costituisce **un'occasione di scambio**, di motivazione e di progetto in cui si co-costruisce il piano di sviluppo delle Persone, definendo gli obiettivi individuali – quantitativi e qualitativi – per l'anno successivo, declinandoli in azioni concrete, misurabili e supportate da tempistiche di realizzazione e individuando percorsi di accompagnamento formativo per ogni Persona.



Ulteriormente, le **Giornate di Progresso e Sviluppo (GPS)** sono un particolare momento collegiale in cui viene valutato il potenziale di ogni singola persona dell'intera azienda, in linea con gli obiettivi qualitativi e quantitativi di ognuno e per le quali si definiscono anche i piani di formazione e accompagnamento specifici.

Come strumento aggiuntivo, abbiamo introdotto un sistema di ascolto, l'**Ascolto Tour**, durante il quale il nostro CO-LEAD gira per i punti vendita e incontra i diversi team al fine di condividere la strategia e scambiare sui punti di sviluppo del business.

Employee Experience Index

Le nostre Persone hanno molti modi a disposizione per esprimere il loro punto di vista.

Tra questi, uno dei nostri strumenti principali è l'**Employee Experience Index**, un sondaggio rivolto a tutto il personale ADEO con cadenza trimestrale per raccogliere i sentimenti di tutti i dipendenti ADEO per Business Unit, per negozio e servizi interni.

Il questionario permette a tutti di esprimere il loro punto di vista sul **“sentirsi al centro dell’impresa”** e, oltre alle consuete domande per valutare il livello di soddisfazione aziendale, è presente una sezione in cui è possibile esprimere il proprio feedback per evidenziare i punti di forza e gli spunti di miglioramento dell’azienda.

Nel 2022 ha partecipato al questionario circa l’80% dei dipendenti ai quali abbiamo anche chiesto un loro parere più approfondito sui temi Salute e Sicurezza e Codice Etico.

Alla fine dell’anno abbiamo registrato un **livello di soddisfazione delle nostre persone (NPS – Net Promoter Score)** di 38 punti, sempre più vicino al nostro obiettivo di arrivare a un punteggio di 50.

2.4. I NOSTRI PORTAVOCE:

GLI AMBASSADOR DI LEROY MERLIN

Una delle caratteristiche di collaborare con noi è racchiusa nel **concetto di trasversalità**. Circa il 50% della nostra popolazione aziendale ha la possibilità di svolgere un’attività che fuoriesce dalle proprie mansioni quotidiane, per incrementare le competenze in ambiti esterni al proprio ruolo, e conoscere nuove persone e team, facendosi conoscere in azienda.

Pertanto, abbiamo avviato il **percorso di Ambassador** che interessa tutte le Persone, a prescindere dalle funzioni da loro svolte, e le rende promotrici dell’azienda nel raccontare la propria esperienza lavorativa al di fuori del contesto aziendale. Il ruolo degli Ambassador è quello di far conoscere chi siamo e cosa facciamo, condividendo i principi, valori e i driver che guidano il nostro operato.

Chiunque desideri diventare Brand Ambassador ha a disposizione diversi strumenti che gli permettono di esercitare al meglio questo ruolo. Mettiamo infatti a disposizione un **pacchetto formativo** sul nostro portale aziendale, il quale si compone di 4 moduli dedicati all’apprendimento delle funzionalità di LinkedIn e delle corrette modalità di creazione e condivisione di contenuti sui social network. I nostri Ambassador hanno poi a disposizione un **gruppo dedicato su Workplace**, nel quale possono confrontarsi con gli altri componenti, **un kit contenente i materiali e template per effettuare la campagna di comunicazione**, e un apposito **kit di accompagnamento all’uso di LinkedIn**.



La nostra strategia di **Employer Branding** prevede l'adattamento di messaggi coerenti ai diversi canali social in base alle loro peculiarità. In particolare, LinkedIn, in qualità di social network maggiormente utilizzato da Manager e professionisti, viene impiegato come strumento di promozione della nostra azienda verso l'esterno e di formazione e coinvolgimento continuo dei nostri Ambassador.

Anche presso i negozi, la figura del Digital Ambassador ha diverse responsabilità, grazie alla

sua capacità di **coinvolgere in maniera equilibrata le persone sia in modalità fisica che digitale**. Pertanto, promuove momenti di scambio per trasmettere i vantaggi di un mestiere orientato al digitale, incoraggiando i colleghi a sviluppare abilità professionali che si orientano in questa direzione, partecipando a momenti di arricchimento del know-how digitale in collaborazione con la direzione DDI (Digital and Data Intelligence) e promuovendo i progetti di innovazione del proprio negozio.

2.5. INFORMAZIONE E PARTECIPAZIONE ALLA VITA AZIENDALE

La comunicazione aziendale è per noi uno strumento non solo di condivisione, ma di crescita dell'azienda e di tutte le nostre Persone. Vogliamo quindi favorire lo scambio di informazioni in modo agevole e veloce, affinché ognuno sia a conoscenza della strategia aziendale, delle sfide, dei traguardi raggiunti, dei successi e delle iniziative che portiamo avanti, ma al contempo affinché tutti si sentano liberi di esprimersi e si sentano parte integrante della nostra casa. Il principale strumento di comunicazione interna è rappresentato dalla **Suite Google Workspace**, che per noi funziona esattamente come un Social Network in cui ogni Persona può condividere pensieri, documentazione, eventi, informazioni, successi e tanto altro. I messaggi di portata strategica e di particolare importanza vengono contrassegnati come importanti dal Wall Leroy Merlin Italia su Workplace, e tutte le Persone vengono informate tramite notifiche via app e e-mail. La comunicazione aziendale è poi supportata da una figura fondamentale nella nostra struttura organizzativa, ossia i **nostri Reporter**, colleghi dei vari negozi e dei Servizi Interni che promuovono e diffondono quotidianamente notizie e informazioni, e portano a conoscenza di tutti gli altri colleghi le storie dei loro negozi e servizi, rendendo così partecipe l'intera azienda. Infine, sia presso i negozi che presso la sede principale, organizziamo dei momenti di aggregazione formale che diventano spazio di condivisione come, ad esempio, plenarie in cui un gruppo dedicato di Persone per ogni negozio illustra le varie attività in evoluzione e i progetti attivi.



2.6. INIZIATIVE PER IL SUPPORTO E IL WELFARE DELLE NOSTRE PERSONE

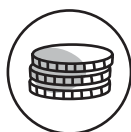
Vogliamo favorire il benessere mentale e fisico delle nostre Persone e assicurare che siano soddisfatte con l'ambiente in cui lavorano.

Pertanto, mettiamo a loro disposizione una serie di servizi che abbiano un impatto positivo sulla vita di tutti i giorni, come uno sportello medico interno, apposite convenzioni stipulate con banche ed istituti di credito e uno sconto dedicato applicabile in tutti i negozi delle insegne del Gruppo ADEO in Italia, utilizzabile tramite un'applicazione dedicata, direttamente dal proprio smartphone.

Inoltre, anche per quest'anno abbiamo confermato il nostro servizio di supporto psicologico, creato nel 2020 con l'insorgere della pandemia da COVID-19, fruibile per tutti sia online che offline, e continua l'offerta delle convenzioni grazie al programma "Per NOI", che prevede diverse agevolazioni, suddivise nelle categorie Salute, Tempo Libero, Risparmio.



Assistenza fiscale per la compilazione del modello 730



Convenzioni con una banca e un istituto di credito



Sconto dipendenti del 10% per gli acquisti presso i negozi a insegna Leroy Merlin e Bricocenter presenti sul territorio nazionale con una app a disposizione di tutti i Collaboratori Leroy Merlin e Bricocenter



Agevolazione tariffe auto a noleggio



Supporto psicologico sempre operativo dal 2020



Servizio mensa presso i Servizi Interni
(sospeso nel 2020 causa COVID)



Sportello medico interno presso i Servizi Interni

Il Fondo Solidarietà di ADEO e il supporto per l'Ucraina

Dal 2020, il Gruppo ADEO ha istituito un Fondo Solidarietà con la finalità di fornire un'assistenza finanziaria eccezionale e specifica alle Persone delle aziende ADEO e ai loro familiari, che si trovano in gravi difficoltà a causa di situazioni straordinarie di crisi.

Il Fondo è sostenuto da contributi volontari versati dai Collaboratori delle BU di ADEO e in parte dalle BU stesse.

Nel 2022, come Leroy Merlin Italia, abbiamo contribuito al Fondo di Solidarietà per supportare due colleghe ucraine che si sono trasferite in Italia con i propri figli a causa del conflitto.

Grazie al Fondo è stato possibile sostenere economicamente per due mesi le colleghe e supportarle nel trasferimento, e supportare altresì il collega italiano che ha offerto ospitalità.

3. Rispettiamo e valorizziamo le pluralità

Uno dei nostri obiettivi come azienda è quello di creare e garantire un ambiente di lavoro in cui il singolo si senta valorizzato per la propria unicità e per il contributo unico che può apportare all'organizzazione. Per noi, infatti, l'autenticità di ogni singolo individuo è un punto di forza, che ci aiuta a crescere e migliorare continuamente. In quest'ottica, la creazione e conservazione di un ambiente di lavoro sereno e propositivo sono considerati fattori di primaria importanza e da raggiungere anche tramite il rispetto della sfera privata delle Persone e la tutela delle pari opportunità, garantendo percorsi di crescita basati esclusivamente sui meriti personali e sulle competenze, e volti al consolidamento del livello di professionalità di ciascuno.



3.1. VOGLIAMO GARANTIRE LE PARI OPPORTUNITÀ

Nel 2021 il Gruppo ADEO ha adottato e diffuso la propria Inclusion & Diversity Strategy, che ha dato il via ad un percorso di integrazione di tali aspetti all'interno di ogni Business Unit, partendo dall'inserimento di una figura di riferimento per tali tematiche.

Rafforziamo la tutela dei diritti delle nostre Persone

A partire dai valori espressi nel nostro Codice Etico, che garantiscono la tutela delle pari opportunità e i principi di inclusività e non discriminazione, abbiamo rafforzato la protezione dei diritti delle nostre Persone attraverso l'adozione di numerose **Politiche Sociali** che, oltre i requisiti normativi, curano ogni aspetto della vita lavorativa e privata delle nostre Persone in modo da armonizzare le necessità dell'organizzazione con quelle dell'individuo.

Tra queste, ad esempio, abbiamo adottato una **Politica specifica sul trasferimento interno** delle Persone che vogliono cambiare la propria sede per rafforzare il proprio know how e le proprie competenze.

La politica prevede un supporto a 360° per il trasferimento della Persona e della sua famiglia, che noi intendiamo non solo come coniuge, ma come qualsiasi individuo che questa ritiene far parte della sua sfera familiare.

Nel 2022 abbiamo lavorato tanto per rafforzare i nostri presidi a tutela delle pari opportunità e dell'inclusione, e abbiamo partecipato a numerose iniziative ed attività per diffondere una cultura del rispetto delle unicità e dell'inclusione.

Per assicurare la tutela e l'inclusione di ogni forma di disabilità, due delle nostre Persone del team Persone e Cultura hanno partecipato ad un corso specifico sul **Disability Management**, organizzato dall'ente IG - SAMSIC HR, accreditato dalla Città Metropolitana di Milano nell'ambito della diffusione della cultura inclusiva. Il corso ha avuto l'obiettivo di trasmettere una cultura generativa in grado di sostenere le aziende nella valorizzazione dei lavoratori con disabilità, attraverso la formazione della figura del **Disability Manager**. Le nostre Persone hanno dunque appreso le competenze necessarie per facilitare i processi di inclusione

in azienda e creare soluzioni di supporto per il personale più vulnerabile.

Sempre in quest'ambito, abbiamo poi preso parte all'evento organizzato dalla Città Metropolitana di Milano, in collaborazione con Emergo "**Le barriere siamo noi**", sul rapporto tra Aziende ed Istituzioni in ambito di disabilità.

Nel 2022 ci siamo poi associati all'Associazione **Valore D**, la prima associazione di imprese che promuove **l'equilibrio di genere e una cultura inclusiva** per la crescita delle aziende in Italia. Grazie a questa collaborazione, siamo stati in grado di organizzare momenti di formazione per le nostre Persone del team Persone e Cultura, nonché momenti di mentorship con gli altri colleghi e la diffusione, attraverso la nostra piattaforma di comunicazione interna, di **talks sui temi dell'inclusione**.

Città metropolitana di Milano

Emergo

LE BARRIERE SIAMO NOI?

Disabilità e lavoro:
stato dell'arte e opportunità future

08.11.22
9.00 - 13.00

I FormidAbili

Nato nel 2021, grazie alla collaborazione con (RI)GENERIAMO e l'agenzia per il lavoro AbileJob, anche nel 2022 abbiamo portato avanti il progetto FormidAbili, un percorso di inclusione lavorativa di persone con disabilità intellettive.

Attraverso la sensibilizzazione e la formazione delle nostre Persone sulle tematiche riguardanti la Diversità e l'Inclusione, il progetto permette **di facilitare l'inserimento lavorativo, nei nostri punti vendita, di persone autistiche e persone con la sindrome di Down e di Asperger**. Il progetto ha, infatti, un doppio beneficio: da un lato il supporto a persone con disabilità e la loro inclusione lavorativa, dall'altro offre alle nostre Persone la possibilità di conoscere da vicino una realtà differente e superare gli stereotipi e i pregiudizi.

Tutte le persone coinvolte nel progetto sono inserite all'interno di un percorso formativo e culturale, che coinvolge i tirocinanti, ovvero le persone beneficiarie del progetto, e i tutor, ovvero i nostri colleghi che si sono offerti per accompagnare i primi nelle fasi di inserimento e come punto di riferimento durante tutto il progetto. I nostri tutor e i Comitati di Direzione dei punti vendita sono seguiti a livello formativo dalla Fondazione Paideia in un percorso di circa 8 mesi, che li supporta nell'individuare i ruoli più indicati che ciascun tirocinante può svolgere all'interno di una realtà lavorativa, come quella di un grande negozio, che si allontana dalla loro situazione di comfort. I tirocinanti sono coinvolti nella vita quotidiana del punto vendita, occupandosi di attività come il servizio di accoglienza e



check-out, la sistemazione dei reparti e la gestione e il recupero dei rifiuti nel reparto logistica.

Dall'inizio del progetto nel 2021, siamo stati in grado di coinvolgere **45 ragazzi e ragazze in tutti i nostri 51 negozi**.

Nel 2022, i percorsi attivi sono 38, di cui 13 a tempo determinato, 5 a tempo indeterminato e 20 in tirocinio. Accanto ai ragazzi, abbiamo formato 769 delle nostre Persone.

Il progetto è poi supportato dal costante dialogo con Associazioni nazionali attive nell'ambito della disabilità, con l'obiettivo di creare una rete di comunicazione tra i negozi, le Associazioni sul territorio e gli enti istituzionali.

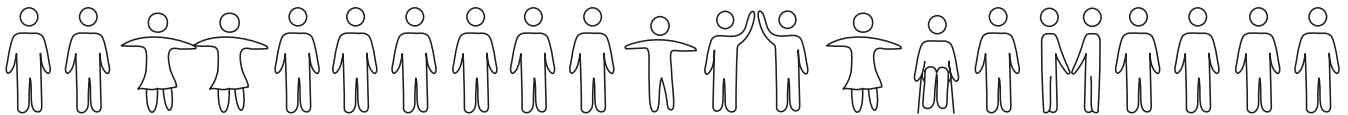
FormidAbili rappresenta un nuovo **modello di innovazione inclusiva**, che mette al centro i bisogni dell'individuo e le sue abilità, e che prevede che sia l'azienda a cambiare e mettersi al servizio della Persona valorizzando le sue competenze, senza richiedere quindi ai nostri colleghi di adattarsi alla realtà aziendale.

Secondo Sogno



A dicembre 2022, in occasione della “**4 Weeks 4 Inclusion**”, la maratona inter-company dedicata ai temi dell’inclusione e della valorizzazione delle diversità, abbiamo presentato il progetto “**Il Secondo Sogno**”, un percorso finalizzato all’accompagnamento verso l’autonomia domestica di persone con disabilità – che hanno iniziato un percorso professionale – con l’aiuto e il supporto delle associazioni che ne seguono l’integrazione.

Grazie al progetto FormidAbili abbiamo infatti compreso che il primo sogno delle persone affette da disabilità è spesso quello dell’indipendenza economica, e quindi del lavoro, mentre il secondo è quello dell’autonomia domestica. L’associazione Bricolage del Cuore ha quindi iniziato ad operare come una piattaforma in grado di radunare le persone, le aziende e gli enti interessati ad intervenire su questa tematica. Con il “Secondo Sogno” l’obiettivo è quello di fornire un contributo alla ristrutturazione di immobili di proprietà di Bricolage del Cuore da utilizzare per percorsi di indipendenza delle persone con disabilità che hanno intrapreso un percorso lavorativo.



ADEO Inclusive Behaviours Committment

A settembre 2022 il Gruppo ADEO ha organizzato una serie di workshop sulla Diversità e l’Inclusione per i referenti delle varie Business Unit.

Il progetto ha riunito oltre 700 leader di tutte le nostre aziende nel mondo, al fine di identificare le migliori pratiche da applicare a livello globale e locale per essere inclusivi nel nostro luogo di lavoro quotidiano. In particolare, in Leroy Merlin Italia abbiamo organizzato tre workshop, che hanno coinvolto un totale di 45 partecipanti.

Design Thinking Talent For Refugees

Il progetto **Design Thinking Talent for Refugees** prende vita partendo dai precedenti progetti realizzati da Fondazione Adecco e UNHCR nel 2017–2018 a favore di rifugiati (DOMUS – incentrato sulla promozione di percorsi di inclusione attraverso la mobilità geografica e la sperimentazione di una metodologia specifica per donne rifugiate) e 2019 (MEP – finalizzato alla creazione di strumenti per l’identificazione del livello di occupabilità dei rifugiati e alla formazione degli operatori dei centri di



accoglienza sulle metodologie per l'inclusione nel mercato del lavoro di donne rifugiate).

Avviato nel 2020 ed attivo soprattutto nei punti vendita di Roma, il progetto è stato portato avanti anche nel 2022 sempre con l'obiettivo di accrescere e diversificare le opportunità lavorative per i rifugiati. Nel 2022 abbiamo inserito **10 rifugiati** in progetti di tirocinio nei nostri punti vendita, provenienti da Somalia, Iran, Sudan, Mali e Camerun. Inoltre, abbiamo trasformato a tempo indeterminato 2 ragazzi rifugiati sul negozio di Roma Tiburtina.

Nel 2022 siamo stati premiati per questa iniziativa dall'**UNHCR, l'Agenzia ONU per i Rifugiati**, con i loghi Welcome e WeWelcome per il nostro impegno a favore dell'integrazione lavorativa dei rifugiati.



4. Garantiamo la salute e la sicurezza

La salute e la sicurezza delle nostre Persone sono tra gli elementi assolutamente prioritari da gestire responsabilmente.

La movimentazione delle merci nei magazzini e nei negozi e la presenza di numerosi prodotti sugli scaffali, anche pesanti, possono infatti comportare un rischio per i nostri dipendenti.

Pertanto, ci impegniamo a garantire luoghi di lavoro in grado di minimizzare tali rischi tramite il miglioramento continuo del **Sistema di Gestione della Sicurezza**, accompagnato da attività di sensibilizzazione e condivisione di buone prassi tra tutte le nostre Persone.



Persone

Sono il più importante patrimonio dell'Azienda e, con i Clienti sono al centro del nostro modello aziendale. Pertanto, essi sono i protagonisti del Progetto d'Impresa.

I Collaboratori operano per evitare di esporre sé stessi e gli altri a rischi per la salute e la sicurezza, utilizzando regolarmente i DPI (dispositivi di protezione individuale) e segnalando situazioni di potenziale pericolo.

Essi dedicano particolare attenzione a:

- Informazione circa i pericoli sul luogo di lavoro.
- Formazione continua al fine di aumentare la propria consapevolezza circa le tematiche di salute e sicurezza.
- Addestramento e utilizzo degli strumenti di lavoro a tutela della propria salute.
- Sensibilizzazione alla cultura della salute.



Partner

Selezioniamo e lavoriamo con partner interni ed esterni - come RSPP e medici del lavoro - che condividono i nostri principi di salute e sicurezza. In particolare collaboriamo con:

- RSPP esterni che si occupano di fornire un supporto ai vari negozi ed effettuano presso questi delle visite mensili.
- Medici del lavoro dislocati sul territorio nazionale e coordinati dal servizio di prevenzione e protezione e dal Medico Coordinatore del Gruppo che si occupano, grazie alla loro esperienza e sensibilità, di accompagnare le nostre Persone verso la cultura della salute e della sicurezza.
- Società di consulenza che si occupano di garantire processi di sicurezza efficaci e all'avanguardia e il rispetto delle normative vigenti.

4.1. IL SISTEMA DI GESTIONE DELLA SICUREZZA

Dal 2020 abbiamo definito la nostra **Politica sulla Sicurezza**, che rappresenta lo strumento tramite il quale **condividiamo valori e obiettivi con le nostre Persone**, al fine di salvaguardare la loro salute e quella dei Clienti, partner e di tutte le persone che entrano in contatto con gli ambienti aziendali. Ci impegniamo affinché tutti siano messi nelle condizioni di garantire il **rispetto dei principi adottati all'interno della Politica** e affinché sia garantita la **consultazione dei dipendenti – e dei loro rappresentanti per la sicurezza** – tramite appositi programmi di comunicazione, di sensibilizzazione e di formazione. Il documento si basa su tre pilastri:



Ambiente di lavoro

Realizziamo negozi dove le nostre Persone e i Clienti possano trascorrere il loro tempo in totale sicurezza.

Pertanto assicuriamo:

- Ambienti ospitali, confortevoli ed accoglienti.
- Adesione ai massimi standard di sicurezza nella realizzazione dei negozi, al fine di rendere i flussi di merci e di persone fruibili, agevoli e confortevoli.
- Adozione di strumenti e procedure per agevolare la movimentazione delle merci in sicurezza.
- Investimenti in strumenti innovativi al fine di abbattere il rischio rapina e mettere in sicurezza gli showroom per tutelare l'incolumità anche dei Clienti più fragili, ovvero anziani e bambini.

