

PERCASSI

REPORT DI SOSTENIBILITÀ 2024



INDICE

Highlights	3		
Lettera agli stakeholder	4		
Nota metodologica	5		
1. Chi siamo	6		
1.1 Origini e sviluppo del Gruppo Percassi	7		
1.2 Il Gruppo Percassi oggi – modello di <i>business</i>	10		
2. L'impegno per la sostenibilità	15		
2.1 Analisi di materialità	16		
3. Responsabilità ambientale	21		
3.1 Consumi energetici ed emissioni	23		
3.2 Gestione dei rifiuti	27		
3.3 Gestione della risorsa idrica	29		
4. Responsabilità sociale	30		
4.1 Gestione delle risorse umane	31		
4.1.1 Composizione dell'organico	32		
4.1.2 Sviluppo e valorizzazione del capitale umano	33		
4.1.3 Diversità e inclusione	36		
4.1.4 Salute e sicurezza	41		
4.2 Gestione dei clienti	43		
4.2.1 Soddisfazione dei clienti	43		
4.2.2 Sicurezza dei prodotti	45		
4.3 Relazioni con le comunità locali	46		
5. L'approccio di governance	47		
5.1 La struttura di <i>governance</i>	49		
5.2 Etica di <i>business</i> e <i>compliance</i>	50		
5.3 Gestione dei fornitori	52		
Content Index	54		
Indicatori di performance	58		
1. Indicatori ambientali	58		
2. Indicatori sociali	60		
3. Indicatori di governance	70		

HIGHLIGHTS



AMBIENTE

CONSUMO DI ENERGIA E MIX ENERGETICO



76.653 GJ
consumi energetici totali



79% energia elettrica
da fonti rinnovabili certificate

EMISSIONI DI GAS A EFFETTO SERRA



601 tCO_{2e}
emissioni Scope 1



1.061 tCO₂
emissioni Scope 2 (Market-based)

GOVERNANCE



0 episodi di corruzione e
pratiche anticoncorrenziali rilevati



0 segnalazioni di discriminazioni
o molestie



98% spesa presso fornitori
locali sul territorio europeo

SOCIAL

COMPOSIZIONE DELL'ORGANICO



3.354
numero di dipendenti



+14% crescita dell'organico
rispetto al 2023



63% dipendenti
under 30

FORMAZIONE



oltre **52.000**
ore di formazione

DIVERSITÀ E INCLUSIONE



64%
dipendenti donna

LETTERA AGLI *STAKEHOLDER*

QUESTO DOCUMENTO TESTIMONIA
IL NOSTRO IMPEGNO NELL'INTEGRARE
I PRINCIPI AMBIENTALI, SOCIALI E
DI *GOVERNANCE* (ESG) ALL'INTERNO
DELLE NOSTRE ATTIVITÀ,
PROMUOVENDO UNA CULTURA
DELLA SOSTENIBILITÀ IN MODO
TRASPARENTE E CONDIVISO.

Cari Stakeholder,

Siamo lieti di presentare il primo Report di Percassi, per tale intendendosi il gruppo con a capo la *holding* Odissea S.r.l., una tappa significativa nel nostro percorso verso uno sviluppo sempre più responsabile.

Percassi nasce nel cuore del territorio bergamasco, portando con sé fin dal principio una visione imprenditoriale di respiro internazionale. È proprio questa prospettiva, radicata nel contesto locale, ad aver guidato nel tempo l'espansione del *business* oltre i confini nazionali, senza mai perdere il legame profondo con le nostre origini.

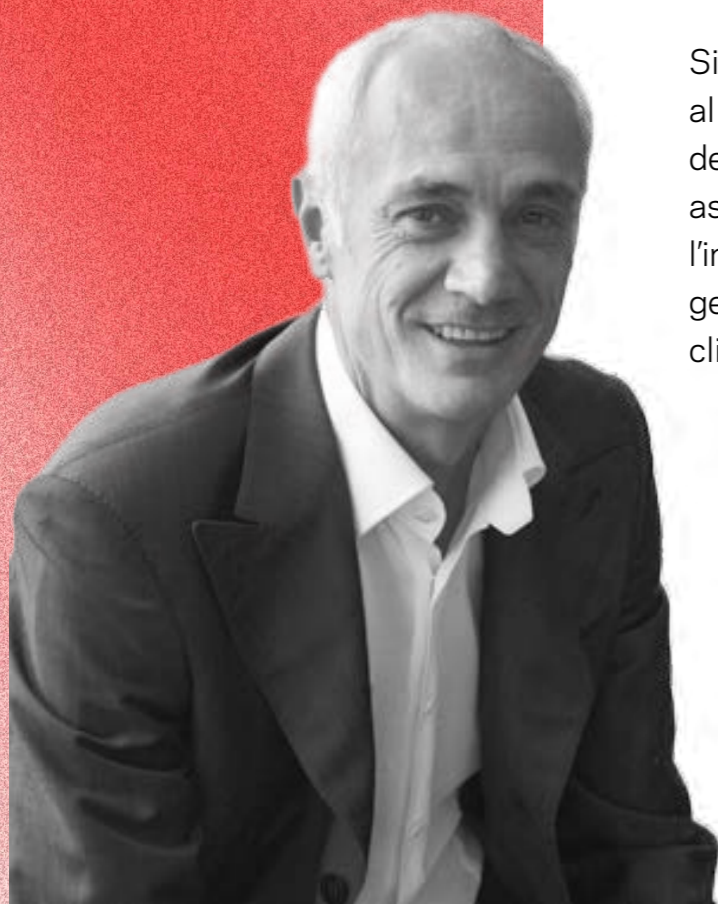
Siamo consapevoli che il successo a lungo termine è legato al benessere delle comunità in cui operiamo e alla qualità dell'ambiente che ci circonda. La nostra strategia integra questi aspetti, valorizzando una gestione responsabile delle risorse, l'impegno sociale e una *governance* etica. Il nostro obiettivo è generare valore duraturo per tutti i nostri *stakeholder*: dipendenti, clienti, fornitori e la comunità più ampia.

Il 2024 segna la formalizzazione di un percorso avviato già da tempo e con questo Report compiamo un passo importante nel voler condividere con voi i progressi raggiunti e il nostro crescente impegno. Siamo orgogliosi dei risultati ottenuti, che vi invitiamo a scoprire nelle pagine che seguono. Al tempo stesso, siamo consapevoli che le sfide globali richiedono azioni urgenti e condivise. Per questo, ci impegniamo a migliorare le nostre *performance* e a rafforzare il nostro contributo.

Desideriamo ringraziare sinceramente tutti voi per il supporto che ci avete dimostrato. La vostra fiducia è fondamentale per il nostro percorso. Un ringraziamento speciale va ai nostri dipendenti, per la loro dedizione e il loro contributo quotidiano nel promuovere i nostri valori e nel raggiungere gli obiettivi comuni.

Guardando al futuro, restiamo impegnati nella costruzione di un domani ricco di valori, ispirato dall'innovazione e guidato dalla responsabilità. Vi invitiamo a continuare questo viaggio insieme a noi, con fiducia e collaborazione.

Grazie,
Antonio Percassi



NOTA METODOLOGICA

IL PRESENTE DOCUMENTO COSTITUISCE LA PRIMA EDIZIONE DEL **REPORT DI SOSTENIBILITÀ** DI ODISSEA S.R.L. E DELLE SOCIETÀ DALLA STESSA CONTROLLATE ANCHE IN VIA INDIRETTA (DI SEGUITO, "GRUPPO" O "GRUPPO PERCASSI") E SI PONE L'OBIETTIVO DI RENDICONTARE LE INIZIATIVE E I PRINCIPALI RISULTATI RELATIVI ALL'ANNO 2024 IN AMBITO SOCIALE, AMBIENTALE E DI GOVERNANCE.

Le tematiche materiali sono state individuate secondo un processo di **analisi di doppia materialità**, che ha consentito di identificare gli impatti, i rischi e le opportunità materiali per il Gruppo Percassi, come descritto nel capitolo "Analisi di materialità" del presente documento.

In particolare, la definizione delle tematiche materiali è avvenuta in base ad un processo conforme alle richieste dei **GRI Standards 2021**, mentre l'esercizio di materialità finanziaria è stato ispirato agli **European Sustainability Reporting Standards (ESRS)**, come avvicinamento alla direttiva europea *Corporate Sustainability Reporting Directive* (CSRD).

I dati presenti nel documento si riferiscono al periodo compreso **tra il 1° gennaio 2024 e il 31 dicembre 2024**. Ove presenti, i dati relativi all'esercizio precedente sono da considerarsi comparativi allo scopo di facilitare la valutazione dell'andamento dell'attività del Gruppo.

I dati e le informazioni che rientrano nel **perimetro del presente Report** includono le seguenti società: Odissea S.r.l., e le società da essa controllate: Percassi Retail S.r.l. (di seguito, "Percassi Retail") e le società da essa controllate: Hexagon S.p.A. (e le sue controllate Hexagon Retail España S.L.U., Hexagon France S.A.S. e Hexagon Portugal Unipessoal LDA), L'Innominato S.p.A. (e le sue controllate L'Innominato Hellas Single Member S.A., L'Innominato Cyprus Limited, Innominato España S.L., L'Innominato France

S.A.S., L'Innominato Portugal Unipessoal LDA e Platinum S.r.l.) e D-Retail S.r.l.; Siren Coffee S.r.l. (di seguito, "Siren Coffee"); Percassi Management S.r.l. (di seguito "Percassi Management"); La Valtellinese S.r.l.; Bullfrog S.r.l. (di seguito "Bullfrog"); WOMO S.r.l. (di seguito, "WOMO") (e la sua controllata WOMO Schweiz AG); Food Management S.r.l.; Force Dea S.r.l.; Castelbarco Real Estate S.r.l.; Castelbarco Hospitality S.r.l.; Madina S.r.l. (di seguito, "Madina"); Smeraldo S.r.l.; TEN-X S.A; Westi S.r.l.; Percassi Properties S.r.l. (e la sua controllata Salaria S.r.l.); Itaca S.r.l. (e la sua controllata Itaca 2 S.p.A.). Per maggiori dettagli relativi alla struttura del Gruppo, consultare il paragrafo "Il Gruppo Percassi oggi - modello di *business*".

Il presente Report è stato redatto sulla base degli *standard* di rendicontazione "**GRI Sustainability Reporting Standards**", pubblicati nel 2021 dal *Global Reporting Initiative* (GRI), secondo la metodologia "*with reference*". Alcune sezioni del documento - come l'analisi di doppia materialità e la definizione del perimetro - sono state definite e redatte ispirandosi agli **Standard ESRS¹**, al fine di avviare un percorso di avvicinamento alla **Direttiva CSRD**.

I dati e le informazioni riportate nel presente documento si fondano sui principi di accuratezza, equilibrio, chiarezza, comparabilità, completezza, contesto di sostenibilità, tempestività e verificabilità che garantiscono la qualità dell'informativa come definito dagli *Standard GRI*.

Per garantire l'attendibilità dei dati, è stato limitato il più possibile il ricorso a stime, le quali, se presenti, sono opportunamente segnalate e fondate sulle migliori metodologie disponibili. Questo documento, redatto su **base volontaria**, rappresenta il primo Report di Sostenibilità del Gruppo Percassi e sarà redatto con **cadenza annuale**.

Il documento non è attualmente sottoposto ad *assurance* esterna.

Il presente Report di Sostenibilità è stato rivisto e approvato dal Consiglio di Amministrazione di Odissea S.r.l.

1- Versione pubblicata a luglio 2023.

01.

CHI SIAMO

- 1.1 Origini e sviluppo del Gruppo Percassi
- 1.2 Il Gruppo Percassi oggi - modello di *business*

1.1 ORIGINI E SVILUPPO DEL GRUPPO PERCASSI

Antonio Percassi nasce a **Clusone**, in provincia di Bergamo.

1953

Intraprende la sua attività imprenditoriale nel settore *retail* e immobiliare, collaborando con il **Gruppo Benetton** per l'apertura dei primi negozi monomarca Benetton a Bergamo.

1968



Inizia la sua carriera nel settore giovanile dell'**Atalanta Bergamasca Calcio**, debuttando in Serie A nella stagione 1972-1973.

1976

1980
1988

Amplia il suo *business* nel *retail* acquisendo il marchio "**Goggi Sport**". Parallelamente, entra nel settore *food* con l'acquisizione del ristorante "**La Taverna Valtellinese**" e avvia una *partnership* con "**Burghy**".

1994

Stringe un'importante collaborazione con "**Swatch**", con l'obiettivo di aprire numerosi negozi in tutta Italia.

1997

KIKO
MILANO

Nel 1997, un'intuizione imprenditoriale con il figlio Stefano Percassi gli consente di espandere ulteriormente le attività del Gruppo Percassi approdando nel settore della cosmetica e fondando il celebre marchio "**KIKO Milano**".

1998

Sviluppa il settore immobiliare con l'acquisto della società **Stilo Immobiliare** e apre il suo primo importante centro commerciale **Orio Center di Bergamo**.

Oriocenter
SELECTED STORES

1.1 ORIGINI E SVILUPPO DEL GRUPPO PERCASSI

Dopo il successo di negozi a marchio "United Colors of Benetton", "Zerododici", "Sisley" e "Playlife", sia in Italia che all'estero, consolida la sua presenza nel *retail* attraverso una *joint venture* con il **Gruppo Inditex** di Amancio Ortega. Da questa collaborazione nascono i primi negozi ad insegna "**Zara**", "**Bershka**" e "**Pull&Bear**" in Italia.

Durante questi anni, il Gruppo Percassi amplia la propria rete di collaborazioni nel settore *retail*, aprendo negozi di marchi come "**Ferrari**" (anche a Londra), "**Levi's**", "**Ralph Lauren**", "**Breil**" e "**Sisley**". Nel settore immobiliare, vengono inaugurati importanti *outlet* come **Franciacorta Outlet Village** e **Valdichiana Outlet Village**.

Acquisito il controllo dell'**Atalanta Bergamasca Calcio**, viene nominato **Presidente**, portando la società a raggiungere risultati di grande rilievo. Nel settore immobiliare, apre il terzo *outlet*, **Sicily Outlet Village**, consolidando la presenza nel settore.

Grazie ai risultati ottenuti, il Gruppo stringe una *partnership* con uno dei marchi più prestigiosi del lusso, "**Gucci**", aprendo *boutique* in Italia.

2001

2002

2003
2006

2007

2010

2012

2013



Inizia l'espansione nel *retail* internazionale, siglando una *partnership* con "**Nike**" con l'obiettivo di aprire numerosi punti vendita prima in Italia e poi in Europa.

Insieme all'imprenditore Flavio Briatore, dà vita ad una *partnership* per la gestione del brand "**Billionaire Italian Couture**".

Il Gruppo Percassi amplia il settore *beauty* con l'acquisizione del marchio "**Madina**" e la creazione del brand "**Womo**".



1.1 ORIGINI E SVILUPPO DEL GRUPPO PERCASSI

Il Gruppo Percassi continua a espandersi, consolidando le collaborazioni esistenti e aprendo nuovi punti vendita come **"Bath & Body Works"** e **"LEGO"** in Italia e Spagna. Inoltre, sigla un accordo esclusivo per l'apertura di store **"Starbucks"** e negozi a marchio **"Victoria's Secret"**.

Bath&BodyWorks



VICTORIA'S
SECRET

2014
2021

Durante questo periodo, il Gruppo Percassi registra una crescita esponenziale anche con importanti operazioni immobiliari come l'acquisto del **villaggio operaio di Crespi d'Adda**, inserito nella lista dei Patrimoni dell'Unesco, l'acquisto dello **stadio Atleti Azzurri d'Italia** e l'apertura di **Torino Outlet Village**.

2022

Dopo più di un decennio alla guida della società calcistica **Atalanta Bergamasca Calcio**, che ha portato ai vertici del calcio europeo, cede la maggioranza della società a una cordata statunitense guidata da Stephen Pagliuca, mantenendo il ruolo di presidente e la gestione operativa.

2023

L'anno culmina con la vittoria di uno dei trofei più prestigiosi a livello mondiale per l'**Atalanta**: la **UEFA Europa League**. Contestualmente, acquista una villa di rilievo storico in provincia di Milano, **Villa Castelbarco**.

2024

Nel 2024, si conclude una delle operazioni più significative della storia di Percassi, grazie alla *partnership* con il fondo L-Catterton per lo sviluppo del marchio **"KIKO Milano"**. Inoltre, viene inaugurato il nuovo **Stadio di proprietà**, un'opera di grande rilievo architettonico, che si posiziona tra i migliori e innovativi stadi d'Europa.

1.2 IL GRUPPO PERCASSI OGGI MODELLO DI *BUSINESS*

IL GRUPPO PERCASSI È UNA REALTÀ IMPRENDITORIALE ARTICOLATA E DINAMICA, IL CUI MODELLO DI *BUSINESS* SI FONDA SU UNA STRATEGIA MULTISETTORIALE E SINERGICA, CHE INTEGRA ATTIVITÀ DIVERSIFICATE NEI SETTORI *RETAIL*, *COSMETICO*, *IMMOBILIARE* E DELLA *RISTORAZIONE*, OLTRE AD UNA PRESENZA RILEVANTE NEL SETTORE *SPORTIVO*.

Il Gruppo combina lo sviluppo di **brand proprietari** con **partnership e accordi di franchising** con **marchi di rilievo internazionale**, valorizzando competenze trasversali in ambito **retail, gestione immobiliare e sviluppo commerciale**.

All'interno della sua struttura, il Gruppo Percassi comprende un insieme di società operative, ciascuna con un ruolo specifico nel presidiare i diversi segmenti di *business*. Con lo scopo di comprendere a pieno la ramificazione societaria, vengono di seguito menzionate le principali società.

Percassi Retail S.r.l. è la società di servizi che detiene le partecipazioni nelle società attive nel segmento *retail*, supportando e coordinando la maggior parte dei punti vendita diretti e in *franchising* sul territorio italiano ed europeo.

Siren Coffee S.r.l. è la società dedicata alla gestione e allo sviluppo dei punti vendita a marchio **Starbucks** in Italia per il settore della ristorazione, contribuendo in modo significativo all'espansione del *brand* nel mercato nazionale.

Nel comparto immobiliare, la società collegata Stilo Immobiliare Finanziaria S.p.A., non inclusa nel perimetro del presente Report, e la controllata Westi S.r.l. si distinguono per la gestione e valorizzazione di **progetti a destinazione commerciale**, mentre Smeraldo S.r.l. opera nel **settore residenziale di pregio** a Bergamo.

A scopo informativo relativamente al settore cosmetico, nonostante non rientri nel perimetro del presente documento, la società interamente detenuta Itaca S.r.l. detiene indirettamente una partecipazione di minoranza in **KIKO S.p.A.**

Complessivamente, la struttura del Gruppo Percassi riflette un modello di *governance* integrato e sinergico, in cui le diverse società operano in modo complementare, condividendo valori, strategie e una visione imprenditoriale comune orientata alla crescita sostenibile.

Il perimetro del presente documento comprende tutte le società consolidate integralmente dal Gruppo e quelle su cui ricade il controllo operativo², seguendo quanto previsto dagli *Standard ESRS*.



² Il controllo operativo (su un'entità, un sito o un'operazione) nei termini del *reporting* di sostenibilità si riferisce alla situazione in cui l'impresa ha la capacità di dirigere le attività e i rapporti operativi dell'entità, del sito o dell'operazione.

1.2 IL GRUPPO PERCASSI OGGI MODELLO DI *BUSINESS*

SETTORE *RETAIL*: ABBIGLIAMENTO, INTRATTENIMENTO E TECNOLOGIA

Al 31 dicembre 2024, il Gruppo conta **223 punti vendita**, distribuiti in **Italia, Spagna, Francia, Portogallo, Grecia e Cipro**. A conferma della continua espansione della rete *retail* del Gruppo Percassi, **nel corso del 2024** sono stati inaugurati **36 nuovi punti vendita**, a fronte di 5 chiusure.

Nel dettaglio:

- 7 negozi a marchio Nike (2 in Italia, 2 in Spagna, 3 in Grecia);
- 7 negozi a marchio LEGO (3 in Italia, 2 in Francia, 1 in Spagna, 1 in Portogallo);
- 7 negozi a marchio Victoria's Secret (1 in Italia, 3 in Francia, 3 in Spagna);
- 13 punti di ristoro a marchio Starbucks in Italia;
- 1 negozio a marchio Bath & Body Works in Italia;
- 1 negozio a marchio Garmin in Italia.

Il Gruppo Percassi opera, inoltre, nella vendita di prodotti a marchio "Bullfrog" attraverso una rete di 6 punti vendita in *franchising*, ed è attivo anche nei canali *e-commerce* (ad esempio, Bath & Body Works e Victoria's Secret).

IL SETTORE *RETAIL* RAPPRESENTA UNO DEI PILASTRI DI *BUSINESS* DEL GRUPPO PERCASSI, GRAZIE ALLA GESTIONE DI *BRAND* IN LICENZA IN *FRANCHISING*, *LEADER* A LIVELLO INTERNAZIONALE, CAPACI DI CONIUGARE INNOVAZIONE DI PRODOTTO, ESPERIENZA DI ACQUISTO E RICONOSCIBILITÀ DEL *BRAND* E DI *MARCHI PROPRI* (COME, AD ESEMPIO, *WOMO*).

