



Una passione chiamata sostenibilità

Dichiarazione Consolidata di Carattere Non Finanziario
al 28 febbraio 2023

ai sensi del Decreto Legislativo 254/2016



UNA PASSIONE CHIAMATA SOSTENIBILITÀ

Passione per noi significa essere in sintonia con il cambiamento, per non perderci neanche un istante di futuro. Perché abbiamo attitudine all'ascolto, curiosità e capacità di anticipare le richieste del mercato.

In un quadro geopolitico e macroeconomico complesso, e a fronte di un rallentamento del mercato dell'elettronica di consumo, abbiamo continuato a investire nel nostro percorso in ambito ambientale, sociale e di governance. Un obiettivo che testimonia la sempre più stretta integrazione delle tematiche ESG nelle attività di business e del loro ruolo di fattori abilitanti e trasversali al processo di creazione del valore per tutti i nostri stakeholder.

Passione per noi è mettere il cuore in tutto ciò che facciamo e cercare di andare oltre.

UN IMPEGNO CRESCENTE

Il nostro Piano di Sostenibilità si fonda su quattro pilastri strategici: la Comunità, la Cultura, l'Innovazione Sostenibile e i Talenti.

31 sono i progetti che ci siamo impegnati a realizzare nel quadriennio 2022-2026 e non intendiamo fermarci qui: il nostro percorso di crescita, infatti, ci porta a pensare sempre a nuove idee e a nuove iniziative. Ed è ciò che abbiamo fatto nel corso dell'esercizio, identificando ulteriori azioni che vanno ad arricchire e ad apportare valore al piano, rafforzando così il nostro impegno complessivo nei confronti della sostenibilità.

Passione per noi è voglia di superarci.



ENVIRONMENT



SOCIAL



GOVERNANCE

ENVIRONMENT



LEGENDA

 Innovazione Sostenibile
  Comunità
  Cultura
  Talenti

 Progetto del Piano di Sostenibilità



SISTEMI DI EFFICIENTAMENTO ENERGETICO NEI PUNTI VENDITA

Installati sistemi di efficientamento energetico in 50 punti vendita raggiungendo un totale di 90 store dall'avvio del progetto.



ACQUISTI DI ENERGIA GREEN

Raggiunto il *target* del 100% di acquisti di energia con certificazione *green* da parte del fornitore.



MISURAZIONE DELLA CARBON FOOTPRINT E DEFINIZIONE DI ULTERIORI AZIONI DI DECARBONIZZAZIONE

Selezionato il *partner* che supporterà Unieuro nella misurazione dell'impronta di carbonio del Gruppo (Scope 1, 2 e 3 in accordo al protocollo GHG) e nella definizione di ulteriori azioni di decarbonizzazione. Tale progetto sarà realizzato nel corso dell'esercizio 2023/24.



RECUPERO DEI PALLET AI FINI DEL RIUTILIZZO

Accelerato lo sviluppo del progetto di monitoraggio e recupero dei *pallet* in legno e in plastica al fine di un loro successivo riutilizzo. La percentuale di pallet recuperati e riutilizzati rispetto al totale dei *pallet* acquistati ha raggiunto un livello superiore all'80%, in forte crescita rispetto al 35% del precedente esercizio.



PACKAGING SOSTENIBILE NELLE CONSEGNE HOME DELIVERY

Sostituiti i riempitivi in plastica nelle spedizioni *Home Delivery* in favore di materiale riciclato al 100% aumentando l'utilizzo di cartone e riducendo la creazione di rifiuti non riciclabili.



BATTERIE AGLI IONI DI LITIO NEL MAGAZZINO DI PIACENZA

Sostituite le batterie per l'alimentazione dei carrelli elevatori in uso nel polo logistico di Piacenza, adottando batterie a ioni di litio in sostituzione a quelle precedenti a piombo-acido, con benefici in termini di riduzione dei tempi di ricarica, superiore rendimento energetico ed azzeramento delle esalazioni di CO₂.



CAMPAGNE DI TRADE-IN

Organizzate 12 campagne di *trade-in* su alcune categorie di prodotti al fine di promuoverne il ricondizionamento e/o il corretto smaltimento.



RIDUZIONE DELLA PLASTICA NEL PACKAGING DEL PRIVATE LABEL

Avviate alcune iniziative volte a sostituire o a ridurre la plastica nel *packaging* dei prodotti della marca Privata.



AFFERMAZIONE DEL DIGITALE COME PRINCIPALE MEZZO DI DELIVERY DEL VOLANTINO PROMOZIONALE

Confermata l'inversione del paradigma carta/digitale grazie ad una ulteriore ottimizzazione dei consumi di carta con conseguente ulteriore abbattimento dei costi di trasporto e delle emissioni. Avviati nuovi cantieri per ulteriori ottimizzazioni della fruizione del *digital flyer* anche in fase di creazione dello strumento. I consumi di carta sono in calo del 37% A/A e del 95% circa rispetto al periodo pre-Covid.



SOCIAL



LEGENDA

-  Innovazione Sostenibile
  Comunità
  Cultura
  Talenti
 Progetto del Piano di Sostenibilità


MIGLIORAMENTO DELL'INDICE SULLA CUSTOMER SATISFACTION (NPS)

Realizzato un ulteriore incremento del *Net Promoter Score* (NPS), che misura il livello di soddisfazione dei clienti, che passa da 48,5 del precedente esercizio a 51,9, con un incremento di 3,4 punti. A partire dall'esercizio in corso viene chiesto ai clienti di esprimersi anche sulla sostenibilità di Unieuro.


INTRODUZIONE DELLE ETICHETTE ELETTRONICHE NEI PUNTI VENDITA

Proseguita l'installazione delle etichette elettroniche nei punti vendita. Dall'inizio del progetto sono oltre 120 negozi che hanno adottato le etichette elettroniche.


CATENA DI FORNITURA SOSTENIBILE

Avviata l'attività di selezione dei criteri ambientali, sociali e di *governance* da affiancare a quelli economico-finanziari nel processo di valutazione dei fornitori.


COSTRUZIONE E CONSOLIDAMENTO DELLA COMUNICAZIONE INTERNA

Creata la funzione Comunicazione Interna e sviluppo di diversi strumenti comunicativi (*newsletter*, spazio *sharepoint*, *webinar*, *e-letter*) per rendere visibili e valorizzare tutte le iniziative dell'azienda, assicurando uniformità e coerenza comunicativa verso tutti gli *stakeholder* interni.


SVILUPPO DEL NUOVO PORTALE AZIENDALE (DIGITAL WORKPLACE)

Selezionato il fornitore per lo sviluppo del nuovo portale aziendale interno, finalizzato a rafforzare il legame tra azienda e dipendenti.


LANCIO DI UNA CAMPAGNA COMUNICATIVA INTERNA SUI VALORI DEL BRAND

Lanciata la campagna di comunicazione interna "Noi ci siamo", volta a diffondere e condividere con tutti i dipendenti i valori ed i fondamenti del *brand* Unieuro: passione, esperienza, coraggio, impegno, empatia e apertura.


AGGIORNAMENTO DEL QUESTIONARIO E SECONDA MISURAZIONE DELL'EMPLOYEE NPS

Effettuata la seconda misurazione del livello di soddisfazione dei dipendenti attraverso il calcolo dell'eNPS, il cui valore è risultato in calo rispetto al precedente esercizio. Realizzato l'aggiornamento del questionario e dei suoi ambiti di indagine con l'obiettivo di renderlo sempre più coerente ed allineato alla realtà di Unieuro e ai progetti attivi.


NUOVO MODELLO DI LEADERSHIP MANAGEMENT E RAFFORZAMENTO DEL TALENT MANAGEMENT

In fase di definizione un nuovo modello di *leadership management* oltre a iniziative volte a rafforzare la strategia di *talent management*. Entrambi questi progetti saranno finalizzati nel corso dell'esercizio 2023/24.





WORKLIFE BALANCE & WELLBEING

Rinnovato per l'intero esercizio 2022/23 l'accordo individuale di *smart working* ("progetto Futura") per i dipendenti delle sedi centrali, reso poi definitivo a partire dall'esercizio 2023/24. Estesa a tutti i dipendenti "Benefit Hub", la piattaforma attraverso cui è possibile accedere ad una serie di sconti e convenzioni commerciali dedicate al personale di Unieuro.



POLITICA SULLA TUTELA DI GENERE

Definita la politica a tutela delle vittime di violenza di genere che entrerà in vigore nell'esercizio 2023/24



CRESCITA DELLA COMPONENTE FEMMINILE NEI RUOLI MANAGERIALI ED INTERMEDI

Aumentata la presenza di donne in posizioni manageriali ed intermedie, oggi al 27,4% del totale di dirigenti e quadri rispetto al 23,6% di un anno fa.



RIPRESE LE LEZIONI D'AULA PER L'ACADEMY AZIENDALE. SOSTENIBILITÀ NUOVO CORSO

Conclusa la 13° edizione dell'*Academy* aziendale, momento formativo importante per i futuri *Store Manager* di Unieuro e che ha visto il ritorno in aula dei partecipanti dopo due anni di lezioni *on-line* a causa delle restrizioni del periodo pandemico. La Sostenibilità è divenuta una delle materie del corso.



LANCIATI CORSI FORMATIVI SPECIFICI IN CYBER SECURITY E PROTEZIONE DEI DATI PERSONALI

Rafforzata la formazione del personale di rete in materia di *cybersecurity* e protezione dei dati personali, in quest'ultimo caso, con un focus sui clienti possessori della carta fedeltà.



CORSO DI FORMAZIONE IN SOSTENIBILITÀ

Selezionati i *partner* che affiancheranno Unieuro nella preparazione del corso di formazione in sostenibilità a beneficio dell'intera popolazione ambientale. Detto corso, di durata triennale, avrà inizio a partire dall'esercizio 2023/24.



PRESENTAZIONE DEL PIANO DI SOSTENIBILITÀ 2022-2026 A TUTTA LA POPOLAZIONE AZIENDALE ED UPDATE SU SINGOLE INIZIATIVE

Organizzato per tutti i dipendenti un *webinar* teso a illustrare le finalità ed i progetti del Piano di Sostenibilità da parte del top management e da tutti i manager responsabili dei singoli progetti. Forniti approfondimenti ed aggiornamenti su alcune azioni del Piano tramite le *newsletter* "Unieuro News" e webinar dedicati legati al "progetto UniVersus".