Ci impegniamo inoltre ad **adottare misure di prevenzione collettiva**, per eliminare o quantomeno minimizzare i rischi alla fonte, e limitare il numero di persone che potrebbero esserne esposte, adeguando le strutture e le attrezzature alle nuove conoscenze e al progresso tecnologico.

Dal 2020, inoltre, il nostro **Sistema di Gestione della Sicurezza è certificato** secondo lo standard **UNI EN ISO 45001** ed è soggetto ad attività di miglioramento continuo, attraverso lo svolgimento di analisi di contesto e l'individuazione e la valutazione dei rischi associati alle nostre attività.

In linea con quanto previsto all'interno del Sistema di Gestione, la salute e la sicurezza di ogni punto vendita vengono gestite **sia a livello locale che a livello nazionale**. A livello locale, per ogni punto vendita sono previsti:

- il **Datore di lavoro**, ruolo ricoperto dal Direttore del punto vendita o Store Leader;
- un **Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione** (RSPP) e un **medico del lavoro**, entrambi professionisti esterni che si occupano di più negozi. In particolare, per il 2022, su un totale di 51 negozi hanno operato 6 RSPP;
- due **Addetti al Servizio Prevenzione e Protezione** (ASPP) per la sicurezza sul lavoro, ruoli ricoperti dal Responsabile Persone e Cultura di negozio e dallo Store Performance Leader;
- i membri del Comitato del punto vendita che ricoprono il ruolo di **preposti**;
- un **Rappresentante dei Lavoratori** per la **Sicurezza**, eletto o nominato dal personale nei negozi.



A livello nazionale sono stati nominati un **Responsabile del Sistema di Gestione**, un **Coordinatore RSPP**, il quale si occupa di coordinare tutti gli RSPP che operano a livello locale, e un **Coordinatore dei Medici**.

Nella sede principale viene invece replicata la struttura adottata nei negozi, dove la figura assimilabile al Datore di Lavoro è individuata nell'**Amministratore Delegato**, il quale conferisce delega della maggior parte delle funzioni al **Direttore del team Persone e Cultura**.

Il Sistema di Gestione è soggetto a **riesame annuale della Direzione aziendale** alla chiusura dell'esercizio, che consiste nel monitoraggio e nella verifica della corretta applicazione delle misure contenute nel Sistema.

In Leroy Merlin ci occupiamo delle tematiche legate al Sistema di Gestione della Salute e Sicurezza con un **approccio orientato al miglioramento continuo**. In particolare, all'inizio di ogni esercizio

Bureau Veritas fornisce ai negozi una **checklist** di circa 60 o 70 punti riguardanti ambiti della salute e sicurezza sul lavoro a 360°.

Gli addetti alla gestione della salute e sicurezza nei negozi verificano quindi che i presidi presenti nei punti vendita siano in linea con la checklist e, in caso contrario, implementano della attività di miglioramento per allinearsi a tale lista.

Successivamente, a settembre, ai vari **ASPP di negozio** viene sottoposto un **questionario di autovalutazione** circa le attività realizzate nel corso dell'anno, mentre gli **RSPP** hanno il compito di **esprimersi su quanto effettuato dai negozi**.

In seguito a queste attività di valutazione, il team di audit interno effettua delle verifiche presso un campione di 4 o 6 negozi, mentre alla fine del processo Bureau Veritas effettua degli audit per attestare il mantenimento o il rinnovo della certificazione al Sistema di Gestione.

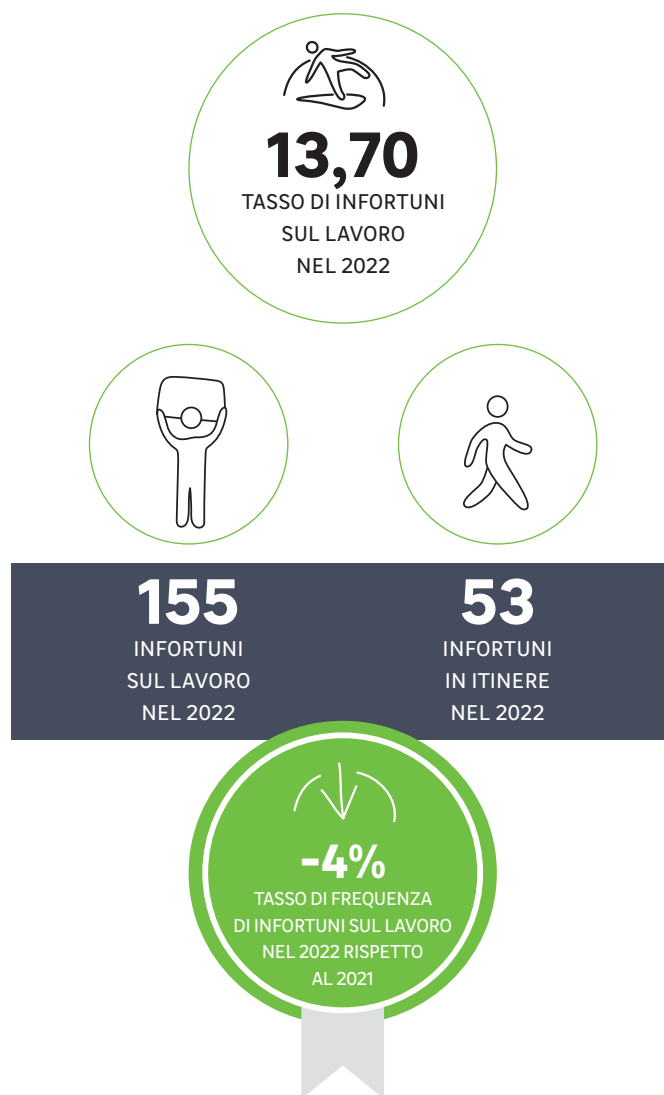
INVIO DELLA CHECKLIST DA PARTE DI BUREAU VERITAS

IMPLEMENTAZIONE DELLE ATTIVITÀ DI MIGLIORAMENTO NEI NEGOZI



4.2 GESTIONE E PREVENZIONE DEGLI INFORTUNI

L'individuazione delle misure di correzione, prevenzione e protezione da applicare per garantire un ambiente di lavoro sano e sicuro parte dal monitoraggio costante degli infortuni e dei quasi infortuni – o near miss – che si verificano durante l'anno; tale analisi è infatti fondamentale al fine di identificarne le cause e ridurne l'occorrenza. Nel 2022 si sono registrati **155 infortuni sul lavoro**, tutti con conseguenze non gravi. Il tasso di frequenza degli infortuni¹ è pari a **13,70 in diminuzione del 4% rispetto al 2021** e **del 10% rispetto al 2020**, mentre il **tasso di gravità** si attesta su **valori molto bassi**, pari a 0,35², data la lieve natura degli infortuni. Con l'obiettivo di ridurre ulteriormente il numero di infortuni legati principalmente all'uso scorretto dei DPI (dispositivi di protezione individuale), nel corso del 2022 abbiamo attivato una **campagna di comunicazione apposita**, accompagnata da un **controllo più stringente** durante le visite degli RSPP. Al fine di gestire tempestivamente qualsiasi caso di infortunio che si verifichi in sede o nei negozi, nel corso del 2022 abbiamo portato a termine un **percorso di digitalizzazione delle pratiche di gestione della sicurezza**, tramite l'utilizzo della piattaforma web-based **Simpledo**. Tale piattaforma ci supporta nello svolgimento di molteplici attività, come la gestione della sorveglianza sanitaria, la raccolta delle informazioni e la creazione di database legati alla salute e sicurezza sul lavoro e l'erogazione di formazione sulla tematica.



¹ Il calcolo del "Tasso di frequenza di infortuni sul lavoro registrabili" è basato su 1.000.000 ore lavorate, secondo la formula seguente: (Totale infortuni sul lavoro registrabili / Ore lavorate) * 1.000.000.

² Il tasso di gravità è calcolato secondo la seguente formula: (giorni di assenza, escluso quello in cui è avvenuto l'infortunio, / n° di ore lavorate) * 1.000

Inoltre, Simpledo ci consente di **seguire il processo di gestione degli infortuni** interamente in digitale permettendo di effettuare le segnalazioni dal proprio smartphone e di gestire la procedura di verifica e comunicazione all'INAIL direttamente dal sistema.

Così facendo, inoltre, possiamo disporre in automatico di **dati digitalizzati sugli infortuni**, potendo quindi analizzarne meglio le cause e individuare le opportune azioni correttive.

Da ottobre 2022, al fine di consentire a **tutte le nostre Persone di notificare i near miss (mancati infortuni)**, abbiamo integrato il portale Simpledo con un'applicazione per effettuare tali segnalazioni tramite smartphone.

Grazie alle segnalazioni che riceviamo, siamo in grado di **individuare le cause** dei near miss e le **misure correttive** che possono essere specifiche per il negozio da cui parte la segnalazione o estese a tutti i punti vendita se si riscontra un problema strutturale.

Con questo sistema, inoltre, intendiamo **sensibilizzare le nostre Persone**, invitandole a porre maggior attenzione ai possibili rischi e, allo stesso tempo, raccogliere un maggior numero di dati utili alla prevenzione degli infortuni.

4.3. ASSICURIAMO NEGOZI SICURI ALLE NOSTRE PERSONE E AI NOSTRI CLIENTI
I negozi sono i principali luoghi di lavoro delle nostre Persone e rappresentano anche il principale

punto di contatto con i Clienti. Per questo, agiamo ogni giorno al fine di **costruire negozi sicuri**, garantendo un contesto di lavoro in grado di tutelare la salute e la sicurezza delle nostre Persone e di salvaguardare anche quella dei nostri Clienti.

Prima di tutto, una corretta gestione degli ambienti che garantisca la sicurezza per tutti è frutto di un'adeguata formazione di tutte le Persone. Pertanto, durante l'onboarding, i nuovi assunti vengono formati sulle disposizioni obbligatorie relative alla sicurezza sul luogo di lavoro e sulla Politica di Sicurezza.



Inoltre, nel 2022 abbiamo erogato un **corso di formazione aggiuntivo rispetto alla formazione obbligatoria per legge** co-costruito insieme alla Capogruppo ADEO, che tratta tutti gli **aspetti di rischio riguardanti le nostre attività**, con riferimento alle Persone, alla gestione degli spazi nei negozi e nei depositi, alla relazione con le aziende esterne e ai rischi trasversali.

Tale formazione è fruibile online nel nostro portale aziendale.

Vogliamo che le nostre Persone e i nostri Clienti si sentano sicuri come se fossero a casa quando entrano nei nostri negozi; pertanto, abbiamo adottato una serie di misure che ci consentono di tutelare tutti coloro i quali frequentano i nostri punti vendita e di offrire contesti di lavoro ed esperienze di acquisto sicure e confortevoli:

- creazione di un **ambiente confortevole, accogliente e ospitale**, nonché adeguato a tutelare la salute e la sicurezza di chiunque frequenti le aree di pertinenza della nostra azienda;
- **aggiornamento** continuo delle **procedure** contenute nel Sistema di Gestione della Sicurezza;
- dotazione di **dispositivi di sicurezza** per la protezione fisica delle nostre Persone;
- promozione della **qualità della vita lavorativa** delle nostre Persone, sviluppando azioni per favorirne il benessere, come la diffusione della campagna antiinfluenzale aperta a tutti;
- **formazione delle Persone** sulle tematiche di salute e sicurezza;

Nel corso degli anni abbiamo adottato una serie di misure che si sommano a quanto già effettuiamo in ottemperanza alla legge, al fine di rendere i nostri negozi sempre più sicuri. Tra queste, figurano le attività volte a definire sistemi di stoccaggio della merce pesante riducendo notevolmente i rischi per le persone, come ad esempio l'utilizzo di apposite

gabbie per lo stoccaggio dei box doccia in altezza o il controllo periodico dei cardini delle ante disposte verticalmente per verificare che questi non siano deteriorati, ed eventualmente sostituirli, al fine di azzerare il pericolo che i pensili possano cadere.

Un'ulteriore iniziativa volontaria che possiamo citare è, ad esempio, la decisione di non esporre più alcune tipologie di merce pesante nei negozi, ma di spedirle direttamente dai magazzini ai Clienti, riducendo il rischio legato all'insorgere di infortuni o malattie professionali per le nostre Persone che si occupano della movimentazione e dello stoccaggio di tale merce. Inoltre, sempre nell'ottica di miglioramento continuo, tra le iniziative nel 2022 abbiamo implementato:

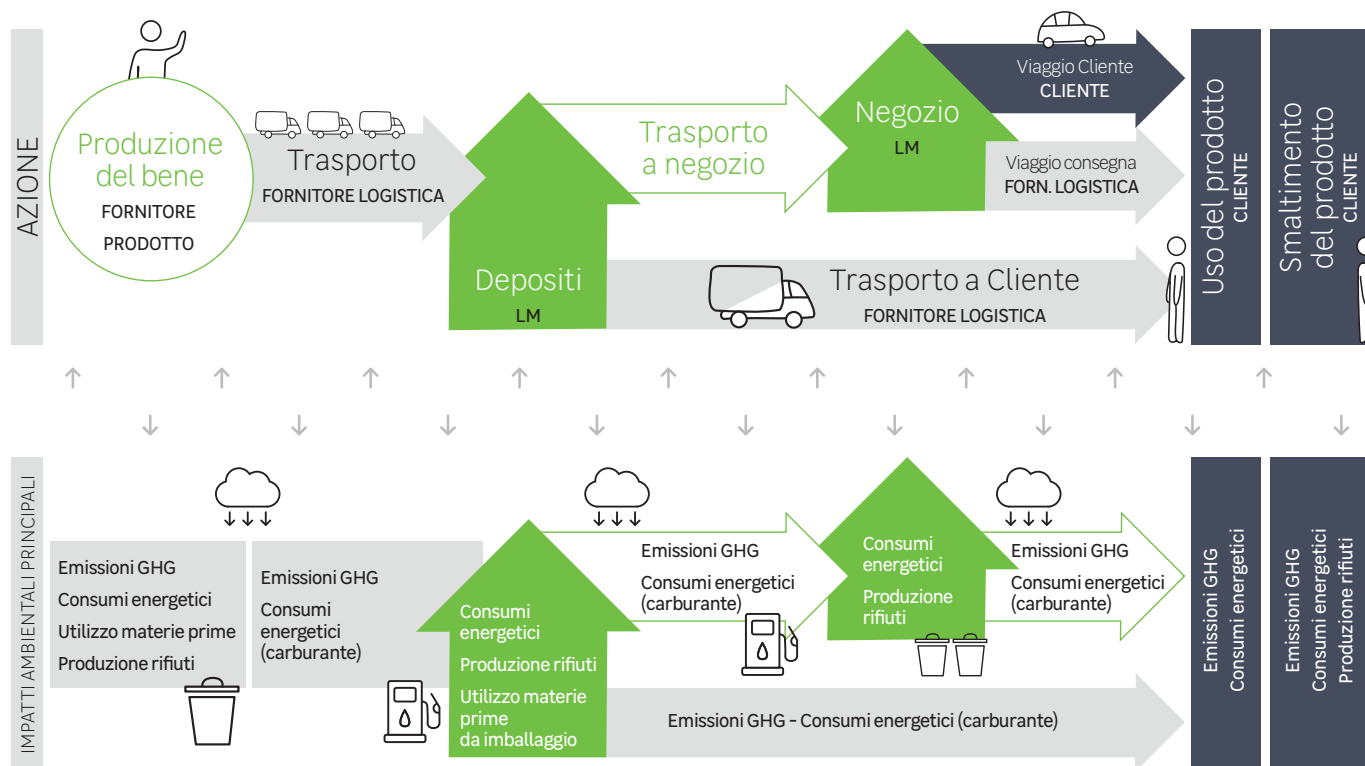
- Introduzione di apposite **cinghie di sicurezza** per tutta la merce **stoccata in altezza**, al fine di sostituire il film estensibile di plastica utilizzato in precedenza. Questa misura ci consente non solo di ridurre l'uso della plastica e di adottare un **approccio circolare** grazie alla possibilità di riutilizzare le cinghie, ma anche di garantire una maggiore sicurezza grazie alla migliore capacità di tenuta delle cinghie.
- Avvio di un percorso di **aggiornamento della segnaletica orizzontale e verticale nei negozi**, in collaborazione con il Gruppo ADEO, al fine di **ridurre l'interferenza uomo-macchina**.

CAPITOLO 7

VIVERE IL NOSTRO PIANETA



1. I nostri impatti lungo la catena del valore



In Leroy Merlin ci impegniamo a **tutelare l'ambiente** e a ridurre gli impatti lungo tutta la catena del valore.

Siamo consapevoli che le nostre attività generano impatti diretti ed indiretti sul Pianeta e, di riflesso, sul benessere delle Comunità che lo abitano. Tali impatti sono, ad esempio, legati ai consumi di carburante necessario ad effettuare i trasporti e gli spostamenti delle nostre Persone e dei Clienti, alle fonti energetiche consumate per consentire il riscaldamento, l'illuminazione e il funzionamento di depositi e negozi, ai rifiuti generati durante le varie attività, all'energia richiesta per far funzionare i nostri prodotti una volta comprati.

Per questo ci impegniamo quotidianamente per mitigare tali impatti, cercando di trovare un equilibrio tra i nostri obiettivi di sviluppo economico e le esigenze ambientali, con il fine ultimo di **tutelare la casa di tutti: il Pianeta**.

2. Puntiamo alla decarbonizzazione

Agire per contrastare il cambiamento climatico è per noi una priorità. I numerosi eventi climatici estremi che si verificano sempre più frequentemente ci pongono di fronte alla necessità di monitorare e gestire i nostri impatti ambientali al fine di decarbonizzare le nostre operazioni.

Ogni giorno agiamo per contribuire, nel nostro piccolo, agli ambiziosi **obiettivi dell'Unione Europea**, che prevedono la riduzione del 55% delle emissioni di gas ad effetto serra per il 2030 rispetto al 1990 ed il raggiungimento di zero emissioni nette al 2050 nonché ai **Sustainable Development Goals** per il 2030 delle Nazioni Unite. In linea con gli obiettivi europei, la nostra Capogruppo ADEO ha definito un target di riduzione delle emissioni di gas serra del 50% al 2035, rispetto ai livelli del 2021, e di raggiungimento della Carbon Neutrality al 2050. Anche in Leroy Merlin Italia affrontiamo con la voglia di fare che ci caratterizza le importanti sfide che il nostro Pianeta ci pone davanti e ci sforziamo per ridurre i nostri impatti diretti ed indiretti, ricercando soluzioni che ci consentano di ridurre le nostre emissioni di gas serra e di contenere i consumi energetici e la generazione di rifiuti.

Nel nostro settore, tuttavia, il **95% del totale delle emissioni deriva da fonti indirette¹** ed è quindi imputabile alle attività svolte a monte e a valle del nostro core business. Pertanto, sappiamo che le nostre azioni da sole non bastano e che abbia-

mo bisogno di coinvolgere tutta la catena del valore, dai fornitori ai Clienti. Con le nostre attività abbiamo infatti il privilegio di entrare nelle case di milioni di cittadini; pertanto, vogliamo portare nelle loro abitazioni non solo i nostri prodotti ed i nostri servizi, ma anche il messaggio di un futuro più sostenibile e rispettoso dell'ambiente che ci circonda, al fine di **rendere, insieme, il nostro habitat un luogo positivo**.

2.1. GESTIAMO RESPONSABILMENTE I NOSTRI CONSUMI ENERGETICI

Una delle azioni con le quali possiamo rendere le nostre attività ad impatto positivo per il Pianeta è ridurre i consumi energetici, tramite la loro gestione, monitoraggio ed efficientamento.

In ottica di miglioramento continuo, nel 2022 abbiamo intrapreso un percorso volto all'ottenimento, pianificato per il 2024, della certificazione UNI EN ISO 50001, la quale specifica i requisiti per la creazione, il mantenimento e il miglioramento del sistema di gestione dell'energia che stiamo finalizzando, proprio in vista del processo di certificazione. I nostri traguardi rappresentano i risultati di un percorso di monitoraggio, efficientamento e riduzione dei consumi energetici avviato da anni, che ha come obiettivo ultimo la ricerca di soluzioni sempre più efficaci per raggiungere, con il tempo, la **decarbonizzazione delle nostre operazioni**.

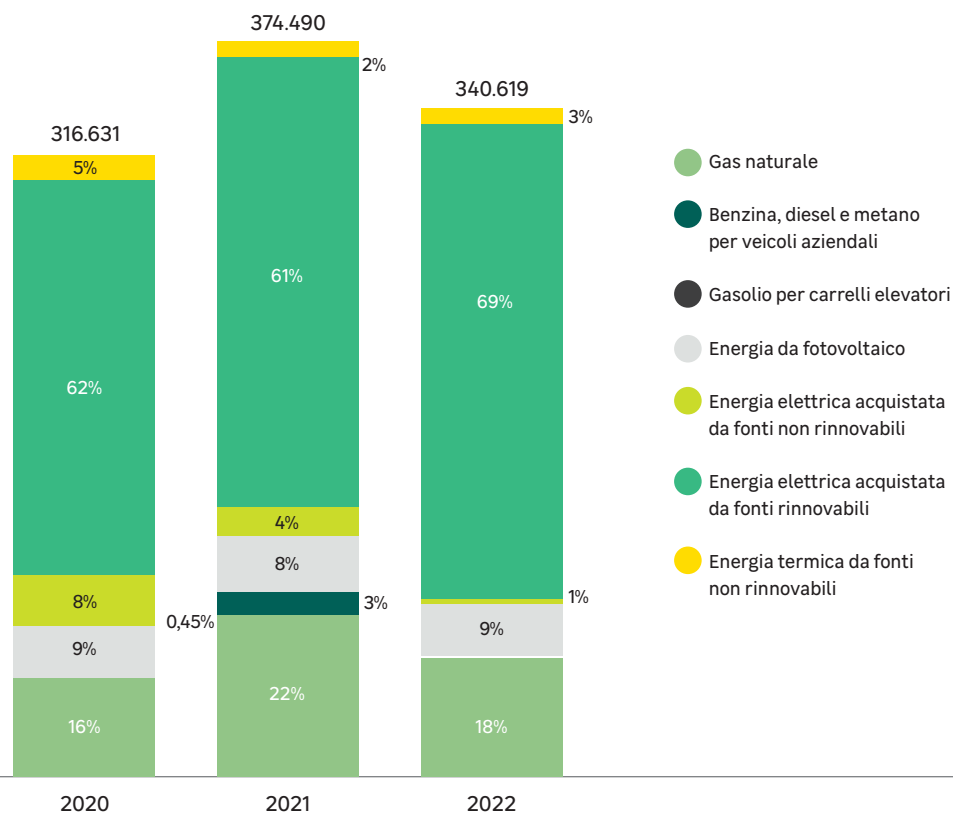
¹ FederDistribuzione, Report di Sostenibilità di Settore della Distribuzione Moderna, 2023

In quest'ottica, dal 2023 abbiamo inoltre introdotto nel nostro organico la figura dell'**Energy Manager**, che ci supporta quotidianamente nel monitoraggio delle nostre operazioni e nell'identificazione delle possibili azioni di miglioramento al fine di raggiungere i nostri obiettivi.