NUOVI PUNTI VENDITA
INAUGURATI NEL 2024



1.2 IL GRUPPO PERCASSI OGGI MODELLO DI *BUSINESS*

Di seguito sono presentati i dettagli delle *partnership* con i *brand* per il settore *retail*:

- Con **LEGO**, primo marchio mondiale di giocattoli per bambini e ragazzi, la *partnership* è stata avviata nel 2016 e ad oggi vanta una rete di 51 punti vendita in Europa, di cui 27 in Italia, 14 in Francia, 7 in Spagna e 3 in Portogallo.
- Con **Nike**, *leader* globale nell'abbigliamento e negli accessori sportivi, la collaborazione risale a oltre vent'anni fa e si è progressivamente estesa oltre i confini nazionali, includendo Spagna, Portogallo, Grecia e Cipro. Dal 2022 è operativo anche il primo negozio **Jordan** a Milano. Complessivamente, il Gruppo gestisce 50 punti vendita Nike e Jordan, di cui 26 in Italia.
- **Garmin**, marchio americano pioniere nelle tecnologie GPS, è *partner* del Gruppo Percassi dal 2021. Attualmente sono attivi 2 punti vendita in Italia, dedicati alla promozione di prodotti *hi-tech* per lo sport e la vita quotidiana.
- **Victoria's Secret**, icona mondiale della *lingerie* e della bellezza femminile, è presente nel portafoglio del Gruppo dal 2015, anno di apertura dei primi *store* italiani. La rete oggi conta 52 punti vendita, di cui 27 in Italia, 12 in Spagna, 12 in Francia e 1 in Portogallo.
- Con **Bath & Body Works**, *brand* statunitense di riferimento per la cura della persona e le fragranze per l'ambiente, collabora dal 2016. La rete italiana comprende 6 punti vendita, oggetto di un recente processo volto a ottimizzare la presenza sul territorio.
- **Armani Exchange**, marchio giovane e dinamico del Gruppo Giorgio Armani, è distribuito in Italia dal 2018 tramite 4 punti vendita.
- **Yves Saint Laurent**, *maison* simbolo dell'eleganza e dell'innovazione nella moda, è entrata a far parte del portafoglio nel 2021 con l'apertura dei primi 2 punti vendita italiani.
- **Gucci**, marchio iconico di moda italiana, collabora con il Gruppo Percassi dal 2012.



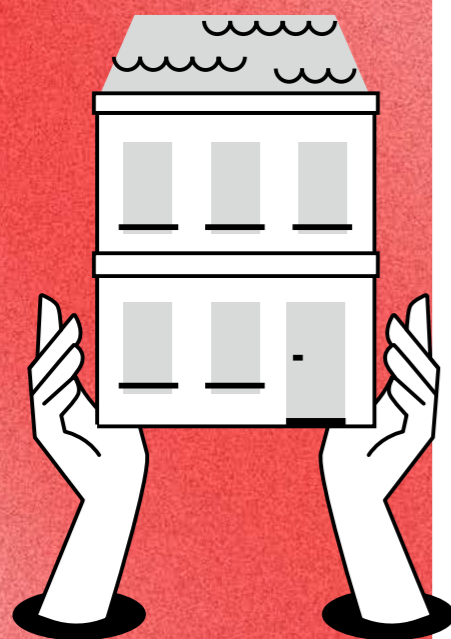
1.2 IL GRUPPO PERCASSI OGGI MODELLO DI *BUSINESS*



SETTORE COSMETICO: DAI *BARBER SHOP* AL *MAKE-UP*

Il settore cosmetico rappresenta un'area di eccellenza per il Gruppo, che vanta una forte identità nei brand "**KIKO Milano**", "**Madina**" e "**Bullfrog**", unendo tradizione artigianale, innovazione e posizionamento internazionale.

Bullfrog, oltre ai punti vendita, dirige un'accademia di barberia dedicata alla formazione professionale, oltre a sviluppare una rete di *franchising* per la diffusione del *concept* e dei prodotti cosmetici.



SETTORE IMMOBILIARE: ABITATIVO E COMMERCIALE

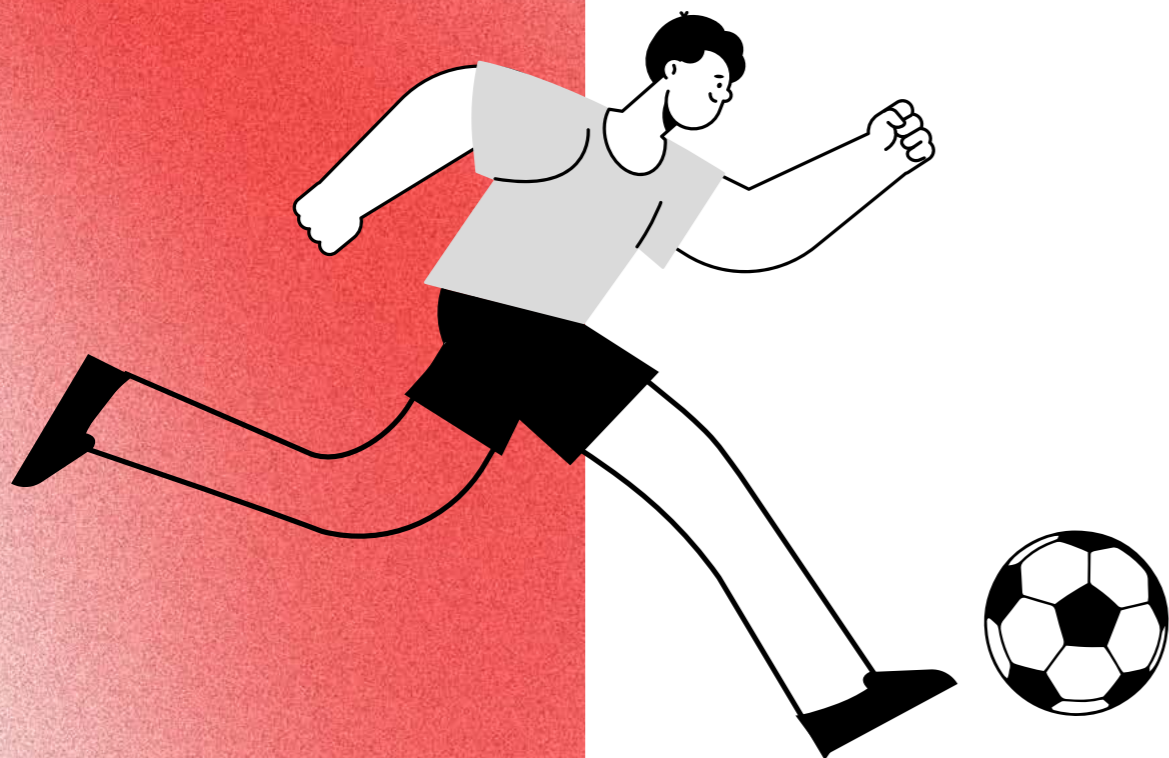
Oltre all'attività commerciale, il settore immobiliare rappresenta una componente strategica per la crescita e la diversificazione del Gruppo Percassi, che opera sia attraverso **progetti residenziali di pregio**, sia nello **sviluppo e gestione di immobili a destinazione commerciale**. Il Gruppo è attivo nel settore immobiliare con la partecipazione in Stilo Immobiliare Finanziaria S.p.A. e in Westi S.r.l., entrambe impegnate in progetti immobiliari prevalentemente a destinazione commerciale (centri commerciali e *outlet*, come ad esempio **Orio Center**, gli **outlet di Agira e Torino**) nonché

tramite la società Smeraldo S.r.l., operativa per la realizzazione di unità immobiliari di pregio a Bergamo. Il Gruppo Percassi, inoltre, detiene la proprietà di beni di particolare valore storico, come il **sito di Crespi d'Adda**, riconosciuto come **Patrimonio dell'Umanità dall'UNESCO**, acquistato con l'ambizioso obiettivo di trasformarlo nella propria nuova sede centrale.

1.2 IL GRUPPO PERCASSI OGGI MODELLO DI *BUSINESS*

SETTORE SPORTIVO: I NUOVI ORIZZONTI DELL'ERA PERCASSI

Il Gruppo è storicamente legato al settore sportivo attraverso la partecipazione indiretta in **Atalanta Bergamasca Calcio S.r.l.**, di cui Antonio Percassi è Presidente e Luca Percassi Amministratore Delegato. Sotto la loro guida, la società ha intrapreso un percorso di crescita sportiva, culminato con la conquista della **UEFA Europa League 2023/2024** e l'inaugurazione di uno **stadio di proprietà**. Nel 2022 è entrato nella compagine societaria l'imprenditore statunitense Stephen Pagliuca, già co-proprietario dei Boston Celtics, rafforzando il posizionamento internazionale della squadra. Sebbene la società sportiva non rientri nel perimetro del presente Report, essa rappresenta un ambito di investimento rilevante e un elemento identitario distintivo per il Gruppo Percassi, testimonianza del legame profondo con il territorio e dei valori di crescita sostenibile che lo contraddistinguono.



SETTORE DELLA RISTORAZIONE

Il Gruppo è attivo nel settore della ristorazione principalmente tramite il brand **Starbucks**, leader nel settore del caffè e delle bevande. L'ingresso sul mercato italiano risale al 2018 e l'espansione è proseguita con successo negli anni successivi, portando a una rete complessiva di 47 punti vendita sul territorio nazionale. Il Gruppo è altresì attivo nel settore tramite un ristorante sito in Bergamo, denominato **"La Taverna Valtellinese"** e con il brand **"Da 30Polenta"**.



02.

L'IMPEGNO PER LA SOSTENIBILITÀ

2.1 Analisi di materialità

2.1 ANALISI DI MATERIALITÀ

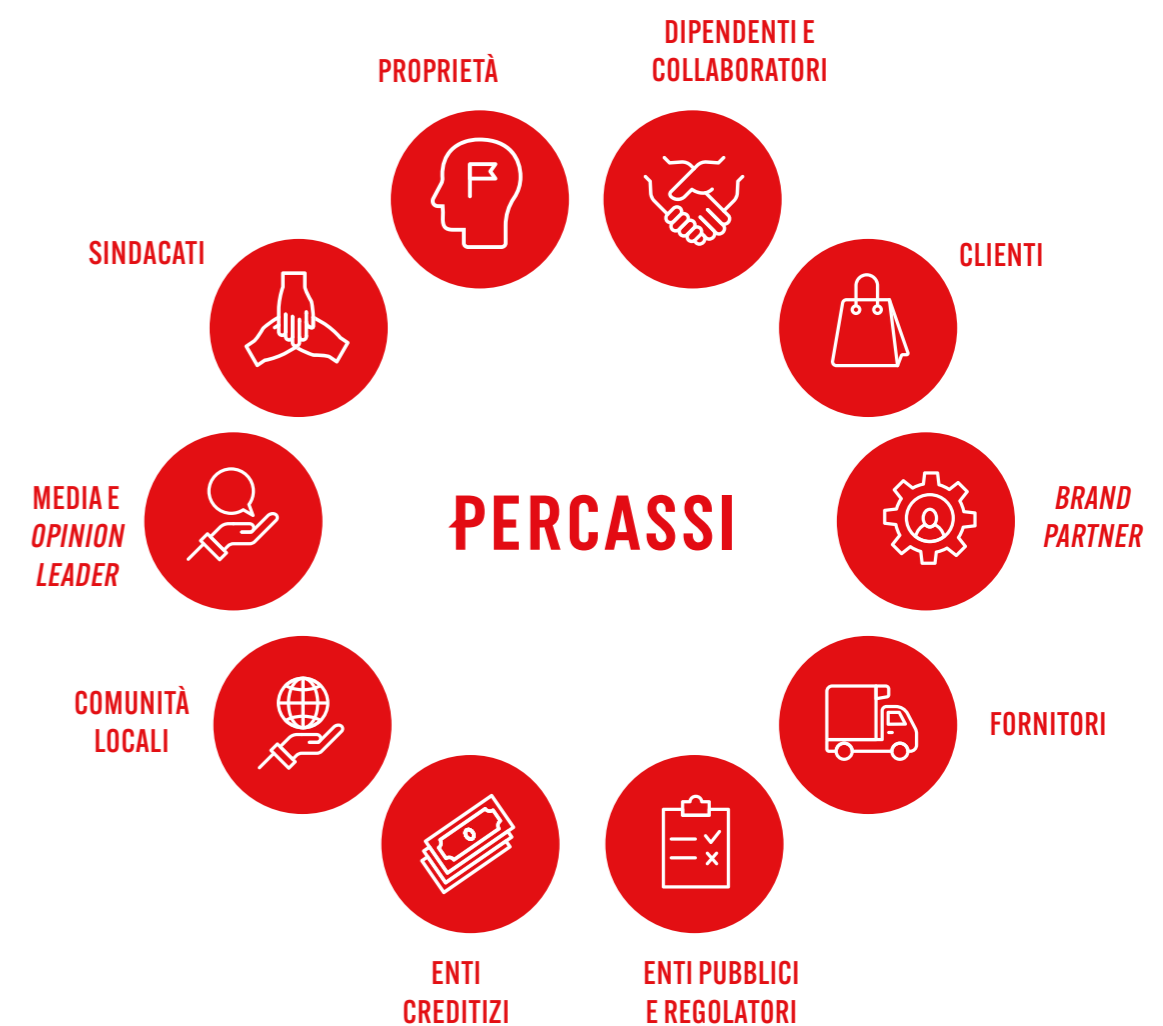
CATENA DEL VALORE E APPROCCIO ALLA SOSTENIBILITÀ

Ogni fase del ciclo di vita dei prodotti e dei servizi – dalla selezione dei *partner* commerciali alla gestione dei punti vendita, fino alla relazione con il cliente finale – comporta responsabilità e opportunità che il Gruppo intende affrontare in modo consapevole e proattivo.

La sostenibilità è considerata un fattore strategico di competitività, capace di guidare l'innovazione, migliorare le *performance* operative e rafforzare la fiducia degli *stakeholder*. In quest'ottica, il Gruppo Percassi promuove pratiche responsabili lungo la catena del valore, integrando considerazioni ESG (ambientali, sociali e di *governance*) nei processi decisionali e gestionali.

Il Gruppo intrattiene relazioni con una pluralità di **stakeholder**, interni ed esterni, che influenzano e sono influenzati dalle sue attività.

Le principali categorie sono: la proprietà, i dipendenti e collaboratori, i clienti, i *brand partner*, i fornitori, gli enti pubblici e regolatori, gli enti creditizi, le comunità locali, i media e *opinion leader* e i sindacati.



CON L'OBIETTIVO DI GENERARE VALORE CONDIVISO E DURATURO, IL GRUPPO PERCASSI RICONOSCE LA PROPRIA CATENA DEL VALORE COME UN ELEMENTO PER LA DEFINIZIONE E GESTIONE DEGLI IMPATTI ECONOMICI, SOCIALI E AMBIENTALI CONNESSI ALLE PROPRIE ATTIVITÀ.

2.1 ANALISI DI MATERIALITÀ

In particolare:

- **A monte, i fornitori e i brand partner** internazionali giocano un ruolo fondamentale nel garantire qualità, coerenza valoriale e continuità della catena di approvvigionamento. Il Gruppo Percassi seleziona e collabora con *partner* che condividono *standard* coerenti con i propri principi.



- **A valle, i clienti finali e i consumatori** rappresentano una componente essenziale del modello di *business*, in quanto la loro esperienza e soddisfazione riflettono direttamente l'impegno del Gruppo per la qualità, la trasparenza e la sostenibilità dei prodotti e dei servizi offerti.



Consapevole delle crescenti aspettative provenienti dai propri *stakeholder*, il Gruppo Percassi ha intrapreso un percorso di integrazione progressiva della sostenibilità nella strategia aziendale, con l'obiettivo di ridurre gli impatti negativi, massimizzare i benefici sociali e ambientali e rafforzare la propria resilienza di lungo periodo.

Il dialogo con gli *stakeholder*, la gestione dei rischi sociali e ambientali e il monitoraggio delle *performance* ESG rappresentano elementi centrali della visione del Gruppo, in linea con il principio della creazione di valore condiviso.

2.1 ANALISI DI MATERIALITÀ

METODOLOGIA E PROCESSO DI ANALISI

L'analisi di **doppia materialità** ha avuto così l'obiettivo di identificare le tematiche di sostenibilità più rilevanti per la propria strategia e per le parti interessate. Il processo ha previsto la valutazione delle tematiche sotto due prospettive complementari:

- **Materialità d'impatto (*inside-out*)**, volta a identificare impatti significativi positivi o negativi, attuali o potenziali, che le attività del Gruppo Percassi generano su persone, ambiente e società, nel breve, medio o lungo periodo. Questa ha visto la partecipazione eterogenea di rappresentanti dei *brand*, di funzioni interne chiave e del *management*, con l'obiettivo di coinvolgere e dare voce a tutti i principali attori organizzativi nella valutazione dei principali impatti verso l'esterno di un Gruppo che, vista la sua complessità, richiede una visione dettagliata di tutte le sue angolature.
- **Materialità finanziaria (*outside-in*)**, focalizzata sui rischi e sulle opportunità legati alla sostenibilità che possono influire sulla posizione patrimoniale, sulle *performance* economiche e sulla resilienza operativa dell'organizzazione. In questo caso, la valutazione ha visto protagonista, come richiesto da metodologia, una prospettiva prettamente gestionale legata alle opportunità di sviluppo e ai rischi aziendali.

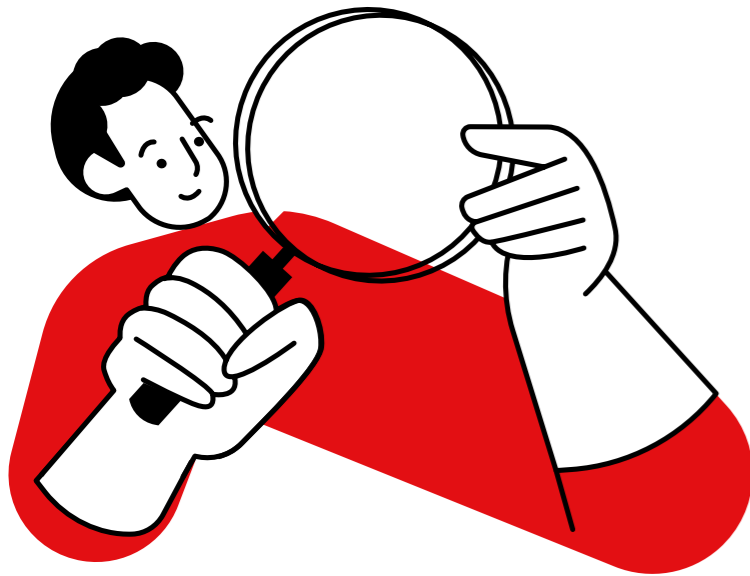


PER L'ANNO 2024, IL GRUPPO PERCASSI HA SVOLTO L'ANALISI DI DOPPIA MATERIALITÀ, AVVIANDO UN PERCORSO DI PROGRESSIVO ALLINEAMENTO AI PRINCIPALI REQUISITI DELLA *CORPORATE SUSTAINABILITY REPORTING DIRECTIVE (CSRD)* - LA NORMATIVA EUROPEA SULLA REPORTISTICA DI SOSTENIBILITÀ, CHE NEI PROSSIMI ANNI SARÀ APPLICABILE ANCHE AL GRUPPO - E ADOTTANDO LA METODOLOGIA DEI GRI *STANDARDS*.

2.1 ANALISI DI MATERIALITÀ

RISULTATI DELL'ANALISI

Dall'integrazione delle due prospettive di analisi sono emersi i seguenti temi **materiali**:



TEMA MATERIALE	MATERIALITÀ D'IMPATTO	MATERIALITÀ FINANZIARIA
Cambiamento climatico	Sì	Sì
Acqua e risorse marine ³	Sì	No
Economia circolare	Sì	No
Forza lavoro propria	Sì	Sì
Lavoratori della catena del valore	Sì	No
Comunità interessate	Sì	Sì
Consumatori e utilizzatori finali	Sì	Sì
Condotta delle imprese	Sì	Sì

L'analisi complessiva evidenzia come le tematiche rilevanti sia in prospettiva d'impatto sia finanziaria siano: il cambiamento climatico per l'area ambientale; la forza lavoro propria, le comunità interessate, i consumatori e utilizzatori finali per l'area sociale; la condotta delle imprese per l'area di *governance*. Queste rappresentano gli aspetti che generano impatti significativi verso l'ambiente, le persone e le comunità, e, in alcuni casi, che comportano rischi e/o opportunità rilevanti per la *performance* e la resilienza del Gruppo Percassi.

³- Il tema "Acqua e risorse marine" è materiale solo per la società Siren Coffee.

2.1 ANALISI DI MATERIALITÀ

In particolare:



- Il **cambiamento climatico** assume una doppia rilevanza: da un lato, per gli impatti connessi ai consumi energetici e alle emissioni; dall'altro, per i rischi fisici e operativi legati alle variazioni climatiche stagionali, che possono influire sulla continuità e sulla gestione dei punti vendita.