AVVIATO IL PROGETTO “MENTI CONNESSE”

Lanciato il progetto “Menti Connesse” a beneficio della rete di vendita e teso ad individuare e condividere comportamenti, esperienze e *best practice* di vendita al fine di metterle a fattore comune e costruire un’esperienza d’acquisto unica e distintiva in favore dei clienti. In totale sono state realizzate oltre 7.000 ore di condivisione da parte di dipendenti provenienti dai 273 store partecipanti.



ULTERIORE SVILUPPO DEL PROGETTO #CUORICONNESSI. LANCIO DELL’OSSERVATORIO E DEL DECALOGO

Raggiunti oltre 1,9ml di contatti attraverso le varie iniziative di contatto poste in essere nel corso dell’esercizio. Avviato un progetto di ricerca denominato “Schermi futuri” (il cui direttore scientifico è il Professor Paolo Crepet) volto ad analizzare il “sentire” dei giovani rispetto ai nuovi modelli di socialità (*social media, chat, gaming online, ecc.*). Il progetto conclusosi a febbraio 2023 prevede la realizzazione di un white paper (libro bianco). Grazie al lavoro delle scuole sulla dispensa estiva di #cuoriconnessi “La storia di Madi” è stato realizzato, con l’aiuto degli insegnanti, un “decalogo” contro il *cyberbullismo*. Il decalogo, già disponibile per il *download* gratuito sul sito cuoriconnessi.it, verrà presentato ufficialmente nel corso del 2023 con un evento ad hoc realizzato in collaborazione con Polizia di Stato.



AVVIATA LA COLLABORAZIONE CON IL PRIME CENTER

Organizzati i primi incontri nell’ambito del progetto formativo sui corretti stili di vita come alleati fondamentali del benessere psico-fisico dei ragazzi e della prevenzione oncologica realizzato in collaborazione con il Prime Center di Cesena dell’Istituto Oncologico Romagnolo. Coinvolti oltre 500 studenti delle scuole superiori romagnole insieme ai loro insegnanti.



SOSTEGNO ALLA SQUADRA DI PALLACANESTRO FORLIVESE

Proseguito il sostegno alle realtà sportive del territorio in cui Unieuro opera e alla promozione dei valori dello sport. Anche nell’esercizio 2022/23 la Società è stata *main sponsor* della squadra maschile di basket della città di Forlì (prima squadra e giovanili) e del palazzetto cittadino, denominato Unieuro Arena.



ALTRE INIZIATIVE A BENEFICIO DELLA COMUNITÀ LOCALE

Sostenuta una nuova importante iniziativa volta a promuovere la città di Forlì supportando in qualità di “*gold sponsor*” la mostra dedicata alla figura della Maddalena e alla sua centralità nell’arte, nella letteratura e nel cinema realizzata presso i Musei San Domenico dalla Fondazione Cassa di Risparmio di Forlì.



GOVERNANCE



LEGENDA

-  Innovazione Sostenibile
-  Comunità
-  Cultura
-  Talenti
-  Progetto del Piano di Sostenibilità



INCLUSIONE DI OBIETTIVI ESG NEI PIANI DI INCENTIVAZIONE VARIABILE

Proseguita l'inclusione di obiettivi ESG nei piani di incentivazione di breve e medio-lungo termine del *management* e del personale chiave, con un peso del 10% sul sistema di incentivazione annuale (MBO) e del 25% sul sistema di incentivazione di medio-lungo termine (LTIP).



RAFFORZATO IL PRESIDIO A LIVELLO DI COMITATI SOSTENIBILITÀ

Incrementato il numero dei componenti del Comitato endoconsiliare di Sostenibilità (da 3 a 4) ed il numero dei membri del comitato interno sulla sostenibilità (da 6 a 8).



LIVELLI DI DIVERSITY NEL NUOVO CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

Il nuovo Consiglio di Amministrazione è composto da 11 membri, con una presenza di indipendenti al 64% e di donne al 45%.



IL FUTURO INIZIA DALLE PERSONE

Siamo impegnati in un percorso di miglioramento continuo e diversi progetti troveranno esecuzione nel corso del prossimo esercizio.

Allo stesso tempo, diffondere la conoscenza e creare una cultura della sostenibilità all'interno e all'esterno della nostra organizzazione, sarà la vera sfida che ci piacerebbe vincere.

Passione per noi è impegnarci con convinzione per un mondo più sostenibile.



INDICE

LETTERA AGLI STAKEHOLDER	16
<hr/>	
1. INTRODUZIONE	19
1.1 Chi siamo	19
1.2 Coinvolgimento degli Azionisti e degli altri <i>Stakeholder</i>	23
1.3 Percorso strategico della Sostenibilità	27
1.3.1 Analisi di materialità	27
1.3.2 Piano di sostenibilità 2022-2026	38
<hr/>	
2. GOVERNANCE	46
2.1 Gli Organi di Governance	46
2.1.1 Consiglio di Amministrazione	47
2.1.2 Governance della sostenibilità	54
2.1.3 Altri comitati	56
2.1.4 Collegio Sindacale	57
2.2 Modello di business e compliance normativa	58
2.2.1 Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo e sistema normativo aziendale	59
2.2.2 La lotta alla corruzione	61
2.2.3 La gestione dei rischi non finanziari	62
2.3 Responsabilità economico-finanziaria	69
2.3.1 Valore economico generato e distribuito	69
2.3.2 Gestione fiscale	69
2.3.3 La Tassonomia Ambientale Europea per Unieuro.	71
<hr/>	
3. PERFORMANCE SOCIALI	81
3.1 Dipendenti	81
3.1.1 Composizione del personale	81
3.1.2 Diversità, pari opportunità e rispetto dei diritti umani	88

3.1.3.	Formazione del personale e sviluppo delle carriere	96
3.1.4.	Valutazione delle performance	101
3.1.5.	Benessere, salute e sicurezza	102
3.1.6.	Relazione con i sindacati	107
3.2.	Clienti	109
3.2.1.	Qualità dei servizi e centralità del cliente	110
3.2.2.	Customer centricity ed innovazione	111
3.2.3.	Salute e sicurezza dei clienti	113
3.2.4.	Trasparenza delle informazioni sui prodotti e sulle offerte commerciali ai clienti	115
3.2.5.	Sicurezza e protezione dei dati dei clienti	118
3.2.6.	Gestione dei reclami relativi alle pratiche commerciali scorrette	120
3.3.	Fornitori	121
3.3.1.	La catena di fornitura di Unieuro	121
3.3.2.	Modalità di gestione dei fornitori	121
3.4.	Comunità	125
3.4.1.	Il progetto #Cuoriconnessi	125
3.4.2.	Gestione e supporto alla comunità locale	127

4. PERFORMANCE AMBIENTALI **129**

4.1	Gestione dei rifiuti	130
4.2	Consumi energetici ed emissioni	133
4.2.1.	Calcolo emissioni Scope 1 e 2: nuova metodologia	135
4.3	Consumi di risorse e materiali	140

5. NOTA METODOLOGICA **142**

6. GRI CONTENT INDEX **147**

ATTESTAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE **155**

Lettera agli Stakeholder



Signore e Signori,

l'esercizio 2022/23 è stato caratterizzato da fenomeni geopolitici e macroeconomici di enorme portata tra i quali il conflitto nell'Est Europa ed il balzo dell'inflazione tornata, nel volgere di pochi mesi, a tassi prossimi alla doppia cifra, fenomeno che non si registrava da quasi quarant'anni. Il settore dell'elettronica di consumo, che aveva beneficiato durante il periodo pandemico di un *trend* di acquisto straordinariamente positivo ancorché non ricorrente, ne ha subito il contraccolpo.

Ciononostante, Unieuro ha continuato nel percorso intrapreso sul fronte della sostenibilità. L'orientamento al "successo sostenibile" e la crescente rilevanza delle tematiche ESG quali fattori abilitanti e trasversali al processo di creazione del valore, è testimoniata dall'inclusione nel Piano Strategico di quattro pilastri ESG (Comunità, Cultura, Innovazione Sostenibile e Talenti), con lo scopo di rendere l'"innovazione responsabile" asse portante del futuro sviluppo aziendale.

Ad ulteriore conferma dell'impegno del Gruppo per uno sviluppo sostenibile e di una sempre maggiore integrazione dei fattori ESG nelle attività di *business*, nel corso del 2022, Unieuro ha approvato un Piano di Sostenibilità di durata quadriennale (2022-2026) nel quale è descritta la *roadmap* dei prossimi anni in termini di progetti, obiettivi e *target*. Il Piano, che comprende oltre trenta progetti, è stato concepito al fine di:

- rispondere alle crescenti aspettative in ambito sostenibilità da parte dei principali *stakeholder*;
- integrare la sostenibilità nelle decisioni di *business* e svilupparne consapevolezza e cultura all'interno dell'organizzazione;
- rafforzare la *governance* e il controllo dei rischi ESG, attraverso una chiara *accountability* e un approccio olistico, che consenta alla Società di presidiare efficacemente gli impegni in ambito di sostenibilità e fronteggiare le sfide attuali e future in un contesto esterno in rapido cambiamento;
- adeguarsi tempestivamente all'evoluzione in atto a livello di rendicontazione della sostenibilità oltreché ai crescenti obblighi di *disclosure*, in un quadro regolatorio che sta divenendo sempre più articolato e complesso;
- identificare eventuali opportunità di *business* connesse con i principali *trend* in atto in ambito di sostenibilità.

In aggiunta ad un indiscusso impegno sulle tematiche ambientali, un focus particolare è indirizzato allo sviluppo di una cultura interna della sostenibilità, con specifici progetti formativi e di *engagement* dei dipendenti, anche al fine di facilitare l'esecuzione stessa delle azioni programmate.