Nel 2022 i consumi di energia, diretta e indiretta, ammontano ad oltre **340.000 GJ**, in calo del 9% rispetto agli oltre 374.000 GJ del 2021. I principali consumi energetici diretti sono costituiti dal

gas naturale utilizzato per il riscaldamento degli ambienti, dall'energia autoprodotta tramite fotovoltaico e utilizzata presso i nostri negozi e dai consumi di gasolio, diesel e metano necessari ad alimentare il parco auto aziendale e i carrelli elevatori. Nel 2022 i nostri consumi diretti di energia sono pari al 27% del totale, mentre la restante parte (73%) è costituita dai consumi energetici indiretti, ovvero dall'energia elettrica e termica che preleviamo dalla rete.

Ripartizione dei consumi energetici per fonte (%GJ)

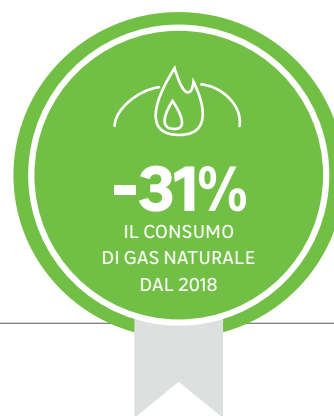
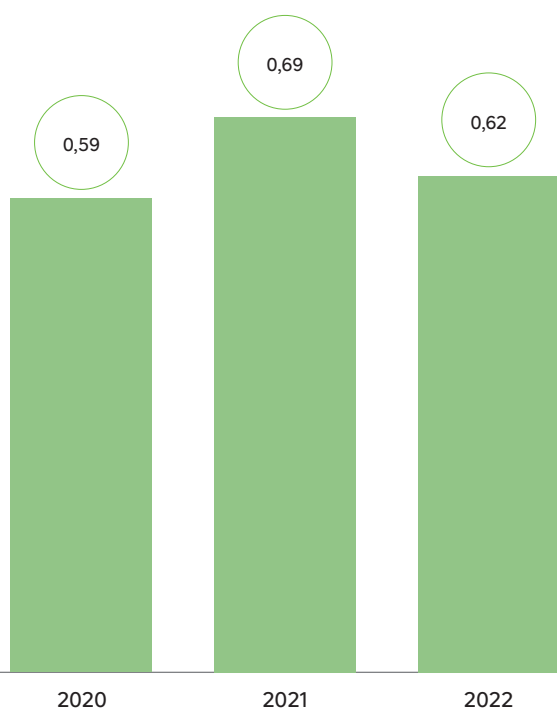


*Nota: per il 2020, i dati relativi ai consumi riguardanti benzina, diesel e metano per veicoli aziendali e carrelli elevatori non sono disponibili

Nonostante nel 2022 abbiamo aumentato la nostra superficie di vendita a causa dell'apertura del negozio di Catania Fontanarossa, passando da circa 363.000 m² ad oltre 370.000 m², necessitando conseguentemente di incremen-

tare consumi energetici per alimentare il nuovo negozio, siamo riusciti a ridurre l'**intensità energetica del 10% dal 2021 al 2022²**, grazie alle attività di efficientamento energetico realizzate nel corso dell'anno.

Intensità energetica (GJ/m²)



Inoltre, dal 2018, l'anno precedente al nostro ultimo audit energetico e che utilizziamo come baseline per monitorare i nostri progressi, siamo stati in grado di **ridurre i consumi di gas naturale del 31%** e quelli di **energia elettrica del 20%³**, sempre grazie al costante monitoraggio dei consumi e alle azioni implementate per un loro efficientamento.

² L'intensità energetica al 2022 è stata calcolata secondo la formula (consumi energetici 2022/superficie di vendita e depositi 2022) e lo stesso criterio è stato applicato anche per il 2021. I valori dell'intensità energetica al 2022 e al 2021 sono poi stati rapportati secondo la formula ((intensità energetica 2022 - intensità energetica 2021) / intensità energetica 2021).

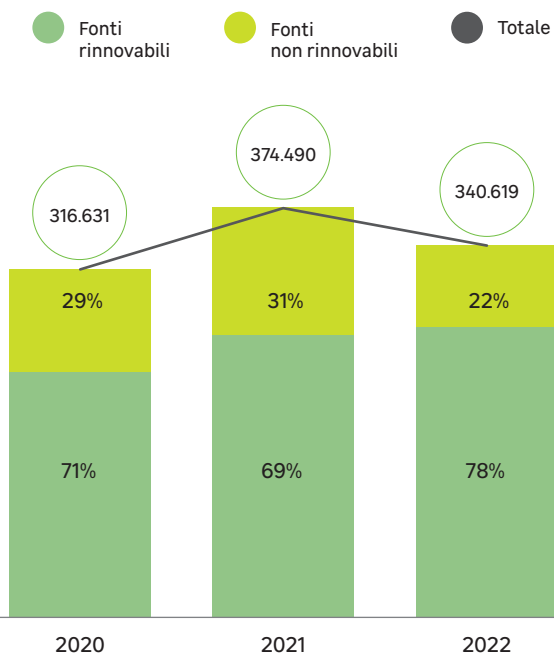
³ La riduzione dei consumi è il risultato del confronto tra i consumi al 2018 e i consumi al 2022 calcolato con la seguente formula: ((consumi 2022/superficie di vendita e depositi 2022 - consumi 2018/superficie di vendita e depositi 2018) / (consumi 2018/superficie di vendita e depositi 2018)).

Prediligiamo le fonti rinnovabili

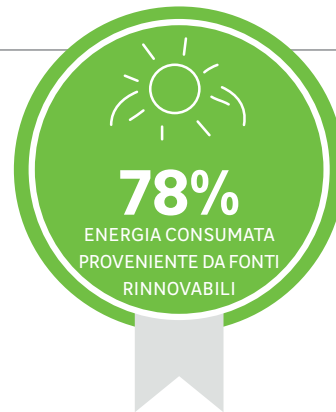
Oltre al monitoraggio dei consumi e alle iniziative di efficientamento energetico, un altro modo per ridurre i nostri impatti è favorire il ricorso all'energia proveniente da fonte rinnovabile. **Il 78% dei**

nostri consumi energetici, infatti, – sia diretti che indiretti – è alimentato grazie all'utilizzo di energia autoprodotta o acquistata da **fonti rinnovabili**, che nel 2022 ammonta a circa **266.165 GJ**, in aumento del 4% rispetto al 2021.

Consumi energetici da fonti rinnovabili (GJ)⁴



⁴ La ripartizione tra fonti rinnovabili e non rinnovabili dei consumi energetici del 2020 risente del fatto che per il 2020 non fossero disponibili i dati relativi ai consumi di carburante necessario ad alimentare la flotta aziendale, riducendo quindi il peso delle fonti non rinnovabili che alimentano il parco auto.



Uno dei nostri obiettivi nel tempo è quello di incrementare sempre di più la quota di **energia proveniente da fonti rinnovabili** utilizzata per soddisfare i consumi energetici dei negozi. Con riferimento ai nostri consumi diretti di energia, abbiamo avviato un piano di installazione di pannel-

li fotovoltaici sui tetti dei nostri punti vendita e, dopo aver realizzato il primo sistema presso il negozio di Lissone (MB) nel 2012, abbiamo raggiunto **nel 2022 la copertura dei tetti di 23 negozi**, con l'ultimo impianto installato presso il negozio di Ancona. Inoltre, presso i nostri negozi di Roma La

Romanina, Palermo Forum e Torino Giulio Cesare sono anche presenti degli **impianti di solare termico** utilizzati per la produzione di acqua calda.

Con riferimento invece ai nostri consumi indiretti, quindi per l'acquisto di energia elettrica dalla rete, prediligiamo contratti che garantiscano la sua provenienza da fonti rinnovabili. Nel 2022 abbiamo infatti acquistato circa il **98% di energia elettrica rinnovabile**, coperto da Certificati di Garanzia di Origine.

Efficientiamo i consumi energetici nella nostra casa

Nel corso del 2022 abbiamo effettuato le seguenti iniziative di **efficientamento energetico**, anche sulla base dei risultati emersi durante l'ultimo audit energetico del 2019, focalizzate sul monitoraggio dei consumi e sul revamping degli impianti di condizionamento dei locali, con lo scopo primario di ridurre il consumo di gas naturale e di energia elettrica:

- **sostituzione di tutte le macchine di condizionamento** dell'area vendita, dell'unità di trattamento aria e dell'impianto di climatizzazione degli uffici e installazione di un sistema di **Building Management System⁴** e di un sistema di monitoraggio dei consumi presso i negozi di Bari Santa Caterina, Corsico, Curno e Pantigliate per un risparmio energetico stimato annuo di oltre 2.000.000 kWh.
- **sostituzione di tutte le macchine di condizionamento** dell'area vendita, dell'unità di trattamento

aria e dell'impianto di climatizzazione degli uffici con **impianti in pompa di calore** e installazione di un sistema di **Building Management System** e di un sistema di monitoraggio dei consumi presso il negozio di Catania Belpasso, per un risparmio energetico di oltre 360.000 kWh.

- **sostituzione degli impianti di condizionamento dell'area vendita con impianti a pompa di calore e sostituzione delle caldaie** presenti nella centrale termica per la climatizzazione degli uffici con **impianti a condensazione a maggiore rendimento** presso il negozio di Venezia Marcon, per un risparmio energetico stimato annuo di oltre 149.000 kWh e di gas di oltre 62.000 Sm³.
- **sostituzione della centrale termica** presso il negozio di Montebello, per un risparmio energetico stimato annuo di oltre 136.000 kWh.
- **sostituzione progressiva degli impianti di riscaldamento a gas e di alcune centrali termiche** con altri funzionanti **tramite pompa di calore**, a seguito di uno studio effettuato negli anni precedenti per ottimizzare la gestione dei consumi di gas naturale per il riscaldamento degli ambienti.

Nel corso del 2022 abbiamo poi proseguito il nostro **processo di digitalizzazione**, che abbiamo avviato sempre con l'obiettivo di ridurre l'energia consumata dalla nostra sede e dai nostri negozi. In quest'ottica, abbiamo sostituito i computer con modelli a minor impatto energetico e le stampanti con modelli dotati di certificazione ecologica. Inoltre, abbiamo dotato tutti i nostri punti vendita di sistemi crepuscolari e sensori di presenza sia negli uffici che nelle toilette,

⁴ Sistemi di gestione integrata degli impianti di climatizzazione che consentono di gestire contemporaneamente più negozi.

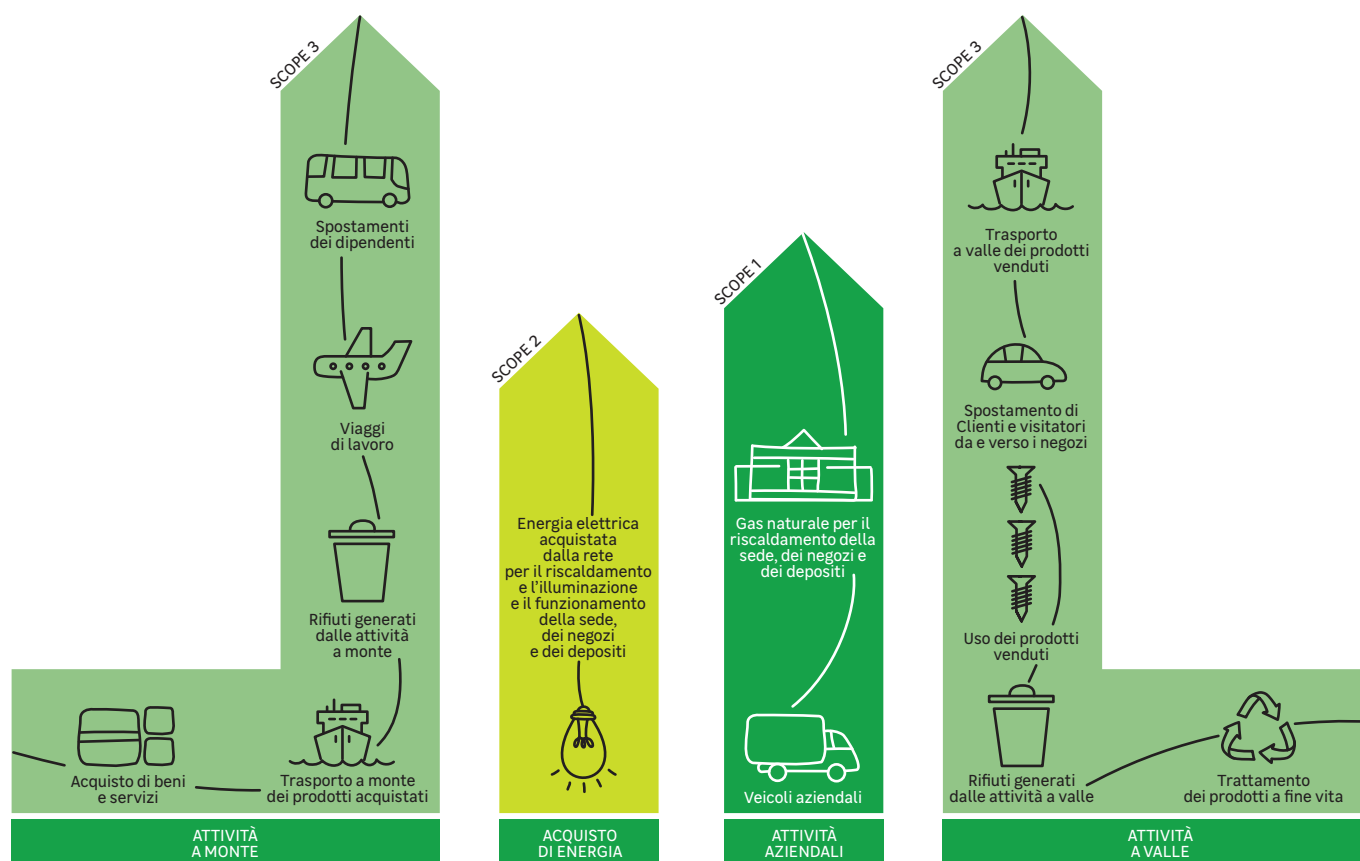
al fine di regolare i consumi energetici legati all'illuminazione degli spazi. Grazie alle numerose iniziative di efficientamento energetico effettuate durante gli anni abbiamo ottenuto la certificazione energetica per 42 negozi, di cui 9 sono risultati essere in classe A.

2.2. LE NOSTRE EMISSIONI DI GAS AD EFFETTO SERRA

Costruire un inventario dettagliato delle emissioni ci consente di prendere coscienza dei nostri impatti ambientali e delle azioni da intraprendere per ridurli. Pertanto, da anni redigiamo l'inventario delle nostre emissioni di gas ad effetto serra (GHG), in accordo allo standard internazionale **UNI EN ISO 14064-1**.

Tale inventario, certificato dall'ente esterno Bureau Veritas, ci permette di identificare nel dettaglio tutte le nostre emissioni, che si possono suddividere in:

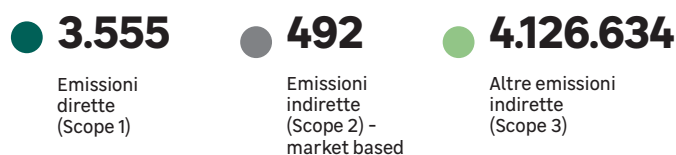
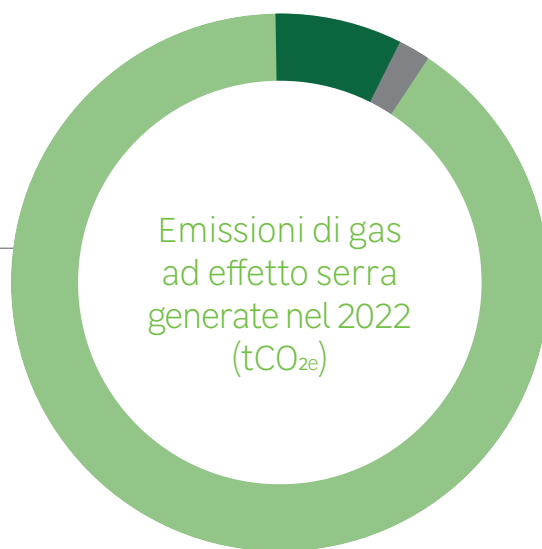
- Emissioni dirette (Scope 1), derivanti dai nostri consumi energetici diretti e pertanto direttamente controllate e controllabili all'interno della nostra azienda.
- Emissioni indirette energetiche (Scope 2), che derivano dai consumi energetici indiretti, ovvero quelli associati all'energia elettrica prelevata dalla rete.
- Altre emissioni indirette (Scope 3), legate alle attività a monte e a valle della nostra catena del valore.



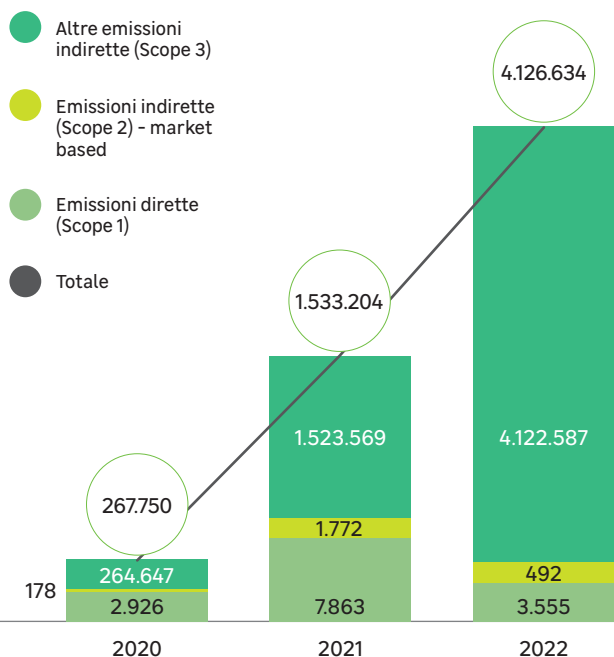
Questo livello di dettaglio è per noi fondamentale al fine di capire dove possiamo agire e per coinvolgere fornitori, Clienti e le nostre Persone nelle attività di riduzione delle emissioni.

Nel 2022 abbiamo emesso **oltre 4 milioni di tonnellate di CO_{2e}**.

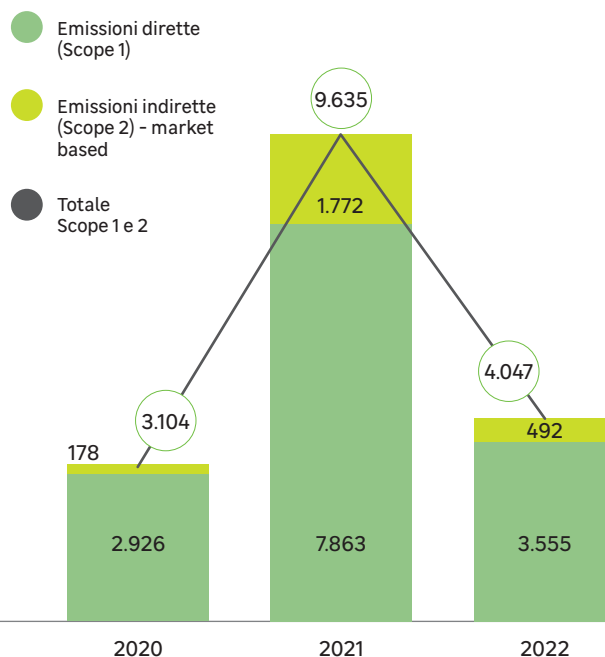
Le emissioni della categoria Scope 1 sono diminuite del 55% rispetto al 2021, mentre quelle della categoria Scope 2 sono diminuite del 72% con l'approccio Market-based⁵ e del 2% con quello Location-based⁶.



Emissioni generate (tCO_{2e})



Emissioni Scope 1 e 2 generate (tCO_{2e})



⁵ L'approccio market-based tiene conto dei contratti di fornitura sottoscritti dall'azienda e pertanto contabilizza le emissioni derivanti da energia prodotta da fonti rinnovabili certificate come pari a 0.

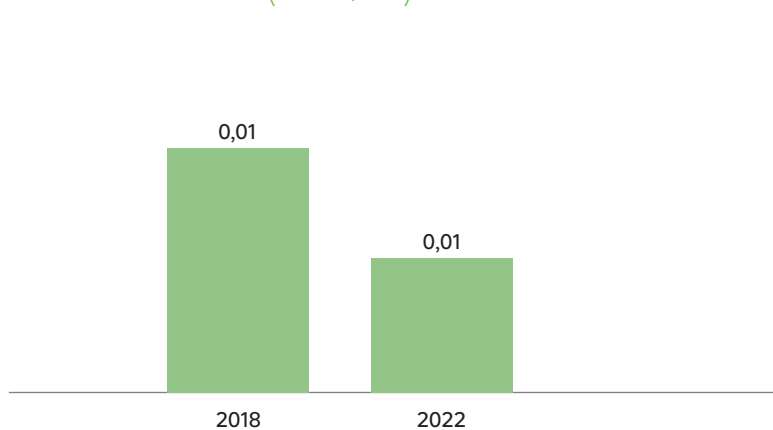
⁶ L'approccio Location-Based considera la rete di distribuzione applicando fattori di emissione medi del Paese in cui si acquista energia e non tiene conto della scelta di acquistare energia da fonti rinnovabili certificate.