- La **forza lavoro propria** emerge come tema centrale sia per l'impatto sul benessere, la sicurezza e la valorizzazione dei collaboratori, sia per gli aspetti finanziari e reputazionali connessi alla capacità di attrarre, trattenere e motivare le persone, oltre che per le opportunità legate al miglioramento del clima aziendale e all'erogazione di *benefit*.



- Le **comunità interessate** rappresentano un tema rilevante poiché il Gruppo, attraverso la presenza diffusa dei propri punti vendita, contribuisce allo sviluppo economico e sociale dei territori, generando valore condiviso e opportunità di crescita locale.



- I **consumatori e utilizzatori finali** risultano materiali per l'impatto in termini di qualità, sicurezza e trasparenza dei prodotti e servizi offerti, ma anche per i rischi reputazionali e finanziari legati alla tutela dei dati e alla fiducia nel *brand*.



- La **condotta delle imprese**, infine, si conferma un pilastro trasversale della sostenibilità del Gruppo Percassi, integrando aspetti etici, di integrità e di conformità normativa che generano valore nel lungo periodo e al tempo stesso mitigano i rischi reputazionali e operativi.

Parallelamente, gli altri temi ambientali – **economia circolare** e **gestione di acqua e risorse marine** – e i **lavoratori della catena del valore** risultano materiali in ottica di impatto. Tale posizionamento degli altri temi ambientali non riflette una minore consapevolezza del Gruppo rispetto a tali questioni, bensì la specificità del settore *retail* e distributivo, caratterizzato da processi non produttivi.

Una specifica menzione viene fatta per il tema idrico, rilevato come materiale da un punto di vista dell'impatto per la sola società Siren Coffee, alla luce dell'attenzione del Gruppo Percassi nei confronti della gestione delle risorse idriche impiegate nei processi di preparazione delle bevande e degli alimenti offerti al pubblico.

Il tema legato ai **lavoratori della catena del valore** risulta materiale da un punto di vista d'impatto per l'attenzione nei confronti delle condizioni di lavoro e del rispetto dei diritti umani lungo la *supply chain*, in coerenza con i principi di eticità e responsabilità condivisa dal Gruppo.

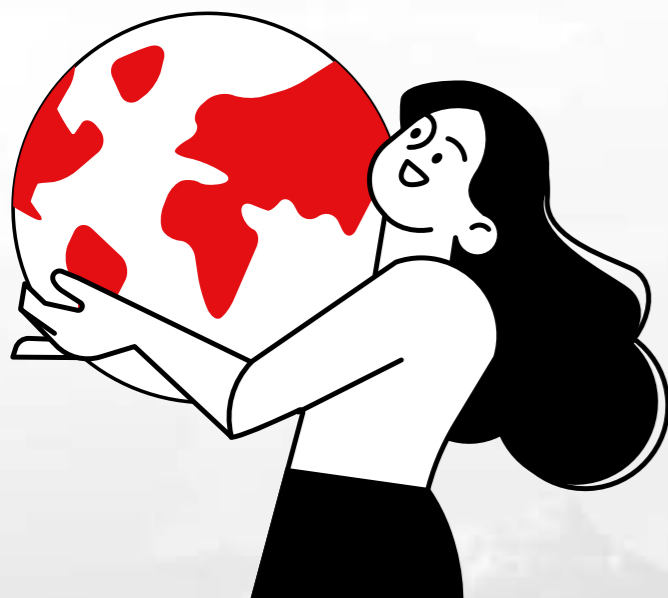
In sintesi, la matrice di doppia materialità restituisce un quadro coerente con l'identità e il modello di *business* del Gruppo Percassi: da un lato, l'impegno verso le persone, i clienti e la condotta etica come elementi cardine della sostenibilità aziendale; dall'altro, la consapevolezza e la responsabilità ambientale come parte integrante di una crescita duratura e rispettosa del contesto in cui il Gruppo opera.

Con riferimento all'analisi di materialità, questa ricopre una funzione di indirizzamento strategico per il Gruppo Percassi, che riesce così a identificare e valutare i propri impatti, rischi e opportunità materiali. Tale processo permette di avviare una gestione strutturata di tali tematiche, come viene descritto negli specifici capitoli per ognuno dei temi ESG ad essi associati.

03.

RESPONSABILITÀ AMBIENTALE

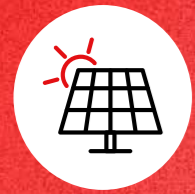
- 3.1 Consumi energetici ed emissioni
- 3.2 Gestione dei rifiuti
- 3.3 Gestione della risorsa idrica



Il Gruppo Percassi riconosce la necessità di coniugare lo sviluppo aziendale con la tutela delle risorse naturali. Questo impegno si traduce in una gestione attenta degli impatti ambientali derivanti dalle operazioni quotidiane, con particolare riguardo ai consumi energetici, alle emissioni, alla produzione di rifiuti e all'uso della risorsa idrica.

Nelle diverse aree di intervento vengono adottate misure concrete per ridurre l'impronta ecologica e promuovere una gestione più sostenibile delle attività. In questo modo, il Gruppo contribuisce alla transizione verso modelli di consumo più responsabili, coerenti con il proprio impegno ambientale.

3.1 CONSUMI ENERGETICI ED EMISSIONI



CONSUMI ENERGETICI:
76.653 GJ DI CUI IL
**79% DA ENERGIA
ELETTRICA
RINNOVABILE**

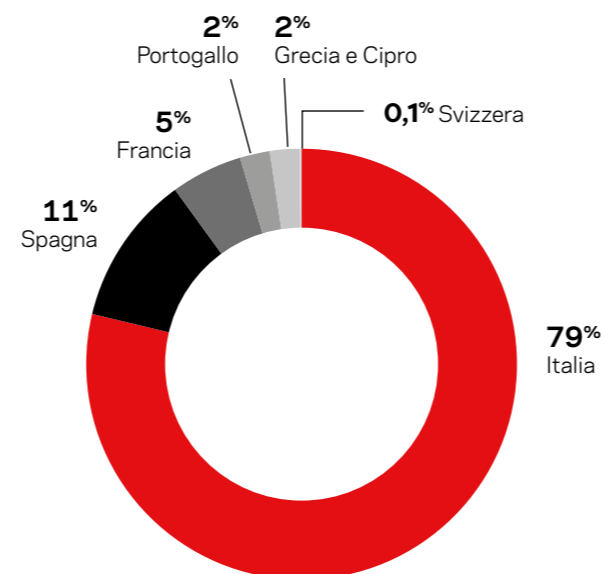
CONSUMO DI ENERGIA E MIX ENERGETICO

Nel corso del 2024 i **consumi energetici** complessivi del Gruppo Percassi, considerando i diversi Paesi in cui opera, ammontano a **76.653 GJ**.

Il *mix* energetico evidenzia come **l'energia elettrica** acquistata da rete nel 2024 rappresenti così **l'86% dei consumi energetici complessivi**, seguita dal gas naturale (7%) e da benzina e diesel per autotrazione (cumulativamente il 7%).

Sotto il profilo geografico, **i consumi del perimetro italiano** risultano i più rilevanti, con 60.362 GJ nel 2024, pari a circa **il 79% del totale**, mentre il restante 21% è attribuibile agli altri Paesi in cui il Gruppo è presente, come evidenziato nel grafico seguente. Un dato, questo, che rispecchia linearmente la distribuzione geografica del *business* stesso.

CONSUMI ENERGETICI PER PAESE



Dal monitoraggio dei consumi energetici emerge che, nel 2024, il Gruppo Percassi ha registrato un consumo complessivo da **fonti rinnovabili certificate** pari al **79%** del totale di energia elettrica. La quota di energia elettrica rinnovabile raggiunge il 100% in Svizzera, il 99% in Italia e una copertura parziale, pari al 20%, in Spagna. Sebbene in Francia l'energia acquistata non sia coperta da garanzie di origine, il *mix* energetico per il 2024 è composto come segue: 86,5% Nucleare, 1,5% Eolico, 2,1% Solare, 0,9% Biomassa, 8,1% Gas, 0,2% Carbone, 0,5% Petrolio, 0,02% altro.

Questo approccio testimonia la volontà del Gruppo di ridurre progressivamente l'impatto ambientale delle proprie attività, promuovendo scelte di fornitura energetica più responsabili e contribuendo alla **transizione** verso un **mix energetico** sempre più basato su **fonti rinnovabili** e a **ridotte emissioni** di gas serra.

3.1 CONSUMI ENERGETICI ED EMISSIONI

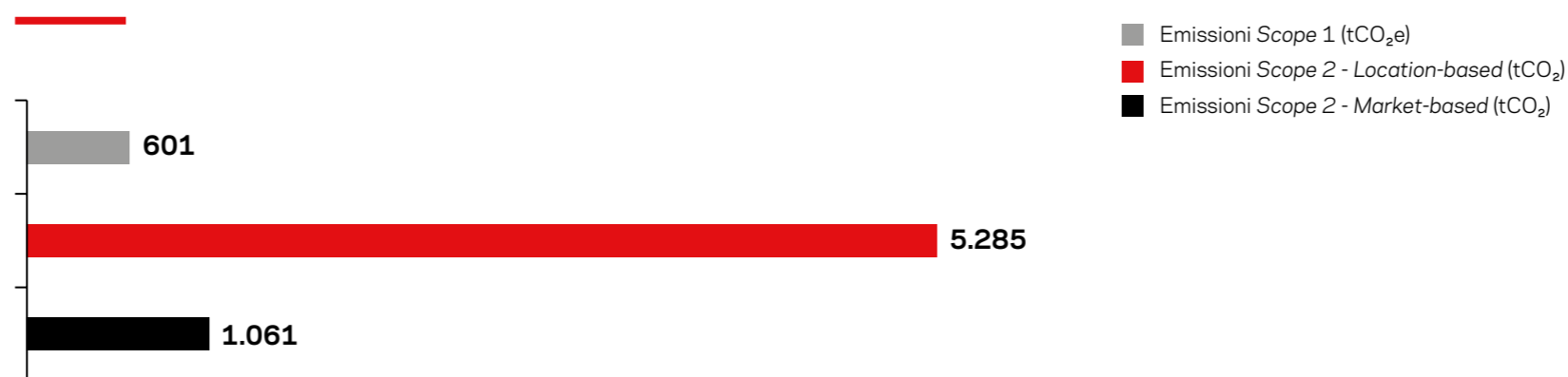
EMISSIONI DI GAS A EFFETTO SERRA

Il Gruppo Percassi misura e monitora le proprie emissioni di gas a effetto serra (GHG) distinguendo tra emissioni dirette (Scope 1)⁴ ed emissioni indirette derivanti dal consumo di energia elettrica acquistata (Scope 2)⁵. Le emissioni di Scope 2 sono calcolate secondo entrambi gli approcci *Location-based* e *Market-based*⁶, in conformità alle metodologie di riferimento riconosciute a livello internazionale.

Nel 2024 le emissioni complessive Scope 1 ammontano a 601 tCO₂e, di cui 261 tCO₂e derivanti da gas naturale e 340 tCO₂e da combustibili per autotrazione. Le emissioni Scope 2 (*Location-based*) risultano pari a 5.285 tCO₂, portando il totale Scope 1 + 2 (*Location-based*) a 5.886 tCO₂e.

Nel complesso, le emissioni indirette (Scope 2) rappresentano circa il 90% del totale Scope 1 + Scope 2 (*Location-based*), evidenziando come la quota prevalente delle emissioni rendicontate derivi dai consumi di energia elettrica acquistata.

EMISSIONI DIRETTE E INDIRETTE DI GHG (SCOPE 1 E SCOPE 2)



4- Scope 1 (emissioni dirette): rientrano in questa categoria le emissioni da fonti di proprietà o controllate dall'organizzazione. Le emissioni di Scope 1 sono espresse in tonnellate di CO₂e, in quanto la fonte utilizzata riporta anche i fattori di emissione degli altri gas diversi dalla CO₂.

5- Scope 2 (emissioni indirette): rientrano in questa categoria le emissioni desunte dai consumi di energia elettrica. Le emissioni di Scope 2 location based sono espresse in tonnellate di CO₂; tuttavia, la % di metano e protossido di azoto ha un effetto trascurabile sulle emissioni totali di gas serra (CO₂ equivalenti) come desumibile dalla letteratura tecnica di riferimento.

6- L'approccio "Location-based" prevede l'utilizzo di fattori di emissione medi relativi agli specifici mix energetici nazionali di produzione di energia elettrica. L'approccio "Market-based" prevede l'utilizzo di fattori di emissione definiti su base contrattuale con il fornitore di energia elettrica. In assenza di specifici accordi contrattuali tra il Gruppo Percassi ed il fornitore di energia elettrica (es. acquisto di Garanzie di Origine), per l'approccio "Market-based" è stato utilizzato il fattore di emissione relativo al "residual mix" nazionale.



EMISSIONI SCOPE 1 + SCOPE 2

LOCATION-BASED: **5.886 tCO₂e**

MARKET-BASED: **1.662 tCO₂e**

3.1 CONSUMI ENERGETICI ED EMISSIONI

A livello di perimetro geografico, le emissioni complessive *Scope 1 + 2 (Location-based)* riflettono le proporzioni dei consumi energetici evidenziati in precedenza. In particolare, **il perimetro italiano** rappresenta quasi l'**85% delle emissioni** totali, pari a circa 4.980 tCO_{2e}, mentre la quota restante si distribuisce tra Spagna (circa 9%), Grecia e Cipro (circa 4%), Portogallo (2%), Francia (circa 1%) e Svizzera (0,02%).

Grazie all'approvvigionamento di energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili certificate, il Gruppo ha ridotto l'impronta emissiva delle proprie attività, contribuendo concretamente alla mitigazione dei cambiamenti climatici.

AZIONI PER L'EFFICIENTAMENTO ENERGETICO E LA MITIGAZIONE DELLE EMISSIONI DI GAS SERRA

In continuità con le attività di misurazione e rendicontazione dei consumi energetici e delle emissioni, il Gruppo promuove iniziative volte a migliorare l'efficienza energetica, contribuendo al contenimento delle emissioni di gas a effetto serra.

In ottemperanza all'obbligo previsto per le Grandi Imprese dal **Decreto Legislativo 4 luglio 2014, n. 102**, che recepisce la Direttiva 2012/27/UE sull'efficienza energetica, Percassi Retail e le sue controllate effettuano **diagnosi energetiche con cadenza quadriennale** e comunicano i risultati all'Agenzia nazionale per le nuove tecnologie, l'energia e lo sviluppo economico sostenibile (ENEA). L'ultima diagnosi è stata depositata nel 2023 e ha interessato siti rappresentativi delle diverse attività aziendali.

Secondo l'approccio di calcolo **Market-based**, le emissioni complessive di gas a effetto serra (*Scope 1 e 2*) ammontano a 1.662 tCO_{2e}, un **valore nettamente inferiore** rispetto a quello **Location-based** precedentemente riportato. Tale risultato riflette l'azzeramento delle emissioni *Scope 2 (Market-based)* nel perimetro svizzero e il contenimento di quelle italiane e spagnole, in linea con i differenti livelli di **utilizzo di energia rinnovabile** nei rispettivi Paesi.

In un'ottica di miglioramento continuo, il Gruppo Percassi mantiene alta l'attenzione sull'andamento delle proprie emissioni di gas a effetto serra, adottando un approccio volto alla riduzione progressiva del proprio impatto ambientale.



3.1 CONSUMI ENERGETICI ED EMISSIONI



Tra questi, un ampio **programma di relamping**, che prevede la sostituzione progressiva dei sistemi di illuminazione tradizionali con lampade a LED ad alta efficienza, capaci di ridurre i consumi energetici e le emissioni di CO₂, assicurando al contempo maggiore durata e una minore produzione di rifiuti.

A tale intervento si affianca l'introduzione di **sistemi automatici di regolazione degli orari di illuminazione**, volti ad ottimizzare l'utilizzo dell'energia elettrica.

In continuità con tali azioni, il Gruppo collabora con il *brand partner* Starbucks nell'ambito del programma "Greener Store", che promuove la riduzione dell'impatto ambientale dei punti vendita attraverso l'adozione di criteri di efficienza energetica e l'utilizzo di soluzioni tecnologiche a basso consumo.

Per limitare ulteriormente l'impatto ambientale, il Gruppo Percassi esegue anche **controlli periodici** sugli impianti e sulle attrezzature degli *store* contenenti **gas fluorurati (F-gas), in conformità alla normativa vigente**. Sono oggetto di monitoraggio tutti i sistemi che contengono quantità di gas equivalenti o superiori a 5 tonnellate di CO₂, tra cui apparecchiature di condizionamento e refrigerazione installate nei punti vendita e nelle sedi operative. Le verifiche, condotte da tecnici abilitati, comprendono la ricerca di eventuali perdite, la redazione di rapporti tecnici e la trasmissione dei dati alla Banca Dati Gas Fluorurati, garantendo la tracciabilità delle operazioni, la conformità normativa e la riduzione delle emissioni climalteranti.

Oltre alle emissioni dirette e indirette di *Scope 1 e 2*, il Gruppo riconosce l'esistenza di ulteriori impatti ambientali lungo la catena del valore, tra cui quelli derivanti dagli spostamenti di lavoro. In tale ambito, per tutte le società facenti capo a Percassi Retail e per quelle operative nel settore della ristorazione, nonché per Percassi Management, vige una **Travel Policy che include aspetti orientati alla sostenibilità**, che invita a considerare l'impatto di ogni viaggio sulle persone e sull'ambiente, promuovendo l'utilizzo di riunioni virtuali e, in caso di viaggi indispensabili, raccomandando di limitare il numero di partecipanti, privilegiare i mezzi pubblici e prediligere soluzioni di *car sharing* o veicoli a basse emissioni.

Inoltre, presso l'*headquarter* a Bergamo sono state installate **infrastrutture per la ricarica di veicoli elettrici**, a supporto della mobilità a zero emissioni e della promozione di comportamenti aziendali più sostenibili.

Nel complesso, l'insieme di queste iniziative conferma l'impegno del Gruppo Percassi verso un modello di gestione energetica sempre più efficiente e responsabile, orientato alla riduzione delle emissioni e al miglioramento delle *performance* ambientali.

3.2 GESTIONE DEI RIFIUTI

NEL 2024 IL GRUPPO HA PROSEGUITO IL PROPRIO PERCORSO VERSO UNA GESTIONE RESPONSABILE DEI RIFIUTI, RAFFORZANDO L'IMPEGNO PER RIDURRE GLI IMPATTI AMBIENTALI DERIVANTI DALLE ATTIVITÀ OPERATIVE E PROMUOVENDO UNA LOGICA CIRCOLARE BASATA SULLA PREVENZIONE, IL RIUSO E IL RICICLO.

I processi aziendali sono guidati dalla presenza di specifiche **procedure operative di gestione dei rifiuti**, che assicurano uniformità e conformità alle normative vigenti. Queste sono finalizzate a minimizzare la produzione di scarti, migliorare la raccolta differenziata, ottimizzare l'utilizzo delle risorse e contribuire ad un modello di crescita rispettoso dell'ambiente. Negli **uffici aziendali**, il Gruppo Percassi ha adottato un approccio strutturato alla **riduzione degli sprechi** e alla **promozione di pratiche di consumo responsabile**, integrando la sostenibilità nella gestione quotidiana delle risorse. Dal 2019 viene impiegata esclusivamente **carta certificata FSC**, principalmente riciclata, mentre nei punti ristoro e negli spazi comuni sono stati introdotti bicchieri in carta FSC e **sistemi di depurazione dell'acqua**, con una conseguente limitazione del consumo di bottiglie in plastica. A sostegno di tali iniziative, ogni nuovo dipendente riceve una **borraccia riutilizzabile**, favorendo la diffusione di comportamenti consapevoli e sostenibili all'interno dell'ambiente di lavoro. L'eliminazione dei cestini individuali a favore di **isole di raccolta differenziata** per piano ha consentito di migliorare la qualità della raccolta, mentre nei servizi igienici sono stati installati asciugamani in tessuto riutilizzabili e asciugatori ad aria, in sostituzione dei materiali usa e getta. Anche i momenti di pausa sono gestiti in un'ottica sostenibile attraverso la **raccolta e il riciclo delle cialde di caffè**, iniziativa attiva dal 2019 che consente il recupero dei materiali e contribuisce alla riduzione degli sprechi.

Parallelamente, il Gruppo adotta **criteri di sostenibilità anche nella gestione del packaging**, ponendo particolare attenzione alla scelta di soluzioni a basso impatto ambientale. Ad esempio, le *shopper* del brand Nike, utilizzate nei punti vendita, sono realizzate in carta FSC 100% riciclata, con inchiostri a base d'acqua, così come le scatole destinate alle spedizioni e-commerce di Victoria's Secret e Bath & Body Works, prodotte al 100% in cartone FSC. Nell'ottica di un miglioramento continuo dei processi produttivi, Victoria's Secret ha inoltre avviato, e completato nel 2024, la conversione delle *shopper* da manuali ad automatiche, in carta 100% FSC contenente il 90% di materiale riciclato (*post consumer waste*), con l'obiettivo di ottimizzare e ridurre l'impatto ambientale complessivo. In linea con la volontà di contrastare la cultura dell'"usa e getta" e promuovere un consumo più consapevole, la maggior parte dei brand del Gruppo Percassi ha introdotto *shopper* a pagamento, incoraggiando il riutilizzo e la responsabilizzazione dei consumatori nella gestione delle risorse.