Fra le iniziative di maggior rilevanza realizzate nel corso dell'esercizio si segnalano:

- in ambito ambientale, il forte aumento registrato dai prezzi delle materie prime energetiche ha spinto il Gruppo a perseguire, con ancor maggior determinazione, le azioni di riduzione dei consumi a queste associati. Gli interventi di efficientamento energetico hanno interessato altri 50 punti vendita, facendo salire a 90 il numero complessivo di negozi coinvolti dall'avvio del progetto. Parallelamente, in ottica di riduzione delle emissioni di anidride carbonica, sono saliti al 100% gli acquisti di energia da fonti rinnovabili ed è stato identificato il *partner* che affiancherà la Società nel progetto di misurazione della propria "*carbon footprint*", propedeutica alla definizione di ulteriori future azioni di decarbonizzazione. L'avvio di tale progetto di misurazione ha permesso di affinare la metodologia di calcolo delle emissioni Scope 1 e 2, in coerenza con i dettami del GHG *protocol*. Importanti progressi sono stati registrati nella riduzione dei consumi di carta grazie alla progressiva digitalizzazione dei volantini. Fra le iniziative volte a promuovere pratiche di circolarità si segnalano i risultati raggiunti nel recupero dei pallet, in vista di un loro riutilizzo e le campagne di *trade-in*, a valere su alcune categorie di prodotti anche allo scopo di facilitare successive pratiche di riuso, di ricondizionamento e/o il corretto smaltimento.
- Sul fronte dei progetti di valore sociale grande attenzione è stata posta sul miglioramento della *customer experience*, facendo sempre più leva sull'implementazione della strategia omnicanale e sugli sviluppi in ambito di gestione dei processi *online* in ottica *end-to-end* e dal rafforzamento dei servizi di *customer care*. I progressi sulla qualità del servizio sono stati ripagati dall'incremento registrato dal Net Promoter Score. La digitalizzazione dei punti vendita ha potuto trarre beneficio dall'introduzione delle etichette elettroniche in un numero sempre maggiore di negozi. La sicurezza informatica e la tutela dei dati dei clienti sono state potenziate con investimenti in tecnologia ed in formazione del personale, per un presidio ed una prevenzione dei rischi più efficace. Diverse iniziative sono state promosse in favore dei dipendenti, a partire dalla somministrazione della seconda indagine di clima, elemento chiave per monitorare nel corso del tempo, il livello generale di soddisfazione e di ingaggio della popolazione aziendale. Sempre in tema di coinvolgimento e per favorire una più efficace diffusione delle informazioni è stata completamente ripensata la comunicazione interna, con la creazione di un'area dedicata nella intranet aziendale, l'invio di newsletter periodiche e l'organizzazione di *webinar*, fra cui quello relativo alla campagna ("Noi ci siamo"), tesa a rafforzare la conoscenza del patrimonio valoriale e dei principi di Unieuro. L'attività formativa ha visto finalmente la ripresa dei corsi dell'Academy aziendale "in presenza", con indubbi vantaggi in termini di interazione e di confronto. Infine, nell'ambito delle azioni volte alla promozione di un più equilibrato *work life balance*, da menzionare il rinnovo, dapprima per un ulteriore anno ma poi reso definitivo, dell'innovativo progetto di *smart working* (Progetto Futura) per i dipendenti delle funzioni centrali, segno tangibile dell'integrazione di tale modalità di lavoro nella realtà organizzativa del Gruppo. Sul fronte della *diversity* è aumentata la presenza di donne in posizioni manageriali ed intermedie mentre, a livello di Gruppo, la presenza femminile continua ad attestarsi su valori non distanti dal 50%. In aggiunta a quanto sopra è proseguito il dialogo con le altre categorie di *stakeholder*: alle ricorrenti interazioni con gli azionisti e gli altri rappresentanti della comunità finanziaria, quest'anno, si è aggiunta un'iniziativa di ascolto specificamente rivolta ai principali fornitori di prodotto con i quali sono stati organizzati incontri *one-to-one* sia fisici che da remoto, utili non solo per un confronto sulle rispettive strategie ESG ma anche per identificare eventuali aspetti di comune interesse in ambito di sostenibilità e per un loro diretto coinvolgimento nell'analisi di materialità 2022/23

di Unieuro. L'impegno sociale di Unieuro, soprattutto nei confronti dei giovani è stato ulteriormente rafforzato. Accanto al sempre più diffuso progetto #cuoriconnessi, la Società ha deciso di affiancare il Prime Center dell'Istituto Oncologico Romagnolo nello sviluppo di iniziative educative volte a sensibilizzare le nuove generazioni sull'importanza della prevenzione, di adottare un'alimentazione sana e di seguire corretti stili di vita.

"In un anno che si è rivelato particolarmente sfidante per il nostro settore, l'impegno di Unieuro nei confronti della sostenibilità non ha subito rallentamenti ma si è consolidato con il Piano di Sostenibilità 2022-26, che indirizzerà le azioni del Gruppo già da subito e negli anni a venire. Abbiamo delineato, infatti, un percorso che ci vede impegnati nel promuovere una cultura della sostenibilità all'interno e all'esterno della nostra organizzazione. L'attenzione nei confronti delle aspettative e dei bisogni dei nostri stakeholder guiderà sempre più le nostre azioni, nella ferma convinzione che la strada della creazione di un valore sostenibile e condiviso sia l'unica percorribile per garantire un futuro migliore a tutti noi e più ancora alle nuove generazioni".

Stefano Meloni
Presidente del Consiglio di Amministrazione

Guardando agli aspetti economici e di *governance*, la società ha distribuito ai suoi *stakeholder* il 97% del valore economico generato, ha continuato ad includere obiettivi ESG nel piano di remunerazione variabile di breve e medio-lungo termine del management ed ha ampliato il numero dei componenti del Comitato manageriale interno della Sostenibilità al fine di coinvolgere un maggior numero di aree aziendali nel dialogo e nel confronto interno sulle tematiche di sostenibilità. La sempre maggior attenzione da parte degli organi sociali al presidio del governo della sostenibilità ha trovato riscontro, a seguito del rinnovo del Consiglio di Amministrazione, nell'accresciuto numero di consiglieri in seno al Comitato endoconsiliare di Sostenibilità. L'aggiornamento della matrice di materialità che, in conformità a quanto previsto dai nuovi GRI "*Universal Standards*" 2021, si è basato sul concetto di "*impact materiality*", è avvenuto con il coinvolgimento di qualificati *stakeholder* interni ed esterni attraverso un approccio altamente personalizzato.

Sottoponiamo alla vostra attenzione la Dichiarazione non Finanziaria 2022/23 che evidenzia come il nostro approccio alla sostenibilità sia divenuto sempre più strategico, trasversale e condiviso e cerchi di perseguire concretamente la creazione di valore condiviso nel pieno rispetto dell'evoluzione normativa.

Buona lettura.

9 maggio 2023

Daniele Pelli
Presidente del Comitato Sostenibilità



1. INTRODUZIONE¹

1.1. Chi siamo

Fondata alla fine degli anni '30 del secolo scorso, Unieuro² è oggi il *leader* nella distribuzione di elettronica di consumo ed elettrodomestici in Italia, forte di un approccio omnicanale che integra negozi diretti, punti vendita affiliati e la piattaforma digitale unieuro.it., a cui si affianca il *digital pure player* Monclick.

La Società ha sede a Forlì, dispone di una piattaforma logistica centrale a Piacenza e di un hub di supporto a Carini (PA); è attiva sull'intero territorio italiano attraverso una capillare rete distributiva.

Nell'esercizio chiuso al 28 febbraio 2023 Unieuro ha registrato ricavi per circa 2,9 miliardi di Euro impiegando circa 5.700 dipendenti. La Società, dal 2017, è quotata sul segmento *Euronext STAR Milan*.

Attraverso l'"omnicanalità" Unieuro è in grado di offrire ai clienti un'esperienza di acquisto "senza interruzioni", all'interno di un ecosistema integrato di offerta di prodotti e servizi su tutti i canali attraverso cui la Società opera.



Il Gruppo dispone di un totale di 533 punti vendita tra diretti ed indiretti, tutti contraddistinti dal marchio Unieuro: uno dei più riconoscibili e affermati nel panorama *retail* con il *claim* - "Batte. Forte. Sempre".

Il *brand* Unieuro è la sintesi del patrimonio valoriale dell'azienda, centro di gravità di un ecosistema di comunicazione coerente e distintivo su tutti i canali, *online* e *offline*. Ad esso si affianca il marchio

¹ Relativamente alla tabella di pagina 30-37 si evidenzia che gli impatti (positivi e negativi) afferenti al presente capitolo fanno riferimento principalmente all'aspetto materiale del "dialogo con gli stakeholder".

² Come indicato in "Nota Metodologica", con i termini "Unieuro" o "Gruppo" si intende l'insieme delle società costituito dalla Capogruppo Unieuro S.p.A. e dalla società interamente controllata Monclick S.r.l., mentre con i termini "Unieuro S.p.A." o "Società" ci si riferisce esclusivamente alla capogruppo.

Monclick, tramite il quale il Gruppo presidia il segmento dell'e-commerce popolato dai cosiddetti "digital pure player", focalizzati su un'offerta solo digitale.

Al fine di diffondere e condividere con tutta la popolazione aziendale i valori ed i fondamenti del brand Unieuro, nel corso dell'esercizio è stata lanciata una specifica campagna di comunicazione interna e di *engagement* dei dipendenti dal titolo "Noi ci siamo".

	PURPOSE Portare innovazione nella relazione tra le persone e la tecnologia riempiendola di significato umano. La nostra prima responsabilità è favorire un'esperienza sempre positiva con la tecnologia nella vita quotidiana.
	VISION Essere considerati la destinazione naturale, fisica e digitale, per qualsiasi bisogno legato al mondo della tecnologia, promuovendo sempre una innovazione responsabile.
	MISSION Perseguire il consolidamento e la crescita della nostra leadership di mercato e di immagine, creando valore per tutti gli stakeholder. Grazie alla nostra competenza, passione e impegno sappiamo garantire a tutti un'esperienza di consumo distintiva e personalizzata perché mettiamo sempre, ogni cliente, al centro di un ecosistema omnicanale capace di offrire vicinanza e servizio.
	BELIEF Unieuro crede nell'innovazione responsabile: un'idea di innovazione che, anche grazie all'evoluzione della propria proposizione omnicanale, significa attivare comportamenti responsabili su tutte le dimensioni della sostenibilità, People-Planet-Profit e lungo tutta la value chain.


PASSIONE
La passione è il motore che batte forte in ogni nostra azione e che ci fa trovare risposte sempre rilevanti per il pubblico.


ESPERIENZA
L'esperienza deriva dalla nostra storia che continua a evolvere in sintonia con il mondo che cambia.


CORAGGIO
Il coraggio di ricercare continuamente l'innovazione, anticipando ciò che toccherà direttamente le nostre vite.