Le emissioni Scope 3 registrano invece un apparente aumento del 171% rispetto al 2021; tale incremento non deriva dall'aumento effettivo delle emissioni registrate, bensì è conseguenza di un cambio di metodologia di calcolo, adottato nel corso del 2022, che ci ha permesso di raffinare e rendere sempre più preciso ed affidabile il nostro inventario delle emissioni di gas a effetto serra con riferimento alle categorie di Scope 3.

2.2.1. Emissioni dirette (Scope 1)

Nel 2022 abbiamo ridotto le **emissioni Scope 1 del 55%** rispetto al 2021 (in valore assoluto), passando da circa 7.900 tonnellate di CO_{2e} emesse a poco più di **3.500 tonnellate di CO_{2e}** emesse nel 2022, grazie alle attività di efficientamento e riduzione dei consumi energetici. Dal 2018, invece, anno precedente all'ultimo audit energetico, abbiamo conseguito una **riduzione dell'intensità delle emissioni connesse al consumo di gas naturale pari al 49%⁷**, grazie principalmente alla dismissione delle caldaie a gas e l'installazione di pompe di calore.

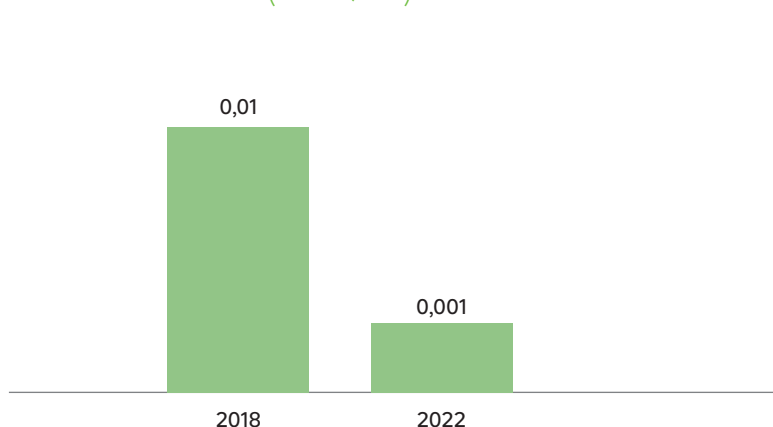
Intensità emissiva dei consumi di gas (tCO_{2e}/m²)



2.2.2. Emissioni indirette energetiche (Scope 2)

L'approvvigionamento da fonti rinnovabili per i nostri consumi energetici indiretti ci permette di ridurre la quantità di emissioni della categoria Scope 2, la quale infatti ammonta allo 0,01% del totale emesso nel 2022 secondo l'approccio **Market-Based** raggiungendo quasi 500 tonnellate di CO_{2e}, con una riduzione del 94% rispetto al 2018.⁸

Intensità emissiva Scope 2 (tCO_{2e}/m²)



⁷ Per effettuare il calcolo, le emissioni connesse al consumo di gas del 2022 sono state confrontate con quelle del 2018, anno precedente all'effettuazione dell'ultimo audit energetico e delle relative iniziative di miglioramento e pertanto individuato come baseline. In particolare, le emissioni sono state prima normalizzate dividendole per la superficie di vendita dei negozi presente nei relativi anni e poi è stato calcolato il delta tra le emissioni al 2022 e quelle al 2018, secondo la formula ((emissioni 2022/superficie di vendita e depositi 2022 – emissioni 2018/superficie di vendita e depositi 2018) / (emissioni 2018/superficie di vendita e depositi 2018)).

⁸ Secondo l'approccio Location-Based, le Scope 2 ammontano a quasi 18.000 tonnellate di CO_{2e}, ovvero lo 0,04% del totale.

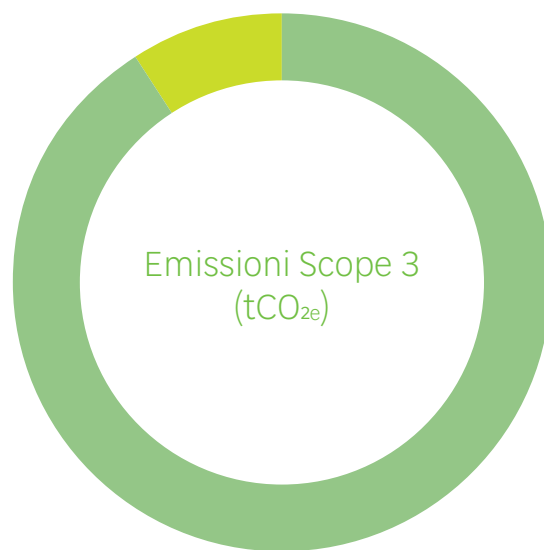
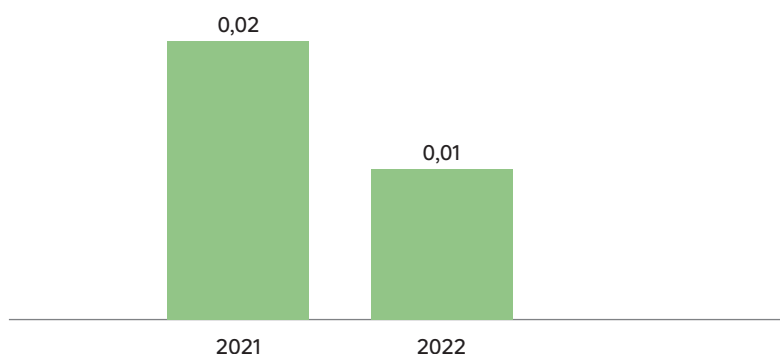
Nel complesso, grazie agli interventi di efficientamento energetico avviati a partire dal 2019, successivamente all'ultimo audit energetico, tra il 2021 e il 2022 abbiamo ridotto l'**intensità emissiva** relativa alle Scope 1 e Scope 2 Market-Based del **59%**.⁹

2.2.3. Altre emissioni indirette (Scope 3)

Le emissioni Scope 3 sono la categoria nella quale si concentra oltre il 99% delle nostre emissioni di gas serra e sono legate principalmente ai trasporti e all'utilizzo dei prodotti. A partire dal 2021 abbiamo **ampliato il nostro inventario di GHG**, al fine di raccogliere dati sempre più puntuali e capire **dove concentrare le nostre priorità di decarbonizzazione**. Abbiamo quindi incluso nel nostro inventario anche le emissioni relative agli spostamenti effettuati da Clienti e visitatori per raggiungere i nostri negozi, quelle relative alla produzione dei beni che commercializziamo presso i nostri punti vendita e quelle imputabili ai beni strumentali di cui facciamo uso per consentire lo svolgimento delle attività aziendali.

Nel 2022 abbiamo rivisto la nostra metodologia di calcolo, che considera il peso dei prodotti e non più sui flussi monetari dell'acquisto dei prodotti stessi. Questo ci ha permesso di ottenere un calcolo più preciso delle emissioni che ha portato ad un valore più alto per le Scope 3.

Intensità emissiva Scope 1 e Scope 2 MB (tCO_{2e}/m²)



● **369.771**

Totale emissioni indirette derivanti dai trasporti

● **3.752.816**

Totale emissioni indirette derivanti da prodotti utilizzati dall'organizzazione

⁹ L'intensità emissiva è stata calcolata rapportando le emissioni Scope 1 e 2 nel 2022 e 2021 alla rispettiva superficie di vendita dei negozi e la superficie dei depositi negli anni.

Analisi del ciclo di vita dei nostri prodotti

Le emissioni Scope 3 derivanti dai prodotti venduti o da beni strumentali utilizzati all'interno della nostra organizzazione rappresentano il 91% del totale delle emissioni Scope 3.

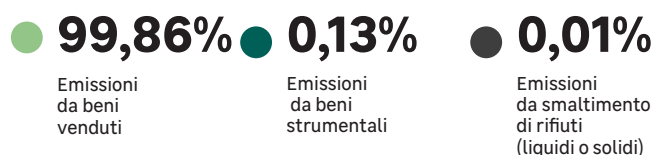
All'interno di queste, le emissioni derivanti dai **beni venduti dall'organizzazione costituiscono quasi il 100% del totale.**

Tali emissioni sono imputabili ai prodotti che acquistiamo presso i nostri fornitori e vendiamo presso i nostri punti vendita o tramite il sito online, e pertanto comprendono tutte le attività necessarie a produrli e commercializzarli, ad esclusione dei trasporti a valle.

Tale dato è inoltre calcolato tenendo conto dell'uso che i Clienti fanno di questi prodotti, una volta acquistati, e quindi delle emissioni che ne derivano durante il ciclo di vita e di utilizzo. Consapevoli che questa sia per noi la principale categoria di emissioni, nel corso del 2023 abbiamo avviato un primo processo di analisi del potenziale emissivo della nostra offerta commerciale, al fine di comprendere quali siano le categorie di prodotti più emissive ed individuare le strategie più opportune per efficientarne l'utilizzo e ridurre gli impatti negativi lungo tutto il ciclo di vita.

Ottimizziamo i trasporti per ridurre le nostre emissioni

Le emissioni indirette derivanti dai trasporti associati alle nostre attività rappresentano circa il 9% sul totale delle emissioni Scope 3.

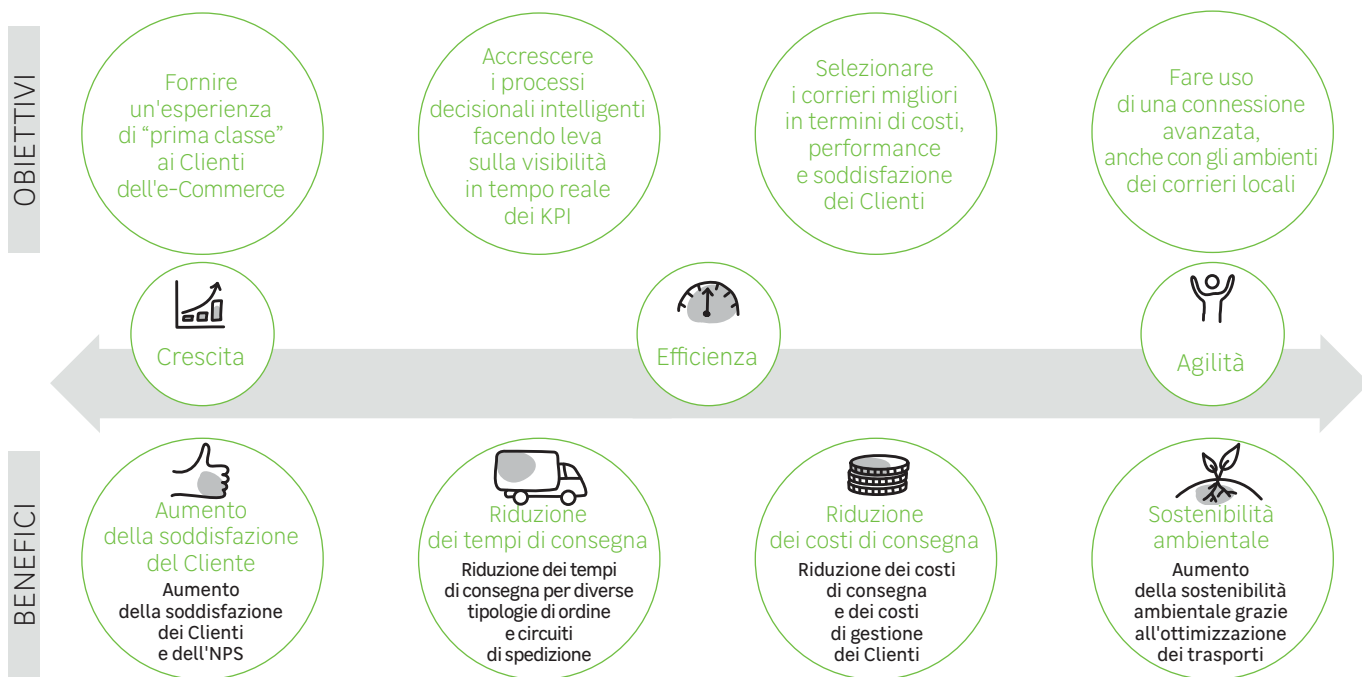


Considerata la natura delle nostre attività, il trasporto costituisce una delle fasi lungo la catena del valore a maggior impatto economico e ambientale. Le merci, infatti, necessitano di essere movimentate dai fornitori ai magazzini prima di raggiungere i punti vendita o le case dei Clienti. Pertanto, nel corso degli anni abbiamo implementato alcune iniziative per **efficientare l'intero processo e ridurre gli impatti della logistica**.

In particolare, abbiamo implementato delle iniziative per evitare le movimentazioni non necessarie della merce e quindi ridurre gli impatti dei trasporti. Tra queste, l'iniziativa di **Cross Docking** ci consente di smistare la merce in arrivo dai fornitori non appena questa raggiunge il magazzino, per poi spedirla direttamente ai nostri Clienti senza che questa passi attraverso i punti vendita, evitando così la permanenza dei prodotti nei depositi e il trasporto necessario per la consegna al negozio. L'iniziativa di **Dropshipping**, attiva dal 2020, ci permette di consegnare direttamente la merce dai fornitori ai negozi o dai fornitori ai Clienti, senza che questa transiti dai magazzini. Simile a tale iniziativa è il servizio **LDD (Livraison Directe à Domicile)** tramite il quale consegniamo alcuni prodotti selezionati direttamente al Cliente senza farli transitare dai negozi.

Al fine di ridurre tutti gli impatti ambientali connessi alla logistica e non solo quelli relativi ai trasporti, nel 2022 abbiamo inoltre avviato una nuova partnership con un fornitore di **bancali di legno ricondizionato e certificato**. Tali bancali, oltre ad avere una portata maggiore in termini di peso trasportato, ci permettono di operare secondo logiche di economia circolare, utilizzando materiale riciclato e non vergine. Stiamo inoltre lavorando sull'**utilizzo di bancali di ferro** che, oltre a consentire la possibilità di riutilizzare i supporti, ci permetterebbero anche di sovrapporre i bancali su più livelli all'interno dei camion trasportatori, raggiungendo così una maggiore saturazione dei mezzi e una riduzione dell'impatto associato ai trasporti sui singoli colli. Tali collaborazioni rappresentano il proseguo delle attività che abbiamo avviato nel 2018 con la nostra **Squadra Trasporti** con l'obiettivo di organizzare i servizi di trasporto in partenza e in arrivo da negozi e depositi sfruttando il massimo della portata e della capacità di servizio dei camion logistici.

Infine, abbiamo effettuato una modifica interna al nostro **Transport Management System**, al fine di monitorare e diminuire i tempi di consegna merce al Cliente, per raggiungere obiettivi e benefici sia interni che per i consumatori.



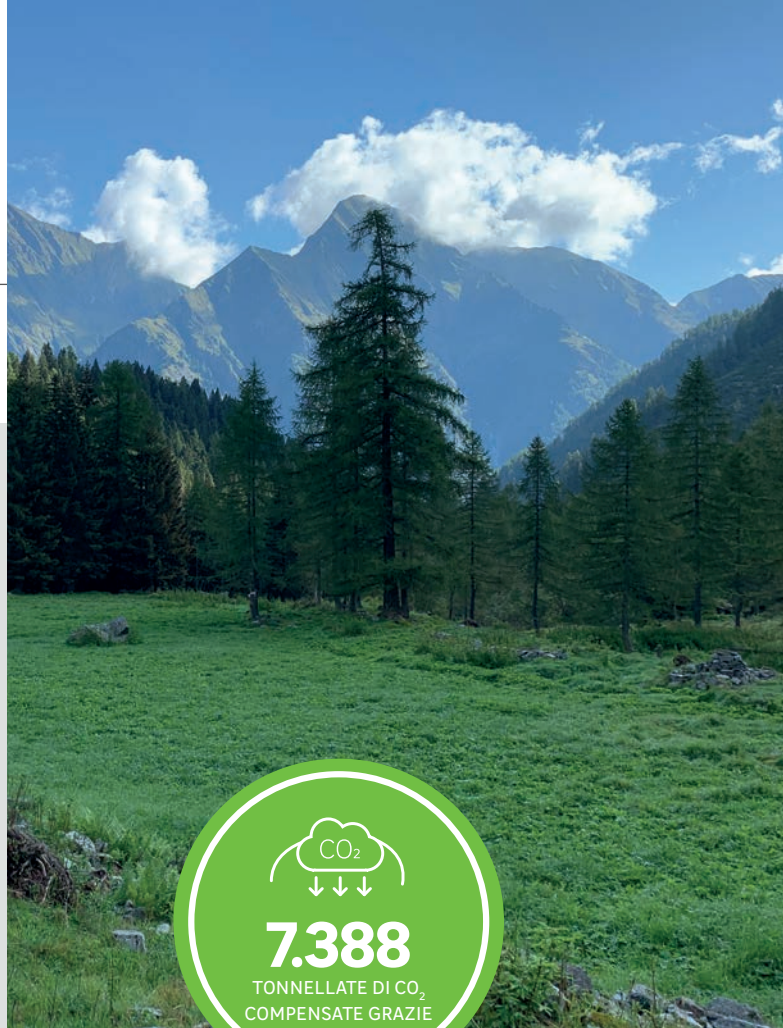
L'utilizzo del Transport Management System ci permette di trattare tutte le **informazioni inerenti alle consegne** in modo più preciso e affidabile, al fine di garantire il miglior servizio possibile, evitando ritardi e diminuendo i tragitti e i relativi impatti ambientali.



L'Energia del Bosco

Anche nel 2022 abbiamo partecipato all'iniziativa "L'Energia del Bosco", primo progetto in Italia ad introdurre un accordo decennale dove la gestione forestale è finalizzata, oltre che a produrre legname, a **sviluppare servizi ecosistemici per compensare le emissioni di CO₂**. Il progetto, che si svolge in alcuni boschi italiani come quelli del Monte Tovo, del Vallone d'Otro in Valsesia e dei Comunelli di Ferriere, permette di realizzare attività finalizzate all'incremento della **capacità di assorbimento della CO₂ da parte delle foreste**, quali l'allungamento dei tempi di taglio del bosco, la prevenzione degli incendi boschivi e l'individuazione di aree adibite alla libera evoluzione di specie vegetali e animali, supportando al contempo la **creazione di opportunità economiche sociali per le comunità locali**, grazie all'aumento delle attrattività turistica conferita a questi boschi.

Nel 2022 abbiamo collaborato con (RI)GENERIAMO e il Gruppo PEFC™ Consorzio Comunali Parmensi alla realizzazione di un progetto di **tutela della biodiversità** in Alta Val di Taro nel parmense, tramite l'allungamento del turno degli alberi e il diradamento dell'impianto di conifere. Tale intervento, effettuato in un'area boschiva di 5 ettari, ha permesso di ridurre la possibilità di crollo degli alberi in caso di vento, ridurre il rischio di incendi, ripristinare il sottobosco e ridurre la CO₂ in atmosfera, grazie all'incremento della possibilità di assorbimento del bosco.



Tra gli effetti a lungo termine, ci si aspetta che il progetto sia in grado di generare un **aumento della diversità faunistica, micologica e della vegetazione** e che possa condurre alla creazione di nuovi habitat.

Inoltre, i crediti di carbonio ottenuti con il progetto sono stati messi in vendita da parte della Comunità di Santa Maria Valdena ed acquistati dalla nostra azienda. Il ricavato è stato redistribuito per il finanziamento di attività a supporto della comunità locale, contribuendo ad **apportare impatti positivi a livello economico e sociale**.



Il progetto ha infine permesso di **contribuire agli SDGs 8, 11, 12, 13 e 15**.

3. Differenziamo i nostri rifiuti

I nostri rifiuti sono costituiti in prevalenza dai materiali di imballaggio all'interno dei quali riceviamo i prodotti dai fornitori. Oltre a questi, nello svolgimento delle nostre attività vengono prodotti anche rifiuti quali cemento, mattoni, mattonelle e ceramiche e da legno, vetro e plastica.

Al fine di minimizzare gli impatti ambientali connessi alla produzione di rifiuti, ci impegniamo a **garantire un'adeguata raccolta differenziata** e per farlo ci avvaliamo di due strumenti tra loro correlati.

In primo luogo, per sensibilizzare tutte le nostre Persone sulla corretta gestione dei rifiuti, abbiamo organizzato dei **percorsi formativi specifici** attraverso il corso "Eco-gestione dei rifiuti", affinché tutti possano contribuire al loro idoneo smaltimento. Il corso **Eco-gestione dei rifiuti**, seguito da un test finale di verifica dell'apprendimento, si compone di moduli che trattano i seguenti argomenti:

- la corretta gestione dei rifiuti
- i rifiuti indifferenziati, differenziati e i rifiuti urbani
- le procedure di compilazione dei registri sui rifiuti

Per ogni negozio monitoriamo mensilmente la **percentuale di Persone che fruisce di tale formazione**, al fine di assicurarci che tutti conoscano i regolamenti e le leggi da seguire durante il processo di gestione dei rifiuti in negozio e nella sede.



La **separazione dei materiali di scarto** avviene infatti principalmente **in negozio**, presso gli spazi logistici ed è pertanto fondamentale che tutte le nostre Persone **siano informate e supportate** circa le corrette modalità di raccolta e separazione dei rifiuti. Nel 2022 l'86% delle nostre Persone ha seguito il corso di formazione sulla gestione dei rifiuti, con un sostanziale incremento rispetto al 57% del 2021. In secondo luogo, dal 2021 ci avvaliamo di un provider esterno a cui affidiamo la gestione dei nostri rifiuti. Questo ci permette di:

- supportare le nostre Persone durante le **operazioni di raccolta e smistamento rifiuti** nei negozi negli appositi contenitori in attesa del ritiro da parte dei trasportatori che conferiranno i rifiuti ai gestori autorizzati;
- supportare le nostre Persone nella **redazione dei documenti** di registrazione dei rifiuti prodotti e conferiti a trasportatori e gestori;

→ verificare che i **trasportatori e i gestori dei rifiuti** siano in possesso di **tutti i documenti richiesti dalla legge**.