Nel perimetro di Siren Coffee, e quindi relativamente al marchio Starbucks, il Gruppo adotta inoltre pratiche mirate alla **riduzione dello spreco alimentare**, collaborando in Italia con il Banco Alimentare per la donazione di prodotti prossimi alla scadenza, ma ancora idonei al consumo e, a livello più ampio, con la piattaforma Too Good To Go per il recupero e la valorizzazione dei prodotti invenduti.

3.2 GESTIONE DEI RIFIUTI

Per ridurre l'utilizzo di contenitori monouso, negli store Starbucks è stata promossa l'adozione delle *reusable cups*, offrendo una scontistica ai clienti che scelgono di utilizzare tazze personali riutilizzabili e favorendo comportamenti di consumo più responsabili. Nel corso del 2025 sarà inoltre introdotta una nuova *cup* per bevande calde con coperchio, compostabile in ambito domestico o riciclabile nella carta. Realizzata con rivestimento a base minerale in sostituzione dello strato plastico e coperchio in fibra cellulosica, utilizza cartone proveniente da fibra di legno fresca e tracciabile delle foreste del Nord Europa. Le nuove *cup* e i coperchi hanno ottenuto la valutazione di riciclabilità da Circpack by Veolia e la certificazione di compostabilità domestica da DIN CERTCO, rappresentando un ulteriore passo verso la progressiva eliminazione della plastica e la riduzione dell'impatto ambientale dei materiali di consumo.

Parallelamente, in Francia, è attivo il progetto di digitalizzazione degli scontrini, che consente ai clienti la possibilità di optare per la ricezione dello scontrino virtuale anziché stampato, riducendo così il consumo di carta e inchiostro.

La sostenibilità è integrata anche nella gestione dei rifiuti da apparecchiature elettriche ed elettroniche (RAEE), ambito in cui vengono promosse pratiche di recupero e riutilizzo orientate alla responsabilità ambientale e sociale. In questa direzione, è stata avviata una collaborazione per il recupero e la rigenerazione dei dispositivi *IT* dismessi, iniziativa che consente di ridurre la produzione di rifiuti tecnologici e, al contempo, di favorire l'inclusione sociale.

Inoltre, ai dipendenti è offerta la possibilità di riscattare *laptop* e *smartphone* aziendali a fine vita, prolungando il ciclo di utilizzo dei dispositivi e contribuendo a una gestione più sostenibile delle risorse elettroniche.

Nel complesso, queste azioni testimoniano l'impegno del Gruppo Percassi nell'integrare i principi dell'economia circolare nei propri processi operativi, favorendo una gestione efficiente dei materiali, la riduzione degli sprechi e il riutilizzo delle risorse.



3.3 GESTIONE DELLA RISORSA IDRICA

La gestione responsabile delle risorse idriche rappresenta un aspetto rilevante per Siren Coffee, motivo per cui la tematica è stata ritenuta materiale. A differenza delle altre società del Gruppo, l'acqua costituisce per Siren Coffee una risorsa primaria, utilizzata in modo continuativo per la preparazione delle bevande e degli alimenti di Starbucks e per garantire elevati *standard* di igiene e del servizio offerto al cliente. L'acqua, infatti, incide direttamente sulla qualità delle bevande, oltre che sul corretto funzionamento delle attrezzature e sulla sanificazione degli ambienti. Considerando tale utilizzo, è opportuno operarne una gestione consapevole.

In tale contesto, Siren Coffee si impegna a monitorare costantemente i propri consumi idrici. Nel 2024, **i prelievi di acqua da terze parti**, quali fornitori municipali di acqua, sono stati stimati in **circa 83 megalitri**, di cui il 21% proveniente da aree soggette a stress idrico.

La gestione efficiente dell'acqua rappresenta uno dei pilastri del programma internazionale "Greener Store" di Starbucks, che promuove la *Water Stewardship* attraverso l'adozione di soluzioni tecnologiche e operative volte alla riduzione dei consumi.

Nel corso del 2023, Siren Coffee ha aderito al programma di Starbucks. Ciò ha permesso di certificare tre punti vendita come **Greener Store**, mentre nel 2024 il numero è salito a nove. L'obiettivo per il prossimo anno è di certificare ulteriori cinque *store*.



04.

RESPONSABILITÀ SOCIALE

- 4.1 Gestione delle risorse umane
 - 4.1.1 Composizione dell'organico
 - 4.1.2 Sviluppo e valorizzazione del capitale umano
 - 4.1.3 Diversità e inclusione
 - 4.1.4 Salute e sicurezza
- 4.2 Gestione dei clienti
 - 4.2.1 Soddisfazione dei clienti
 - 4.2.2 Sicurezza dei prodotti
- 4.3 Relazioni con le comunità locali

4.1 GESTIONE DELLE RISORSE UMANE

Il **fattore umano** rappresenta il **motore della crescita del Gruppo**, grazie al contributo di idee, competenze e capacità di innovazione delle proprie persone. Il Gruppo Percassi promuove un contesto di lavoro sicuro e collaborativo, orientato al benessere delle persone e alla valorizzazione del talento, sostenendo percorsi di crescita professionale e personale e incoraggiando l'equilibrio tra vita lavorativa e privata, nel rispetto e nella valorizzazione delle diversità.



64%
dipendenti donne



2.649
nuove assunzioni



63% dipendenti
under 30



52.417
ore di formazione

4.1 GESTIONE DELLE RISORSE UMANE

4.1.1 COMPOSIZIONE DELL'ORGANICO

Rispetto all'anno precedente si è registrato un incremento del 14% nel numero di dipendenti, principalmente dovuto alle nuove aperture di *store* dei diversi *brand*, a conferma dell'espansione delle attività del Gruppo Percassi e della volontà di continuare a investire in talenti e risorse, oltre che nel mercato.

I contratti a tempo indeterminato rappresentano il 70% della forza lavoro complessiva, in linea con l'anno precedente, evidenziando un consolidamento della stabilità occupazionale, che risulta equilibrato tra uomini e donne, a testimonianza dell'impegno del Gruppo nel garantire pari opportunità e condizioni di lavoro eque.

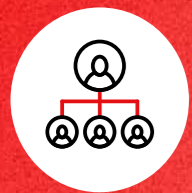
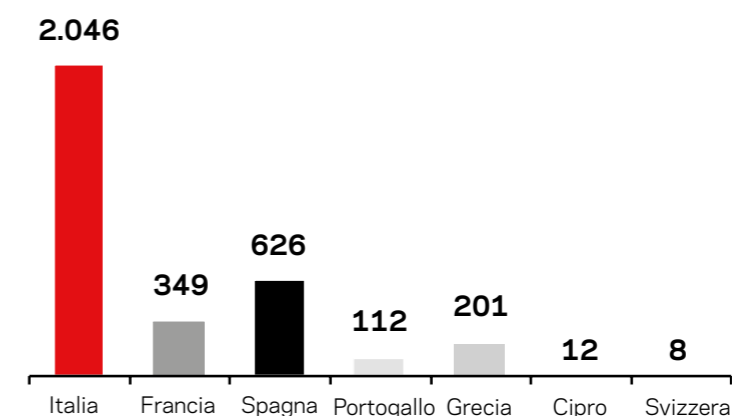
Dal punto di vista anagrafico, il 63% dei dipendenti appartiene alla fascia d'età *under 30*, il 33% rientra nella fascia intermedia tra i 30 e i 50 anni, mentre solo il 3% supera i 50 anni di età. Questa distribuzione, che evidenzia una forza lavoro giovane e dinamica, riguarda principalmente il personale impiegatizio. Tra i dirigenti, invece, si osserva una maggiore concentrazione nelle fasce d'età superiori ai 30 anni, in linea con l'esperienza richiesta dai ruoli di responsabilità.

Nel 2024, i lavoratori *part-time* costituiscono il 65% della forza lavoro totale, una quota in linea con le caratteristiche stagionali e le esigenze di flessibilità tipiche dei settori in cui operano le società del Gruppo Percassi, dove comunque tutti i dipendenti sono coperti da accordi di contrattazione collettiva, a garanzia della tutela dei diritti e delle condizioni di lavoro.

Infine, il tasso di *turnover* si attesta al 79%, in lieve diminuzione (-4%) rispetto all'anno precedente. Tale valore riflette la natura del settore *retail*, la cui società di riferimento Percassi Retail registra la maggioranza della popolazione del Gruppo, caratterizzato da una fisiologica mobilità del personale e da una significativa presenza di contratti a tempo determinato o stagionali. Il calo registrato rappresenta tuttavia un segnale positivo, che evidenzia una maggiore stabilità e una crescente capacità del Gruppo Percassi di trattenere le proprie persone.

Questa evoluzione si inserisce in un quadro occupazionale più ampio, che vede la forza lavoro distribuita in modo eterogeneo nei diversi Paesi in cui il Gruppo opera. La maggioranza dei dipendenti è concentrata in Italia (61% del totale), seguita da Spagna (19%), Francia (10%), Grecia (6%) e Portogallo (3%). Tale distribuzione riflette sia la presenza storica e consolidata del Gruppo Percassi in Italia sia il progressivo processo di espansione internazionale, con mercati in crescita che stanno assumendo un peso sempre più rilevante nelle diverse aree geografiche.

TOTALE DIPENDENTI



AL 31 DICEMBRE 2024,
IL GRUPPO IMPIEGA UNA FORZA
LAVORO COMPLESSIVA DI
3.354 PERSONE, SUPPORTATE DA
276 COLLABORATORI ESTERNI,
TRA CUI STAGISTI, LAVORATORI
SOMMINISTRATI E AUTONOMI.

4.1 GESTIONE DELLE RISORSE UMANE

4.1.2 SVILUPPO E VALORIZZAZIONE DEL CAPITALE UMANO

L'azienda dedica, quindi, particolare attenzione a tutte le fasi del percorso lavorativo, dalla selezione alla formazione, riconoscendo che **investire nello sviluppo delle persone** sia **fondamentale**, motivo per cui i principali elementi che ruotano attorno all'ecosistema sociale interno vengono di seguito descritti.

SELEZIONE DEL PERSONALE

Il processo di assunzione segue un percorso strutturato e differenziato in base alle tipologie di posizioni: quelle presso le sedi e gli uffici, e quelle relative all'organico dei punti vendita.

Per le prime, il *budget* del personale viene definito in ottica previsionale, con la possibilità di future integrazioni, considerando le esigenze operative dell'anno successivo. Una volta approvato, vengono pubblicate le offerte di lavoro e avviato il processo di selezione, che prevede colloqui sia *online* sia in presenza con il *team HR* e i *manager* di riferimento.

La selezione si conclude con la formalizzazione della lettera di intenti, la stesura del contratto e l'avvio dell'*onboarding*, garantendo una transizione strutturata e coerente all'interno dell'organizzazione.

Per le assunzioni nei punti vendita, il processo di autorizzazione per nuove posizioni o sostituzioni segue un rigoroso *iter* di validazione che coinvolge diversi livelli di *management*.

Negli store già operativi, lo *store manager* dispone di maggiore autonomia nella valutazione dei curriculum e nella conduzione dei colloqui, supportato da un portale dedicato per le candidature. In questo contesto, il *team HR* si concentra principalmente sulla redazione dei contratti e sul rispetto delle normative vigenti.

Per le nuove aperture, invece, il *team HR* gestisce l'intero processo: dalla ricerca e selezione dei curriculum, all'organizzazione di colloqui di gruppo in collaborazione con l'*area manager*, fino alla gestione di tutti gli aspetti contrattuali, assicurando coerenza, correttezza e qualità del processo di inserimento.



PER IL GRUPPO, VALORIZZARE LE COMPETENZE E IL TALENTO DEI COLLABORATORI È UN ELEMENTO CENTRALE PER GARANTIRE CRESCITA SOSTENIBILE E RISULTATI DI QUALITÀ.



INVESTIRE NELLO SVILUPPO DEI TALENTI È UNA PRIORITÀ PER IL GRUPPO PERCASSI, A CONFERMA DELL'ATTENZIONE ALLA CRESCITA PROFESSIONALE E AL COINVOLGIMENTO DEI PROPRI COLLABORATORI.



circa
16 ore
medie di **formazione**
per dipendente
nel 2024

4.1 GESTIONE DELLE RISORSE UMANE

FORMAZIONE

Grazie a investimenti in diverse risorse e opportunità formative, il personale può sviluppare le competenze necessarie per garantire *standard* elevati di servizio. Fin dai primi momenti successivi all'inserimento in azienda, i nuovi collaboratori partecipano ad un percorso di *onboarding* strutturato, volto a facilitare l'integrazione nel contesto aziendale e a trasmettere loro i principi e i valori che guidano il Gruppo. Questo approccio non solo supporta lo sviluppo individuale, ma contribuisce anche a promuovere un ambiente di lavoro stimolante, dinamico e orientato al risultato, in cui le persone sono motivate a esprimere al meglio il proprio potenziale.

Per le posizioni nelle sedi e per le posizioni manageriali in *store*, il Gruppo Percassi offre programmi di formazione strutturati e mirati allo sviluppo delle competenze necessarie per ricoprire efficacemente il proprio ruolo e favorire la crescita del *team*, con percorsi formativi comprensivi dello sviluppo di competenze manageriali, tecniche, linguistiche e di *soft skills*. Un emblematico esempio è il percorso *Leadership & Management Effectiveness*, che si concentra sul rafforzamento delle capacità manageriali in maniera completa e integrata, fornendo strumenti pratici per guidare con efficacia i *team* e accompagnarne lo sviluppo. Per quanto riguarda le competenze linguistiche, invece, grazie alla collaborazione con una piattaforma digitale, sono offerti percorsi di formazione linguistica approfondita, sia individuali sia di gruppo, modulati sulle esigenze del ruolo e del *business*. Inoltre, per i dipendenti di sede sono previsti programmi di formazione tecnica che mirano a potenziare le conoscenze e le abilità operative, supportando lo sviluppo rapido del *business* attraverso attività di *up-skilling* e *re-skilling*, così che il personale sia sempre preparato ad affrontare nuove sfide ed opportunità.

Infine, oltre alla formazione manageriale e tecnica, sono previste iniziative di *Team Empowerment*, come attività di *team building* in contesti *outdoor*, con l'obiettivo di rafforzare lo spirito di squadra, favorire la collaborazione all'interno dei *team* e creare sinergie tra funzioni e dipartimenti diversi.

Per il personale negli *store*, invece, il Gruppo Percassi ha sviluppato un programma di formazione strutturato, articolato in diverse fasi complementari. In una prima fase, i dipendenti seguono una formazione teorica anche attraverso un portale digitale messo a disposizione dai *brand partner*, che comprende materiali didattici relativi ai prodotti e ai marchi, oltre a moduli sulle tecniche di vendita. Successivamente, i collaboratori partecipano a un percorso pratico *on the job*, durante il quale mettono in pratica le conoscenze acquisite sotto la guida del responsabile della formazione del punto vendita. Infine, il Gruppo ha introdotto un sistema di aggiornamento continuo delle competenze, che include verifiche periodiche e certificazioni semestrali, garantendo che il personale mantenga elevate competenze professionali e contribuisca in maniera costante al miglioramento della qualità del servizio offerto.

In particolare, complessivamente, nel 2024 il Gruppo Percassi ha erogato circa 16 ore medie di formazione per dipendente, registrando un incremento del 45% rispetto all'anno precedente. Questo risultato riflette la volontà di promuovere una cultura della crescita continua, in cui la formazione rappresenta uno strumento concreto per accrescere la professionalità, favorire la motivazione e sostenere l'evoluzione del *business* in un contesto competitivo in costante trasformazione.

4.1 GESTIONE DELLE RISORSE UMANE

REMUNERAZIONE E WELFARE

La politica retributiva del Gruppo si fonda principalmente sui livelli economici definiti dai contratti collettivi nazionali di riferimento per il settore, ai quali si affiancano componenti aggiuntive legate al merito e ai risultati individuali. La definizione delle retribuzioni avviene a cura della Direzione Aziendale, che valuta le *performance*, le competenze e la responsabilità dei singoli lavoratori, con l'obiettivo di assicurare equità interna e coerenza rispetto alle politiche retributive di mercato.

Con riferimento al **gender pay gap**, ovvero la differenza retributiva media tra uomini e donne, l'analisi condotta evidenzia un quadro di sostanziale parità per la quasi totalità della popolazione aziendale. Considerando infatti le categorie di impiegati, operai e apprendisti, che rappresentano il 98% della forza lavoro, il rapporto tra la retribuzione media femminile e quella maschile (calcolato sulla RAL) risulta pari a 1. Il rapporto si assesta a 0,9 se si includono tutti i dipendenti.

Il Gruppo Percassi promuove il benessere delle persone attraverso un articolato sistema di **welfare aziendale**, orientato alla flessibilità e alla conciliazione tra vita professionale e privata.

Le misure di welfare illustrate di seguito costituiscono un insieme di iniziative di riferimento, la cui applicazione è valutata tenendo conto delle specificità locali e del contesto di ciascuna società. Tra le principali misure adottate figurano:



Flessibilità e conciliazione

Il personale di sede può usufruire di due giorni di *smart working* a settimana, con orari di ingresso e pausa pranzo modulabili. Inoltre, il '*Short Friday*' consente di anticipare l'uscita fino a quattro ore il venerdì pomeriggio, qualora siano state accumulate ore extra durante la settimana.



Benefit personalizzati

Grazie alla piattaforma di *Flexible Benefit*, i dipendenti con contratto a tempo indeterminato o di apprendistato possono scegliere i servizi più adatti alle proprie esigenze, con un credito dedicato.



Salute e benessere

Il *kit di benefit* include la telemedicina attiva 24/7, consulenze specialistiche e supporto psicologico *online*, garantendo attenzione alla salute fisica e mentale.



Vantaggi economici e sociali

Completano il pacchetto una piattaforma di sconti su oltre 200 *brand*, agevolazioni sui marchi del Gruppo, *ticket restaurant* e parcheggio per il personale di sede e iniziative che rafforzano il senso di comunità. Sono inoltre previste convenzioni per palestre e servizi per il tempo libero.

Attraverso queste iniziative, il Gruppo Percassi conferma la propria attenzione verso un modello di gestione delle persone basato su equità, valorizzazione delle competenze e cura del benessere complessivo, elementi considerati strategici per la motivazione e la fidelizzazione dei dipendenti.

4.1 GESTIONE DELLE RISORSE UMANE

4.1.3 DIVERSITÀ E INCLUSIONE

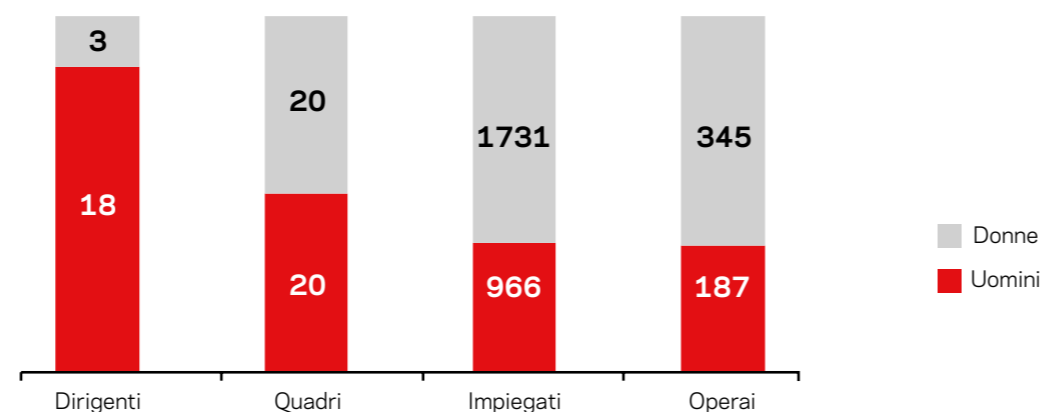
La **composizione di genere** nelle diverse categorie professionali offre un quadro articolato in termini di diversità e inclusione. Nelle posizioni dirigenziali si registra una prevalenza maschile, con gli uomini che rappresentano circa l'85% del totale. La presenza femminile, pari al 15%, evidenzia un ambito su cui il Gruppo è impegnato a rafforzare le proprie azioni per favorire un accesso più equilibrato ai ruoli di vertice. Tra i quadri, invece, la distribuzione di genere risulta più bilanciata, con una presenza femminile intorno al 50%. Nelle categorie di impiegati e operai le donne rappresentano oltre il 60% del totale, confermando una significativa partecipazione femminile nelle funzioni operative e amministrative.

Nel complesso, il Gruppo Percassi mostra progressi nella promozione della parità di genere, in particolare nelle fasce intermedie e operative, e prosegue nel proprio impegno a garantire un'equa rappresentanza anche nei livelli dirigenziali, in coerenza con i principi di inclusione e valorizzazione delle persone, che ispirano la propria strategia di sostenibilità.