IMPEGNO
L'impegno verso la nostra comunità per avere un ruolo sociale e ambientale sostenibile.


EMPATIA
La capacità di avvicinare i nostri clienti e conoscerli, ascoltare le loro storie, il loro vissuto e da questo comprendere meglio come rispondere alle loro necessità.


APERTURA
L'apertura mentale che non ci fa avere pregiudizi e ci fa essere disponibili, autentici e trasparenti verso gli altri.

“NOI CI SIAMO” - LA PRIMA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE INTERNA DI UNIEURO CHE RACCONTA I VALORI DELL’AZIENDA.



Nel mese di ottobre del 2022 è stata lanciata la campagna “Noi ci siamo”, l’iniziativa di comunicazione interna rivolta a tutti i dipendenti del Gruppo che si è proposta di raccontare gli elementi fondativi dell’identità di Unieuro, la sua visione, la sua mission e i suoi valori, per consolidare il senso di appartenenza e di comunità.

“In un momento così complesso e di grande cambiamento è ancora più importante condividere e ribadire quei valori che ci uniscono, che raccontano chi siamo e che ci aiutano ad affrontare le sfide di tutti i giorni. Con questa iniziativa di comunicazione interna vogliamo valorizzare i racconti delle nostre persone, le loro esperienze e le loro emozioni. Mi piace considerare “Noi ci siamo” come un punto di partenza, che possa diventare stimolo per una riflessione condivisa e collettiva sulla nostra mission, vision e valori e sul perché siano così importanti per il presente e per il futuro della nostra azienda. Crediamo molto nella condivisione e crediamo che i valori acquistino ancora più significato quando sono interpretati dalle persone di Unieuro: per questo siamo tutti noi i protagonisti di questa iniziativa”.

Marco Titi, Direttore Marketing di Unieuro

Tramite i cinque diversi settori distributivi - integrati e convergenti - in cui opera, Unieuro commercializza una vasta gamma di prodotti di elettronica di consumo, elettrodomestici nonché di servizi accessori. Più in dettaglio, le categorie merceologiche in cui la Società opera sono:

- **GREY**, ovvero telefonia, *tablet*, *information technology*, accessori per la telefonia, macchine fotografiche, nonché tutti i prodotti tecnologici indossabili;
- **WHITE**, composta dagli elettrodomestici di grandi dimensioni (MDA) quali lavatrici, asciugatrici, frigoriferi o congelatori e fornelli, dai piccoli elettrodomestici (SDA) come aspirapolveri, *robot* da cucina, macchine per il caffè, oltreché dal segmento climatizzazione;
- **BROWN**, comprensiva di televisori e relativi accessori, dispositivi audio, dispositivi per *smart TV*, accessori auto e sistemi di memoria;
- **ALTRI PRODOTTI**, che include sia le vendite del settore entertainment, sia di altri prodotti non compresi nel mercato dell’elettronica di consumo come gli *hoverboard*, i monopattini o le biciclette muscolari o a pedalata assistita;
- **SERVIZI**, tra cui la consegna a domicilio, l’installazione, il ritiro dell’usato, l’estensione di garanzia, i servizi di credito al consumo attraverso intermediari finanziari, i servizi di supporto remoto per la configurazione di prodotti informatici ed i servizi di assistenza post-vendita.

Oltre alla vendita di prodotti di fornitori terzi, Unieuro S.p.A. commercializza anche prodotti a marchio esclusivo. Si tratta di alcune linee di elettrodomestici, grandi e piccoli e di alcune linee di elettrodomestici per il trattamento dell’aria, prodotti da terze parti che vengono commercializzati con il marchio “Electroline”, unitamente ai prodotti a marchio “Joiahome” relativi ad articoli per la casa, da regalo e da viaggio, a cui si sono affiancati nel corso dell’esercizio prodotti, quali televisori, prodotti IT, accessori TLC e mobilità-tempo libero a marchio “Teklio”.

La controllata Monclick S.r.l., a sua volta, vende tramite il sito www.monclick.it prodotti di informatica, elettronica, telefonia ed elettrodomestici, garantendo un’esperienza d’acquisto totale,

che si termina con la consegna e installazione a domicilio del prodotto acquistato. Opera, inoltre, nel segmento *Business to Business to Consumer (B2B2C)*, la cui clientela è rappresentata da operatori che hanno la necessità di acquistare prodotti elettronici da distribuire ai propri clienti abituali o ai dipendenti in occasione di raccolte punti, concorsi a premio o di piani di incentivazione.

Azionariato e struttura societaria

Dall'aprile 2017 le azioni Unieuro sono quotate sul segmento Euronext STAR Milan.

La Società si caratterizza per l'azionariato esteso e frammentato che detiene il capitale sociale, avendo pertanto una struttura da *public company*.

L'operatore di Private Equity Rhône Capital, attraverso l'IPO e tre successivi collocamenti sul mercato, dal gennaio 2020 ha azzerato la sua partecipazione, inizialmente pari al 70,5% del capitale.

Nel gennaio 2021, il flottante si è ulteriormente ampliato a seguito del disimpegno, attraverso una procedura di *accelerated bookbuilding*, da parte dell'azionista Dixons Carphone plc (oggi Currys plc), che ha ceduto sul mercato la partecipazione del 7,17% detenuta per il tramite di Alfa S.r.l..

Nell'aprile 2021, l'operatore di telecomunicazioni Iliad SA ha annunciato l'acquisto di una partecipazione pari a circa il 12,2% del capitale sociale di Unieuro, divenendo l'azionista più rilevante. Sulla base delle informazioni disponibili, il secondo maggiore azionista di Unieuro è la società di gestione del risparmio Amundi Asset Management con una quota pari all'8,3% del capitale.

Di seguito è riportata la composizione del capitale sociale della Società, costituito da 20.698.621 azioni.

Capitale sociale di Unieuro S.p.A.³

	%
Xavier Niel, tramite Iliad SA	12,2
Amundi Asset Management	8,3
Azioni proprie	2,9
Altri Azionisti	76,6

³ In tabella è riportata la percentuale di azioni ordinarie di Unieuro posseduta, alla data della presente Relazione, sia direttamente sia indirettamente dagli azionisti o da soggetti posti al vertice della catena partecipativa che hanno dichiarato il superamento di una soglia di partecipazione rilevante ai sensi dell'art. 120 del Testo Unico della Finanza e del Regolamento Emittenti Consob; tale percentuale è aggiornata sulla base delle informazioni a disposizione della Società.

1.2. Coinvolgimento degli Azionisti e degli altri Stakeholder

Da sempre il coinvolgimento degli *stakeholder* rappresenta per il Gruppo un'importante occasione di ascolto e di dialogo ed un momento fondamentale per la creazione di relazioni stabili e durature nel tempo, basate su integrità, trasparenza e rispetto delle regole. È altresì un'attività indispensabile per comprenderne le aspettative ed il livello di soddisfazione nei confronti del proprio operato e, quindi, per rafforzare la capacità di creare valore condiviso.

Il processo per l'identificazione degli *stakeholder* è stato avviato nel corso del 2017, con la predisposizione della prima Dichiarazione Non Finanziaria del Gruppo. In quell'occasione è stata realizzata una mappatura dei principali *stakeholder*, in coerenza con quelli identificati nel Codice Etico selezionando: le categorie i cui interessi sono rilevanti in base a relazioni dirette ed indirette con il Gruppo, le categorie i cui interessi possono essere direttamente o indirettamente condizionati o influenzati dall'attività aziendale e, infine, coloro sui quali ricadrebbero maggiormente gli effetti delle attività svolte dal Gruppo. Nel 2021, nell'ambito delle attività propedeutiche alla preparazione del Piano di Sostenibilità, la platea degli *stakeholder* è stata ulteriormente ampliata a seguito dell'analisi di *benchmarking* compiuta.

Entrando nel merito del dialogo con gli azionisti e con gli altri *stakeholder*, Unieuro si è dotata di una *Politica per la gestione del dialogo con gli azionisti e gli altri soggetti interessati*, in linea con le raccomandazioni del Codice di *Corporate Governance* di Borsa Italiana S.p.A., al quale la Società aderisce. Tale politica, volta a disciplinare il dialogo tra la Società e i rappresentanti dei Soggetti Interessati, definisce le regole di tale dialogo, individuando gli interlocutori, gli argomenti oggetto di discussione, le tempistiche e i canali di interazione. Riguardo alle altre forme di gestione del dialogo con i predetti soggetti e non incluse in detta politica, rimangono valide e applicabili le altre iniziative e attività già adottate da Unieuro, che includono le interlocuzioni tra la comunità finanziaria e la Direzione di Investor Relations.



Una passione chiamata sostenibilità

Nella gestione del dialogo con i Soggetti Interessati, il Gruppo Unieuro opera in osservanza dei seguenti principi generali:

- trasparenza, correttezza, puntualità, tempestività, equità e simmetria nella diffusione delle informazioni;
- distribuzione a tutti i Soggetti Interessati delle informazioni loro necessarie attraverso i più appropriati mezzi di comunicazione per permettere un compiuto esercizio dei propri diritti;
- regolare pubblicazione delle informazioni rilevanti aventi carattere continuativo, periodico o straordinario;
- impegno e integrità nella distribuzione, nella comunicazione e nella gestione delle informazioni societarie, regolamentate e non regolamentate;
- rispetto delle disposizioni in materia di abusi di mercato, alla luce di quanto previsto dalla Legge di volta in volta vigente, dalle politiche, dalle linee guida e dalle procedure e, in genere, dalle regole del governo societario definite dalla Società e dalle leggi di volta in volta applicabili alla Società e al Gruppo.

Le tematiche di discussione disciplinate da tale politica sono relative a: strategie aziendali, prospettive e dinamiche economico-finanziarie del Gruppo, corporate *governance*, sostenibilità, politiche di remunerazione degli azionisti (compresa la politica dei dividendi), sistema di controllo interno e gestione dei rischi, nonché operazioni straordinarie rilevanti.