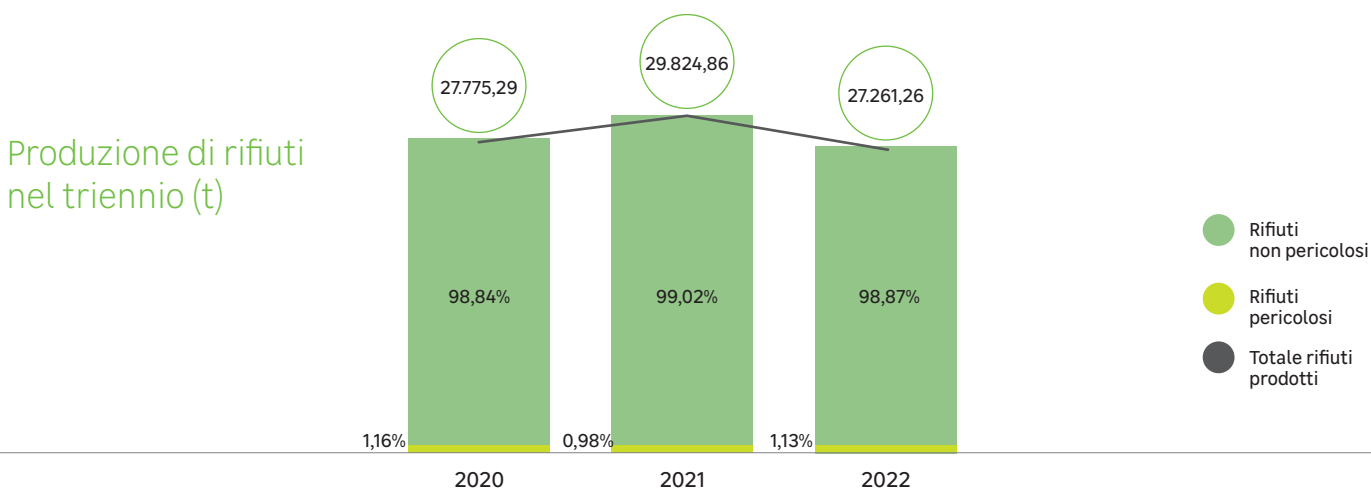
Inoltre, al fine di garantire la sicurezza ambientale dei nostri negozi, abbiamo dotato gli spazi adibiti alla differenziazione dei rifiuti nei punti vendita di appositi contenitori adatti a stoccare i rifiuti, in attesa del loro ritiro da parte dei trasportatori e dei gestori autorizzati. In particolare, in ogni negozio sono presenti:

Vasche di ritenzione in acciaio con finitura in galvanizzato, che permettono la resistenza dei prodotti anche se stoccati in esterno

Contenitori per rifiuti taglio legno e vetro

Cassette per lo stoccaggio esterno di combustibile liquido

All'interno dei nostri negozi ci impegniamo a differenziare tutti i rifiuti che produciamo nello svolgimento delle attività. Il nostro obiettivo è quello di **umentare la percentuale di raccolta differenziata ogni anno**. Nel 2021, con un obiettivo del 70%, abbiamo raggiunto il 69,52% di raccolta differenziata, mentre nel 2022 la percentuale si è attestata al 66,31%, a fronte di un obiettivo di differenziazione dei rifiuti del 75%.



Dopo aver differenziato i rifiuti in negozio, questi vengono ritirati dai trasportatori e smaltiti da appositi gestori autorizzati. Nel 2022 abbiamo prodotto un totale di oltre **27.000 tonnellate di rifiuti, con una riduzione del 9%** rispetto alle quasi 30.000 del 2021. La maggior parte dei rifiuti da noi prodotti non sono pericolosi; nel 2022, infatti, la percentuale di rifiuti pericolosi e non pericolosi prodotti è stata rispettivamente dell'1,13% e del 98,7%.

Dei rifiuti prodotti, nel 2022 il **99% è stato avviato ad operazioni di recupero**, mentre l'1% ad operazioni di smaltimento.

Nel corso del 2022 abbiamo inoltre proseguito le attività di **dematerializzazione dei documenti cartacei** avviate gli scorsi anni, al fine di ridurre il consumo di carta e di toner legato alle stampe dei documenti.

Tramite tale processo siamo riusciti a:

- ridurre le stampe da Back Office;
- effettuare l'invio informatico delle fatture ai fornitori tramite il portale dedicato per consentirne la dematerializzazione;
- digitalizzare tutta la documentazione amministrativa fornita alle nostre Persone, come ferie, permessi e buste paga;
- disincentivare l'effettuazione di stampe fattura ai Clienti, ai quali forniamo una copia cartacea del documento solo su richiesta.



99%
Rifiuti destinati a operazioni di recupero

1%
Rifiuti destinati a operazioni di smaltimento

La sensibilizzazione circa una corretta gestione dei rifiuti non si ferma alle nostre Persone.

Infatti, il nostro obiettivo è anche quello di **sensibilizzare i nostri Clienti e Cittadini** e, per fare ciò, abbiamo avviato negli anni delle **collaborazioni con i consorzi Ecolight e CORIPET** al fine di permettere ai nostri Clienti di effettuare un corretto smaltimento, rispettivamente, dei rifiuti di tipo **RAEE** e delle **bottiglie di plastica**.



Ecocompattatori CORIPET

Siamo stati i primi della GDO Non Food ad aderire alla mission **“bottle to bottle”** del consorzio **CORIPET**. A fine 2020, infatti, abbiamo siglato un accordo nazionale con CORIPET per l’installazione di **ecocompattatori di bottiglie in plastica** attraverso i quali i Clienti possono **riciclare le proprie bottiglie in PET e ricevere in cambio sconti collegati al programma di fedeltà IDEAPIÙ**. In particolare, i Clienti associano la propria carta IDEAPIÙ all’app CORIPET, attraverso la quale accedono all’ecocompattatore e per ciascuna delle bottiglie inserite guadagnano 1 punto.

Al raggiungimento della soglia di 150 punti, i nostri Clienti ottengono un coupon, il cui importo varia a seconda della carta (10 € per i possessori di carta IDEAPIÙ Easy, 15 € per i Clienti IDEAPIÙ Premium e IDEAPIÙ Professional, su una spesa minima di 50 €). Nel 2022 sono state conferite oltre **11.600.000 bottiglie da parte di quasi 280.000 utenti**.

Con questa collaborazione rafforziamo il nostro impegno per l’economia circolare e la salvaguardia dell’Ambiente. In particolare, attraverso il processo “bottle to bottle” le bottiglie usate generano un **RPET (PET riciclato)**, idoneo a realizzare nuove bottiglie.

Nota metodologica

Dal 2016, Leroy Merlin Italia redige annualmente il proprio documento di Sostenibilità. Tale documento rappresenta il principale strumento di rendicontazione e di condivisione con tutti gli stakeholder delle attività ad impatto positivo su ambiente, persone ed economia svolte durante l'anno di rendicontazione e riporta gli impegni e obiettivi individuati nell'ottica di incrementare l'impatto positivo nel tempo, mitigando quelli negativi.

Il presente Bilancio di Sostenibilità è stato redatto in forma volontaria in conformità 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, il presente documento rendiconta dati e informazioni con riferimento ai GRI Standards indicati nella tabella GRI Content Index riportata in appendice al bilancio, in cui, per ciascun tema considerato rilevante ("materiale"), è indicato il paragrafo del documento in cui è possibile trovare la relativa informativa. Il contenuto e la qualità della rendicontazione riflettono il principio di materialità. I temi rendicontati sono infatti quelli che, all'esito del processo di analisi di materialità – descritto nel secondo capitolo "We make home a positive place to live" – sono risultati maggiormente rilevanti e in grado di riflettere gli impatti generati dall'attività di Leroy Merlin Italia.

Il perimetro di rendicontazione dei dati corrisponde a quello del Bilancio di Esercizio della società per l'anno fiscale chiuso al 31 dicembre 2022. Il Bilancio di Sostenibilità si riferisce, quindi, al periodo che intercorre tra il 1° gennaio e il 31 dicembre 2022, e fornisce un raffronto con i dati relativi agli esercizi 2021 e 2020, laddove possibile, al fine di presentare l'andamento delle performance di Leroy Merlin Italia su un orizzonte temporale più esteso. In aggiunta, sono stati riportati alcuni dati e informazioni con riferimento ai primi mesi del 2023, al fine di offrire una rappresentazione più aggiornata della realtà aziendale laddove necessario, anche con riferimento alle ultime iniziative che hanno maggiormente contribuito agli obiettivi di sostenibilità perseguiti dall'azienda. Per fornire una rappresentazione puntuale delle performance, è stata privilegiata l'inclusione di indicatori quali-quantitativi direttamente rilevabili e misurabili, ricorrendo solo in limitati casi, puntualmente segnalati, a stime. Il presente documento è stato redatto con l'assistenza tecnico-metodologica di KPMG Advisory S.p.A ed è stato sottoposto a revisione da parte della società Mazars, la cui relazione è disponibile nella sezione "Relazione della Società di Revisione".

Il Bilancio di Sostenibilità è stato sottoposto ad approvazione da parte del Comitato di Direzione (CO-LEAD) di Leroy Merlin Italia in data 6 novembre 2023.

Per maggiori dettagli su obiettivi, indicatori e risultati raggiunti o per commenti al presente documento è possibile inviare una richiesta a:

sviluppo.sostenibile@leroymerlin.it

Indicatori di performance GRI

1. INDICATORI DI PERFORMANCE AMBIENTALE

GRI 302-1: Energia consumata all'interno dell'organizzazione (GJ)

Consumi energetici	2020	2021	2022	Delta 2022vs2021
Consumi energetici diretti	78.234	123.906	90.706	-27%
Da fonti non rinnovabili	50.225	83.377	60.091	-28%
Gas naturale	50.225	83.377	60.091	-28%
Consumi da auto ¹	0	11.303	970	-91%
Benzina auto	N/A	4.728	472	-90%
Diesel	N/A	4.107	403	-90%
Metano / gas naturale	N/A	766	92	-88%
Gasolio per carrelli elevatori	N/A	1.702	3	-100%
Energia solare autoprodotta	28.111	29.226	32.262	10%
<i>di cui auto consumata</i>	28.009	29.226	29.645	1%
<i>di cui ceduta in rete</i>	102	0	2.617	-
Consumi energetici indiretti	238.397	250.584	249.913	0%
Da fonti non rinnovabili	26.807	15.319	4.271	-72%
Da fonti rinnovabili (con Certificati di garanzia di origine)	196.783	227.880	236.520	4%
Energia termica da fonti non rinnovabili	14.807	7.385	9.122	24%
Consumi energetici totali	316.631	374.490	340.619	-9%

¹ I consumi totali in litri di carburante sono stati stimati a partire dal totale di km effettuati risultanti dalle carte carburante; dopodiché questi sono stati ripartiti per fonte sulla base dei dati ISTAT aggiornati all'ultimo anno disponibile (2021).

GRI 302-3: Intensità energetica

Consumi energetici	2020	2021	2022	Delta 2022vs2021
Consumo totale di energia	316.631	374.490	340.619	-9%
Valore della produzione (€)	1.456.216.191	1.671.222.272	1.837.013.459	+10%
Superficie di vendita interna (m ²)	533.452	540.769	548.514	+1%
Intensità energetica (GJ/€)	0,00022	0,00022	0,00019	-17%
Intensità energetica (GJ/m ²)	0,59	0,69	0,62	-10%

GRI 302-4: Riduzione del consumo di energia

Iniziativa di efficientamento	Tipo di energia	u.m.	2020	2021	2022	Baseline 2018
Dismissione caldaie a gas e/o installazione pompe di calore	Gas naturale		50.225	83.377	60.091	71.361
		GJ				
Efficientamento energetico	Energia acquistata dalla rete + Energia autoprodotta e consumata		266.406	279.810	279.558	284.036
Superficie di vendita interna		m ²	533.452	540.769	584.514	447.511
	Gas naturale		-143%	-3%	-31%	-
Riduzione dei consumi energetici	Energia acquistata dalla rete + Energia autoprodotta e consumata	%	-74%	-18%	-20%	-

GRI 305: Emissioni (tCO_{2e})

Emissioni di CO _{2e} dirette e indirette ²	2020	2021	2022	Delta 2022vs2021
Emissioni dirette (Scope 1)	2.926	7.863	3.555	-55%
Da fonti non rinnovabili (gas naturale)	2.801,61	5.057	3.164	-37%
Da auto (benzina e diesel e auto a basse emissioni)	123,36	1.495	61	-96%
Emissioni fuggitive	0,58	1.311	330	-75%
Emissioni indirette (Scope 2) – market based	177,65	1.772	492	-72%
Emissioni indirette (Scope 2) – location based	-	18.125	17.705	-2%
Altre emissioni indirette (Scope 3)	264.647	1.523.569	4.122.587	+171%
Totale emissioni indirette dal trasporto	-	369.275	369.771	0%
Emissioni derivanti dal trasporto downstream e distribuzione di merci	-	20.966	33.399	+59%
Emissioni derivanti dal tragitto casa-lavoro dei dipendenti	-	11.583	11.137	-4%
Emissioni derivanti dal trasporto di Clienti/visitatori	-	335.546	323.734	-4%
Emissioni derivanti dai viaggi di lavoro	-	1.180	1.501	+27%
Totale emissioni indirette derivanti da prodotti utilizzati dall'organizzazione	-	1.154.294	3.752.816	225%
Emissioni da beni venduti	-	1.137.690	3.747.647	229%
Emissioni da beni strumentali	-	16.386	4.954	-70%
Emissioni da smaltimento di rifiuti (liquidi o solidi)	-	218	215	-1%
Totale Market-based	267.750	1.533.204	4.126.634	169%
Totale Location-based	267.573	1.549.557	4.143.847	167%

² I fattori di emissione utilizzati per il 2021 e 2022 provengono dalla banca dati di ADEME per le emissioni della categoria 1 e 2, mentre per le Scope 3 è stato utilizzato il software SimaPro 9.3.0.2 (Prè 2021) e le banche dati Ecoinvent 3.8. Per il 2020 i fattori utilizzati provengono da fonti composite e fanno principalmente riferimento a Defra e GHG Protocol.

GRI 305-4: Intensità delle emissioni di gas a effetto serra

Intensità emissiva	2020	2021	2022	Delta 2022vs2021
Scope 1	2.926	7.863	3.555	-55%
Scope 2 (MB)	178	1.772	492	-72%
Valore della produzione (€)	1.456.216.191	1.671.222.272	1.837.013.459	+10%
Superficie di vendita (m ²)	533.452	540.769	548.514	+1%
Intensità emissiva (tCO _{2e} /€)	0,000002	0,000006	0,000002	-59%
Intensità emissiva (tCO _{2e} /m ²)	0,01	0,02	0,01	-62%
Scope 3	264.647	1.523.569	4.122.587	+171%
Valore della produzione (€)	1.456.216.191	1.671.222.272	1.837.013.459	+10%
Superficie di vendita (m ²)	533.452	540.769	548.514	+1%
Intensità emissiva (tCO _{2e} /€)	0,000	0,001	0,002	+146%
Intensità emissiva (tCO _{2e} /m ²)	0,50	2,82	7,52	+167%

GRI 305-5: Riduzione delle emissioni di gas ad effetto serra

Iniziativa di riduzione delle emissioni	Fonte emissiva	u.m.	2020	2021	2022	Baseline 2018
Dismissione caldaie a gas e/o installazione pompe di calore	Gas naturale		2.802	5.057	3.164	5.110
Efficientamento parco auto aziendale / interventi flotta	Diesel, benzina, LNG, Gasolio dei carrelli elevatori	Ton CO _{2e}	123	1.495	61	723
Efficientamento energetico / aumento quota energia acquistata da fonti rinnovabili/ aumento pannelli solari	Energia prelevata dalla rete		178	1.772	492	6.332
Superficie di vendita interna		m ²	533.452	540.769	548.514	477.511
Riduzione delle emissioni	Gas naturale		-54%	-18%	-49%	-
	Diesel, benzina, LNG, Gasolio dei carrelli elevatori	%	-86%	71%	-93%	-
	Energia prelevata dalla rete		-98%	-77%	-94%	-

GRI 306-3: Rifiuti prodotti (t)

Rifiuti prodotti	2020	2021	2022	Delta 2022vs2021
Rifiuti pericolosi	321,62	293,53	309,21	+5%
Rifiuti agrochimici contenenti sostanze pericolose	0,00	0,00	0,41	-
Rifiuti della lavorazione del legno e della produzione di pannelli mobili	0,00	0,10	0,00	-100%
Rifiuti della produzione, formulazione, fornitura ed uso, nonché della rimozione di pitture e vernici	81,63	56,31	54,03	-4%
Rifiuti della produzione, formulazione, fornitura ed uso di inchiostri di stampa	0,23	0,15	0,08	-44%
Rifiuti della produzione, formulazione, fornitura ed uso di adesivi sigillanti (inclusi i prodotti impermeabilizzanti)	13,37	31,44	26,42	-16%
Oli isolanti e oli termoconduttori usati	0,00	0,01	0,00	-100%
Altri oli per motori, ingranaggi e lubrificazione	0,07	0,00	0,22	-
Altri solventi e miscele di solventi	0,00	0,04	0,13	+256%
Imballaggi (compresi i rifiuti urbani di imballaggio oggetto di raccolta differenziata)	1,81	1,17	3,33	185%
Assorbenti, materiali filtranti; stracci, indumenti protettivi	0,62	1,96	4,06	107%
Veicoli fuori uso appartenenti a diversi modi di trasporto (comprese le macchine mobili non stradali) e rifiuti prodotti dallo smantellamento di veicoli fuori uso e dalla manutenzione di veicoli	0,00	0,06	0,00	-100%
Rifiuti provenienti da apparecchiature elettriche ed elettroniche	12,46	17,46	30,26	73%
Prodotti fuori specifica e prodotti inutilizzati	185,00	164,46	162,26	-1%
Gas in contenitori a pressione e sostanze chimiche di scarto	0,33	0,09	0,65	635%
Batterie ed accumulatori	1,36	1,26	2,50	98%
Miscele bituminose, catrame di carbone e prodotti contenenti catrame	5,92	2,66	3,94	48%
Materiali isolanti e materiali da costruzione contenenti amianto	7,41	3,28	5,11	56%
Materiali da costruzione a base di gesso	0,05	1,87	0,33	-82%

	2020	2021	2022	Delta 2022vs2021
Altri rifiuti dell'attività di costruzione e demolizione	4,48	1,92	5,60	192%
Rifiuti dei reparti di maternità e rifiuti legati a diagnosi, trattamento e prevenzione delle malattie negli esseri umani	3,43	3,61	1,51	-58%
Rifiuti legati alle attività di ricerca, diagnosi, trattamento e prevenzione delle malattie negli animali	0,00	0,20	0,00	-100%
Frazioni oggetto di raccolta differenziata	3,46	5,48	8,38	53%
Rifiuti non pericolosi	27.453,67	29.531,33	26.952,06	-9%
Rifiuti della lavorazione del legno e della produzione di pannelli mobili	5,60	15,08	11,09	-26%
Rifiuti della produzione, formulazione, fornitura ed uso, nonché della rimozione di pitture e vernici	21,62	28,86	19,12	-34%
Rifiuti della produzione, formulazione, fornitura ed uso di inchiostri di stampa	1,04	1,40	0,67	-52%
Rifiuti della produzione, formulazione, fornitura ed uso di adesivi sigillanti (inclusi i prodotti impermeabilizzanti)	0,57	0,00	0,08	0,00
Imballaggi (compresi i rifiuti urbani di imballaggio oggetto di raccolta differenziata)	20.710,31	21.685,26	20.238,14	-7%
Assorbenti, materiali filtranti; stracci, indumenti protettivi	0,16	0,17	0,37	116%
Veicoli fuori uso appartenenti a diversi modi di trasporto (comprese le macchine mobili non stradali) e rifiuti prodotti dallo smantellamento di veicoli fuori uso e dalla manutenzione di veicoli	0,00	0,05	2,47	4840%
Rifiuti provenienti da apparecchiature elettriche ed elettroniche	43,45	76,54	89,16	16%
Prodotti fuori specifica e prodotti inutilizzati	34,26	18,64	1,00	-95%
Gas in contenitori a pressione e sostanze chimiche di scarto	0,00	0,00	0,01	0,00
Batterie ed accumulatori	6,89	1,71	0,43	-75%
Cemento, mattoni, mattonelle e ceramiche	2.894,70	2.831,62	2.599,62	-8%
Legno, vetro e plastica	94,57	679,32	573,98	-16%
Miscele bituminose, catrame di carbone e prodotti contenenti catrame	0,40	13,33	1,75	-87%
Metalli (incluse le loro leghe)	212,44	235,39	246,87	5%

	2020	2021	2022	Delta 2022vs2021
Terra (compresa quella proveniente da siti contaminati), rocce e materiale di dragaggio	0,00	254,57	0,00	-100%
Materiali isolanti e materiali da costruzione contenenti amianto	0,83	2,34	1,07	-54%
Altri rifiuti dell'attività di costruzione e demolizione	1.943,63	1.875,55	1.929,14	3%
Materiali da costruzione a base di gesso	72,38	71,83	58,49	-19%
Rifiuti dei reparti di maternità e rifiuti legati a diagnosi, trattamento e prevenzione delle malattie negli esseri umani	0,00	0,00	0,51	-
Frazioni oggetto di raccolta differenziata	6,04	8,60	11,67	36%
Rifiuti biodegradabili	12,73	16,88	12,25	-27%
Altri rifiuti urbani	1.392,05	1.714,22	1.154,18	-33%
Totale rifiuti prodotti	27.775,29	29.824,86	27.261,26	-9%

GRI 306-4: Rifiuti non conferiti in discarica (t)

Rifiuti destinati al recupero presso terzi	2020	2021	2022	Delta 2022vs2021
Rifiuti pericolosi	57,50	55,21	89,40	+62%
Rifiuti della lavorazione del legno e della produzione di pannelli mobili	0,00	0,10	0,00	-100%
Rifiuti della produzione, formulazione, fornitura ed uso, nonché della rimozione di pitture e vernici	33,86	14,70	14,80	+1%
Rifiuti della produzione, formulazione, fornitura ed uso di inchiostri di stampa	0,00	0,00	0,02	0,00
Rifiuti della produzione, formulazione, fornitura ed uso di adesivi sigillanti (inclusi i prodotti impermeabilizzanti)	0,06	4,80	8,29	+73%
Altri oli per motori, ingranaggi e lubrificazione	0,07	0,00	0,22	0,00
Altri solventi e miscele di solventi	0,00	0,04	0,03	-31%
Imballaggi (compresi i rifiuti urbani di imballaggio oggetto di raccolta differenziata)	1,73	1,12	3,21	+187%
Veicoli fuori uso appartenenti a diversi modi di trasporto (comprese le macchine mobili non stradali) e rifiuti prodotti dallo smantellamento di veicoli fuori uso e dalla manutenzione di veicoli	0,00	0,06	0,00	-100%