In continuità con l'impegno volto a promuovere la diversità e la parità di genere, il Gruppo adotta un approccio inclusivo fondato sul rispetto e sulla valorizzazione delle differenze individuali. Infatti, si impegna a garantire **pari opportunità** in tutte le fasi del rapporto di lavoro, dalla selezione alla formazione, fino allo sviluppo professionale, assicurando che fattori quali genere, età, origine, cultura, orientamento sessuale, nazionalità, religione, opinioni e credenze, disabilità, situazione familiare, livello di istruzione o appartenenza sindacale non influenzino le decisioni aziendali.

Nel 2024, come già nell'anno precedente, non sono pervenute segnalazioni di discriminazioni o molestie da parte di dipendenti, fornitori o *partner* commerciali, confermando l'efficacia delle politiche interne a tutela di un ambiente di lavoro equo e rispettoso.

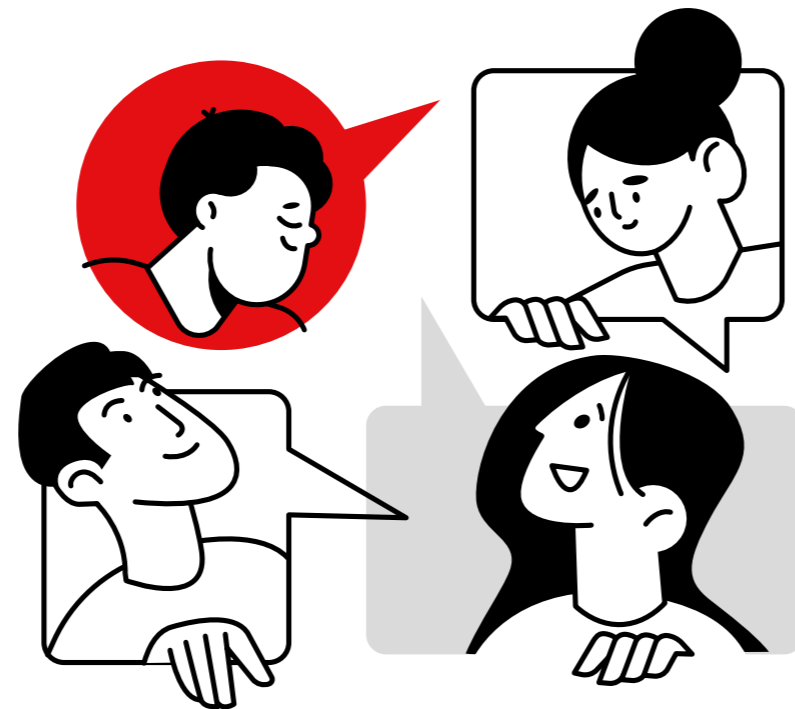
DIPENDENTI PER INQUADRAMENTO E GENERE



4.1 GESTIONE DELLE RISORSE UMANE

CERTIFICAZIONE PER LA PARITÀ DI GENERE - UNI/PDR 125

La certificazione si basa su un sistema di indicatori che consentono di monitorare e migliorare le *performance* in sei aree fondamentali: cultura e strategia, *governance*, processi HR, opportunità di crescita e inclusione delle donne, equità remunerativa, tutela della genitorialità e conciliazione vita-lavoro. Attraverso un approccio orientato al miglioramento continuo, la UNI/PdR 125:2022 permette alle organizzazioni di individuare eventuali *gap*, definire obiettivi concreti e rendicontare i risultati in modo trasparente. In tale prospettiva, Percassi Retail ha conseguito la certificazione UNI/PdR 125:2022, a conferma dell'impegno dell'intero Gruppo Percassi nella promozione di un ambiente di lavoro equo, inclusivo e rispettoso delle pari opportunità.



Questo risultato riflette l'attenzione già presente verso i temi della diversità, della valorizzazione delle persone e dell'equità nei percorsi professionali. In particolare, il Piano Strategico sulla parità di genere si articola su sei pilastri principali, che guidano le azioni volte a promuovere l'inclusione e l'equità all'interno dell'organizzazione:



Selezione e assunzione (*recruiting*): le procedure di *recruiting* sono strutturate per garantire pari opportunità a tutti i candidati, con attenzione alla neutralità di genere nei *job profile*, formazione dedicata per chi seleziona e strumenti oggettivi di valutazione per ridurre pregiudizi inconsci. L'*onboarding* è studiato per facilitare l'inserimento e la comprensione dell'organizzazione fin dal primo giorno.



Gestione della carriera: i percorsi di carriera e i programmi di *performance management* assicurano opportunità chiare e strutturate per tutte le risorse. Vengono utilizzati *assessment* oggettivi per individuare talenti e potenziali aree di sviluppo, con percorsi di crescita trasversali, formazione continua e possibilità di mobilità interna e internazionale.



Equità salariale: monitoraggio di retribuzioni, *benefit* e *bonus* per garantire parità di trattamento economico tra i generi. La comunicazione trasparente e il programma di *Total Reward* assicurano che tutti i dipendenti conoscano e possano accedere alle opportunità disponibili.

LA UNI/PDR 125:2022 RAPPRESENTA LA PRASSI DI RIFERIMENTO NEL CONTESTO LEGISLATIVO ITALIANO PER L'ADOZIONE DI UN SISTEMA DI GESTIONE DELLA PARITÀ DI GENERE ALL'INTERNO DELLE ORGANIZZAZIONI PUBBLICHE E PRIVATE. ELABORATA DA UNI IN COLLABORAZIONE CON IL DIPARTIMENTO PER LE PARI OPPORTUNITÀ, LA NORMA DEFINISCE UN MODELLO STRUTTURATO E MISURABILE PER INTEGRARE I PRINCIPI DI UGUAGLIANZA, INCLUSIONE E VALORIZZAZIONE DELLA DIVERSITÀ NEI PROCESSI AZIENDALI.

4.1 GESTIONE DELLE RISORSE UMANE



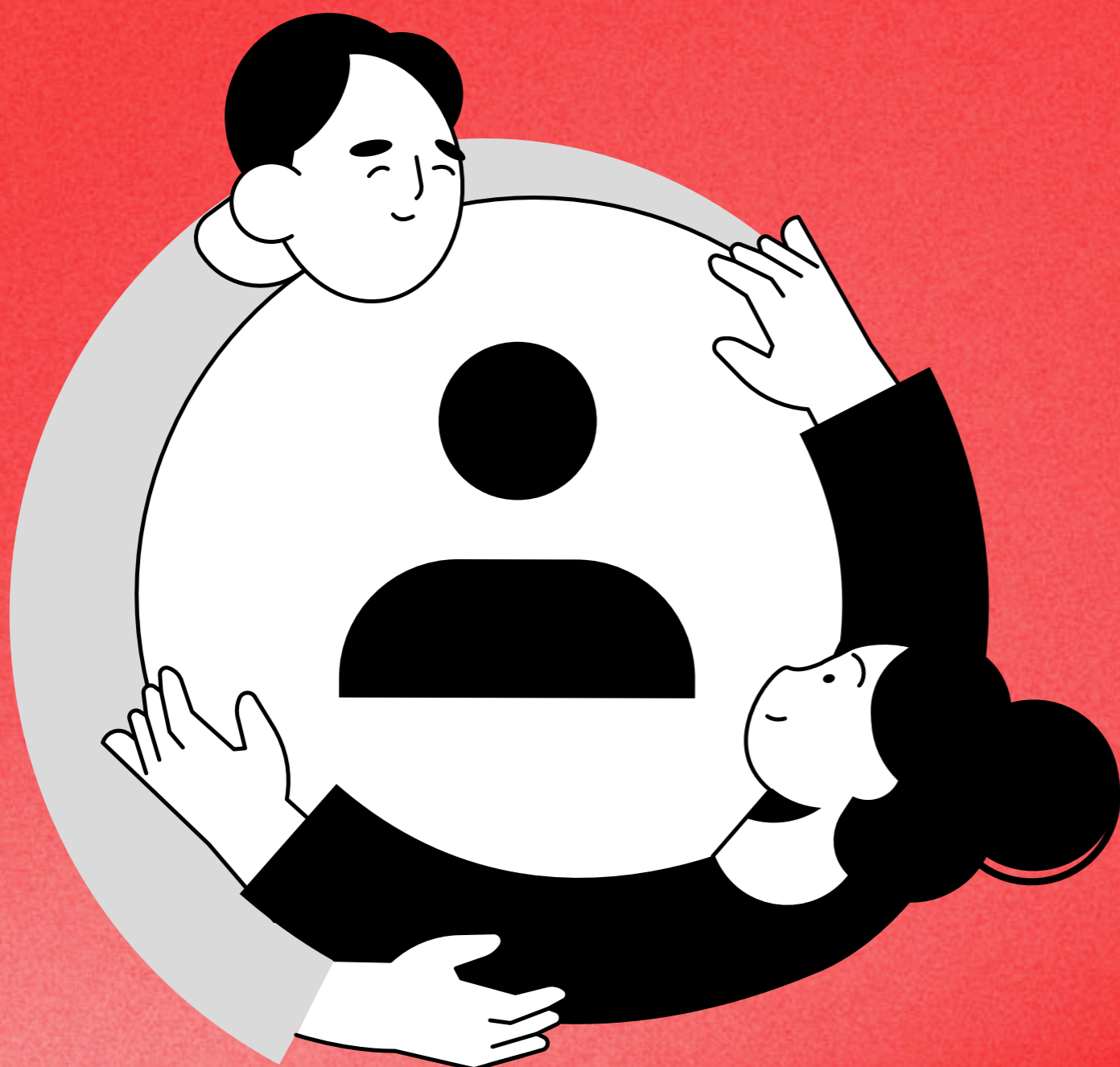
Genitorialità e cura: le politiche di supporto alla genitorialità includono congedi, *smart working* e servizi dedicati al rientro. Iniziative di *welfare* e formazione completano l'offerta per sostenere le esigenze dei genitori.



Conciliazione dei tempi vita-lavoro (*work-life balance*): misure di flessibilità come ingressi e uscite flessibili, *part-time*, *short friday* e *smart working* permettono di conciliare esigenze professionali e personali, integrate da *survey* e momenti di ascolto per adattare le politiche alle necessità dei dipendenti.



Prevenzione di abusi e molestie: sono attivi processi di prevenzione, canali di segnalazione anonima (*whistleblowing* e procedure interne) e formazione, volti a garantire un ambiente di lavoro sicuro, inclusivo e rispettoso.



4.1 GESTIONE DELLE RISORSE UMANE

PROCEDURA ANTIMOLESTIE E ANTIDISCRIMINAZIONE

In tale prospettiva, il Gruppo Percassi ha adottato la procedura **“No Discriminazioni e Molestie”**, che formalizza i valori e le modalità operative per prevenire, gestire e correggere eventuali comportamenti non conformi agli *standard* etici e di integrità del Gruppo.

Il documento è volto a garantire un ambiente di lavoro libero da qualsiasi forma di molestia o discriminazione, sia essa di natura sessuale, morale o correlata a caratteristiche personali quali età, genere, origine etnica o sociale, religione, orientamento sessuale, **disabilità** o convinzioni individuali. Definisce, inoltre, in modo chiaro i concetti chiave di discriminazione, molestia sessuale, molestia morale e mobbing, al fine di promuovere una comprensione condivisa e un'applicazione coerente dei principi aziendali.

La procedura trova applicazione in tutte le società del Gruppo Percassi e in ogni ambito professionale, incluse le attività esterne, quali viaggi di lavoro, momenti formativi, riunioni ed eventi aziendali. La gestione del documento è affidata alle strutture competenti, che ne assicurano l'attuazione uniforme in tutte le realtà organizzative e favoriscono la diffusione di una cultura fondata sul rispetto reciproco e sulla responsabilità condivisa. Tutti i dipendenti, a prescindere dal ruolo ricoperto, sono chiamati a contribuire al mantenimento di un contesto lavorativo sicuro, inclusivo e improntato all'integrità, segnalando eventuali condotte non conformi ai valori del Gruppo.

Per garantire tempestività ed efficacia degli interventi, il Gruppo Percassi mette a disposizione diversi **canali di segnalazione** dedicati, che consentono di comunicare in piena libertà e riservatezza eventuali episodi di discriminazione o molestia, attraverso incontri diretti o l'invio di comunicazioni scritte. A supporto di tale processo è disponibile lo strumento denominato **“Diario degli incidenti”**, che consente di documentare in modo strutturato e confidenziale gli eventi, facilitando la gestione e la tracciabilità delle segnalazioni.

Le segnalazioni vengono esaminate da un *team* dedicato, che conduce l'istruttoria in modo indipendente e imparziale, assicurando la massima discrezione e la tutela dell'anonimato delle persone coinvolte. L'attività di indagine può prevedere la raccolta di testimonianze anonime, mediante questionari e colloqui riservati. Al termine del processo viene redatta una relazione riepilogativa delle evidenze raccolte, utile a orientare la definizione di azioni correttive o di miglioramento proporzionate alla gravità dei fatti accertati. Oltre alle misure sanzionatorie, la procedura contempla interventi di sostegno e mediazione, quali incontri di supporto o attività di *team building*, volti a ristabilire un clima professionale sereno e collaborativo.

In ottica di miglioramento continuo, a distanza di qualche mese dall'attuazione delle azioni implementate, può essere prevista una verifica dell'efficacia delle stesse, al fine di individuare eventuali ulteriori ambiti di intervento o di rafforzamento. Con tale approccio, il Gruppo consolida il proprio impegno a garantire un ambiente di lavoro fondato su rispetto, equità e inclusione, nel quale ogni individuo possa sentirsi tutelato, valorizzato e parte di una comunità improntata alla fiducia reciproca e alla responsabilità condivisa.

IN CONTINUITÀ CON L'IMPEGNO DEL GRUPPO NEL PROMUOVERE UN CONTESTO PROFESSIONALE INCLUSIVO, EQUO E RISPETTOSO DELLE PERSONE, LA TUTELA DELLA DIGNITÀ INDIVIDUALE E LA PREVENZIONE DI OGNI FORMA DI CONDOTTA IMPROPRIA RAPPRESENTANO PRINCIPI CARDINE DELLA CULTURA AZIENDALE.



4.1 GESTIONE DELLE RISORSE UMANE

GENITORIALITÀ

Il Gruppo Percassi è attento al benessere dei propri dipendenti, sviluppando percorsi che accompagnano i genitori e favoriscono un rientro al lavoro sereno e ben organizzato. La comunicazione interna gioca un ruolo centrale in questo percorso, informando costantemente la popolazione aziendale sui servizi disponibili e sulle modalità per accedervi, e valorizzando le iniziative di *welfare* dedicate alle famiglie.

Per tali motivazioni, il rientro dalla maternità o dalla paternità viene gestito con un approccio personalizzato: prima del ritorno al lavoro, i genitori ricevono contatti preventivi da parte delle risorse umane, per chiarire eventuali esigenze operative e approfondire il percorso di rientro, dalla gestione dei *part-time* provvisori all'uso dello *smart working*. I *manager* sono coinvolti nel processo fin dal principio, organizzando incontri di accoglienza e momenti di condivisione, così da garantire un reinserimento graduale.

Parallelamente, il personale di *store* viene seguito attraverso un coordinamento tra le funzioni aziendali, con contatti preventivi e incontri dedicati per pianificare la giornata di rientro e definire gli orari di lavoro successivi. A queste attenzioni organizzative si aggiungono misure concrete pensate per facilitare la conciliazione tra vita professionale e familiare.

Per il personale di sede e itinerante sono previste giornate aggiuntive di *smart working* per i primi 24 mesi di vita del bambino/a, mentre per il personale di *store* i turni sono strutturati su cinque giorni lavorativi su sette, con rotazioni che permettono giorni di riposo nei *weekend* quando possibile. Questi strumenti contribuiscono a ridurre lo stress legato al rientro e a garantire continuità operativa senza sacrificare la vita familiare.

Il supporto alla genitorialità si estende anche alle iniziative dedicate ai figli dei dipendenti: attività educative, sportive o ricreative, convenzioni con fornitori specializzati, sconti sui prodotti dei *brand partner* e momenti ludico-sportivi come camp estivi o eventi allo stadio. La diffusione e la promozione di queste iniziative attraverso *newsletter*, *intranet* e strumenti HR ne massimizza l'impatto, creando un ambiente inclusivo e attento al benessere dei dipendenti e delle loro famiglie.

In definitiva, il punto di forza di questo approccio risiede nella capacità di offrire un percorso completo e personalizzato per il rientro al lavoro, dove ogni misura e iniziativa concorre a rendere la genitorialità compatibile con la vita professionale. Il risultato è un ambiente lavorativo che valorizza la famiglia, sostiene i genitori e promuove un equilibrio sostenibile tra esigenze personali e professionali.

LA GENITORIALITÀ RAPPRESENTA UN MOMENTO SIGNIFICATIVO NELLA VITA DI UNA PERSONA E IL SUO SUPPORTO DIVENTA FONDAMENTALE PER FAVORIRE UN EQUILIBRIO SOSTENIBILE TRA LAVORO E VITA PRIVATA.



4.1 GESTIONE DELLE RISORSE UMANE

4.1.4 SALUTE E SICUREZZA

La tutela della salute e della sicurezza rappresenta per il Gruppo un altro elemento portante, alla base dei diritti, delle opportunità e dello sviluppo all'interno dell'organizzazione. Garantire un ambiente di lavoro sicuro è fondamentale non solo per i dipendenti, ma anche per collaboratori, fornitori e clienti finali.

Attualmente, il Gruppo Percassi non dispone di un sistema di gestione della salute e sicurezza formalmente certificato. Tuttavia, le pratiche si ispirano a modelli e prassi consolidate per la gestione di questi temi e prevedono impegni concreti: rispettare tutte le normative vigenti in materia di salute e sicurezza, progettare i luoghi di lavoro secondo criteri di prevenzione, responsabilizzare l'organizzazione tramite formazione e informazione costante, coinvolgere attivamente i dipendenti e i loro rappresentanti, monitorare le attività attraverso verifiche periodiche. Inoltre, per le mansioni soggette a obbligo, è assicurata la sorveglianza sanitaria.

Queste azioni non solo servono a tutelare la salute e la sicurezza ma contribuiscono anche a incrementare la soddisfazione dei dipendenti e a rafforzare la reputazione aziendale presso fornitori e clienti. Il Gruppo, infatti, presta particolare attenzione anche al lavoro dei fornitori e degli appaltatori, verificando che le attività svolte non comportino rischi aggiuntivi per i lavoratori interni o per la clientela.

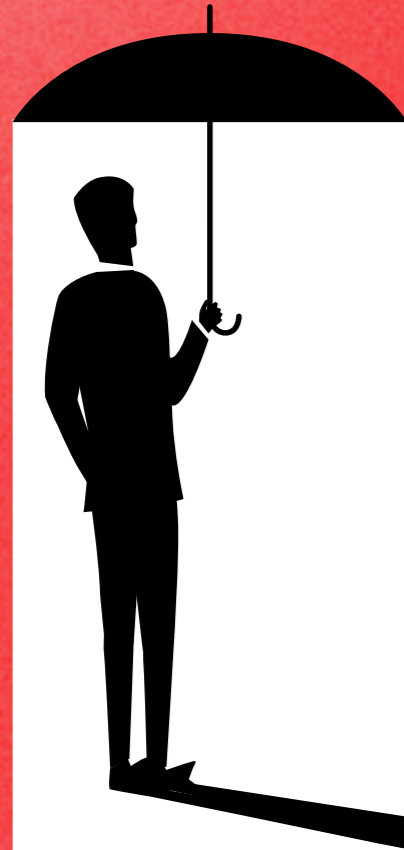
In questo contesto, nel corso del 2024, sono stati registrati 79 infortuni, tutti di lieve entità; le principali tipologie riguardano incidenti stradali, seguiti, in misura minore, da scivolamenti e cadute, che hanno interessato sia il personale dipendente sia i lavoratori esterni.

L'analisi di questi dati è permessa da un monitoraggio e presidio continuo da parte del Gruppo, che segue l'andamento degli infortuni, analizzando le modalità principali di accadimento e condividendo le informazioni con gli *stakeholder* aziendali. Ogni incidente viene analizzato per individuare le cause e implementare eventuali misure correttive. In collaborazione con altri dipartimenti, vengono identificati i rischi e adottate azioni volte a eliminarli o ridurli, a tutela della salute dei lavoratori. I medici competenti aziendali giocano un ruolo fondamentale, partecipando alla valutazione dei rischi, alla sorveglianza sanitaria e ai sopralluoghi nei luoghi di lavoro. Anche le segnalazioni di *near miss* ricevono la stessa attenzione riservata agli incidenti veri e propri.

Le mansioni dei dipendenti e i luoghi di lavoro sono soggetti a valutazioni del rischio, effettuate secondo le normative vigenti, con il supporto di consulenti esterni specializzati. Queste valutazioni avvengono in diverse fasi: durante la progettazione dei luoghi di lavoro, all'avvio di nuove mansioni o sedi, e periodicamente in caso di cambiamenti organizzativi o modifiche alle attività.