LE ATTIVITÀ DI IR & COMUNICAZIONE CORPORATE



Fin dallo sbarco in Borsa nel 2017, Unieuro si è dotata di una Direzione preposta al dialogo e all'interfaccia con il mercato finanziario, il cui obiettivo primario è garantire un efficace ed equo accesso alle informazioni riguardanti il Gruppo e la sua operatività mediante:

- **promozione di una copertura di qualità del titolo Unieuro** da parte dei broker, seguito ad oggi, da due broker paneuropei (Kepler Cheuvreux e BNP Paribas Exane) e due italiani (Mediobanca e Banca Akros);
- **organizzazione di conference call periodiche**, dedicate agli analisti finanziari e agli investitori per un confronto pubblico e diretto con il management sull'evoluzione della gestione e sui risultati economici, finanziari e patrimoniali dell'azienda;
- **partecipazione a investor conference e roadshow** - virtuali e fisici - organizzati da soggetti terzi, con particolare riferimento alla STAR Conference organizzata da Borsa Italiana;
- **ingaggio dei principali azionisti istituzionali in occasione dell'Assemblea dei Soci** al fine di garantire chiarezza e creare consenso in merito ai punti all'ordine del giorno;
- **costante aggiornamento del sito istituzionale www.unieurospa.com**, dedicato a tutti gli stakeholder, in particolare a quelli finanziari, interessati ad approfondire l'identità corporate di Unieuro, le sue strategie, i suoi risultati e, più in generale, l'investment case. Il sito funge anche da archivio per la documentazione societaria, a beneficio di azionisti e investitori;
- **promozione della visibilità di Unieuro sui principali media finanziari**, tradizionali e digitali, in occasione di diffusione dei risultati periodici e di operazioni straordinarie;
- **utilizzo del social network professionale LinkedIn**, funzionale alla condivisione di contenuti corporate a beneficio, in particolare, di piccoli azionisti e dipendenti.

L'avvio dell'esercizio è stato caratterizzato, da un lato, dall'affievolirsi dell'emergenza pandemica, dall'altro, dallo scoppio del conflitto russo-ucraino. In relazione a quest'ultimo, i temi di discussione con investitori e analisti finanziari hanno riguardato le conseguenti ricadute a livello macroeconomico e geopolitico nonché gli effetti del crescente livello inflazionistico sul potere di acquisto dei consumatori e sul settore di riferimento dell'elettronica di consumo. Tra i temi di approfondimento sono rientrati inoltre l'impatto dell'inflazione e del crescente costo dell'energia sui costi operativi di Gruppo. Nei primi mesi dell'anno, le interlocuzioni hanno avuto ad oggetto anche la remunerazione degli azionisti e la nomina degli organi sociali. Nella seconda parte del periodo in esame si è aggiunto l'interesse per la *guidance* economica e finanziaria comunicata al mercato per l'esercizio in corso. Argomento di confronto con gli operatori di mercato è stato pure l'andamento del *business* per canale e per categoria merceologica con riferimento, in particolare, alla normalizzazione delle vendite di alcuni comparti, che avevano registrato trend straordinari in relazione al periodo pandemico e allo *switch-off* delle frequenze televisive.

Ulteriori richieste di approfondimento sono state indirizzate all'esecuzione delle linee-guida del Piano Strategico 2021-2026, incluse le opportunità di crescita, anche tramite acquisizioni, in considerazione della rilevante disponibilità di cassa netta.

Fermo restando quanto espresso al punto precedente in merito al dialogo con gli azionisti e con gli investitori, Unieuro è costantemente impegnata nel favorire, incoraggiare e gestire il dialogo anche con tutti gli altri *stakeholder* rilevanti.

A tale scopo si segnala che, in particolare nel corso degli ultimi due esercizi, al fine di elaborare l'analisi di materialità sono stati coinvolti alcuni dei principali *stakeholder* interni ed esterni del Gruppo attraverso l'invio di questionari e/o tramite incontri individuali. Si evidenzia altresì che, l'ingaggio con i clienti, oltre a essere garantito dalle interlocuzioni quotidiane nei punti vendita (*client service*) e attraverso il servizio di *customer care*, vede Unieuro calcolare già da tempo il parametro NPS (Net Promoter Score) sulla *customer satisfaction*. L'attenzione e la valorizzazione del capitale umano sono parimenti da sempre al centro dell'attenzione della Società attraverso i contatti ricorrenti con la Direzione Risorse Umane. Tali aspetti sono stati ulteriormente rafforzati con il lancio e lo sviluppo del progetto *UniVersus*, teso a garantire l'ascolto e la misurazione del clima interno mediante l'utilizzo di una metrica simile a quella adottata per la rilevazione della soddisfazione dei clienti. A partire dall'esercizio 2021/22 Unieuro ha iniziato a calcolare, su base annuale, un eNPS (*employee Net Promoter Score*). Da citare inoltre le iniziative di ingaggio e di ascolto dei dipendenti promosse e veicolate dalla Comunicazione Interna, creata nel corso dell'esercizio 2022/23. Le relazioni con i fornitori sono anch'esse di natura ricorrente da parte della Direzione di riferimento. Un'iniziativa di ingaggio specifica è stata perseguita nell'esercizio 2022/23 dalla Direzione Sostenibilità e M&A la quale ha organizzato una serie di incontri individuali con alcuni dei principali fornitori di prodotto di Unieuro volti, da un lato, ad un confronto diretto sulle rispettive strategie ESG e all'identificazione di eventuali aree di comune interesse in ambito di sostenibilità e, da un altro, ad un loro diretto coinvolgimento nell'analisi di materialità di Unieuro.

Il Gruppo considera altresì fondamentale prendere parte ad Associazioni locali, nazionali ed internazionali con cui sviluppare un dialogo continuativo su temi di interesse comune e rafforzare le proprie relazioni pubbliche e istituzionali.

A livello locale, Unieuro è associata ad Ascom (Forlì) e a Confapi (Piacenza), per tutelare i propri interessi nei territori in cui sorgono, rispettivamente, la sede centrale e il polo logistico.

A livello nazionale, la Società è membro di:

- 1) AIREs, Associazione Italiana *Retailer* Elettrodomestici Specializzati, che riunisce le principali aziende e gruppi distributivi specializzati di elettrodomestici ed elettronica di consumo, e aderisce a sua volta a Confcommercio Imprese per l'Italia. Dall'aprile 2018, Unieuro esprime il Presidente dell'Associazione.
- 2) Confimprese, che raggruppa primari operatori con reti distributive dirette e in franchising, indipendentemente dal settore merceologico in cui le stesse operano.

A livello internazionale Unieuro è membro dell'Associazione europea EuCER (*European Consumer Electronic Retailer Council*) di cui è stata fra i fondatori nel 2019 ed ha un proprio rappresentante nel *Board*. EuCER ha sede a Bruxelles e riunisce catene e gruppi d'acquisto europei attivi nell'elettronica di consumo. Da marzo del 2020, a sua volta, EuCER fa parte di EUROCOMMERCE, una delle maggiori Associazioni di rappresentanza dei *retailer* europei. Dagli inizi del 2023 Unieuro esprime il rappresentante di EuCER in seno all'*Environment Committee* di EUROCOMMERCE.

1.3. Percorso strategico della Sostenibilità

1.3.1. Analisi di materialità

Nell'ambito della rendicontazione di natura non finanziaria, l'analisi di materialità assume un ruolo primario in quanto è volta a identificare gli aspetti ambientali, sociali, economici e di *governance* considerati maggiormente rilevanti e significativi per il *business* di Unieuro e per i suoi *stakeholder*.

Rispetto al processo seguito da Unieuro negli anni precedenti e basato sul concetto di "rilevanza", che si focalizzava sugli esiti della comparazione tra la vista interna aziendale e quella esterna degli *stakeholder*, la metodologia adottata per l'analisi di materialità 2022/23 si è fondata invece sul concetto di "impatto", in conformità a quanto previsto dai nuovi GRI "*Universal Standards*" 2021. Questi ultimi prevedono che la materialità sia associata agli impatti (positivi o negativi, effettivi o potenziali, di breve o lungo periodo) più significativi che le attività aziendali sono (o potrebbero essere) in grado di generare sull'economia, l'ambiente e le persone, compresi gli impatti sui loro diritti umani secondo la cosiddetta vista "*inside-out*" (o "*Impact Materiality*").

In continuità con gli anni precedenti ma con importanti sviluppi metodologici, Unieuro ha pertanto rivisto il processo di aggiornamento della materialità del Gruppo al fine di renderlo coerente con le linee guida dello Standard "GRI 3: *Material Topics*".

In particolare, la definizione del contesto di riferimento ha tratto giovamento da: a) quanto fatto nel corso dell'esercizio 2021/22 ai fini dell'identificazione degli *stakeholder*, dell'analisi di materialità e dalla preparazione del Piano di Sostenibilità e del Piano Strategico 2021-2026; b) dallo sviluppo di un'analisi di *benchmark* avente ad oggetto un campione di aziende comparabili nazionali ed internazionali; c) da un'attenta disamina dell'evoluzione normativa in materia di reportistica di sostenibilità (Tassonomia, CSRD, CSDD, SFDR, richiami dell'ESMA su tematiche connesse ad aspetti di sostenibilità, ecc.) e dei principali standard e *framework* internazionali ESG già in vigore (GRI, SASB, TCFD.) ed in fase approvativa (ESRS, IFRS *Sustainability Standards*).

Una volta terminata questa prima fase che ha permesso di pervenire agli aspetti ESG potenzialmente rilevanti per Unieuro e agli impatti *inside-out* associati, quest'ultimi sono stati raggruppati in *cluster* in base al reciproco livello di affinità. Sono stati così identificati 21 aspetti ESG, suddivisi in quattro macrocategorie: Responsabilità ambientale, Responsabilità sociale, Governance e Responsabilità economica, Responsabilità di servizio verso i clienti. Le aspetti ed i relativi impatti sono stati sottoposti ad una successiva valutazione da parte degli *stakeholder* interni ed esterni.

Alla luce della complessità dell'analisi, anche a seguito dell'introduzione del nuovo approccio metodologico imposto dal GRI, si è ritenuto opportuno coinvolgere un numero piuttosto ristretto di *stakeholder* ma dall'alta valenza strategica. Per favorire una più agevole comprensione delle finalità dell'esercizio e delle modalità di compilazione dei questionari, la Direzione Sostenibilità e M&A ha organizzato una serie di incontri dedicati (meeting fisici e/o in *video call*) con la maggior parte delle controparti coinvolte. Gli alti *response rate* (valori superiori al 90%) ottenuti in entrambe le *survey* testimoniano l'efficacia dell'approccio personalizzato impiegato.