	2020	2021	2022	Delta 2022vs2021
Assorbenti, materiali filtranti; stracci, indumenti protettivi	0,00	0,51	0,27	-48%
Rifiuti provenienti da apparecchiature elettriche ed elettroniche	12,27	17,29	30,17	+74%
Prodotti fuori specifica e prodotti inutilizzati	2,50	8,61	14,40	+67%
Gas in contenitori a pressione e sostanze chimiche di scarto	0,33	0,09	0,53	+520%
Batterie ed accumulatori	1,36	1,26	2,50	+98%
Miscele bituminose, catrame di carbone e prodotti contenenti catrame	0,36	0,22	0,00	-100%
Materiali isolanti e materiali da costruzione contenenti amianto	0,87	0,26	0,00	-100%
Altri rifiuti dell'attività di costruzione e demolizione	0,00	0,00	5,60	-
Rifiuti dei reparti di maternità e rifiuti legati a diagnosi, trattamento e prevenzione delle malattie negli esseri umani	0,78	0,97	1,28	+31%
Frazioni oggetto di raccolta differenziata	3,32	5,19	8,09	+56%
Rifiuti non pericolosi	27.322,23	29.457,32	26.915,25	-9%
Rifiuti della lavorazione del legno e della produzione di pannelli mobili	5,60	15,08	11,09	-26%
Rifiuti della produzione, formulazione, fornitura ed uso, nonché della rimozione di pitture e vernici	5,84	10,39	3,76	-64%
Rifiuti della produzione, formulazione, fornitura ed uso di inchiostri di stampa	1,04	1,17	0,67	-43%
Rifiuti della produzione, formulazione, fornitura ed uso di adesivi sigillanti (inclusi i prodotti impermeabilizzanti)	0,57	0,00	0,08	-
Imballaggi (compresi i rifiuti urbani di imballaggio oggetto di raccolta differenziata)	20.682,58	21.654,38	20.229,14	-7%
Assorbenti, materiali filtranti; stracci, indumenti protettivi	0,16	0,07	0,14	+100%
Veicoli fuori uso appartenenti a diversi modi di trasporto (comprese le macchine mobili non stradali) e rifiuti prodotti dallo smantellamento di veicoli fuori uso e dalla manutenzione di veicoli	0,00	0,05	2,47	+4840%
Rifiuti provenienti da apparecchiature elettriche ed elettroniche	43,45	76,54	89,16	+16%
Prodotti fuori specifica e prodotti inutilizzati	5,98	1,52	0,10	-94%

	2020	2021	2022	Delta 2022vs2021
Gas in contenitori a pressione e sostanze chimiche di scarto	0,00	0,00	0,01	-
Batterie ed accumulatori	6,89	1,71	0,43	-75%
Cemento, mattoni, mattonelle e ceramiche	2.894,70	2.830,20	2.599,62	-8%
Legno, vetro, plastica	94,57	679,32	573,93	-16%
Metalli (incluse le loro leghe)	212,45	235,39	244,47	+4%
Miscele bituminose, catrame di carbone e prodotti contenenti catrame	0,40	13,24	1,66	-87%
Terra (compresa quella proveniente da siti contaminati), rocce e materiale di dragaggio	0,00	254,57	0,00	-100%
Materiali isolanti e materiali da costruzione contenenti amianto	0,83	2,11	1,07	-49%
Materiali da costruzione a base di gesso	72,38	66,37	55,30	-17%
Altri rifiuti dell'attività di costruzione e demolizione	1.883,97	1.875,55	1.925,06	+3%
Rifiuti dei reparti di maternità e rifiuti legati a diagnosi, trattamento e prevenzione delle malattie negli esseri umani	0,00	0,00	0,51	-
Frazioni oggetto di raccolta differenziata	6,04	8,60	11,55	+34%
Rifiuti biodegradabili	12,73	16,88	12,25	-27%
Altri rifiuti urbani	1.392,05	1.714,22	1.152,79	-33%
Totale rifiuti	27.379,72	29.512,53	27.004,65	-8%

GRI 306-4: Rifiuti non conferiti in discarica (t)

Rifiuti destinati al recupero presso terzi	2020	2021	2022	Delta 2022vs2021
Rifiuti pericolosi	57,50	55,21	89,40	+62%
Riciclaggio	0	0	0	-
Altre operazioni di recupero	57,50	55,21	89,40	+62%
Rifiuti non pericolosi	27.322,23	29.457,32	26.915,25	-9%
Riciclaggio	1.977,08	1.222,87	371,66	-70%
Altre operazioni di recupero	25.345,15	28.234,45	26.543,59	-6%
Totale rifiuti	27.379,72	29.512,53	27.004,65	-8%

GRI 306-5: Rifiuti conferiti in discarica (t)

Rifiuti destinati allo smaltimento presso terzi	2020	2021	2022	Delta 2022vs2021
Rifiuti pericolosi	264,12	238,32	219,80	-8%
Rifiuti agrochimici contenenti sostanze pericolose	0	0	0,41	-
Rifiuti della produzione, formulazione, fornitura ed uso, nonché della rimozione di pitture e vernici	47,77	41,62	39,23	-6%
Rifiuti della produzione, formulazione, fornitura ed uso di inchiostri di stampa	0,23	0,15	0,06	-60%
Rifiuti della produzione, formulazione, fornitura ed uso di adesivi sigillanti (inclusi i prodotti impermeabilizzanti)	13,31	26,64	18,13	-32%
Oli isolanti e oli termoconduttori usati	0	0,01	0	-100%
Altri solventi e miscele di solventi	0	0	0,10	-
Imballaggi (compresi i rifiuti urbani di imballaggio oggetto di raccolta differenziata)	0,08	0,05	0,12	+140%
Assorbenti, materiali filtranti; stracci, indumenti protettivi	0,62	1,45	3,79	+162%
Rifiuti provenienti da apparecchiature elettriche ed elettroniche	0,20	0,17	0,09	-47%
Prodotti fuori specifica e prodotti inutilizzati	182,50	155,85	147,85	-5%
Gas in contenitori a pressione e sostanze chimiche di scarto	0	0	0,12	+3900%
Miscele bituminose, catrame di carbone e prodotti contenenti catrame	5,56	2,44	3,94	+62%
Materiali isolanti e materiali da costruzione contenenti amianto	6,54	3,02	5,11	+69%
Materiali da costruzione a base di gesso	0,05	1,87	0,33	-82%
Altri rifiuti dell'attività di costruzione e demolizione	4,48	1,92	0	-100%
Rifiuti dei reparti di maternità e rifiuti legati a diagnosi, trattamento e prevenzione delle malattie negli esseri umani	2,64	2,64	0,23	-91%
Rifiuti legati alle attività di ricerca, diagnosi, trattamento e prevenzione delle malattie negli animali	0	0,20	0	-100%
Frazioni oggetto di raccolta differenziata	0,14	0,29	0,30	1%

	2020	2021	2022	Delta 2022vs2021
Rifiuti non pericolosi	131,45	74,01	36,80	-50%
Rifiuti della produzione, formulazione, fornitura ed uso, nonché della rimozione di pitture e vernici	15,78	18,47	15,37	-17%
Rifiuti della produzione, formulazione, fornitura ed uso di inchiostri di stampa	0	0,23	0	-100%
Imballaggi (compresi i rifiuti urbani di imballaggio oggetto di raccolta differenziata)	27,73	30,88	9,00	-71%
Assorbenti, materiali filtranti; stracci, indumenti protettivi	0	0,10	0,23	+128%
Prodotti fuori specifica e prodotti inutilizzati	28,28	17,13	0,90	-95%
Cemento, mattoni, mattonelle e ceramiche	0	1,42	0	-100%
Legno, vetro e plastica	0	0	0,05	-
Miscele bituminose, catrame di carbone e prodotti contenenti catrame	0	0,09	0,09	+3%
Metalli (incluse le loro leghe)	0	0	2,40	-
Materiali isolanti e materiali da costruzione contenenti amianto	0	0,23	0	-100%
Materiali da costruzione a base di gesso	0	5,46	3,18	-42%
Altri rifiuti dell'attività di costruzione e demolizione	59,66	0	4,08	-
Frazioni oggetto di raccolta differenziata	0	0	0,12	-
Altri rifiuti urbani	0	0	1,39	-
Totale rifiuti	395,57	312,33	256,61	-18%

GRI 306-5: Rifiuti conferiti in discarica (t)

Rifiuti destinati allo smaltimento presso terzi	2020	2021	2022	Delta 2022vs2021
Rifiuti pericolosi	264,12	238,32	219,80	-8%
Incenerimento senza recupero di energia	0	1,44	0,02	-99%
Incenerimento con recupero di energia	1,74	0	0	-
Conferimento in discarica	262,39	0	0	-
Altre operazioni di smaltimento	0	236,89	219,78	-7%
Rifiuti non pericolosi	131,45	74,01	36,80	-50%
Incenerimento senza recupero di energia	0	0	0	-
Incenerimento con recupero di energia	0	1,44	9,48	+558%
Conferimento in discarica	11,68	0	0	-
Altre operazioni di smaltimento	119,77	72,57	27,32	-62%
Totale rifiuti	395,57	312,33	256,61	-18%

GRI 308-1: Nuovi fornitori che sono stati selezionati utilizzando criteri ambientali

Fornitori	2020	2021	2022	Delta 2022vs2021
Nuovi fornitori valutati attraverso criteri ambientali	0	9	6	-33%
Fornitori valutati attraverso criteri ambientali	-	-	442	-
Fornitori	830	822	829	+1%
Nuovi fornitori	89	61	47	-23%
Nuovi fornitori valutati attraverso criteri ambientali (%)	0%	15%	13%	-13%

2. INDICATORI DI PERFORMANCE SOCIALE

GRI 2-7: Dipendenti

Dipendenti per tipologia di contratto e genere	2020			2021			2022			Delta 2022vs2021		
	Uomini	Donne	Tot	Uomini	Donne	Tot	Uomini	Donne	Tot	Uomini	Donne	Tot
Totale	4.064	3.213	7.277	4.336	3.493	7.829	4.432	3.670	8.102	2%	5%	3%
Dipendenti a tempo indeterminato	3.561	2.801	6.362	3.599	2.830	6.429	3.773	3.013	6.786	5%	6%	6%
Dipendenti a tempo determinato	502	405	907	734	658	1.392	656	655	1.311	-11%	0%	-6%
Dipendenti a orario non garantito (a chiamata)	1	7	8	3	5	8	3	2	5	0%	-60%	-38%

GRI 2-7: Dipendenti

Dipendenti per tipologia di impiego	2020			2021			2022			Delta 2022vs2021		
	Uomini	Donne	Tot	Uomini	Donne	Tot	Uomini	Donne	Tot	Uomini	Donne	Tot
Totale	4.064	3.213	7.277	4.336	3.493	7.829	4.432	3.670	8.102	2%	5%	3%
Dipendenti a tempo pieno	2.895	1.017	3.912	2.896	1.055	3.951	2.954	1.121	4.075	2%	6%	3%
Dipendenti part-time	1.169	2.196	3.365	1.440	2.438	3.878	1.478	2.549	4.027	3%	5%	4%

GRI 2-7: Dipendenti

Dipendenti per tipologia di contratto ed età	2020				2021				2022				Delta 2022vs2021			
	<30	30-50	>50	Tot	<30	30-50	>50	Tot	<30	30-50	>50	Tot	<30	30-50	>50	Tot
Totale	1.326	5.058	893	7.277	1.654	5.100	1.075	7.829	1.736	5.114	1.252	8.102	+5%	0%	+16%	+3%
Dipendenti a tempo indeterminato	669	4.808	885	6.362	639	4.726	1.064	6.429	810	4.739	1.237	6.786	+27%	0%	+16%	+6%
Dipendenti a tempo determinato	649	250	8	907	1.009	374	9	1.392	921	375	15	1.311	-9%	0%	+67%	-6%
Dipendenti a orario non garantito (a chiamata)	8	-	-	8	6	-	2	8	5	-	-	5	-17%	-	-	-38%

GRI 2-8: Lavoratori non dipendenti

Lavoratori non dipendenti	2020			2021			2022			Delta 2022vs2021		
	Uomini	Donne	Tot	Uomini	Donne	Tot	Uomini	Donne	Tot	Uomini	Donne	Tot
Totale	115	61	176	112	85	197	123	76	199	+10%	-11%	+1%
Stagisti	106	56	162	100	79	179	115	73	188	+15%	-8%	+5%
Interinali	9	5	14	12	6	18	8	3	11	-33%	-50%	-39%

GRI 2-30: Contratti collettivi

Dipendenti inquadrati in contratti collettivi	2020			2021			2022			Delta 2022vs2021		
	Uomini	Donne	Tot	Uomini	Donne	Tot	Uomini	Donne	Tot	Uomini	Donne	Tot
Dipendenti inquadrati in contratti collettivi	4.064	3.213	7.277	4.336	3.493	7.829	4.432	3.670	8.102	+2%	+5%	+3%
Totale dipendenti	4.064	3.213	7.277	4.336	3.493	7.829	4.432	3.670	8.102	+2%	+5%	+3%
Percentuale di dipendenti inquadrati in contratti collettivi	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	0%	0%	0%

GRI 401-1: Nuove assunzioni e turnover

Numero totale di nuove assunzioni	2020			2021			2022			Delta 2022vs2021		
	Uomini	Donne	Tot	Uomini	Donne	Tot	Uomini	Donne	Tot	Uomini	Donne	Tot
Totale	1.082	799	1.881	1.273	1.033	2.306	1.279	1.094	2.373	0%	+6%	+3%
Età inferiore ai 30 anni	764	551	1.315	899	694	1.593	879	715	1.594	-2%	+3%	0%
Età compresa tra 30 e 50 anni	307	245	552	363	331	694	378	362	740	+4%	+9%	+7%
Età superiore a 50 anni	11	3	14	11	8	19	22	17	39	+100%	+113%	+105%

GRI 401-1: Nuove assunzioni e turnover

Tasso di assunzione dei dipendenti	2020			2021			2022			Delta 2022vs2021		
	Uomini	Donne	Tot	Uomini	Donne	Tot	Uomini	Donne	Tot	Uomini	Donne	Tot
Leroy Merlin Italia	26%	25%	25%	31%	32%	32%	29%	31%	30%	-6%	-3%	-6%

GRI 401-1: Nuove assunzioni e turnover

Dipendenti che hanno lasciato l'azienda	2020			2021			2022			Delta 2022vs2021		
	Uomini	Donne	Tot	Uomini	Donne	Tot	Uomini	Donne	Tot	Uomini	Donne	Tot
Totale	1.150	772	1.922	1.001	753	1.754	1.183	917	2.100	+18%	+22%	+20%
Età inferiore ai 30 anni	744	490	1.234	632	455	1.087	744	566	1.310	+18%	+24%	+21%
Età compresa tra 30 e 50 anni	382	272	654	345	281	626	402	317	719	+17%	+13%	+15%
Età superiore a 50 anni	24	10	34	24	17	41	37	34	71	+54%	+100%	+73%

GRI 401-1: Nuove assunzioni e turnover

Turnover dei dipendenti	2020			2021			2022			Delta 2022vs2021		
	Uomini	Donne	Tot	Uomini	Donne	Tot	Uomini	Donne	Tot	Uomini	Donne	Tot
Leroy Merlin Italia	27%	24%	26%	25%	23%	24%	27%	26%	27%	+8%	+13%	+13%

GRI 403-9: Infortuni sul lavoro

Infortuni ³	2020 ⁴		2021 ⁴		2022		Delta 2022vs2021	
	Tot	Tot	Uomini	Donne	Tot	Tot	Tot	
Infortuni professionali registrabili (n)	177	200	150	58	208	4%		
Sul lavoro	143	156	121	34	155	-1%		
In itinere	34	44	29	24	53	20%		
Ore lavorate (h)	9.432.763	10.980.273	6.796.959,04	4.515.395,73	11.312.355	3%		
Tasso di infortuni sul lavoro	15,16	14,21	17,80	7,53	13,70	-4%		
Numero di decessi a seguito di infortuni sul lavoro	-	-	-	-	-	-		

³ I dati riportati sugli infortuni si riferiscono esclusivamente ai lavoratori dipendenti, in quanto per i lavoratori non dipendenti non si sono registrati infortuni nel triennio. 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. Il tasso di decessi a seguito di infortuni e il tasso di infortuni con gravi conseguenze sono pari a 0 per tutto il triennio.

	2020 ⁴	2021 ⁴	2022			Delta 2022vs2021	
	Tot	Tot	Uomini	Donne	Tot	Tot	
Tasso di decessi a seguito di infortuni sul lavoro	-	-	-	-	-	-	-
Numero di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (esclusi i decessi)	-	-	-	-	-	-	-
Tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (esclusi i decessi)	-	-	-	-	-	-	-
Tipologia infortuni	Circa il 20% degli infortuni è legato alla mano ed è prevalentemente causato dal non utilizzo dei guanti (DPI) o del corretto tipo di guanti, a seguire (26%) colpisce il piede o la caviglia per schiacciamento						
Infortuni professionali registrabili (n) – Non dipendenti	2020	2021	2022			Delta 2022vs2021	
	Tot	Tot	Uomini	Donne	Tot	Tot	
Sul lavoro	0	0	-	-	0	-	-
In itinere	0	0	-	-	0	-	-
Totale	0	0	0	0	0	-	-
Ore lavorate (h)	-	-	-	-	-	-	-
Tasso di infortuni sul lavoro	-	-	-	-	-	-	-

⁴ Sono riportati i valori totali, poiché nel 2020 e 2021 il conteggio non era distinto tra Uomo e Donna

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 per genere e categoria	2020			2021			2022			Delta 2022vs2021		
	Uomini	Donne	Tot	Uomini	Donne	Tot	Uomini	Donne	Tot	Uomini	Donne	Tot
Dirigenti	27	3	30	33	3	36	34	5	39	+3%	+67%	+8%
Quadri	144	61	205	151	65	216	159	79	238	+5%	+22%	+10%
Impiegati	3.893	3.149	7.042	4.152	3.425	7.577	4.239	3.586	7.825	+2%	+5%	+3%
Totale (n.)	4.064	3.213	7.277	4.336	3.493	7.829	4.432	3.670	8.102	+2%	+5%	+3%

Percentuale	2020			2021			2022			Delta 2022vs2021		
	Uomini	Donne	Tot	Uomini	Donne	Tot	Uomini	Donne	Tot	Uomini	Donne	Tot
Dirigenti	100%	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	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	0%	0%	0%
Totale (n.)	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	0%	0%	0%

GRI 405-1: Diversità tra i dipendenti

Dipendenti per categoria e per genere	2020			2021			2022			Delta 2022vs2021		
	Uomini	Donne	Tot	Uomini	Donne	Tot	Uomini	Donne	Tot	Uomini	Donne	Tot
Dirigenti	27	3	30	33	3	36	34	5	39	+3%	+67%	+8%
Quadri	144	61	205	151	65	216	159	79	238	+5%	+22%	+10%
Impiegati	3.893	3.149	7.042	4.152	3.425	7.577	4.239	3.586	7.825	+2%	+5%	+3%
Totale (n.)	4.064	3.213	7.277	4.336	3.493	7.829	4.432	3.670	8.102	+2%	+5%	+3%

GRI 405-1: Diversità tra i dipendenti

Dipendenti per categoria ed età	2020				2021				2022				Delta 2022vs2021			
	<30	30-50	>50	Tot	<30	30-50	>50	Tot	<30	30-50	>50	Tot	<30	30-50	>50	Tot
Dirigenti	-	16	14	30	-	20	16	36	-	23	16	39	-	+15%	0%	+8%
Quadri	1	149	55	205	2	150	64	216	3	161	74	238	+50%	+7%	+16%	+10%
Impiegati	1.325	4.893	824	7.042	1.652	4.930	995	7.577	1.733	4.930	1.162	7.825	+5%	0%	+17%	+3%
Totale (n.)	1.326	5.058	893	7.277	1.654	5.100	1.075	7.829	1.736	5.114	1.252	8.102	+5%	0%	+16%	+3%

GRI 405-1: Diversità tra i dipendenti

Dipendenti con disabilità	2020			2021			2022			Delta 2022vs2021		
	Uomini	Donne	Tot	Uomini	Donne	Tot	Uomini	Donne	Tot	Uomini	Donne	Tot
Dipendenti con disabilità	174	147	321	183	148	331	188	151	339	+3%	+2%	+2%
Altre categorie protette/ appartenenti ad altri gruppi di minoranze	12	17	29	10	18	28	14	17	31	+40%	-6%	+11%
Totale (n.)	186	164	350	193	166	359	202	168	370	+5%	+1%	+3%

GRI 405-1: Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti

Membri degli organi direttivi	2022		
	Uomini	Donne	Tot
<30	0%	0%	0%
tra 30 e 50	25%	0%	25%
> 50	75%	0%	75%
Totale	100%	100%	100%

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 2022vs2021
Dirigenti	84%	85%	107%	26%
Quadri	88%	90%	90%	0%
Impiegati	83%	83%	83%	0%
Media	85%	86%	99%	15%

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 2022vs2021
Dirigenti	83%	83%	97%	17%
Quadri	87%	89%	86%	-3%
Impiegati	83%	83%	83%	0%
Media	84%	85%	89%	4%

GRI 414-1: Nuovi fornitori che sono stati selezionati utilizzando criteri sociali

Fornitori	2020	2021	2022	Delta 2022vs2021
Nuovi fornitori valutati attraverso criteri sociali	0	6	8	+33%
Fornitori valutati attraverso criteri sociali	-	-	453	-
Fornitori totali	830	822	829	+1%
Nuovi fornitori	89	61	47	-23%
Nuovi fornitori valutati attraverso criteri sociali (%)	0%	10%	17%	73%

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 2022vs2021
Episodi di non conformità alle normative che hanno comportato una multa o una penalità	0	0	0	0%
Episodi di non conformità a regolamenti che hanno comportato un richiamo	2	2	1	-50%
Episodi di non conformità a codici volontari	3	8	9	+13%
Totale	5	10	10	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 2022vs2021
Con le normative che comportino un'ammenda o una sanzione	0	0	0	0%
Con le normative che comportino un avviso	0	0	2	-
Con i codici di autoregolamentazione	6	6	4	-33%
Totale	6	6	6	0%