4.1 GESTIONE DELLE RISORSE UMANE



I lavoratori possono inoltre segnalare direttamente eventuali rischi ai **Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza** (RLS), eletti liberamente tra i dipendenti in assenza di rappresentanze sindacali, oppure al **dipartimento HSE** (*Health, Safety and Environment*), contribuendo così al monitoraggio continuo delle condizioni di salute e sicurezza. Incontri periodici tra RLS e HSE permettono di condividere informazioni e aggiornamenti sul sistema di gestione della sicurezza, mentre almeno una volta all'anno HSE, dirigenza e RLS si riuniscono per analizzare le condizioni esistenti, identificare eventuali criticità e definire obiettivi di miglioramento.

Per quanto riguarda la **sorveglianza sanitaria**, tutti i dipendenti hanno accesso ai controlli previsti in base alla mansione svolta, come indicato dai protocolli dei medici competenti. In caso di problematiche legate alla salute o al lavoro, i dipendenti possono rivolgersi direttamente ai medici competenti per ricevere supporto mirato.

Per quanto riguarda la **formazione obbligatoria in materia di salute e sicurezza sul lavoro**, questa include sia corsi generali che specifici sui rischi, in linea con la normativa vigente e con il piano formativo aziendale. A sostegno della sicurezza, tutte le sedi sono dotate di defibrillatori portatili (DAE) e alcuni dipendenti sono stati formati al loro utilizzo.

Il pacchetto *welfare* aziendale prevede inoltre servizi di *"Family Care"* (visite specialistiche, centri diagnostici) e convenzioni con palestre e centri di cura.

4.2 GESTIONE DEI CLIENTI

4.2.1 SODDISFAZIONE DEI CLIENTI

L'obiettivo è offrire un servizio che rispetti elevati *standard* qualitativi, coerente con i valori e i principi distintivi dei *brand* rappresentati, assicurando al contempo una relazione di fiducia e prossimità con i consumatori.

Per garantire un'esperienza d'acquisto eccellente, il Gruppo ha adottato un articolato programma di formazione rivolto al personale dei punti vendita. Tale percorso prevede una prima fase teorica, erogata attraverso piattaforme digitali messe a disposizione dai *brand partner*, che raccolgono contenuti formativi su prodotti, tecniche di vendita e principi di identità di marca. A questa prima fase segue una fase pratica *on the job*, durante la quale i dipendenti applicano quanto appreso sotto la supervisione del responsabile formazione, favorendo l'apprendimento esperienziale e il miglioramento continuo delle competenze relazionali. La componente formativa non si esaurisce al completamento del percorso, perché è previsto un sistema di aggiornamento periodico delle competenze con verifiche semestrali e relative certificazioni, volto a garantire *standard* di servizio costantemente elevati.

Data la centralità dei *brand* in questo modello di *business*, alcuni dei principali vengono di seguito illustrati relativamente al loro rapporto con il cliente.

Nel caso del *brand Nike*, il Gruppo Percassi adotta una serie di iniziative mirate a migliorare l'esperienza d'acquisto e rafforzare il legame con i consumatori. Il personale accoglie i clienti in modo personalizzato, illustrando le promozioni in corso e accompagnandoli nella scelta dei prodotti più adatti alle loro esigenze. L'esperienza in store è oggetto di monitoraggio tramite questionari di soddisfazione post-acquisto, i cui risultati vengono analizzati mensilmente e trimestralmente. Nello specifico, in caso di *performance* inferiori agli *standard* prefissati vengono attuate azioni correttive mirate. Tra i servizi più apprezzati figurano l'ordine di articoli non disponibili con consegna a domicilio o in negozio e il servizio *Click & Collect*, che unisce la flessibilità dell'acquisto *online* alla prossimità del ritiro in store. A completare l'approccio responsabile, il programma *Move to Zero* di Nike promuove pratiche di economia circolare, consentendo ai clienti di restituire calzature usate affinché vengano riutilizzate nella produzione di nuovi prodotti.



CONSIDERATA L'IMPORTANZA STRATEGICA CHE I CLIENTI RIVESTONO NEL SETTORE *RETAIL* E DELLA RISTORAZIONE E, IN PARTICOLARE, PER IL MODELLO DI *BUSINESS* DEL GRUPPO PERCASSI, VIENE POSTA UNA COSTANTE ATTENZIONE ALLA QUALITÀ E ALL'ESPERIENZA DI ACQUISTO ALL'INTERNO DEGLI *STORE*.

4.2 GESTIONE DEI CLIENTI

Nei punti vendita Victoria's Secret e Bath & Body Works, il cliente è posto al centro dell'esperienza attraverso spazi progettati per offrire percorsi accoglienti e personalizzati. L'esperienza di acquisto viene monitorata tramite questionari post-acquisto inviati via *e-mail*, a conferma del forte impegno nel dialogo con i consumatori. I clienti valutano il servizio su una scala da 1 a 5; in caso di punteggi inferiori a 4, il *team* di *customer service* interviene direttamente per approfondire le cause dell'insoddisfazione e, ove opportuno, propone azioni di compensazione o fidelizzazione. I dati vengono analizzati settimanalmente e sintetizzati in *report* mensili condivisi con i vertici del *brand*, mentre le recensioni pubblicate *online* vengono monitorate con costanza per garantire una gestione proattiva delle esperienze negative.

All'interno dei negozi LEGO, l'esperienza di acquisto si traduce in un vero e proprio momento ludico attraverso la *Play Experience*, che coinvolge clienti di tutte le età. Elementi come l'esposizione di modelli montati, il *Pick & Build Wall* e il *Build a Minifigure* contribuiscono a creare un'interazione diretta e creativa con il prodotto. In aggiunta, gli eventi mensili *Make & Take* offrono ai bambini l'opportunità di costruire e portare a casa un piccolo *playset*, rendendo ogni visita un'esperienza memorabile. Dal 2022, la soddisfazione dei clienti viene monitorata attraverso il sondaggio NPS (*Net Promoter Score*), che misura la propensione a raccomandare il *brand*.

Anche Starbucks promuove un approccio centrato sulla soddisfazione del cliente, rafforzando la relazione con i consumatori attraverso strumenti di ascolto e iniziative mirate. Nel 2023 è stata introdotta una pagina dedicata al *Customer Care* sul sito di Starbucks Italia, che ha consentito una gestione più diretta delle richieste, in precedenza centralizzata a livello EMEA.

Per approfondire la conoscenza del cliente e migliorare ulteriormente l'esperienza in *store*, è prevista una ricerca di mercato in collaborazione con Ipsos, che analizza il profilo dei visitatori, il livello di soddisfazione e la percezione dei principali *driver* di qualità. Inoltre, il programma *Recovery Voucher* consente di offrire ai clienti un gesto di cortesia in caso di piccoli disservizi, attraverso l'erogazione di buoni per bevande gratuite. Oltre a queste iniziative, attraverso eventi a tema, degustazioni e *masterclass* dedicate al mondo del caffè, Starbucks promuove esperienze di socialità e condivisione, rafforzando il legame con i propri clienti.

Infine, la gestione responsabile delle attività di *marketing* e comunicazione rappresenta un elemento centrale per garantire coerenza tra i valori del Gruppo, l'identità dei *brand* rappresentati e le aspettative dei clienti. Tutte le iniziative promozionali, pubblicitarie e di comunicazione vengono sviluppate nel rispetto delle normative vigenti e delle linee guida definite dai *brand partner*, con l'obiettivo di assicurare trasparenza, correttezza e riconoscibilità dei messaggi diffusi.

In questo ambito, il Gruppo Percassi pone particolare attenzione ad evitare pratiche potenzialmente fuorvianti o non conformi ai principi di comunicazione etica, promuovendo un dialogo chiaro e autentico con il consumatore. Le campagne vengono sottoposte a verifiche preventive e, laddove necessario, a processi di approvazione condivisa con i *brand*, per garantire che i contenuti siano coerenti con le rispettive politiche di comunicazione.

Nel corso del 2024 è stato rilevato un solo avviso di non conformità in tema di comunicazione, relativo all'obbligo linguistico di utilizzo del catalano sugli scontrini in Spagna, prontamente risolto senza conseguenze pecuniarie.

4.2 GESTIONE DEI CLIENTI

4.2.2 SICUREZZA DEI PRODOTTI

La **tutela della salute e della sicurezza dei clienti** rappresenta una priorità per il Gruppo, che si impegna a garantire che tutti i prodotti commercializzati rispettino elevati *standard* di qualità e conformità alle normative vigenti. L'attenzione alla sicurezza si traduce nella cura **costante dei processi di selezione, gestione e distribuzione dei prodotti**, con l'obiettivo di offrire ai consumatori un'esperienza d'acquisto affidabile e trasparente.

Nel settore *retail*, il Gruppo Percassi collabora con i *brand partner* affinché i prodotti distribuiti siano conformi alle normative di riferimento e rispecchino i valori di qualità e sicurezza propri di ciascun marchio. Questa attenzione si riflette in tutte le fasi del processo di vendita, contribuendo a garantire la massima tutela per i clienti finali.

Nel settore della ristorazione, la sicurezza alimentare costituisce un ambito di particolare rilevanza. In questo contesto, Siren Coffee attribuisce un valore prioritario alla salute e sicurezza dei clienti, impegnandosi a garantire che i prodotti offerti rispettino i più elevati *standard* di qualità e sicurezza.

Il comparto *Quality and Food Safety* svolge un ruolo cruciale nel presidiare tutte le fasi del processo di approvvigionamento e distribuzione, assicurando il pieno rispetto delle normative vigenti e delle procedure aziendali.

Tutti i dipendenti che operano presso **Starbucks** sono tenuti a conseguire un attestato HACCP, specifico per la regione di appartenenza, e a mantenerlo aggiornato secondo i requisiti di legge. Questo approccio, combinato con un'attenzione costante alla formazione e alla qualità, testimonia l'impegno dell'azienda verso la sicurezza alimentare e l'offerta di prodotti conformi ai più elevati *standard*.

A conferma dell'efficacia delle misure adottate, negli anni 2023 e 2024 non si sono verificati episodi di non conformità con impatti sulla salute e sicurezza dei prodotti.

4.3 RELAZIONI CON LE COMUNITÀ LOCALI

IL GRUPPO PERCASSI RICONOSCE IL VALORE DEL DIALOGO E DELLA COLLABORAZIONE CON LE COMUNITÀ IN CUI OPERA, PROMUOVENDO INIZIATIVE VOLTE A FAVORIRE INCLUSIONE SOCIALE, SOLIDARIETÀ E SVILUPPO CONDIVISO.

Il Gruppo sostiene progetti e *partnership* con organizzazioni del terzo settore impegnate nel contrasto alle disuguaglianze, nella formazione e nel sostegno alle persone in situazioni di fragilità, contribuendo in modo concreto alla creazione di valore sociale e alla crescita dei territori.



Tra le principali collaborazioni si inserisce quella con la **Fondazione Don Gino Rigoldi**, impegnata nella promozione del volontariato e della cittadinanza attiva, soprattutto tra i giovani. Attraverso attività di testimonianza, formazione e accompagnamento, la Fondazione offre opportunità educative e di reinserimento a persone provenienti da contesti svantaggiati. Il Gruppo sostiene tali iniziative contribuendo a programmi di formazione e di integrazione nel mondo del lavoro, con l'obiettivo di promuovere pari opportunità e inclusione sociale.



Un ulteriore esempio è rappresentato dalla collaborazione con l'**Associazione Italiana Persone Down (AIPD)**, realtà di riferimento a livello nazionale per la tutela dei diritti e la valorizzazione delle persone con sindrome di Down. In sinergia con l'Associazione, il Gruppo Percassi partecipa a progetti di formazione e inserimento lavorativo, favorendo un ambiente di lavoro inclusivo e sensibile alle diversità, in linea con i propri valori di equità e rispetto.



Infine, la *partnership* con **Pane Quotidiano**, organizzazione laica e indipendente fondata a Milano nel 1898, consente di offrire un contributo concreto al sostegno delle persone in difficoltà. Attraverso la partecipazione attiva dei dipendenti alle attività di preparazione e distribuzione dei pasti, il Gruppo promuove la solidarietà e rafforza il proprio legame con la comunità locale, sostenendo un modello di cittadinanza responsabile e partecipata.



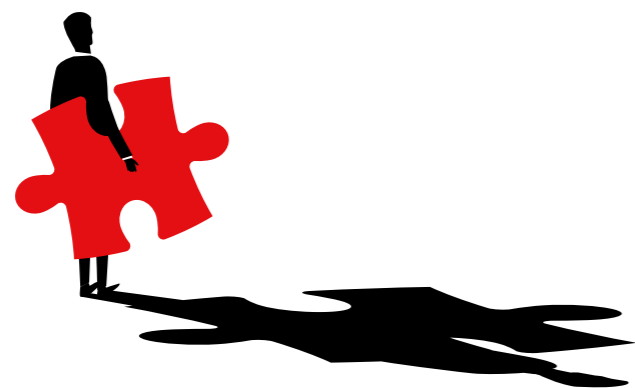
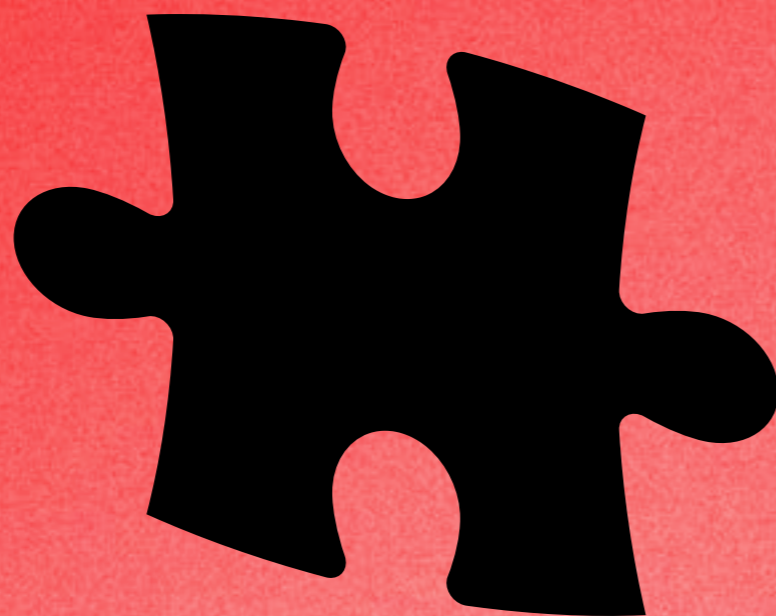
05.

L'APPROCCIO DI *GOVERNANCE*

- 5.1 La struttura di *governance*
- 5.2 Etica di *business e compliance*
- 5.3 Gestione dei fornitori

Il Gruppo Percassi ritiene che le fondamenta delle operazioni quotidiane di qualsiasi azienda dovrebbero includere una **solida governance aziendale, un dialogo con gli stakeholder e la definizione di obiettivi chiari e trasparenti.**

Per questo motivo, la condotta dell'attività aziendale, il contributo alla società nel suo complesso e l'adempimento degli impegni sono elementi essenziali per creare valore sostenibile nel tempo.



5.1 LA STRUTTURA DI *GOVERNANCE*



Il **Consiglio di Amministrazione** di Odissea S.r.l. rappresenta il massimo organo di governo societario e ha la responsabilità di definire le linee strategiche, supervisionare l'attuazione degli obiettivi aziendali e presidiare la valutazione e la gestione dei principali rischi, inclusi quelli connessi agli impatti economici, ambientali e sociali derivanti dalle attività del Gruppo. Sebbene i temi in materia di sostenibilità ricadano sotto responsabilità indiretta del CdA, è stato individuato nella figura del CFO (*Chief Financial Officer*) del Gruppo, nonché Procuratore speciale di Odissea S.r.l., dott. Tierno, la responsabilità per la gestione degli impatti dell'organizzazione sull'economia, sull'ambiente e sulle persone. Quest'ultimo riferisce al massimo organo di governo su tale gestione.

NOME	QUALIFICA	SESSO
Antonio Percassi	Presidente	M
Luca Percassi	Vicepresidente	M
Stefano Percassi	Consigliere	M
Mario Volpi	Consigliere	M

Antonio Percassi ricopre la carica di Presidente del Consiglio di Amministrazione di Odissea S.r.l. e, in conformità alla normativa vigente e a quanto previsto dallo Statuto, detiene la rappresentanza legale della Società e i poteri gestori.

La vigilanza sulle attività del Consiglio di Amministrazione è affidata ad un collegio sindacale composto da Piero Albani (Presidente), Linda Gazzillo (Sindaco Effettivo) e Giovanni Cottini (Sindaco Effettivo). Tale organo svolge funzioni di vigilanza e controllo sulla corretta amministrazione della Società, sul rispetto della normativa vigente e dello Statuto, nonché sulla regolare tenuta della contabilità, contribuendo così a garantire trasparenza, integrità e affidabilità nella gestione aziendale.

5.2 ETICA DI *BUSINESS* E *COMPLIANCE*

NEL QUADRO DEL PROPRIO SISTEMA DI *GOVERNANCE*, IL GRUPPO PERCASSI RICONOSCE L'IMPORTANZA DI DISPORRE DI STRUMENTI E PRINCIPI CHIARI CHE ORIENTINO COMPORTAMENTI, DECISIONI E RELAZIONI IN MODO COERENTE CON I VALORI AZIENDALI, GUIDATI DA UNA GESTIONE RESPONSABILE, INTEGRITÀ E TRASPARENZA.



Nello specifico, i valori fondamentali che ispirano l'azione del Gruppo comprendono l'**integrità**, intesa come onestà e correttezza nella gestione delle attività; la **trasparenza**, che garantisce chiarezza e veridicità nelle comunicazioni; la **legalità**, quale rispetto rigoroso delle leggi e delle normative applicabili; l'**imparzialità**, che promuove il riconoscimento e la valorizzazione delle diversità e il rifiuto di ogni forma di discriminazione; e la **prudenza**, orientata a una gestione consapevole e responsabile dei rischi.

È nel corso del 2022 che alcune delle società controllate italiane del Gruppo Percassi hanno redatto e approvato il **Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo** ai sensi del D.Lgs. 231/2001 (di seguito "Modello 231") e, contestualmente, adottato il **Codice Etico**, approvato con specifica delibera del Consiglio di Amministrazione di ciascuna società. Il Modello 231 definisce procedure e controlli interni volti a prevenire la commissione di reati e a garantire una gestione aziendale corretta ed efficiente.

Nell'ottica di quanto introdotto, il **Codice Etico** rappresenta un riferimento fondamentale per definire i valori e le regole di condotta che guidano l'operato di tutti coloro che collaborano con il Gruppo. Il Codice Etico individua l'insieme dei principi e dei comportamenti che regolano i rapporti interni ed esterni, promuovendo una cultura aziendale basata su legalità, correttezza e rispetto delle persone.

Per rendere effettivi questi presidi, il Gruppo Percassi promuove la diffusione dei principi etici e delle misure di *compliance* attraverso attività strutturate di formazione e comunicazione interna.

Al momento dell'assunzione, ogni nuovo collaboratore partecipa a un **percorso formativo dedicato** al Codice Etico, al Modello 231 e al c.d. *Whistleblowing*, integrato, ove necessario, da sessioni aggiuntive su normative specifiche. Le politiche anticorruzione vengono inoltre condivise con dipendenti del Gruppo e *partner* commerciali, così da assicurare una comprensione chiara e uniforme dei principi che regolano l'attività del Gruppo Percassi.

Per le società che hanno adottato il Modello 231, il monitoraggio della *compliance* è garantito attraverso la collaborazione tra l'Organismo di Vigilanza e il Consiglio di Amministrazione, che operano congiuntamente per promuovere trasparenza, integrità e correttezza in tutte le relazioni con clienti, fornitori e *stakeholder*. Per le altre società del Gruppo, il monitoraggio è garantito dalle pratiche operative poste in essere dalle singole funzioni aziendali e, ove necessario, coinvolgendo professionisti esterni.

A conferma dell'efficacia delle misure adottate, nel 2024, come nel 2023, non sono stati rilevati episodi di corruzione né pratiche anticoncorrenziali, a testimonianza dell'impegno costante del Gruppo nel promuovere condotte etiche e trasparenti. Per quanto riguarda le sanzioni amministrative selezionate ai fini del presente documento per non conformità a leggi e regolamenti nel perimetro ESG, nel 2024 ne sono state registrate 9, per un importo complessivo di 18.460,25 euro. Si tratta di un valore irrisorio se rapportato alla generazione economica del Gruppo Percassi, che non comporta un impatto significativo sull'attività, confermando la sostanziale efficacia del sistema di controlli interni e il rispetto delle normative vigenti.

5.2 ETICA DI *BUSINESS* E COMPLIANCE

Per rafforzare ulteriormente la trasparenza e l'integrità, le società italiane del Gruppo nonché le società estere controllate da Percassi Retail, hanno istituito un **portale di Whistleblowing** in conformità con la Legge 24/2023. La piattaforma, accessibile sia tramite l'intranet aziendale sia dal sito ufficiale, garantisce l'anonimato di tutti i segnalanti, siano essi interni o esterni al Gruppo Percassi, consentendo di segnalare comportamenti illeciti, violazioni normative o altre irregolarità in modo sicuro. Il sistema permette inoltre di inviare richieste, fornire suggerimenti o esprimere preoccupazioni,

contribuendo a creare un ambiente di lavoro più responsabile e attento alla legalità. Le segnalazioni possono essere indirizzate inizialmente al proprio superiore gerarchico e, se necessario, alla funzione dedicata, assicurando così un corretto flusso di gestione e monitoraggio delle irregolarità all'interno dell'organizzazione.