Una prima *survey* condotta tramite un questionario *online* e finalizzata all'analisi degli impatti è stata sottoposta al *management team* (*top management* e membri del comitato manageriale interno di sostenibilità) e ad alcune categorie di *stakeholder* esterni (Associazioni di categoria, in

rappresentanza del mondo delle imprese produttive, distributive e del mondo dei consumatori e una selezione dei principali fornitori di prodotto del Gruppo).

Una seconda *survey*, focalizzata invece sulla valutazione della probabilità (distinguendo fra alta, media e bassa) di accadimento degli impatti identificati è stata sottoposta, in seguito, al solo *management team* di Unieuro.

I dati ottenuti con le due *survey* sono stati elaborati in modo da giungere ad una prioritizzazione degli aspetti in funzione degli impatti a questi associati (dal maggiore al minore), considerando sia la magnitudo che la relativa probabilità di accadimento. La definizione della lista dei temi materiali è avvenuta adottando una “soglia di materialità”, applicata su ciascuna delle quattro macrocategorie precedentemente riportate.

L’aggiornamento dell’analisi di materialità ha comportato un ampliamento delle tematiche materiali salite da tredici a diciotto a seguito dall’introduzione del Piano di Sostenibilità, dell’attività di *benchmark* svolta e tenuto conto delle evoluzioni normative in materia. Relativamente a quest’ultimo aspetto, in particolare, è stata condotta una ricerca volta ad identificare oltre agli impatti a livello di reporting ed organizzativo negli anni a venire anche le connessioni fra direttive e regolamenti esistenti e/o in via d’approvazione. Ciò rende l’informativa aziendale maggiormente coerente con gli impegni assunti nell’ambito del Piano di Sostenibilità e con l’evoluzione del contesto normativo in ambito di sostenibilità. Al tempo stesso, si è provveduto a rinominare alcune delle tematiche del precedente esercizio attraverso l’aggregazione di singole voci e/o l’adozione di una terminologia allineate alle *best practice*.

Si sottolinea infine che, in coerenza con quanto riportato nei passati esercizi, Unieuro continua a considerare la “Tutela della *privacy* dei consumatori”, la “Lotta alla corruzione” e la “Sicurezza dei prodotti in commercio”, come temi imprescindibili e a cui attribuire massima attenzione.

Al termine dell’intero processo, i risultati conseguiti sono stati sottoposti a discussione e validazione da parte del Comitato Sostenibilità. L’analisi di materialità è stata successivamente approvata dal Consiglio di Amministrazione in data 23.02.2023; pertanto, riepiloghiamo di seguito la lista dei temi materiali:

1. Governance e responsabilità economica
 - a. Etica e integrità nella condotta del *business*
 - b. Resilienza ed equilibrio economico
 - c. Dialogo con gli *stakeholder*
 - d. Lotta alla corruzione
2. Responsabilità di servizio verso i clienti
 - a. *Customer centricity* e innovazione
 - b. Tutela della *privacy* dei consumatori e *cyber security*
 - c. Sicurezza dei prodotti in commercio

d. Trasparenza delle informazioni sui prodotti e offerte ai clienti

3. Responsabilità sociale

- a. Rispetto dei diritti umani e tutela dei lavoratori
- b. Diversità e pari opportunità
- c. Salute e sicurezza dei dipendenti e dei collaboratori
- d. Formazione del personale e sviluppo delle carriere
- e. *Welfare aziendale*
- f. Catena di fornitura sostenibile

4. Responsabilità ambientale

- a. Cambiamento climatico ed efficienza energetica
- b. Gestione dei rifiuti
- c. Distribuzione, logistica e *mobility management*
- d. *Packaging* sostenibile

Si riporta, di seguito, una tabella riepilogativa delle tematiche materiali per il Gruppo, e i relativi impatti emersi, eseguendo un esercizio di associazione delle politiche a presidio delle suddette tematiche, delle azioni poste in essere e delle rispettive modalità di monitoraggio:

Ambito	Tematiche materiali	Ranking	Impatto connesso
Governance e Responsabilità economica	Etica e integrità nella condotta del <i>business</i>	1	<p>Possibilità di incidere positivamente o negativamente su:</p> <ul style="list-style-type: none"> • allineamento alle normative e agli standard di rendicontazione in materia di etica ed integrità del business • disponibilità di risorse finanziarie a beneficio della società e dell'ecosistema economico in cui questa opera
	Resilienza ed equilibrio economico	2	<p>Possibilità di incidere positivamente o negativamente su:</p> <ul style="list-style-type: none"> • disponibilità di risorse finanziarie a beneficio della società e dell'ecosistema economico in cui questa opera • relazioni con gli <i>stakeholder</i> di riferimento • stabilità di impiego del personale • capacità di <i>retention</i> e di <i>attraction</i> • attrattività nei confronti degli investitori e dei prestatori di capitale
	Dialogo con gli <i>stakeholder</i>	3	<p>Possibilità di incidere positivamente o negativamente su:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Relazioni con gli <i>stakeholder</i> di riferimento
	Lotta alla corruzione (*)	4	<p>Possibilità di incidere positivamente o negativamente su:</p> <ul style="list-style-type: none"> • tutela della legalità e prevenzione di comportamenti illeciti

⁴ *Piano di Sostenibilità 2022-2026 - Unieuro S.p.A. (unieurospa.com)*

⁵ *Per ulteriori dettagli si rinvia anche al sito corporate di Unieuro - sezione "Chi siamo/Strategia"*

Attività che genera l'impatto

- Adozione di standard di integrità e trasparenza (anche di natura volontaria) conformi alle normative, alle best practice e ai regolamenti applicabili al Gruppo Unieuro
- Adozione di un approccio trasparente in materia di fiscalità e di legalità

Impegni, politiche a presidio e modalità di monitoraggio

- Codice Etico
- Modello di Organizzazione e Gestione 231 e verifiche dell'Organismo di Vigilanza e della funzione di *Internal Audit*
- *Policy whistleblowing*
- Predisposizione e revisione della Relazione finanziaria annuale e semestrale
- Attività svolte dal Comitato Controllo e Rischi
- Piano di Sostenibilità

Azioni e iniziative poste in essere

- Azioni nel Piano di Sostenibilità relative al pilastro "*Cultura - per una governance ESG efficace*". Per maggiori dettagli, si rimanda alla visione del sito internet⁴.

- Adozione di una strategia competitiva capace di garantire la salvaguardia ed il possibile miglioramento delle *performance* economico finanziarie del Gruppo nel corso del tempo

- Monitoraggio continuo delle *performance* economico-finanziarie
- Relazione finanziaria annuale e relazioni intermedie di gestione
- Piano Strategico⁵
- Piano di Sostenibilità

- Azioni nel Piano di Sostenibilità relative al pilastro "*Cultura - per una governance ESG efficace*". Per maggiori dettagli, si rimanda alla visione del sito internet⁴.

- Canali di ascolto e dialogo dedicati agli *stakeholder* (es.: *survey*, incontri individuali, *focus group*, ecc.)
- Occasioni di confronto con gli investitori (*investor conference*, *roadshow*, *conference call*, ecc.)
- Iniziative di coinvolgimento delle comunità locali, donazioni, sponsorizzazioni, erogazioni liberali / ecc.

- Politica per la gestione del dialogo con gli azionisti e gli altri soggetti interessati
- Piano di Sostenibilità
- Codice Etico
- *Policy whistleblowing*

- Iniziative di confronto con i rappresentanti della comunità finanziaria
- Progetto NPS
- Progetto eNPS
- Azioni nel Piano di Sostenibilità relative al pilastro "*Cultura - per una governance ESG efficace*". Per maggiori dettagli, si rimanda alla visione del sito internet⁴.

- Attività di monitoraggio e controllo dell'attività di *core business*
- Adozione di *standard* di integrità e trasparenza conformi alle normative e ai regolamenti applicabili al Gruppo Unieuro (anche quelli di natura volontaria)
- Specifici corsi formativi

- Codice Etico
- *Policy whistleblowing*
- Modello di Organizzazione e Gestione 231
- Verifiche svolte dall'Organismo di Vigilanza
- Attività svolte dal Comitato Controllo e Rischi
- Formazione dedicata

- Riunioni periodiche di aggiornamento e confronto del Comitato Controllo e Rischi

Ambito	Tematiche materiali	Ranking	Impatto connesso
Responsabilità di servizio verso i clienti	Customer centricity e innovazione	1	<p>Possibilità di incidere positivamente o negativamente su:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ offerta di prodotti e servizi in grado di soddisfare i bisogni della clientela ▪ miglioramento dell'esperienza d'acquisto in tutte le sue fasi e della <i>customer satisfaction</i>.
	Tutela della <i>privacy</i> dei consumatori e <i>cybersecurity</i> (*)	2	<p>Possibilità di incidere positivamente o negativamente su:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ tutela della sicurezza e dei diritti fondamentali della clientela e di tutti i soggetti con cui l'Azienda si interfaccia.
	Sicurezza dei prodotti in commercio (*)	3	<p>Possibilità di incidere positivamente o negativamente su:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ salute e benessere della clientela, in termini di assenza di difetti di produzione, di materiali/sostanze tossiche nei prodotti offerti dalla Società.
	Trasparenza delle informazioni sui prodotti e offerte ai clienti	4	<p>Possibilità di incidere positivamente o negativamente su:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ disponibilità di maggiori informazioni sulle caratteristiche dei prodotti e dei servizi offerti. ▪ acquisti maggiormente consapevoli da parte della clientela.