3. INDICATORI DI PERFORMANCE ECONOMICA E DI GOVERNANCE

GRI 201-1: Valore economico diretto generato e distribuito

Valore economico (euro)	2020	2021	2022	Delta 2022vs2021
Valore economico direttamente generato	1.456.459.311 €	1.669.936.658 €	1.838.670.731 €	+10%
Costi operativi	1.098.201.325 €	1.247.725.677 €	1.383.415.886 €	+11%
Salari e benefit dei dipendenti	250.279.180 €	286.014.478 €	285.412.722 €	0%
Pagamenti ai fornitori di capitale	414.817 €	327.979 €	20.451.490 €	+6.136%
Pagamenti alla pubblica amministrazione	28.839.156 €	33.997.211 €	33.472.520 €	-2%
Investimenti nella comunità	244.264 €	406.762 €	1.036.883 €	+155%
Valore economico distribuito	1.377.978.742 €	1.568.472.107 €	1.723.789.501 €	+10%
Valore economico trattenuto	78.480.569 €	101.464.551 €	114.881.230 €	+13%

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

Segnalazioni ricevute dal meccanismo di whistleblowing	2020	2021	2022	Delta 2022vs2021
Numero totale di segnalazioni ricevute attraverso il meccanismo di whistleblowing	43	21	48	+129%
<i>di cui è stato confermato un episodio di comportamento non etico o illegale, o un problema di integrità organizzativa</i>	3	4	11	+175%

GRI 2-27: Conformità a leggi e regolamenti

Numero totale di casi significativi di non conformità a leggi e ai regolamenti socioeconomici durante il periodo di riferimento suddivisi per categoria	2020	2021	2022	Delta 2022vs2021
Numero di multe significative	0	1	0	-100%
Numero di sanzioni non monetarie significative	0	0	0	0

GRI 2-27: Conformità a leggi e regolamenti

Numero totale e valore monetario pagato durante il periodo di riferimento, in relazione a casi di non conformità con le leggi e i regolamenti socio-economici	2020	2021	2022	Delta 2022vs2021
Numero di multe significative	0	0	0	-
<i>di cui nel periodo di riferimento corrente</i>	0	1	0	-100%
<i>di cui si sono verificati in periodi di rendicontazione precedenti</i>	0	0	0	-
Valore monetario delle multe significative	0	0	0	-
<i>di cui nel periodo di riferimento corrente</i>	0	2.400.000€	0	-100%
<i>di cui si sono verificati in periodi di rendicontazione precedenti</i>	0	0	0	-
Tasso di cambio	0	0	0	-

Tabelle con indicatori Leroy Merlin

1. INDICATORI DI PERFORMANCE AMBIENTALE

Energia

	Um.	2020	2021	2022	Delta 2022vs2021
Numero totale Collaboratori	nr	7.277	7.829	8.102	+3%
Consumo energia elettrica /utenti	GWh/ n. utenti	0,01	0,01	0,01	-4%
Consumo gas naturale	m ³	1.423.581	2.363.225	1.703.220	-28%
Consumo flotta aziendale	l	18.400	295.210,58	29.931,47	-91%
Consumo diretto di energia suddiviso per fonte energia primaria (=gas+flotta aziendale)	m ³	1.423.600	2.363.495	1.703.500	-28%
Consumo indiretto energia suddiviso per fonte energia primaria (elettricità)		69,9	75,7	75,1	-1%
Consumo indiretto energia suddiviso per fonte energia primaria (elettricità) da fonti rinnovabili	GWh	62,4	71,4	73,9	4%
Consumo indiretto energia suddiviso per fonte energia primaria (elettricità) da fonti non rinnovabili		7,4	4,3	1,2	-72%
Perdite da circuiti di condizionamento R410a	kg	579	581	291	-50%
Risparmio energetico dovuto alla conservazione e al miglioramento in termini di efficienza	KWh	-15.713.915	5.418.676	-668.778	-112%
% PV dotati di parzializzazione per illuminazione	%	100%	100%	100%	0%
% PV dotati di crepuscolare per illuminazione	%	100%	100%	100%	0%
% PV con pompa di calore o teleriscaldamento	%	31%	36%	35%	-2%
Numero negozi con certificazione energetica	nr	36	34	42	+24%
Numero negozi con certificazione energetica classe A	nr	8	7	9	+29%

Acqua

	U.m.	2020	2021	2022	Delta 2022vs2021
Consumo	m ³	120.518	137.301	114.974	-16%
Acqua totale scaricata per qualità e destinazione	m ³	830	854	804	-6%
% Acqua riutilizzata	%	6%	6%	6%	0%
Consumo di acqua/sup vendita	m ³	0,34	0,38	0,31	-18%
Consumo Acqua/Collaboratore	m ³	16	17	14	-19%

Trasporto

	Um.	2020	2021	2022	Delta 2022vs2021
Spostamento Beni/Materiale fornitore - negozi					
Consegne dirette fornitori	%	16%	19%	17%	-10%
Distanza deposito esterno A/R	km	830	636	636	0%
Viaggi settimanali da/per deposito esterno	nr	267	40	40	0%
Spostamento merce dep esterno - negozio (annuale)	km	609.336	73.944	73.944	0%
Numero consegne casa Cliente	n	391.813	169.940	328.458	+93%
km per consegna merce Cliente	km	2.299.595	5.602.406	11.875.026	+112%
Numero consegne deposito negozi	n	188.077	188.077	396.519	+111%
LDD	n	17.360	36.659	76.240	+108%
Web	n	296.877	166.129	200.224	+21%
C&R	n	183.152	174.370	356.504	+104%
Spostamento Beni/Materiale Depositi - negozi					
Distanza deposito - negozio totale		9.018.804	10.196.934	9.330.749	-8%
Distanza deposito - negozio gomma	km	6.490.303	8.703.476	7.895.536	-9%
Distanza deposito - negozio treno		1.145.446	285.730	207.140	-28%
Distanza deposito - negozio nave		1.383.055	1.207.728	1.228.073	+2%
Numero di Mezzi consegnati	nr	29.314	38.417	34.466	-10%
Numero pallet consegnati	nr	898.632	875.822	1.163.647	+33%
Saturazione dei Mezzi	%	119%	115%	50,37%	-56%
% trasporti con carburante alternativo	%	nd	6%	6%	0%
% km percorsi in multimodalità (ferroviario + navale) outbound	%	28%	15%	14%	-7%
Spostamento Clienti					
km annui percorsi mediamente dai nostri Clienti	km	944.656.536	1.057.756.670	1.022.238.710	-3%
Spostamento personale					
Spostamento del Personale in Aereo (trasferta)	km	1.369.196	1.536.310	7.018.520	+357%
Spostamento del Personale in Treno (trasferta)		497.709	575.275	1.010.780	+76%

	Um.	2020	2021	2022	Delta 2022vs2021
Spostamento del Personale in Nave (trasferta)		0	0	0	-
km medi per Collaboratore		253	265	978	+269%
Spostamento in auto con flotta aziendale	km	322.004	4.723.369	4.906.803	+4%
Spostamento in auto di proprietà dei dipendenti per necessità di lavoro		193.413	232.895	312.756	+34%
Spostamento del Personale con auto a noleggio		1.691.446	2.883.431	3.482.004	+21%
% Trasferta					
0 - 10%		88,7%	88,7%	89%	0%
11 - 20%		9,0%	9,0%	9%	0%
21 - 30%	%	2,0%	2,0%	2%	0%
31 - 50%		0,1%	0,1%	0,1%	-2%
>50%		0,1%	0,1%	0,1%	-2%
Commuting (casa-lavoro-casa) dipendenti		44.332.757	52.689.659	53.882.254	+2%
km medi percorsi casa-lavoro-casa		1.305	26	26	0%
Commuting netto trasferta 0 - 10%		40.361.212	4.945.743	5.148.020	+4%
Commuting netto trasferta 11 - 20%		3.719.567	1.029.371	1.081.196	+5%
Commuting netto trasferta 21 - 30%		763.764	0	0	-
Commuting netto trasferta 31 - 50%		100.034	0	0	-
Commuting netto trasferta > 50%	km	7.570	0	0	-
Home working PV		nd	6.599.072	6.660.141	+1%
Home working Sede		nd	1.195.082	1.643.238	+38%
Commuting (casa-lavoro-casa) dipendenti netto trasferta/home working		44.952.148	38.920.378	39.349.644	+1%
Commuting (casa-lavoro-casa) dipendenti netto trasferta e assenteismo		44.952.148	38.920.378	39.349.644	+1%
Spostamento a piedi	%	1,34%	1,34%	0,32%	-76%
	km	374	523.274	125.919	-76%
Spostamento in auto	%	nd	92%	89%	-4%
	km	579.988	35.804.095	34.855.915	-3%
Spostamento in bicicletta	%	1,08%	1,08%	1,10%	+2%
	km	493.052	413.438	432.846	+5%

	Um.	2020	2021	2022	Delta 2022vs2021
Spostamento con mezzi pubblici	%	1,70%	1,70%	4,50%	+165%
	km	792.632	642.049	1.770.734	+176%
Spostamento con moto-scooter	%	3,80%	3,80%	2,60%	-32%
	km	1.686.560	1.492.652	1.023.091	-31%
Spostamento con treno	%	0,09%	0,09%	2,90%	+2.976%
	km	47.318	37.242	1.141.140	+2.964%
Accessibilità dei mezzi pubblici al negozio e Sede	%	68%	69%	69%	0%
Azioni di sensibilizzazione ai Clienti inerenti gli impatti degli spostamenti	%	100%	100%	100%	0%

Gestione rifiuti

	Um.	2020	2021	2022	Delta 2022vs2021
Massa totale rifiuti / m ² superficie di vendita	t/m ²	0,08	0,08	0,07	-13%

Coripet (n)

	2020	2021	2022	Delta 2022vs2021
Utenti	nd	61.347	278.898	+355%
Conferimenti	nd	1.999.524	11.645.782	+482%

Biodiversità

	Um.	2020	2021	2022	Delta 2022vs2021
Numero negozi adiacenti ad aree protette	nr	9	9	9	0%
Negozi costruiti su aree precedentemente edificate	%	12%	12%	12%	0%
CO ₂ compensata per mezzo di progetti ecosistemici	t	-	9	7.388	-

Consumo materiale (t)

Consumi interni di materiale	2020	2021	2022	Delta 2022vs2021
Consumo carta totale	779,48	912,62	163,48	-82%
<i>di cui consumo carta per ufficio</i>	167	157,14	111,59	-29%
<i>di cui consumo carta per comunicazioni pubblicitarie</i>	587	706	0	-100%
Consumo carta per scontrini	26	49,48	51,89	+5%
Consumo toner e materiale informatico consumabile da fornitore centralizzato	nd	0,0987	0,044	-55%
Consumabili film logistica	115	218,67	242	+11%
Peso abbigliamento lavoro	nd	11.838	36,26	-100%

Investimenti (n)

Investimenti ambientali	2020	2021	2022	Delta 2022vs2021
Numero sistemi Pannelli Fotovoltaici Installati	19	21	23	+10%
Numero Solare Termici per produzione acqua calda	3	3	3	0%
Lampadine a Risparmio Energetico	100%	100%	98%	-2%
Insegna con lampadine LED	100%	92%	91%	-2%
Reparti illuminazione con luci led	100%	100%	98%	-2%
Sensori di Presenza negli uffici/toilette	80%	100%	98%	-2%
Installazione colonnine elettriche	18	30	30	0%

Prodotti (n)

Sostenibilità dei prodotti	2020	2021	2022	Delta 2022vs2021
Numero referenze attive	12.000	148.000	158.000	7%
Numero medio teorico referenze PV	40.000	59.000	53.000	-10%
Numero prodotti con certificazione ecologica (PEFC™, FSC®)	10.000	14.863	20.021	35%
Percentuale prodotti con certificazione ecologica (FSC®, PEFC™) su prodotti in legno o in base legno	65%	80%	82%	2%

1. INDICATORI DI PERFORMANCE SOCIALE

Ripartizione del personale secondo indicatori di diversità

	Um.	2020	2021	2022	Delta 2022vs2021
Totale Collaboratori in Comitato Direzione Negozio	nr	560	532	542	+2%
Uomini Comitato Direzione Negozio	nr	352	337	346	+3%
Donne Comitato Direzione Negozio	nr	208	195	196	+1%
% uomini Comitato Direzione Negozio	%	63%	63%	64%	+1%
% donne Comitato Direzione Negozio	%	37%	37%	36%	-1%
% Donne Dirigenti	%	10%	8%	14%	+69%
Numero nazionalità rappresentate	nr	74	61	47	-23%

Turnover per età e sesso

	Um.	2020	2021	2022	Delta 2022vs2021
Cessazioni del rapporto di lavoro divise per tipologia (licenziamenti, dimissioni, pensionamenti, ecc.)		1.922	1.754	2.100	+20%
Dimissioni		350	612	771	+26%
Pensione		0	0	0	-
Licenziamento	nr	47	47	72	+53%
Scadenza contratto		1.356	1.037	1.205	+16%
Decesso		0	5	2	-60%

Avanzamenti di carriera

	Um.	2020	2021	2022	Delta 2022vs2021
Numero di avanzamenti di Livello e responsabilità nell'ultimo anno	nr	51	95	171	+80%
% azionariato d'azienda	%	95%	77%	95%	+24%

Percentuale dipendenti iscritti al sindacato

	Um.	2020	2021	2022	Delta 2022vs2021
Percentuale di dipendenti iscritti al sindacato	%	13,50%	10,49%	11,67%	+11%
Ore di sciopero annue	ore	0	262	137	-48%
Percentuale di dipendenti coperti da una contrattazione collettiva	%	100%	100%	100%	0%

Percentuale di dipendenti che ricevono periodicamente valutazioni delle loro performance e dello sviluppo professionale

Tot. dipendenti che hanno ricevuto una promozione, per genere e categoria	2020			2021			2022			Delta 2022vs2021		
	Uomini	Donne	Tot	Uomini	Donne	Tot	Uomini	Donne	Tot	Uomini	Donne	Tot
Dirigenti	0	0	0	4	0	4	3	1	4	-25%	-	0%
Quadri	3	5	8	12	3	15	8	8	16	-33%	+167%	+7%
Impiegati	16	27	43	36	40	76	78	73	151	+117%	+83%	+99%
Totale (n.)	19	32	51	52	43	95	89	82	171	+71%	+91%	+80%

Infortunati sul lavoro e % assenteismo

	Um.	2020	2021	2022	Delta 2022vs2021
Ore malattia	nr	469.665	443.435	589.677	+33%
% assenza (escluse ferie) / su ore lavoro totale	%	8,22%	6,50%	5,90%	-9%
% Lavoratori rappresentati nel comitato salute e sicurezza	%	100%	100%	100%	0%
Investimenti sicurezza	€	1.547.034	3.094.575	3.677.678	+19%
Certificazione sicurezza 18001	/	ok	ok	ok	-
N° raccomandazioni emerse in fase di audit certificazione a fronte di non conformità maggiori	n°	0	0	0	-
N° raccomandazioni emerse in fase di audit certificazione a fronte di non conformità minori	n°	5	3	1	-67%
% Collaboratori con assicurazione complementare malattia - infortuni	%	100%	100%	100%	0%

Formazione del personale

	Um.	2020	2021	2022	Delta 2022vs2021
Ore di formazione totale		11.898	82.551	114.785	+39%
<i>di cui e-learning</i>		6.563	62.767	50.222	-20%
<i>di cui in aula</i>	h	5.335	19.784	42.932	+117%
<i>di cui salute e sicurezza</i>		-	-	21.632	-
Ore di formazione training on the job		-	283.723	55.232	-81%
% dei Lavoratori che hanno ricevuto formazione sulle politiche e procedure anticorruzione dell'organizzazione	%	95%	94%	93%	-1%
Investimenti formazione	€	1.511.630	2.306.072	2.398.924	+4%
Costo unitario formazione	€	127	28	21	-25%
% Collaboratori che hanno frequentato almeno una formazione	%	70%	96%	95%	-1%

Fornitori e appaltatori sottoposti a verifiche in materia di diritti umani

	Um.	2020	2021	2022	Delta 2022vs2021
% dei principali fornitori che sono sottoposti a verifiche in materia di diritti umani e relative azioni intraprese firmatari del codice di condotta (per 2013 solo MDD)	%	100%	100%	100%	0%
Durata media dei contratti con i fornitori	nr	> 3 anni	> 3 anni	> 3 anni	-
Percentuale di contratti con fornitori e appaltatori significativi che include criteri o valutazione sui diritti umani	%	100%	100%	100%	0%

Gestione degli impatti nelle comunità

	Um.	2020	2021	2022	Delta 2022vs2021
Donazioni in denaro	€	246.464	406.762	1.012.833	+149%
Sponsorizzazioni	€	952.128	0	24.000	-
Numero Collaboratori impegnati in progetti per le comunità locali Bricolage del Cuore e Lessons for Good	nr	47	61	53	-13%

Clienti e prodotto (n)

	Um.	2020	2021	2022	Delta 2022vs2021
N° segnalazioni Voce del Cliente del Cliente trattate	nr	5.178.000	4.740.545	4.393.396	-7%
N° sopralluoghi per Servizio Posa	nr	59.268	95.907	100.509	+5%
N° cantieri	nr	49.148	69.171	74.831	+8%
Numero di reclami documentati relativi a violazioni della privacy e a perdita dei dati dei Consumatori.	nr	0	0	0	-
Numero corsi Cliente	nr	408	-	33	-
Numero Clienti che hanno partecipato ai corsi	nr	5.682	-	263	-
Media Clienti per corso	nr	14	0	8	-
Numero corsi Cliente Online	nr	nd	6	8	+33%
Numero di visualizzazione corsi Clienti Online	nr	nd	2.466.333	1.778.850	-28%
Numero visite alla Community	nr	2.000.000	2.450.000	1.000.000	-59%
Numero iscritti alla Community	nr	65.000	52.000	11.000	-79%
Numero contenuti totali (idee - articoli - domande) pubblicati sulla Community	nr	1.700	1.275	1.600	25%

FormidAbili

	U.m.	2021	2022	Delta 2022vs2021
N° negozi coinvolti nel processo FormidAbili		28	51	+82%
N° Tirocini "Supporto alla vendita"		20	45	+125%
N° Contratti a tempo determinato		nd	20	-
N° Contratti a tempo indeterminato	n	nd	5	-
N° Collaboratori LMI formati		328	769	+134%
N° persone in situazione di fragilità inserite nelle attività di cura del verde		11	11	0%
N° persone in situazione di fragilità inserite nelle attività di caffetteria		2	2	0%
Beneficio sociale da retribuzione di persone in situazione di fragilità	€	€ 88.939	€ 63.766	-28%

Discriminazione - violazioni (nr)

	2020	2021	2022	Delta 2022vs2021
Numero totale di episodi legati a pratiche discriminatorie	0	0	0	-
Numero di violazioni dei diritti delle comunità locali ed azioni intraprese	0	0	0	-

1. INDICATORI DI PERFORMANCE ECONOMICA

Siti (nr)

	2020	2021	2022	Delta 2022vs2021
Numero negozi	49	50	51	+2%
Numero depositi	3	2	3	+50%
Numero joint venture - controllate - attività di outsourcing	0	3	3	0%

Copertura degli obblighi pensionistici

	Um.	2020	2021	2022
Esistenza di un Fondo Pensione Aziendale	-	no	no	no
Autonomia di gestione del Fondo Pensione Aziendale	-	no	no	no
Percentuale di stipendio versata dal Collaboratore	%	0%	0%	0%
Livello di partecipazione al Fondo Pensione Aziendale	%	0%	0%	0%

Fornitori

	Um.	2020	2021	2022	Delta 2022vs2021
Numero fornitori	nr	830	822	829	+1%
Provenienza Estero	% su totale	20%	21%	21%	-1%
Provenienza Italia		80%	79%	79%	0%
Numero fornitori locali per Servizio Posi censiti		905	989	992	0%
Numero personale esterno operante presso i Depositi	nr	505	512	490	-4%
Numero fornitori servizi censiti		154	154	154	0%
Numero audit sociali e ambientali effettuati		21	33	17	-48%

Clienti e prodotto (n)

	2020	2021	2022	Delta 2022vs2021
Numero Clienti annuo	26.248.338	29.186.101	28.603.470	-2%
Numero dei controlli qualità prodotto realizzati (interni - esterni - autorità)	100	78	49	-37%
Numero totale incidenti per mancata conformità prodotti	14	17	29	+71%

BES: Benessere Equo e Sostenibile

Indicatore	Modalità di calcolo		2020	2021	2022	Delta 2022vs2021
BES			€ 27.143.483	€ 34.105.792	€ 54.173.237	59%
Capitale economico			€ 44.547.403	€ 59.791.321	€ 77.154.407	29%
Risultato operativo	Ricavi - costi operativi - remunerazione dei Collaboratori - ammortamenti svalutazioni - accantonamenti e riserve Per i negozi: risultato operativo da conto economico	+	€ 44.538.291	€ 59.784.848	€ 77.139.640	29%
Impatto economico (RI)GENERIAMO	Ricavi - costi operativi - remunerazione dei Collaboratori - ammortamenti svalutazioni - accantonamenti e riserve (RIGENERIAMO) Per i negozi: risultato operativo da conto economico	+	€ 9.112	€ 6.473	€ 14.767	128%
Capitale ambientale			-21.604.540 €	-31.767.855 €	-29.784.223 €	-6%
Impatto emissioni Cat 1	Emissioni * 0,08€/kg	-	nd	€ 629.120	€ 284.400	-55%
Impatto emissioni Cat 2	Emissioni * 0,08€/kg	-	nd	€ 141.760	€ 39.363	120%
Impatto emissioni Cat 3	Emissioni * 0,08€/kg	-	nd	€ 29.542.000	€ 29.581.680	0%
Impatto emissioni Cat 4 (escluso impatto prodotti)	Emissioni * 0,08€/kg	-	nd	€ 1.328.320	€ 413.520	-69%
Emissioni CO ₂ per Scope 1	Totale emissioni Scope 1 * 0,08€/kg	-	€ 234.044	nd	nd	
Emissioni CO ₂ consumi idrici	1,3€ * m ³ consumato	-	€ 156.673	€ 178.491	€ 149.466	-16%
Emissioni CO ₂ energia	Totale emissioni energia * 0,08€/kg	-	€ 14.212	nd	nd	
Emissioni CO ₂ supply chain	Totale emissioni supply chain * 0,08€/kg	-	€ 849.189	nd	nd	
Emissioni CO ₂ rifiuti non differenziati	Totale emissioni rifiuti non differenziati * 0,08€/kg	-	€ 737.899	nd	nd	
Altre emissioni CO ₂ per Scope 3	Totale emissioni * 0,08€/kg	-	€ 19.648.059	nd	nd	
Compensazioni CO ₂ (RI)GENERIAMO	Totale emissioni * 0,08€/kg	+	€ 415	€ 720	€ 591.040	81.989%

Indicatore	Modalità di calcolo		2020	2021	2022	Delta 2022vs2021
Orto Fai da Noi	Totale assegnatari * 360 € (dato Istat: 60€ spesa media mensile) + costo attivazione	+	€ 35.120	€ 35.120	-	
EcoCompattatori Coripet	Totale bottiglie raccolte * 100 g CO ₂ compensate	+	nd	€ 15.996	€ 93.166	482%
Capitale umano			2.710.749 €	5.134.985 €	5.521.130 €	8%
Costo infortuni sul lavoro	Numero ore infortunio * 22€	-	526.240 €	€ 610.720	€ 687.104	13%
Investimenti sicurezza	Totale € investiti	+	1.547.034 €	€ 3.094.575	€ 3.677.678	19%
Investimenti formazione	Totale € investiti	+	1.511.630 €	€ 2.306.072	€ 2.398.924	4%
Ore di formazione sostenibilità e comitati	Numero ore * 22€	+	4.400 €	€ 77.633	€ 67.782	-13%
Progetti sociali a supporto Collaboratori in difficoltà		+	- €	€ 0	€ 0	
AmicoEco	Totale scuole * 3 classi in media * 25€ + investimento CSR	+	173.925 €	€ 267.425	€ 63.850	-76%
Capitale sociale			1.489.872	947.341	1.281.923	35%
Empori Fai da Noi	totale donazioni + prestiti * 20€	+	€ 187.088	€ 377.000	€ 17.460	-95%
Cessione gratuita Demarque	cessione demarque			€ 146.000	€ 134.235	-8%
Ore volontariato	Numero ore * 22€	+	€ 10.780	€ 10.579	6.842	-35%
Formazioni Cliente	Totale corsi * 2 ore * 22€	+	€ 17.952	€ 0	€ 1.452	
Sponsorizzazioni	Totale € investiti	+	€ 952.128	-	€ 24.000	
Liberalità e beneficienze	Totale € investiti	+	€ 244.263	€ 260.762	€ 878.648	237%
Comunicazione e diffusione concetto sostenibilità	Investimento CSR	+	€ 30.000	€ 30.000	€ 24.000	-20%
Povertà energetica	Investimento CSR + 100€ di beneficio per i 100 kit donati	+	€ 7.151	€ 0	€ 0	
Impatto Sociale (RI)GENERIAMO	Totale retribuzioni persone vulnerabili	+	€ 40.510	€ 123.000	€ 195.286	59%

GRI Content Index

Il Bilancio di Sostenibilità di Leroy Merlin 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 Leroy Merlin Italia per gli esercizi 2020, 2021 e 2022.