A livello di *holding*, non vi è un'adesione formale alle associazioni di settore, ma si registrano partecipazioni mirate di singole società, come nel caso di Percassi Retail con Federdistribuzione.

PRIVACY DEI DATI E GESTIONE DELLE INFORMAZIONI SENSIBILI

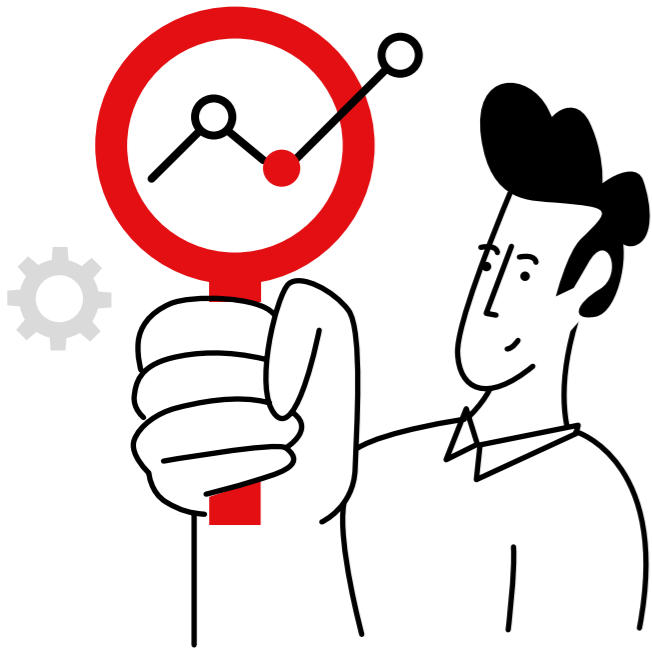
Il Gruppo adotta un **modello di gestione della privacy e di protezione dei dati conforme alla legislazione vigente**, implementando strumenti e procedure per garantire la sicurezza informatica, il monitoraggio costante dei sistemi e la sensibilizzazione del personale sulla corretta gestione delle informazioni. Tali presidi mirano a tutelare la riservatezza, l'integrità e la protezione dei dati trattati all'interno delle diverse società del Gruppo Percassi, inclusi quelli relativi alla clientela.

In particolare, è presente un **Data Protection Officer (DPO)** esterno, secondo quanto previsto dal quadro normativo, a garanzia della corretta applicazione delle disposizioni sul trattamento dei dati personali, sugli aggiornamenti normativi e sulle attività che da essi scaturiscono. Inoltre, la figura del **Privacy Officer**, referente interno della materia inserito all'interno della Direzione Legale, assicura operativamente il rispetto della normativa e di definire, in accordo con le altre Direzioni aziendali, un livello di sicurezza dei dati e delle informazioni coerente con i migliori *standard* di mercato.

Per quanto riguarda la tutela della *privacy* dei clienti, tutte le società del Gruppo adottano misure e controlli volti a garantire la sicurezza delle informazioni trattate, con l'obiettivo di prevenire accessi non autorizzati, perdite o utilizzi impropri dei dati. Le attività di gestione e tutela della *privacy* vengono costantemente monitorate per assicurare la conformità alle disposizioni in vigore e la salvaguardia dei diritti degli interessati.

A conferma dell'efficacia dei presidi adottati, nel corso del 2024, a livello di Gruppo Percassi, è stato identificato un unico episodio di fuga, furto o perdita di dati dei clienti, gestito tempestivamente secondo le procedure interne previste per la mitigazione dei rischi e la tutela dei soggetti coinvolti.

5.3 GESTIONE DEI FORNITORI



La **gestione responsabile della catena di fornitura** rappresenta un elemento della strategia di sostenibilità del Gruppo, che riconosce il valore dei propri *Partner* come parte integrante del successo aziendale. L'obiettivo è quello di costruire relazioni solide, trasparenti e durature, basate sulla fiducia reciproca e sulla condivisione di principi etici, sociali e ambientali comuni.

Il Gruppo Percassi si impegna a promuovere **pratiche di approvvigionamento responsabile**, monitorando che in ogni fase della catena del valore siano rispettati criteri di legalità, equità, tutela dei diritti umani e rispetto dell'ambiente.

In questa prospettiva, il Gruppo considera la collaborazione con i propri fornitori non solo come un rapporto commerciale, ma come una *partnership* orientata alla crescita sostenibile e alla creazione di valore condiviso nel lungo periodo.

Tale approccio si riflette anche nella composizione della catena di fornitura, costituita per il **98% della spesa da fornitori locali**, intesi come operatori con sede sul territorio europeo, a conferma dell'impegno nel valorizzare relazioni di prossimità e nel sostenere l'economia del territorio. Si specifica che tale dato non include *brand partner* e *landlord*.

Le principali relazioni commerciali del Gruppo Percassi con i suoi *partner* si fondano su accordi di *franchising*, prevalentemente pluriennali, stipulati con importanti gruppi internazionali nei settori *retail*, cosmesi e ristorazione.

Tali rapporti si basano su una visione condivisa di crescita sostenibile e sviluppo reciproco, un approccio che testimonia l'impegno del Gruppo nel coniugare la performance economica con i principi etici per creare valore condiviso lungo tutta la catena del valore.

La selezione e la gestione dei fornitori si ispirano ai principi etici delineati nel **Codice Etico**, che promuove valori come integrità, trasparenza, legalità, imparzialità e prudenza.

Questi principi guidano ogni fase del rapporto con i *partner* commerciali, garantendo comportamenti corretti e orientati alla tutela della persona, della collettività, del patrimonio aziendale e delle istituzioni pubbliche. I valori e le linee guida che ispirano tali relazioni sono ulteriormente definiti nella *Policy Acquisti* e nei relativi allegati.

5.2 GESTIONE DEI FORNITORI

Nell'ambito della selezione dei fornitori, vengono valutati diversi aspetti, tra cui:

- 
esperienza, competenze tecniche, solidità economico-finanziaria, adesione a **principi di sostenibilità, governance ed etica**;
- 
punteggio ottenuto tramite la **qualifica sul Portale Fornitori** e, per alcuni *cluster* di fornitori, sul **Cerved Report**;
- 
conformità alle specifiche tecniche e funzionali richieste;
- 
economicità dell'offerta, in base a prezzo, sconti, metodi e tempistiche di pagamento.

Dal mese di ottobre 2023, il processo di qualifica dei fornitori avviene tramite il **Portale Fornitori**, dove ciascun soggetto è tenuto a compilare un questionario suddiviso in sei macrocategorie che concorrono alla definizione del punteggio finale: informazioni economico-finanziarie, referenze, *compliance*, sostenibilità, *cybersecurity* e certificazioni.

Le aree di **compliance, sostenibilità e cybersecurity**, per la natura delle informazioni richieste, risultano strettamente connesse ai **temi ESG**.

In particolare, nella sezione dedicata alla *compliance*, il fornitore deve dichiarare l'adozione di una **policy anticorruzione e antiriciclaggio**, elementi considerati determinanti ai fini della qualifica. Tra i quesiti posti, compaiono inoltre temi relativi alla presenza di un sistema di *whistleblowing*, di un Codice Etico e del Modello 231.

La sezione sulla sostenibilità valuta invece il livello di maturità dell'azienda attraverso domande riguardanti l'adozione di sistemi di gestione, politiche di *green procurement*, programmi di *welfare* e iniziative di *Diversity & Inclusion*. L'obiettivo per il prossimo anno è di aumentare il peso di quest'area e irrobustirla ulteriormente attraverso l'inserimento di un set di domande più specifiche. Per quanto riguarda la *cybersecurity*, la valutazione comprende l'eventuale possesso della certificazione ISO 27001, l'esistenza di politiche per la sicurezza delle informazioni e modelli organizzativi a tutela dei dati, nonché procedure volte ad assicurare la continuità operativa.

Inoltre, nel corso del 2024, il 16% dei nuovi fornitori è stato valutato secondo criteri sociali e ambientali, a conferma della crescente attenzione verso la gestione responsabile della catena di fornitura. Dal perimetro di analisi sono stati esclusi i *landlord*, i *brand partner* (e i relativi *vendor direct*) e le categorie che, come da *policy*, non sono soggette al processo di qualifica.



CONTENT INDEX

DICHIARAZIONE D'USO

Il Gruppo Percassi ha rendicontato le informazioni citate in questo indice dei contenuti GRI per il periodo 01/01/2024 al 31/12/2024 con riferimento agli *Standard GRI*.

UTILIZZATO GRI 1

GRI 1 - Principi Fondamentali - versione 2021

STANDARD GRI	INFORMATIVA	RIFERIMENTO
GRI 2: Informativa generale (2021)	2-1 Dettagli organizzativi	Il Gruppo Percassi oggi – modello di <i>business</i>
	2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	Nota metodologica
	2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e contatti	Nota metodologica
	2-5 <i>Assurance</i> esterna	Il documento non è sottoposto ad <i>assurance</i> esterna
	2-6 Attività, catena del valore e altre relazioni commerciali	Il Gruppo Percassi oggi – modello di <i>business</i>
	2-7 Dipendenti	Composizione dell'organico; Indicatori sociali
	2-8 Lavoratori che non sono dipendenti	Composizione dell'organico; Indicatori sociali
	2-9 Struttura e composizione della <i>governance</i>	La struttura di <i>governance</i>
	2-10 Nomina e selezione del massimo organo di governo	La struttura di <i>governance</i>
	2-12 Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	La struttura di <i>governance</i>
	2-13 Delega di responsabilità per la gestione degli impatti	La struttura di <i>governance</i>
	2-14 Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	La struttura di <i>governance</i>

STANDARD GRI	INFORMATIVA	RIFERIMENTO
GRI 2: Informativa generale (2021)	2-15 Conflitti d'interesse	Etica di <i>business</i> e <i>compliance</i>
	2-20 Procedura di determinazione della retribuzione	La struttura di <i>governance</i>
	2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	Lettera agli <i>stakeholder</i>
	2-23 Impegno in termini di <i>policy</i>	Etica di <i>business</i> e <i>compliance</i>
	2-25 Processi volti a rimediare gli impatti negativi	Analisi di materialità
	2-26 Meccanismi per consultazione e segnalazione di criticità	Etica di <i>business</i> e <i>compliance</i>
	2-27 Conformità a leggi e regolamenti	Etica di <i>business</i> e <i>compliance</i> ; Indicatori di <i>governance</i>
	2-28 Appartenenza ad associazioni	Etica di <i>business</i> e <i>compliance</i>
GRI 3: Temi materiali (2021)	2-30 Accordi di contrattazione collettiva	Composizione dell'organico; Indicatori sociali
	3-1 Processo di determinazione dei temi materiali	Analisi di materialità
	3-2 Elenco di temi materiali	Analisi di materialità
GRI 3: Temi materiali (2021)	3-3 Gestione dei temi materiali	Analisi di materialità
	TEMA MATERIALE: Consumatori e utilizzatori finali	
	GRI 3: Gestione dei temi materiali (2021)	3-3 Gestione dei temi materiali
GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti	416-2 Episodi di non conformità relativamente agli impatti su salute e sicurezza di prodotti e servizi	Sicurezza dei prodotti; Indicatori di <i>governance</i>
GRI 417: Marketing ed etichettatura (2016)	417-3 Episodi di non conformità concernenti comunicazioni di <i>marketing</i>	Soddisfazione dei clienti; Indicatori sociali
GRI 418: Privacy dei clienti (2016)	418-1 Fondati reclami riguardanti violazioni della <i>privacy</i> dei clienti e perdita di loro dati	Etica di <i>business</i> e <i>compliance</i> ; Indicatori di <i>governance</i>
TEMA MATERIALE: Forza lavoro propria		
GRI 3: Gestione dei temi materiali (2021)	3-3 Gestione dei temi materiali	Gestione delle risorse umane
GRI 401: Occupazione (2016)	401-1 Assunzioni di nuovi dipendenti e <i>turnover</i> dei dipendenti	Composizione dell'organico; Indicatori sociali
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro (2018)	403-2 Identificazione del pericolo, valutazione del rischio e indagini sugli incidenti	Salute e sicurezza
	403-3 Servizi per la salute professionale	Salute e sicurezza
	403-5 Formazione dei lavoratori sulla salute e sicurezza sul lavoro	Salute e sicurezza

STANDARD GRI	INFORMATIVA	RIFERIMENTO
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro (2018)	403-6 Promozione della salute dei lavoratori	Salute e sicurezza
	403-9 Infortuni sul lavoro	Salute e sicurezza; Indicatori sociali
GRI 404: Formazione e istruzione (2016)	404-1 Numero medio di ore di formazione all'anno per dipendente	Sviluppo e valorizzazione del capitale umano; Indicatori sociali
GRI 405: Diversità e pari opportunità (2016)	405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	Diversità e inclusione; Indicatori sociali; Indicatori di <i>governance</i>
	405-2 Rapporto tra stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	Diversità e inclusione; Indicatori sociali
TEMA MATERIALE: Condotta delle imprese		
GRI 3: Gestione dei temi materiali (2021)	3-3 Gestione dei temi materiali	L'approccio di <i>governance</i>
GRI 205: Anticorruzione (2016)	205-3 Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	Etica di <i>business</i> e <i>compliance</i> ; Indicatori di <i>governance</i>
GRI 206: Comportamento anticoncorrenziale (2016)	206-1 Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, <i>antitrust</i> e pratiche monopolistiche	Etica di <i>business</i> e <i>compliance</i> ; Indicatori di <i>governance</i>
GRI 406: Non discriminazione (2016)	406-1 Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	Diversità e inclusione; Indicatori sociali
TEMA MATERIALE: Lavoratori della catena del valore		
GRI 3: Gestione dei temi materiali (2021)	3-3 Gestione dei temi materiali	Gestione dei fornitori
GRI 204: Pratiche di approvvigionamento (2016)	204-1 Proporzione della spesa effettuata a favore di fornitori locali	Gestione responsabile della catena del valore; Indicatori di <i>governance</i>
GRI 308: Valutazione ambientale dei fornitori (2016)	308-1 Nuovi fornitori che sono stati selezionati utilizzando criteri ambientali	Gestione responsabile della catena del valore; Indicatori di <i>governance</i>
GRI 414: Valutazione sociale dei fornitori (2016)	414-1 Nuovi fornitori che sono stati selezionati utilizzando criteri sociali	Gestione responsabile della catena del valore; Indicatori di <i>governance</i>
TEMA MATERIALE: Comunità interessate		
GRI 3: Gestione dei temi materiali (2021)	3-3 Gestione dei temi materiali	Relazioni con le comunità locali
TEMA MATERIALE: Cambiamento climatico		
GRI 3: Gestione dei temi materiali (2021)	3-3 Gestione dei temi materiali	Responsabilità ambientale
GRI 302: Energia (2016)	302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione	Consumi energetici ed emissioni; Indicatori ambientali
GRI 305: Emissioni (2016)	305-1 Emissioni dirette di GHG (<i>Scope 1</i>)	Consumi energetici ed emissioni; Indicatori ambientali
	305-2 Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (<i>Scope 2</i>)	Consumi energetici ed emissioni; Indicatori ambientali

STANDARD GRI	INFORMATIVA	RIFERIMENTO
TEMA MATERIALE: Economia circolare		
GRI 3: Gestione dei temi materiali (2021)	3-3 Gestione dei temi materiali	Responsabilità ambientale
GRI 306: Rifiuti (2020)	306-1 Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti	Gestione dei rifiuti
	306-2 Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	Gestione dei rifiuti
TEMA MATERIALE: Acque e risorse marine		
GRI 3: Gestione dei temi materiali (2021)	3-1 Gestione dei temi materiali	Responsabilità ambientale
GRI 303: Acqua e scarichi idrici	303-1 Interazioni con l'acqua come risorsa condivisa	Gestione della risorsa idrica
	303-3 Prelievo idrico	Gestione della risorsa idrica; Indicatori ambientali

INDICATORI DI PERFORMANCE

1. INDICATORI AMBIENTALI ⁷

Consumo di energia all'interno dell'organizzazione (GRI 302-1) ⁸

STANDARD GRI	U.D.M.	2023		2024	
		TOTALE	TOTALE GJ	TOTALE	TOTALE GJ
Energia elettrica acquistata	KWh	15.581.792	56.094	18.377.319	66.158
di cui da fonti non rinnovabili	KWh	3.399.223	12.237	3.950.870	14.223
di cui da fonti rinnovabili certificate	kWh	12.182.569	43.857	14.426.449	51.935
Energia elettrica autoprodotta	kWh	-	-	-	-
Gas naturale	Smc	-	-	127.634	5.136
Diesel (autotrazione)	l	66.542,4	2.516,7	61.253,8	2.317,9
di cui ad uso aziendale	l	66.542	2.516,7	61.253,8	2.317,9
Benzina (autotrazione)	l	54.348,5	1.851,2	89.199,3	3.040,4
di cui ad uso aziendale	l	54.348	1.851,2	89.199,3	3.040,4
Totale consumi energetici	GJ	-	60.462,3	-	76.652,5

7- Dal perimetro dei dati ambientali riferiti agli standard GRI 302-1 (Energia consumata all'interno dell'organizzazione), 305-1 (Emissioni dirette di GHG Scope 1) e 305-2 (Emissioni indirette di GHG da consumi energetici Scope 2) sono escluse le seguenti società: D-Retail S.r.l., Madina S.r.l., Castelbarco Hospitality S.r.l., Smeraldo S.r.l., TEN-X S.A., WESTI S.r.l., Percassi Properties S.r.l., Itaca S.r.l. (e la società da essa controllata Itaca 2 S.p.A.).

8- I consumi di energia sono stati determinati applicando i fattori di conversione di seguito indicati, provenienti da Department for Energy Security and Net Zero (DEFRA) 2023 e 2024, ad eccezione dell'energia elettrica, per la quale si adotta un valore costante:

- Energia elettrica: 0,0036 GJ/kWh;
- Gas naturale: 0,04009 GJ/Smc per il 2023 e 0,04024 per il 2024;
- Diesel: 0,03782 GJ/l per il 2023 e 0,03784 GJ/l per il 2024;
- Benzina: 0,03406 GJ/l per il 2023 e 0,03409 GJ/l per il 2024.

Emissioni dirette di gas ad effetto serra (GHG) - Scopo 1 (GRI 305-1)⁹

STANDARD GRI	U.D.M.	2023	2024
Gas naturale	tCO ₂ e	-	261,1
Diesel (autotrazione)	tCO ₂ e	167,2	153,9
Benzina (autotrazione)	tCO ₂ e	114	185,9
Totale Scopo 1	tCO₂e	281,2	600,9

Emissioni indirette di gas a effetto serra (GHG) da consumi energetici - Scopo 2 (GRI 305-2)¹⁰

LOCATION-BASED	U.D.M.	2023	2024
Energia elettrica acquistata	tCO ₂	4.429,8	5.284,8
Totale emissioni di GHG Scopo 2 - Location based	tCO₂	4.429,8	5.284,8

MARKET-BASED	U.D.M.	2023	2024
Energia elettrica acquistata da non rinnovabili	tCO ₂	902,9	1.060,7
Totale emissioni di GHG Scopo 2 - Market based	tCO₂	902,9	1.060,7

TOTALE EMISSIONI	U.D.M.	2023	2024
Totale emissioni di GHG (Scopo 1 + Scopo 2 Location-based)	tCO ₂ e	4.710,9	5.885,7
Totale emissioni di GHG (Scopo 1 + Scopo 2 Market-based)	tCO ₂ e	1.184	1.661,6

9- Per il calcolo delle emissioni di Scope 1, sono stati utilizzati i seguenti fattori di emissione provenienti da Department for Energy Security and Net Zero (DEFRA) 2023 e 2024:

- Gas naturale: 0,00204 tCO₂e/mc per il 2023 e 0,00205 tCO₂e/mc per il 2024;
- Gasolio: 0,00251 tCO₂e/l per il 2023 e 0,00251 tCO₂e/l per il 2024;
- Benzina: 0,00210 tCO₂e/l per il 2023 e 0,00208 tCO₂e/l per il 2024.

10- Ai fini del calcolo delle emissioni di Scope 2 sono stati adottati fattori di emissione specifici per ciascuna area geografica di riferimento delle società del Gruppo Percassi:

- Italia: 0,00032 tCO₂ per 2023 e 2024 (Location-based) (fonte: Terna 2019) e 0,00046 tCO₂ per 2023 e 0,00050 tCO₂ 2024 (Market-based) (fonte: AIB 2023/2024);
- Francia: 0,00006 tCO₂ per 2023 e 2024 (Location-based) (fonte: Terna 2019) e 0,00013 tCO₂ per 2023 e 0,00004 tCO₂ 2024 (Market-based) (fonte: AIB 2023/2024);
- Portogallo: 0,00028 tCO₂ per 2023 e 2024 (Location-based) (fonte: Terna 2019) e 0,00045 tCO₂ per 2023 e 0,00054 tCO₂ 2024 (Market-based) (fonte: AIB 2023/2024);
- Spagna: 0,00021 tCO₂ per 2023 e 2024 (Location-based) (fonte: Terna 2019) e 0,00030 tCO₂ per 2023 e 0,00028 tCO₂ 2024 (Market-based) (fonte: AIB 2023/2024);
- Grecia e Cipro: 0,00043 tCO₂ per 2023 e 2024 (Location-based) (fonte: Terna 2019) e 0,00053 tCO₂ per 2023 e 0,00049 tCO₂ 2024 (Market-based) (fonte: AIB 2023/2024);
- Svizzera: 0,00003 tCO₂ per 2023 e 2024 (Location-based) (fonte: Terna 2019) e 0 tCO₂ per 2023 e 2024 (Market-based) (fonte: AIB 2023/2024).