Attività che genera l'impatto	Impegni, politiche a presidio e modalità di monitoraggio	Azioni e iniziative poste in essere
<ul style="list-style-type: none"> • Attività di <i>customer satisfaction</i> • Attività di analisi delle richieste del mercato 	<ul style="list-style-type: none"> • Gestione della <i>customer satisfaction</i> • Piano Strategico • Piano di Sostenibilità e relative azioni di monitoraggio 	<ul style="list-style-type: none"> • Misurazione dell'NPS • Azioni nel Piano di Sostenibilità relative al pilastro "<i>Innovazione sostenibile - per un futuro di azioni e scelte responsabili</i>". Per maggiori dettagli, si rimanda alla visione del sito internet⁴. • Progetti del Piano Strategico rivolti al miglioramento della <i>customer experience</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Attività di redazione della strategia e del modello organizzativo <i>cyber</i> di Unieuro • Piano di <i>cybersecurity</i> • Specifici corsi formativi • Nomina del DPO - Data <i>Protection Officer</i> • Istituzione di un ufficio <i>privacy</i> interno e relativo organigramma 	<ul style="list-style-type: none"> • Piano di Sostenibilità e relative azioni di monitoraggio • Presidio dell'avanzamento delle progettualità da parte della funzione <i>cybersecurity</i> di Unieuro • Formazione dedicata 	<ul style="list-style-type: none"> • Azioni nel Piano di Sostenibilità relative al pilastro "<i>Cultura - per una governance ESG efficace</i>". Per maggiori dettagli, si rimanda alla visione del sito internet⁴.
<ul style="list-style-type: none"> • Processi di verifica di eventuali segnalazioni ricevute dai clienti sui propri prodotti da parte dell'ufficio Assicurazioni di Unieuro 	<ul style="list-style-type: none"> • Procedure di controllo qualità • Gestione della <i>customer satisfaction</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Azioni nel Piano di Sostenibilità relative al pilastro "<i>Innovazione sostenibile - per un futuro di azioni e scelte responsabili</i>". Per maggiori dettagli, si rimanda alla visione del sito internet⁴.
<ul style="list-style-type: none"> • Rispetto dell'attività di etichettatura dei prodotti venduti da parte della Direzione <i>Marketing</i> • Rispetto del Codice di Consumo • Modello 231 • Codice etico 	<ul style="list-style-type: none"> • Attività di monitoraggio della Direzione <i>Marketing</i> di Unieuro • Piano di Sostenibilità 	<ul style="list-style-type: none"> • Azioni nel Piano di Sostenibilità relative al pilastro "<i>Innovazione sostenibile - per un futuro di azioni e scelte responsabili</i>". Per maggiori dettagli, si rimanda alla visione del sito internet⁴.

Ambito	Tematiche materiali	Ranking	Impatto connesso
Responsabilità Sociale	Rispetto dei diritti umani e tutela dei lavoratori	1	<p>Possibilità di incidere positivamente o negativamente su:</p> <ul style="list-style-type: none"> tutela dei diritti fondamentali dei membri del personale aziendale e di tutti i collaboratori con cui la Società si interfaccia.
	Diversità e pari opportunità	2	<p>Possibilità di incidere positivamente o negativamente su:</p> <ul style="list-style-type: none"> tutela dei diritti fondamentali dei membri del personale aziendale e di tutti i soggetti con cui la Società si interfaccia stabilità di impiego per il personale aziendale
	Salute e sicurezza dei dipendenti e dei collaboratori	3	<p>Possibilità di incidere positivamente o negativamente su:</p> <ul style="list-style-type: none"> tutela del benessere, della salute e della sicurezza dei dipendenti e di tutti gli individui la cui attività operativa è sotto il diretto controllo della Società (es: collaboratori esterni, tirocinanti, ecc.)
	Formazione del personale e sviluppo delle carriere	4	<p>Possibilità di incidere positivamente o negativamente su:</p> <ul style="list-style-type: none"> opportunità per ciascun collaboratore di intraprendere un percorso di crescita professionale e di realizzare pienamente il proprio potenziale. rafforzamento e sviluppo delle competenze e delle <i>skill</i> professionali.
	Welfare aziendale	5	<p>Possibilità di incidere positivamente o negativamente su:</p> <ul style="list-style-type: none"> opportunità per i collaboratori di poter conciliare il lavoro con la vita privata e familiare tutela del benessere psico-fisico dei dipendenti
	Catena di fornitura sostenibile	6	<p>Possibilità di incidere positivamente o negativamente su:</p> <ul style="list-style-type: none"> offerta di prodotti e servizi con caratteristiche di sostenibilità, integrando nel proprio modello di business pratiche di selezione e/o monitoraggio dei fornitori secondo criteri sociali, economici e ambientali gestione degli impatti ambientali e sociali lungo tutta la filiera integrando nel proprio modello di business pratiche di selezione e/o monitoraggio dei fornitori secondo criteri sociali, economici e ambientali

Attività che genera l'impatto	Impegni, politiche a presidio e modalità di monitoraggio	Azioni e iniziative poste in essere
<ul style="list-style-type: none"> Realizzazione dei piani formativi Modelli e strumenti di <i>performance management</i> Piani di sviluppo delle carriere Politiche e meccanismi di retribuzione 	<ul style="list-style-type: none"> Codice Etico Procedura di approvvigionamento come da Piano di sostenibilità Processi per lo sviluppo professionale e l'avanzamento di carriera Attività del Comitato Remunerazioni di Unieuro 	<ul style="list-style-type: none"> Azioni nel Piano di Sostenibilità relative al pilastro "<i>Innovazione sostenibile - per un futuro di azioni e scelte responsabili</i>". Per maggiori dettagli, si rimanda alla visione del sito internet⁴.
<ul style="list-style-type: none"> Attività di analisi della percezione della <i>diversity</i> in azienda 	<ul style="list-style-type: none"> Piano di Sostenibilità 	<ul style="list-style-type: none"> Azioni nel Piano di Sostenibilità relative al pilastro "<i>Talenti - per costruire insieme il nostro domani</i>". Per maggiori dettagli, si rimanda alla visione del sito internet⁴.
<ul style="list-style-type: none"> Iniziative legate all'offerta di un ambiente di lavoro salubre a tutti i membri del personale Iniziative nell'ambito del <i>welfare</i> aziendale Iniziative di formazione e sensibilizzazione del personale su queste tematiche Specifici corsi formativi 	<ul style="list-style-type: none"> Accordi sindacali aziendali su <i>Work/Life Balance e Welfare</i> (accordo su <i>smart working</i>, ecc.) Realizzazione del DVR annuale Attività di monitoraggio della sicurezza in aziendale dalla funzione preposta o RSPP Formazione dedicata 	<ul style="list-style-type: none"> Adozione di misure preventive e protettive finalizzate ad evitare o ridurre al minimo l'esposizione dei dipendenti ai rischi connessi all'attività lavorativa, riducendo o eliminando gli infortuni e le malattie professionali Azioni nel Piano di Sostenibilità relative al pilastro "<i>Talenti - per costruire insieme il nostro domani</i>". Per maggiori dettagli, si rimanda alla visione del sito internet⁴.
<ul style="list-style-type: none"> Realizzazione dei processi di formazione, performance management e sviluppo delle carriere 	<ul style="list-style-type: none"> Piano di Sostenibilità e relative azioni di monitoraggio 	<ul style="list-style-type: none"> Azioni nel Piano di Sostenibilità relative al pilastro "<i>Talenti - per costruire insieme il nostro domani</i>". Per maggiori dettagli, si rimanda alla visione del sito internet⁴.
<ul style="list-style-type: none"> Possibilità per i dipendenti delle sedi centrali di usufruire dello <i>smart working</i> ("progetto Futura") Estensione all'intera popolazione aziendale "<i>Benefit Hub</i>" 	<ul style="list-style-type: none"> Piano di Sostenibilità e relative azioni di monitoraggio 	<ul style="list-style-type: none"> Azioni nel Piano di Sostenibilità relative al pilastro "<i>Talenti - per costruire insieme il nostro domani</i>". Per maggiori dettagli, si rimanda alla visione del sito internet⁴.
<ul style="list-style-type: none"> Analisi delle pratiche di gestione dei propri fornitori, valutando eventuali integrazioni da implementare in ottica di sostenibilità 	<ul style="list-style-type: none"> Piano di Sostenibilità e relative azioni di monitoraggio 	<ul style="list-style-type: none"> Azioni nel Piano di Sostenibilità relative al pilastro "<i>Innovazione sostenibile - per un futuro di azioni e scelte responsabili</i>". Per maggiori dettagli, si rimanda alla visione del sito internet⁴.

Ambito	Tematiche materiali	Ranking	Impatto connesso
Responsabilità Ambientale	Cambiamento climatico ed efficienza energetica	1	<p>Possibilità di incidere positivamente o negativamente su:</p> <ul style="list-style-type: none"> • riduzione dei costi energetici attraverso azioni e progetti di efficientamento energetico • riduzione dei rischi connessi ad eventi atmosferici estremi (es: alluvioni, allagamenti, ecc.) e ai fenomeni delle migrazioni climatiche
	Gestione dei rifiuti	2	<p>Possibilità di incidere positivamente o negativamente su:</p> <ul style="list-style-type: none"> • maggior tutela dell'ambiente e salvaguardia delle risorse naturali • salute e benessere delle comunità • sensibilità e consapevolezza del personale e dei consumatori sulla corretta gestione dei rifiuti e sulle pratiche di smaltimento, riuso e riciclo • rispetto delle leggi e dei regolamenti sulla corretta gestione dei rifiuti
	Distribuzione, logistica e <i>mobility management</i>	3	<p>Possibilità di incidere positivamente o negativamente su:</p> <ul style="list-style-type: none"> • tutela degli ecosistemi e della biodiversità attraverso il contrasto al fenomeno del cambiamento climatico
	Packaging sostenibile	4	<p>Possibilità di incidere positivamente o negativamente su:</p> <ul style="list-style-type: none"> • maggior tutela dell'ambiente e salvaguardia delle risorse naturali • rispetto delle leggi e dei regolamenti sugli imballaggi

(*) Tematiche considerate da Unieuro di materialità massima ed imprescindibile

Attività che genera l'impatto	Impegni, politiche a presidio e modalità di monitoraggio	Azioni e iniziative poste in essere
<ul style="list-style-type: none"> • Gestione attenta e responsabile dei consumi (energetici, idrici, ecc.) sotto il diretto controllo di Unieuro (Progetto Green) • Acquisti di energia da fonti rinnovabili con certificazione d'origine • Offerta di prodotti e servizi che integrino principi di responsabilità 	<ul style="list-style-type: none"> • Iniziative di riutilizzo del <i>pallet</i> • Certificato "LEED platinum" per la sede di Mondlick • Piano di Sostenibilità e relative azioni di monitoraggio 	<ul style="list-style-type: none"> • Azioni nel Piano di Sostenibilità relative al pilastro "<i>Innovazione sostenibile - per un futuro di azioni e scelte responsabili</i>". Per maggiori dettagli, si rimanda alla visione del sito internet⁴.
<ul style="list-style-type: none"> • Gestione responsabile dello smaltimento dei rifiuti, rispettando le leggi e i regolamenti in vigore • Scelte e ricerche nell'utilizzo di imballaggi o altri materiali per ridurre la produzione di rifiuti e favorire il riciclo/riuso 	<ul style="list-style-type: none"> • Piano di Sostenibilità e relative azioni di monitoraggio 	<ul style="list-style-type: none"> • Azioni nel Piano di Sostenibilità relative al pilastro "<i>Innovazione sostenibile - per un futuro di azioni e scelte responsabili</i>". Per maggiori dettagli, si rimanda alla visione del sito internet⁴.
<ul style="list-style-type: none"> • Predisposizione di colonnine elettriche per la ricarica delle auto elettriche • Rinnovo delle batterie del parco macchine del magazzino di Unieuro 	<ul style="list-style-type: none"> • Piano di Sostenibilità 	<ul style="list-style-type: none"> • Azioni nel Piano di Sostenibilità relative al pilastro "<i>Innovazione sostenibile - per un futuro di azioni e scelte responsabili</i>". Per maggiori dettagli, si rimanda alla visione del sito internet⁴.
<ul style="list-style-type: none"> • Promozione di pratiche volte all'utilizzo di imballaggi sostenibili e a perseguirne il corretto smaltimento 	<ul style="list-style-type: none"> • Piano di Sostenibilità e relative azioni di monitoraggio 	<ul style="list-style-type: none"> • Azioni nel Piano di Sostenibilità relative al pilastro "<i>Innovazione sostenibile - per un futuro di azioni e scelte responsabili</i>". Per maggiori dettagli, si rimanda alla visione del sito internet⁴.