Dichiarazione di uso	Leroy Merlin 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 Leroy Merlin Italia non sono ancora stati pubblicati

GRI 302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione (GJ)

GRI	Informativa	Paragrafo	Note/Omissione
Informative generali			
GRI 2: General Disclosure 2021			
2-1	Dettagli organizzativi	1.1.1 Il nostro percorso di crescita 1.1.2 Dove siamo 1.1.3 La nostra Missione e i nostri valori 1.3. La nostra organizzazione	
2-2	Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	Nota metodologica	
2-3	Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	Nota metodologica	
2-4	Revisione delle informazioni	Nota metodologica	
2-5	Assurance esterna	Relazione della società di revisione	
2-6	Attività, catena del valore e altri rapporti di business	1.1.1 Il nostro percorso di crescita 3.1 I nostri servizi e prodotti 4.1 Costruiamo una filiera responsabile 4.1.1 I nostri fornitori 4.2 La nostra rete di artigiani Nota metodologica	
2-7	Dipendenti	6.2.1 Le nostre persone Indicatori di performance GRI	
2-8	Lavoratori non dipendenti	6.2.1 Le nostre persone Indicatori di performance GRI	

GRI	Informativa	Paragrafo	Note/Omissione
2-9	Struttura e composizione della governance	1.3.1 Struttura organizzativa	
2-10	Nomina e selezione del massimo organo di governo	1.3.1 Struttura organizzativa	
2-11	Presidente del massimo organo di governo	1.3.1 Struttura organizzativa	
2-12	Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	1.3.1 Struttura organizzativa 1.3.3 Una nuova organizzazione per un impatto sempre più positivo 2.1.3 Le nostre priorità: l'analisi di materialità	
2-13	Delega di responsabilità per la gestione di impatti	1.3.1 Struttura organizzativa 1.3.3 Una nuova organizzazione per un impatto sempre più positivo	
2-14	Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	2.1.3 Le nostre priorità: l'analisi di materialità Nota Metodologica	
2-15	Conflitti di interesse	1.3.2 Strumenti di governance	
2-16	Comunicazione delle criticità	1.3.2 Strumenti di governance	
2-17	Conoscenze collettive del massimo organo di governo		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.
2-18	Valutazione delle performance del massimo organo di governo		Non è prevista una valutazione delle performance a livello collegiale, ma ogni membro del CdA è sottoposto a valutazione delle performance individuali, in quanto Collaboratore dell'azienda
2-19	Norme riguardanti le remunerazioni		Al momento non è disponibile un documento riguardante le norme sulla remunerazione
2-20	Procedura di determinazione della retribuzione		Al momento non è prevista una procedura riguardante le norme sulla remunerazione
2-21	Rapporto di retribuzione totale annuale		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
2-22	Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	Lettera agli stakeholder	
2-23	Impegno in termini di policy	4.1.2 Selezione e valutazione dei fornitori 6.4.1 Il Sistema di Gestione della Sicurezza	

GRI	Informativa	Paragrafo	Note/Omissione
2-24	Integrazione degli impegni in termini di policy	1.3 La nostra organizzazione 2.1 Il nostro approccio alla sostenibilità 3.3 Promuoviamo scelte di consumo responsabili 4.1 Costruiamo una filiera responsabile 5.1 Supportiamo chi è intorno a noi 6. Vivere Leroy Merlin 7.2 Puntiamo alla decarbonizzazione 7.3 Differenziamo i nostri rifiuti	
2-25	Processi volti a rimediare impatti negativi	1.3.2 Strumenti di governance 2.1.2 La nostra strategia a Impatto Positivo 3.3.1 Le nostre Scelte Responsabili 6.4.2 Gestione e prevenzione degli infortuni 7.2 Puntiamo alla decarbonizzazione	Attualmente non sono disponibili le informazioni richieste dalle lettere d. ed e. L'azienda si impegna a sviluppare dei processi di coinvolgimento degli stakeholder nel funzionamento dei sistemi di reclamo
2-26	Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	1.3.2 Strumenti di governance Indicatori di performance GRI	
2-27	Conformità a leggi e regolamenti	Indicatori di performance GRI	
2-28	Appartenenza ad associazioni	5. Vivere le nostre Comunità	
2-29	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	2.2 I nostri stakeholder	
2-30	Contratti collettivi	Indicatori di Performance LMI	

Temi materiali

GRI 3: Temi materiali 2021

3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	2.1.3 Le nostre priorità: l'analisi di materialità	
3-2	Elenco di temi materiali	2.1.3 Le nostre priorità: l'analisi di materialità	

Economia circolare

GRI 3: Temi materiali 2021

3-3	Gestione dei temi materiali	2.1.3 Le nostre priorità: l'analisi di materialità 3.1 I nostri servizi e prodotti 7.3 Differenziamo i nostri rifiuti	
-----	-----------------------------	---	--

Prodotti a maggior risparmio energetico e minor impatto ambientale

GRI 3: Temi materiali 2021

3-3	Gestione dei temi materiali	2.1.3 Le nostre priorità: l'analisi di materialità 3.3 Promuoviamo scelte di consumo responsabili 3.3.1 Le nostre Scelte Responsabili 4.1.4 Vogliamo garantire la sostenibilità dei nostri prodotti	
-----	-----------------------------	--	--

GRI	Informativa	Paragrafo	Note/Omissione
-----	-------------	-----------	----------------

GRI 416: Salute e sicurezza dei Clienti 2016

416-1	Valutazione degli impatti sulla salute e la sicurezza di categorie di prodotti e servizi	3.3.1 Le nostre Scelte Responsabili 4.1.4 Vogliamo garantire la sostenibilità dei nostri prodotti	
-------	--	--	--

Sensibilizzazione dei Clienti

GRI 3: Temi materiali 2021

3-3	Gestione dei temi materiali	2.1.3 Le nostre priorità: l'analisi di materialità 3.3 Promuoviamo scelte di consumo responsabili 3.3.2 Sensibilizziamo Clienti e Cittadini per un consumo responsabile	
-----	-----------------------------	---	--

Catena di fornitura responsabile

GRI 3: Temi materiali 2021

3-3	Gestione dei temi materiali	2.1.3 Le nostre priorità: l'analisi di materialità 4 Vivere insieme ai nostri partner 4.1 Costruiamo una filiera responsabile	
-----	-----------------------------	---	--

GRI 308: Valutazione ambientale dei fornitori 2016

308-1	Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali	4.1.2 Selezione e valutazione dei fornitori Indicatori di performance GRI	
-------	--	--	--

GRI 414: Valutazione sociale dei fornitori 2016

414-1	Nuovi fornitori che sono stati sottoposti a valutazione attraverso l'utilizzo di criteri sociali	4.1.2 Selezione e valutazione dei fornitori Indicatori di performance GRI	
-------	--	--	--

Partner locali

GRI 3: Temi materiali 2021

3-3	Gestione dei temi materiali	GRI 3: Temi materiali 2021 2.1.3 Le nostre priorità: l'analisi di materialità 4.2 La nostra rete di artigiani	
-----	-----------------------------	---	--

Impatti della logistica

GRI 3: Temi materiali 2021

3-3	Gestione dei temi materiali	2.1.3 Le nostre priorità: l'analisi di materialità 7.1 I nostri impatti lungo la catena del valore 7.2.3 Ottimizziamo i trasporti per ridurre i nostri impatti	
-----	-----------------------------	--	--

GRI	Informativa	Paragrafo	Note/Omissione
Attrazione e sviluppo dei talenti			
GRI 3: Temi materiali 2021			
3-3	Gestione dei temi materiali	2.1.3 Le nostre priorità: l'analisi di materialità 6 Vivere Leroy Merlin 6.2. Sosteniamo lo sviluppo e la crescita	
GRI 401: Occupazione 2016			
401-1	Nuove assunzioni e turnover	6.2.1 Le nostre Persone Indicatori di performance GRI	
Formazione			
GRI 3: Temi materiali 2021			
3-3	Gestione dei temi materiali	2.1.3 Le nostre priorità: l'analisi di materialità 6 Vivere Leroy Merlin 6.2.2 Formazione e sviluppo dei talenti	
GRI 404: Formazione e istruzione 2016			
404-3	Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale	6.2.3 L'ascolto alla base di un miglioramento continuo Indicatori di performance GRI	
Welfare			
GRI 3: Temi materiali 2021			
3-3	Gestione dei temi materiali	2.1.3 Le nostre priorità: l'analisi di materialità 6 Vivere Leroy Merlin 6.2.6 Iniziative per il supporto e il welfare delle nostre Persone	
Diritti dei dipendenti e pari opportunità			
GRI 3: Temi materiali 2021			
3-3	Gestione dei temi materiali	2.1.3 Le nostre priorità: l'analisi di materialità 1.3.1 Struttura organizzativa 6.2.1 Le nostre persone 6.3 Rispettiamo e valorizziamo le unicità	
GRI 405: Diversità e pari opportunità 2016			
405-1	Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	1.3.1 Struttura organizzativa 6.2.1 Le nostre Persone Indicatori di performance GRI	
405-2	Rapporto tra salario di base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	Indicatori di performance GRI	

GRI	Informativa	Paragrafo	Note/Omissione
-----	-------------	-----------	----------------

GRI 406: Non discriminazione 2016

406-1	Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	Nel corso del periodo di rendicontazione non si sono verificati episodi di discriminazione	
-------	---	--	--

Salute e sicurezza

GRI 3: Temi materiali 2021

3-3	Gestione dei temi materiali	2.1.3 Le nostre priorità: l'analisi di materialità 6.4 Garantiamo la salute e la sicurezza	
-----	-----------------------------	---	--

GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018

403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	6.4.1 Il Sistema di Gestione della Sicurezza	
403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	6.4.1 Il Sistema di Gestione della Sicurezza 6.4.2 Gestione e prevenzione degli infortuni 6.4.3 Assicuriamo negozi sicuri alle nostre Persone e ai nostri Clienti	
403-3	Servizi di medicina del lavoro	6.4.1 Il Sistema di Gestione della Sicurezza	
403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	6.4.1 Il Sistema di Gestione della Sicurezza 6.4.2 Gestione e prevenzione degli infortuni	
403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	6.4.2 Gestione e prevenzione degli infortuni 6.4.3 Assicuriamo negozi sicuri alle nostre Persone e ai nostri Clienti	
403-6	Promozione della salute dei lavoratori	6.2.6 Iniziative per il supporto e il welfare delle nostre Persone 6.4.2 Gestione e prevenzione degli infortuni 6.4.3 Assicuriamo negozi sicuri alle nostre Persone e ai nostri Clienti	
403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	6.4.1 Il Sistema di Gestione della Sicurezza 6.4.2 Gestione e prevenzione degli infortuni 6.4.3 Assicuriamo negozi sicuri alle nostre Persone e ai nostri Clienti	
403-8	Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Indicatori di performance GRI	
403-9	Infortuni sul lavoro	6.4.2 Gestione e prevenzione degli infortuni Indicatori di performance GRI	
403-10	Malattie professionali	Indicatori di performance GRI	

GRI	Informativa	Paragrafo	Note/Omissione
-----	-------------	-----------	----------------

Iniziative a supporto della comunità

GRI 3: Temi materiali 2021

3-3	Gestione dei temi materiali	2.1.3 Le nostre priorità: l'analisi di materialità 2.1.2 Generiamo valore economico per gli stakeholder 5 Vivere le nostre comunità
-----	-----------------------------	---

GRI 201: Performance Economiche 2016

201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	2.1.2 Generiamo valore economico per gli stakeholder Indicatori di performance GRI
-------	--	---

Decarbonizzazione ed efficientamento energetico

GRI 3: Temi materiali 2021

3-3	Gestione dei temi materiali	2.1.3 Le nostre priorità: l'analisi di materialità 7 Vivere il nostro pianeta 7.1 I nostri impatti lungo la catena del valore 7.2 Puntiamo alla decarbonizzazione
-----	-----------------------------	--

GRI 302: Energia 2016

302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	7.2.1 Gestiamo responsabilmente i nostri consumi energetici Indicatori di performance GRI
302-3	Intensità energetica	7.2.1 Gestiamo responsabilmente i nostri consumi energetici Indicatori di performance GRI
302-4	Riduzione del consumo di energia	7.2.1 Gestiamo responsabilmente i nostri consumi energetici Indicatori di performance GRI

GRI 305: Emissioni 2016

305-1	Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	7.2.2 Le nostre emissioni di gas ad effetto serra Indicatori di performance GRI
305-2	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	7.2.2 Le nostre emissioni di gas ad effetto serra Indicatori di performance GRI
305-3	Altre emissioni di GHG indirette (Scope 3)	7.2.2 Le nostre emissioni di gas ad effetto serra Indicatori di performance GRI
305-4	Intensità delle emissioni di GHG	7.2.2 Le nostre emissioni di gas ad effetto serra Indicatori di performance GRI
305-5	Riduzione delle emissioni di GHG	7.2.2 Le nostre emissioni di gas ad effetto serra Indicatori di performance GRI

GRI	Informativa	Paragrafo	Note/Omissione
-----	-------------	-----------	----------------

Gestione dei rifiuti

GRI 3: Temi materiali 2021

3-3	Gestione dei temi materiali	2.1.3 Le nostre priorità: l'analisi di materialità 7.1 I nostri impatti lungo la catena del valore 7.3 Differenziamo i nostri rifiuti
-----	-----------------------------	---

GRI 306: Rifiuti 2020

306-1	Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi	7.3 Differenziamo i nostri rifiuti
306-2	Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	7.3 Differenziamo i nostri rifiuti
306-3	Rifiuti prodotti	7.3 Differenziamo i nostri rifiuti Indicatori di performance GRI
306-4	Rifiuti non destinati a smaltimento	7.3 Differenziamo i nostri rifiuti Indicatori di performance GRI
306-5	Rifiuti destinati allo smaltimento	7.3 Differenziamo i nostri rifiuti Indicatori di performance GRI

Innovazione e digitalizzazione

GRI 3: Temi materiali 2021

3-3	Gestione dei temi materiali	2.1.3 Le nostre priorità: l'analisi di materialità 7.2.1 Gestiamo responsabilmente i nostri consumi energetici 7.3 Differenziamo i nostri rifiuti
-----	-----------------------------	---

Informative rendicontate e non associate a temi materiali

GRI 205: Anticorruzione 2016

205-3	Incidenti confermati di corruzione e misure adottate	Nel 2022 si è verificato un episodio di corruzione; tuttavia, i dettagli non possono essere rendicontati, in quanto potrebbero violare la privacy dei soggetti coinvolti Indicatori di performance GRI
-------	--	---

GRI 416: Salute e sicurezza dei Clienti 2016

416-2	Episodi di non conformità relativamente agli impatti su salute e sicurezza di prodotti e servizi	Indicatori di performance GRI
-------	--	-------------------------------

GRI 417 Marketing ed etichettatura 2016

417-2	Episodi di non conformità concernenti l'etichettatura e informazioni su prodotti e servizi	Indicatori di performance GRI
-------	--	-------------------------------



Leroy Merlin Italia S.r.l.

Relazione di revisione limitata sul Bilancio di Sostenibilità di Leroy
Merlin Italia S.r.l.

Esercizio chiuso al 31 dicembre 2022

Relazione di revisione limitata sul Bilancio di Sostenibilità di Leroy Merlin Italia S.r.l.

Al Consiglio di Amministrazione di Leroy Merlin Italia S.r.l.

Siamo stati incaricati di effettuare un esame limitato (limited assurance engagement) sul Bilancio di Sostenibilità relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2022.

Responsabilità degli Amministratori per il Bilancio di Sostenibilità

Gli Amministratori di Leroy Merlin sono responsabili per la redazione del Bilancio di Sostenibilità in conformità ai Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards definiti nel 2016, e aggiornati al 2021, dal GRI - Global Reporting Initiative ("GRI Standards"), come descritto nel paragrafo "Nota metodologica".

Gli Amministratori sono altresì responsabili per quella parte del controllo interno da essi ritenuta necessaria al fine di consentire la redazione di un Bilancio di Sostenibilità che non contenga errori significativi dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali.

Gli amministratori sono inoltre responsabili per la definizione degli obiettivi di Leroy Merlin in relazione alla performance di sostenibilità, nonché per l'identificazione degli stakeholder e degli aspetti significativi da rendicontare.

La nostra responsabilità

È nostra la responsabilità di esprimere, sulla base delle procedure svolte, una conclusione circa la conformità del Bilancio di Sostenibilità rispetto a quanto richiesto dai GRI Standards.

Il nostro lavoro è stato svolto secondo i criteri indicati nel International Standard on Assurance Engagements ISAE 3000 (Revised) - Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information (di seguito anche "ISAE 3000 Revised"), emanato dall'International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB) per gli incarichi di limited assurance. Tale principio richiede la pianificazione e lo svolgimento di procedure al fine di acquisire un livello di sicurezza limitato che il Bilancio di Sostenibilità non contenga errori significativi.

Pertanto, il nostro esame ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quella necessaria per lo svolgimento di un esame completo secondo l'ISAE 3000 Revised (reasonable assurance engagement) e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di tale esame.

Le procedure svolte sul Bilancio di Sostenibilità si sono basate sul nostro giudizio professionale e hanno compreso colloqui, prevalentemente con il personale dell'azienda responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nel Bilancio di Sostenibilità, nonché analisi di documenti, ricalcoli ed altre procedure volte all'acquisizione di evidenze ritenute utili.

In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:

1. analisi del processo di definizione dei temi materiali rendicontati nel Bilancio di Sostenibilità, con riferimento alle modalità di identificazione in termini di loro priorità per le diverse categorie di stakeholder e alla validazione interna delle risultanze del processo;
2. comprensione dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione delle

informazioni qualitative e quantitative incluse nel Bilancio di Sostenibilità. In particolare, abbiamo svolto interviste e discussioni con il personale del dipartimento di sostenibilità di Leroy Merlin e abbiamo svolto limitate verifiche documentali, al fine di raccogliere informazioni circa i processi e le procedure che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni di carattere non finanziario alla funzione responsabile della predisposizione del Bilancio di Sostenibilità.

Conclusioni

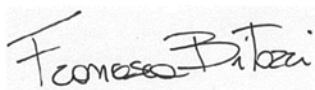
Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che il Bilancio di Sostenibilità relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2022 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dai GRI Standards come descritto nel paragrafo "Nota metodologica" del Bilancio di Sostenibilità.

Altri aspetti

I dati comparativi presentati nel Bilancio di Sostenibilità in relazione agli esercizi chiusi il 31 dicembre 2021 e il 31 dicembre 2020, non sono stati sottoposti a verifica.

Milano, 14 Dicembre 2023

Mazars Italia S.p.A.



Francesca Bitozzi
Socia - Revisore legale



Leroy Merlin Italia Srl
Sede legale Strada 8 Palazzo N - 20089 Rozzano (MI) Italia
Registro Imprese Milano / CF e P.IVA 05602710963
REA 1833923
Capitale Sociale Euro 50.000.000,00 iv.
Soggetta all'attività di Direzione e Coordinamento di S.I.B.
Società Italiana Bricolage S.p.A.
www.leroymerlin.it

Pubblicazione: 2023

Progetto grafico: Simona Ceresa

LEROY MERLIN

Voglia di fare casa.