Prelievo idrico (GRI 303-3)¹¹

FONTE DEL PRELIEVO	U.D.M.	2024	
		TUTTE LE AREE	AREE A STRESS IDRICO
Acqua di parti terze (totale) Mg/l	Megalitri	83,3	17,5
Acqua dolce (≤ 1000 mg/L solidi disciolti totali)	Megalitri	83,3	17,5

2. INDICATORI SOCIALI¹²

Numero totale di dipendenti (*headcount*) suddivisi per paese e genere (GRI 2-7)

PAESE	2023			2024		
	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE
Italia	663	1.214	1.877	734	1.312	2.046
Francia	68	230	298	79	270	349
Spagna	199	285	484	253	373	626
Portogallo	48	69	117	46	66	112
Grecia	65	75	140	84	117	201
Cipro	6	4	10	5	7	12
Svizzera	5	3	8	5	3	8
Totale	1.054	1.880	2.934	1.206	2.148	3.354

11- L'indicatore GRI 303-3 (Prelievo idrico) è relativo a Siren Coffee S.r.l.

12 - Dal perimetro dei dati sociali riferiti agli standard GRI 2-7 (Dipendenti), 2-8 (Lavoratori non dipendenti), 2-30 (Contratti collettivi), 401-1 (Assunzioni di nuovi dipendenti e turnover dei dipendenti), 404-1 (Ore medie di formazione annua per dipendente), 405-1 (Diversità tra i dipendenti) e 405-2 (Rapporto tra stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini) sono escluse le seguenti società: Castelbarco Real Estate S.r.l., Castelbarco Hospitality S.r.l., Smeraldo S.r.l., TEN-X S.A., Force Dea S.r.l., WESTI S.r.l., Itaca S.r.l. (e la società da essa controllata Itaca 2 S.p.A.), Percassi Properties S.r.l.

L'indicatore 406-1 (Episodi di discriminazione e misure correttive adottate) esclude le seguenti società: Hexagon Retail España S.L.U., Hexagon France S.A.S. e Hexagon Portugal Unipessoal LDA, L'Innominato Hellas Single Member S.A., L'Innominato Cyprus Limited, Innominato España S.L., L'Innominato France S.A.S., L'Innominato Portugal Unipessoal LDA, D-Retail S.r.l., Bullfrog S.r.l., WOMO Schweiz AG, Madina S.r.l., La Valtellinese S.r.l., Castelbarco Real Estate S.r.l., Castelbarco Hospitality S.r.l., Smeraldo S.r.l., TEN-X S.A., WEST1 S.r.l., Percassi Properties S.r.l. (e la società da essa controllata Salaria S.r.l.), Itaca S.r.l. (e la società da essa controllata Itaca 2 S.p.A.).

I dati relativi all'indicatore 403-9 (Infortuni sul lavoro) escludono le seguenti società: Castelbarco Real Estate S.r.l., Castelbarco Hospitality S.r.l., Smeraldo S.r.l., TEN-X S.A., Bullfrog S.r.l., Madina S.r.l., WOMO Schweiz AG, Hexagon France S.A.S., L'Innominato France S.A.S., D-Retail S.r.l., WESTI S.r.l., Percassi Properties S.r.l. (e la società da essa controllata Salaria S.r.l.), Itaca S.r.l. (e la società da essa controllata Itaca 2 S.p.A.).

I dati relativi allo standard GRI 417-3 (Episodi di non conformità concernenti comunicazioni di marketing) escludono le seguenti società: Odissea S.r.l., D-Retail S.r.l., Percassi Management S.r.l., WOMO Schweiz AG, Madina S.r.l., La Valtellinese S.r.l., Food Management S.r.l., Force Dea S.r.l., Castelbarco Real Estate S.r.l., Castelbarco Hospitality S.r.l., Smeraldo S.r.l., TEN-X S.A., WESTI S.r.l., Percassi Properties S.r.l. (e la società da essa controllata Salaria S.r.l.), Itaca S.r.l. (e la società da essa controllata Itaca 2 S.p.A.).

Numero totale di dipendenti (*headcount*) suddivisi per tipologia contrattuale (tempo indeterminato e determinato) e genere (GRI 2-7)

TIPOLOGIA CONTRATTUALE	2023			2024		
	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE
A tempo indeterminato	707	1.262	1.969	823	1.514	2.337
A tempo determinato	347	618	965	383	634	1.017
Totale	1.054	1.880	2.934	1.206	2.148	3.354

Numero totale di dipendenti (*headcount*) suddivisi per *full-time* e *part-time* e per genere (GRI 2-7)

FULL TIME/PART TIME	2023			2024		
	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE
<i>Full time</i>	445	629	1.074	450	722	1.172
<i>Part time</i>	609	1.251	1.860	756	1.426	2.182
Totale	1.054	1.880	2.934	1.206	2.148	3.354

Numero totale dei lavoratori non dipendenti, suddivisi per tipologia contrattuale e per genere (*headcount*) (GRI 2-8)

LAVORATORI ESTERNI	2023			2024		
	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE
Stagisti	29	71	100	47	70	117
Lavoratori somministrati	51	132	183	45	103	148
Lavoratori autonomi	8	2	10	9	2	11
Totale	88	205	293	101	175	276

Contratti collettivi (GRI 2-30)

TIPOLOGIA CONTRATTUALE	2023	2024
Numero di dipendenti coperti da accordi di contrattazione collettiva	2.934	3.354
Totale dipendenti	2.934	3.354
% di dipendenti coperti da accordi di contrattazione collettiva	100%	100%

Numero totale e percentuale di nuovi dipendenti assunti e avvicendamento di dipendenti durante il periodo di rendicontazione, suddivisi per età e genere (GRI 401-1)

ENTRATE	2023				2024				
	GENERE	< 30	30 -50	> 50	TOTALE	< 30	30 -50	> 50	TOTALE
Uomini		639	175	5	819	664	173	6	843
Donne		1.290	284	10	1.584	1.522	273	11	1.806
Totale		1.929	459	15	2.403	2.186	446	17	2.649
Turnover		102%	48%	17%	82%	103%	40%	16%	79%

USCITE	2023				2024				
	GENERE	< 30	30 -50	> 50	TOTALE	< 30	30 -50	> 50	TOTALE
Uomini		473	151	7	631	518	164	9	691
Donne		1002	260	17	1.279	1295	233	10	1.538
Totale		1.475	411	24	1.910	1.813	397	19	2.229
Turnover		78%	43%	27%	65%	85%	35%	18%	66%

Ore medie di formazione annua per dipendente (GRI 404-1)

	2023								
	N. ORE UOMINI	TOT. DIPENDENTI UOMINI	N. ORE PRO-CAPITE UOMINI	N. ORE DONNE	TOT. DIPENDENTI DONNE	N. ORE PRO-CAPITE DONNE	N. ORE TOTALI	TOTALE DIPENDENTI	N. ORE PRO-CAPITE
Dirigenti	149	15	9,9	20	3	6,7	169	18	9,4
Quadri	339	21	16,1	398	19	20,9	736	40	18,4
Impiegati	3686	821	4,5	5069	1503	3,4	8.754,5	2.324	3,8
Operai	3413	138	24,7	6038	208	29	9.450,5	346	27,3
Apprendisti	3201	59	54,3	9267	147	63	12.468	206	60,5
Totale	10.786	1.054	10,2	20.791	1.880	11,1	31.577	2.934	10,8

	2024								
	N. ORE UOMINI	TOT. DIPENDENTI UOMINI	N. ORE PRO-CAPITE UOMINI	N. ORE DONNE	TOT. DIPENDENTI DONNE	N. ORE PRO-CAPITE DONNE	N. ORE TOTALI	TOTALE DIPENDENTI	N. ORE PRO-CAPITE
Dirigenti	348	18	19,3	63	3	21	411,1	21	19,6
Quadri	457	20	22,8	650	20	32,5	1.106	40	27,6
Impiegati	7686	966	8	13158	1731	7,6	20.844	2.697	7,7
Operai	9698	187	51,9	18903	345	54,8	28.601	532	53,8
Apprendisti	272	15	18,1	1183	49	24,1	1.454,5	64	22,7
Totale	18.460	1.206	15,3	33.956	2.148	15,8	52.416,6	3.354	15,6

Diversità nei dipendenti per inquadramento professionale, genere e fascia d'età (GRI 405-1)

INQUADRAMENTO PROFESSIONALE E GENERE	2023							
	< 30		30 - 50		> 50		TOTALE	
	NUMERO	%	NUMERO	%	NUMERO	%	NUMERO	%
Dirigenti	-	0%	9	0%	9	0%	18	1%
Uomini	-	0%	7	1%	8	1%	15	1%
Donne	-	0%	2	0%	1	0%	3	0%
Quadri	-	0%	30	1%	10	0%	40	1%
Uomini	-	0%	15	1%	6	1%	21	2%
Donne	-	0%	15	1%	4	0%	19	1%
Impiegati	1.473	50%	793	27%	58	2%	2.324	79%
Uomini	511	48%	292	28%	18	2%	821	78%
Donne	962	51%	501	27%	40	2%	1.503	80%
Operai	211	7%	123	4%	12	0%	346	12%
Uomini	83	8%	47	4%	8	1%	138	13%
Donne	128	7%	76	4%	4	0%	208	11%
Apprendisti	204	7%	2	0%	-	0%	206	7%
Uomini	59	6%	-	0%	-	0%	59	6%
Donne	145	8%	2	0%	-	0%	147	8%
Totale	1.888	64%	957	33%	89	3%	2.934	100%

INQUADRAMENTO PROFESSIONALE E GENERE	2024							
	< 30		30 - 50		> 50		TOTALE	
	NUMERO	%	NUMERO	%	NUMERO	%	NUMERO	%
Dirigenti	-	0%	13	0%	8	0%	21	1%
Uomini	-	0%	10	1%	8	1%	18	1%
Donne	-	0%	3	0%	-	0%	3	0%
Quadri	-	0%	28	1%	12	0%	40	1%
Uomini	-	0%	12	1%	8	1%	20	2%
Donne	-	0%	16	1%	4	0%	20	1%
Impiegati	1.712	51%	919	27%	66	2%	2.697	80%
Uomini	614	51%	332	28%	20	2%	966	80%
Donne	1.098	51%	587	27%	46	2%	1.731	81%
Operai	353	11%	159	5%	20	1%	532	16%
Uomini	120	10%	58	5%	9	1%	187	16%
Donne	233	11%	101	5%	11	1%	345	16%
Apprendisti	64	2%	-	0%	-	0%	64	2%
Uomini	15	1%	-	0%	-	0%	15	1%
Donne	49	2%	-	0%	-	0%	49	2%
Totale	2.129	63%	1.119	33%	106	3%	3.354	100%

Diversità nelle categorie protette per inquadramento professionale e genere (GRI 405-1)

INQUADRAMENTO PROFESSIONALE	UOMINI		2023 DONNE		TOTALE	
	NUMERO	%	NUMERO	%	NUMERO	%
	Dirigenti	-	0%	-	0%	-
Quadri	-	0%	-	0%	-	0%
Impiegati	9	23%	22	55%	31	78%
Operai	7	18%	1	3%	8	20%
Apprendisti	-	0%	1	3%	1	3%
Totale	16	40%	24	60%	40	100%

INQUADRAMENTO PROFESSIONALE	UOMINI		2024 DONNE		TOTALE	
	NUMERO	%	NUMERO	%	NUMERO	%
	Dirigenti	-	0%	-	0%	-
Quadri	-	0%	-	0%	-	0%
Impiegati	13	24%	27	50%	40	74%
Operai	10	19%	3	6%	13	24%
Apprendisti	-	0%	1	2%	1	2%
Totale	23	43%	31	57%	54	100%

Rapporto dello stipendio base delle donne rispetto agli uomini (GRI 405-2)

RAPPORTO DELLO STIPENDIO BASE (RAL) DELLE DONNE RISPETTO AGLI UOMINI	RAPPORTO D/U	
	2023	2024
INQUADRAMENTO PROFESSIONALE		
Dirigenti	0,7	0,7
Quadri	0,9	0,9
Impiegati	1	1
Operai	1	1
Apprendisti	1	1

Rapporto della retribuzione (stipendio base + variabile) delle donne rispetto agli uomini (GRI 405-2)

RAPPORTO DELLA RETRIBUZIONE (REM) DELLE DONNE RISPETTO AGLI UOMINI	RAPPORTO D/U	
	2023	2024
INQUADRAMENTO PROFESSIONALE		
Dirigenti	0,7	0,7
Quadri	0,9	0,9
Impiegati	1	1
Operai	1	1
Apprendisti	1	1

Episodi di discriminazione e misure correttive adottate (GRI 406-1)

EPISODI DI DISCRIMINAZIONE	2023	2024
Numero totale di episodi di discriminazione durante il periodo di rendicontazione	-	-

Infortuni sul lavoro e tassi infortunistici (GRI 403-9)

DIPENDENTI

NUMERO DI INCIDENTI	2023	2024
Numero totale di infortuni sul lavoro registrabili	48	79
Numero totale di infortuni sul lavoro gravi (esclusi i decessi)	-	-
Numero totale di decessi dovuti a infortuni sul lavoro	-	-
Totale	48	79

DIPENDENTI

ORE LAVORATE	2023	2024
Ore lavorate	2.863.668	3.444.517

DIPENDENTI

TASSO	2023	2024
Tasso di decessi dovuti a infortuni sul lavoro registrabili	-	-
Tasso di infortuni sul lavoro gravi (esclusi i decessi)	-	-
Tasso di infortuni sul lavoro	16,8	22,9

LAVORATORI ESTERNI

NUMERO DI INCIDENTI	2023	2024
Numero totale di infortuni sul lavoro registrabili	4	-
Numero totale di infortuni sul lavoro gravi (esclusi i decessi)	-	-
Numero totale di decessi dovuti a infortuni sul lavoro	-	-
Totale	4	-

LAVORATORI ESTERNI

ORE LAVORATE	2023	2024
Ore lavorate	142.275	160.220

LAVORATORI ESTERNI

TASSO	2023	2024
Tasso di decessi dovuti a infortuni sul lavoro registrabili	-	-
Tasso di infortuni sul lavoro gravi (esclusi i decessi)	-	-
Tasso di infortuni sul lavoro	28,1	-

Episodi di non conformità concernenti comunicazioni di *marketing* (GRI 417-3)

EPISODI DI NON CONFORMITÀ CONCERNENTI LE COMUNICAZIONI DI <i>MARKETING</i>	U.D.M.	2023	2024
Numero totale di episodi che hanno causato una sanzione o una penale	n.	-	-
Numero totale di episodi che hanno causato un avviso	n.	2	1
Numero totale di episodi di non conformità a codici volontari	n.	-	-

3. INDICATORI DI GOVERNANCE¹³

Diversità nell'organo di governo per genere e fascia d'età (GRI 405-1)

FASCIA D'ETÀ	2023					
	UOMINI		DONNE		TOTALE	
	NUMERO	%	NUMERO	%	NUMERO	%
< 30	-	0%	-	0%	-	0%
30 - 50	2	50%	-	0%	2	50%
> 50	2	50%	-	0%	2	50%
Totale	4	100%	-	0%	4	100%

FASCIA D'ETÀ	2024					
	UOMINI		DONNE		TOTALE	
	NUMERO	%	NUMERO	%	NUMERO	%
< 30	-	0%	-	0%	-	0%
30 - 50	2	50%	-	0%	2	50%
> 50	2	50%	-	0%	2	50%
Totale	4	100%	-	0%	4	100%

13- L'indicatore 204-1 (Proporzione della spesa effettuata a favore di fornitori locali) esclude le seguenti società: Odissea S.r.l., Hexagon Retail España S.L.U., Hexagon France S.A.S. e Hexagon Portugal Unipessoal LDA, L Innominato Hellas Single Member S.A., L'Innominato Cyprus Limited, Innominato España S.L., L'Innominato France S.A.S., L'Innominato Portugal Unipessoal LDA, Platinum S.r.l., D-Retail S.r.l., Percassi Management S.r.l., Bullfrog S.r.l., WOMO S.r.l. (con la controllata WOMO Schweiz AG), Madina S.r.l., La Valtellinese S.r.l., Food Management S.r.l., Force Dea S.r.l., Castelbarco Real Estate S.r.l., Castelbarco Hospitality S.r.l., Smeraldo S.r.l., TEN-X S.A, WESTI S.r.l., Percassi Properties S.r.l. (e la società da essa controllata Salaria S.r.l.), Itaca S.r.l. (e la società da essa controllata Itaca 2 S.p.A.).

Gli indicatori 308-1 (Nuovi fornitori che sono stati selezionati utilizzando criteri ambientali) e 414-1 (Nuovi fornitori che sono stati selezionati utilizzando criteri sociali) escludono le seguenti società: Odissea S.r.l., Hexagon Retail España S.L.U., Hexagon France S.A.S. e Hexagon Portugal Unipessoal LDA, L Innominato Hellas Single Member S.A., L'Innominato Cyprus Limited, Innominato España S.L., L'Innominato France S.A.S., L'Innominato Portugal Unipessoal LDA, Platinum S.r.l., D-Retail S.r.l., Bullfrog S.r.l., WOMO S.r.l. (con la controllata WOMO Schweiz AG), Madina S.r.l., La Valtellinese S.r.l., Food Management S.r.l., Force Dea S.r.l., Castelbarco Real Estate S.r.l., Castelbarco Hospitality S.r.l., Smeraldo S.r.l., TEN-X S.A, WESTI S.r.l., Percassi Properties S.r.l. (e la società da essa controllata Salaria S.r.l.), Itaca S.r.l. (e la società da essa controllata Itaca 2 S.p.A.).

Compliance con leggi e regolamenti (GRI 2-27)

CASI SIGNIFICATIVI NON CONFORMITÀ A LEGGI E REGOLAMENTI	U.D.M.	2023	2024
Casi per i quali sono state inflitte sanzioni non monetarie	n.	-	-
Casi per i quali sono state inflitte ammende	n.	-	9
Valore monetario delle multe per casi di non conformità a leggi e regolamenti	Euro	-	18.460

Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese (GRI 205-3)

EPISODI DI CORRUZIONE ACCERTATI	U.D.M.	2023	2024
Episodi di corruzione accertati	n.	-	-
Episodi nei quali i dipendenti hanno subito licenziamento o provvedimenti per corruzione	n.	-	-
Episodi che hanno portato alla risoluzione o al mancato rinnovo di contratti con <i>partner</i> commerciali	n.	-	-

Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, *antitrust* e pratiche monopolistiche (GRI 206-1)

AZIONI LEGALI PER COMPORTAMENTO ANTICONCORRENZIALE, VIOLAZIONE DI NORMATIVE ANTITRUSTE E RELATIVE PRATICHE MONOPOLISTICHE	U.D.M.	2023	2024
Azioni in corso	n.	-	-
Azioni concluse	n.	-	-

Episodi di non conformità relativamente agli impatti su salute e sicurezza di prodotti e servizi (GRI 416-2)

EPISODI DI NON CONFORMITÀ CON IMPATTI SU SALUTE E SICUREZZA DI PRODOTTI E SERVIZI	U.D.M.	2023	2024
Numero totale di episodi che hanno causato una sanzione o una penale	n.	-	-
Numero totale di episodi che hanno causato un avviso	n.	-	-
Numero totale di episodi di non conformità a codici volontari	n.	-	-

Fondati reclami riguardanti violazioni della *privacy* dei clienti e perdita di loro dati (GRI 418-1)

RECLAMI RIGUARDANTI VIOLAZIONI DELLA PRIVACY DEI CLIENTI E PERDITA DI LORO DATI	U.D.M.	2023	2024
Numero totale di fondati reclami ricevuti da terze parti e comprovati dall'organizzazione	n.	-	-
Numero totale di fondati reclami da organi normativi	n.	-	-
Numero totale di episodi identificati di fuga, furto o perdita di dati dei clienti	n.	2	1

Proporzione della spesa effettuata a favore di fornitori locali (GRI 204-1)

STANDARD GRI	U.D.M.	2023	2024
Valore speso per fornitori locali (prodotti e servizi acquistati localmente)	Euro		56.602.389,9
Totale valore bilancio preventivo	Euro		57.955.591
Percentuale	%		98%

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

STANDARD GRI	U.D.M.	2023	2024
Nuovi fornitori selezionati secondo criteri ambientali	num.		19
Totale nuovi fornitori	num.		118
Percentuale	%		16%

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

STANDARD GRI	U.D.M.	2023	2024
Nuovi fornitori selezionati secondo criteri sociali	num.		19
Totale nuovi fornitori	num.		118
Percentuale	%		16%

PERCASSI