1.3.2. Piano di Sostenibilità 2022-2026

Nel giugno del 2021, il Consiglio di Amministrazione di Unieuro S.p.A. ha approvato il Piano Strategico quinquennale del Gruppo attraverso il quale Unieuro si propone di completare il processo di trasformazione digitale divenendo un *retailer* compiutamente omnicanale e persegue la nuova strategia “*omni-journey*”, fondata su quattro pilastri che mira ad accompagnare il cliente durante tutta la sua esperienza, prima, durante e dopo l’acquisto:



Il piano assume un’evoluzione della *mission* aziendale verso il consolidamento e la crescita della *leadership* di mercato e dell’immagine, a vantaggio di tutti gli *stakeholder*: le persone si trovano al centro di un ecosistema omnicanale che, grazie all’integrazione di negozi diretti, affiliati e *web*, offre vicinanza e servizio, a beneficio di una esperienza di consumo distintiva e personalizzata. La sostenibilità diviene un fattore abilitante del Piano Strategico, impattando in modo trasversale sulle diverse aree aziendali, con l’obiettivo di contribuire alla creazione di valore sostenibile nel medio-lungo termine e rendere l’innovazione responsabile asse portante del futuro sviluppo aziendale.

Sulla base dei quattro ambiti d’azione - Comunità, Cultura, Innovazione Sostenibile e Talenti - identificati nel Piano Strategico come linee-guida ESG di alto livello, a distanza di pochi mesi, è stato predisposto il Piano di Sostenibilità 2022-2026, il primo nella storia della Società. Attraverso esso Unieuro formalizza il proprio approccio strategico alla sostenibilità e ne fa il principale strumento gestionale di pianificazione e controllo delle iniziative ESG del Gruppo. L’impegno progettuale, suddiviso in oltre 30 progetti, viene sviluppato sulla base di una chiara *roadmap* in termini di azioni, obiettivi e target. Al fine di garantire un costante allineamento con le priorità strategiche del Gruppo e con i risultati raggiunti è previsto un monitoraggio continuo dei progetti in essere e di analisi di nuove potenziali iniziative.

Oltre a definire la visione strategica di Unieuro alla sostenibilità, il piano è stato concepito anche per raggiungere i seguenti obiettivi di fondo:

- rispondere alle crescenti aspettative in ambito sostenibilità da parte dei principali *stakeholder*;
- integrare la sostenibilità nelle decisioni di *business* e svilupparne consapevolezza e cultura all'interno dell'organizzazione;
- rafforzare la *governance* ed il controllo dei rischi ESG, attraverso una chiara *accountability* e un approccio olistico che consenta al Gruppo di presidiare con efficacia gli impegni in ambito di sostenibilità e fronteggiare le sfide attuali e future in un contesto esterno in rapido cambiamento;
- adeguarsi all'evoluzione del contesto normativo in ambito di sostenibilità con rapidità ed efficacia, anche in chiave proattiva;
- identificare eventuali opportunità di *business* che potrebbero essere perseguite arricchendo la *business proposition*;
- definire degli indicatori *target* di sostenibilità a cui collegare parte della remunerazione variabile di breve e medio-lungo termine del *management* aziendale e degli altri dipendenti identificati.

	<p>COMUNITÀ Considera le azioni ed i progetti di valore sociale, legati ai rapporti intrattenuti con le comunità ed il territorio circostante.</p>
	<p>CULTURA Comprende le aree di intervento afferenti alla governance della sostenibilità, alla compliance normativa sulle tematiche di natura non finanziaria, alla gestione dei rischi ESG e all'integrazione dell'informativa non finanziaria a livello gestionale e di <i>reporting</i>.</p>
	<p>INNOVAZIONE SOSTENIBILE Include le performance ambientali, quelle legate all'innovazione di prodotto e di processo, alla <i>customer experience</i> e alla valorizzazione del <i>brand</i>. Considera le azioni per promuovere una catena di fornitura sostenibile.</p>
	<p>TALENTI Prende in esame le iniziative connesse alla gestione e allo sviluppo del capitale umano: formazione, crescita professionale, <i>work life balance</i>, <i>wellbeing</i>, rispetto dei principi di diversità, uguaglianza ed inclusività.</p>

Il processo che ha portato alla costruzione del Piano di Sostenibilità 2022-2026 ha visto il diretto coinvolgimento di tutte le Direzioni del Gruppo con il coordinamento della Direzione Sostenibilità e M&A e la supervisione del *Top Management* e degli organi di governo della sostenibilità (cfr. paragrafo Governance della sostenibilità). Partendo dai quattro pilastri strategici ESG sono state dapprima definite precise linee di indirizzo poi è stata selezionata la lista dei progetti da realizzare nell'arco temporale di riferimento per i quali, a sua volta, sono stati identificati obiettivi, tempistiche, KPIs, risorse finanziarie e team di presidio.

La tabella che segue riepiloga, in maniera sintetica, le principali iniziative individuate rientranti nel Piano:

<i>Pilastri</i>	<i>Obiettivo 2022-2026</i>	<i>Descrizione delle principali azioni</i>	<i>Temi materiali</i>	<i>SDGs</i>
<i>Comunità</i>	<ul style="list-style-type: none"> Continuare a promuovere iniziative di sensibilizzazione ed educazione digitale 	<ul style="list-style-type: none"> Prosecuzione e ulteriore sviluppo del progetto - #cuoricnessi contro il <i>cyberbullismo</i>⁶ Sviluppo di un progetto specifico per facilitare l'uso della tecnologia da parte degli anziani Sviluppo di un progetto volto alla promozione della cultura di adottare corretti stili di vita e alla prevenzione oncologica fra i giovani 	<ul style="list-style-type: none"> Sostegno alle comunità locali 	<p>SDG</p> 
<i>Cultura</i>	<ul style="list-style-type: none"> Rafforzare la <i>Governance</i> della sostenibilità secondo le <i>best practice</i> Garantire alti livelli di gestione dei rischi non finanziari Diffondere una cultura della sostenibilità attraverso iniziative specifiche Perseguire l'integrazione dell'informativa finanziaria e non finanziaria per meglio rappresentare la creazione di valore sostenibile Garantire la massima sicurezza in materia di <i>cybersecurity</i> e tutela della <i>privacy</i> dei clienti 	<ul style="list-style-type: none"> Adozione di una <i>Policy</i> di Sostenibilità Adozione di un sistema di mappatura, valutazione e monitoraggio continuo dei rischi finanziari e non finanziari, sulla base di un approccio integrato e proattivo Affinamento delle metriche legate a fattori ESG nei sistemi di remunerazione e incentivazione del <i>management</i> e dei dipendenti⁷ Ottenimento di un <i>rating</i> ESG Potenziamento dell'informativa non finanziaria alla luce degli sviluppi attuali e prospettici della Tassonomia Europea. Implementazione di un percorso per favorire la graduale integrazione delle informazioni non finanziarie a livello gestionale e di <i>reporting</i>, agendo proattivamente anche rispetto all'evoluzione della normativa in materia (CSRD⁸) Adozione di un nuovo piano strategico di <i>cybersecurity</i> Rafforzamento della formazione del personale dei punti vendita in materia di <i>privacy</i> dei clienti 	<ul style="list-style-type: none"> Etica ed integrità nella condotta del <i>business</i> Lotta alla corruzione Resilienza ed equilibrio economico Tutela della <i>privacy</i> dei consumatori Dialogo con gli <i>stakeholder</i> 	<p>SDG</p> 

⁶ FY 2022/23 = 1,92ml di contatti (FY 2020/21 baseline II Ciclo del Piano LTI 2020-2025 = 1,23ml di contatti; FY 2021/22 baseline III Ciclo del Piano LTI 2020-2025 = 1,45ml di contatti)

⁷ LTI, MBO e retribuzione variabile dei dipendenti dei punti vendita.

⁸ CSRD - Corporate Sustainability Reporting Directive

<i>Pilastri</i>	<i>Obiettivo 2022-2026</i>	<i>Descrizione delle principali azioni</i>	<i>Temi materiali</i>	<i>SDGs</i>
<i>Innovazione Sostenibile</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Attuare un percorso di decarbonizzazione ▪ Implementare sistemi di monitoraggio dei fornitori rispetto a tematiche di responsabilità sociale, ambientali e di <i>governance</i> ▪ Gestione responsabile dei rifiuti anche in ottica circolare ▪ Monitorare e valorizzare la reputazione aziendale ▪ Comunicare in modo trasparente ed efficace ai clienti e agli utenti finali 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Progetti legati alla decarbonizzazione quali acquisto di energia elettrica con certificazione di produzione “<i>green</i>” alla fonte⁹; iniziative di efficientamento energetico nei punti vendita¹⁰, misurazione della <i>carbon footprint</i> per identificare ulteriori azioni di decarbonizzazione ▪ Progetti legati ad una catena di fornitura sostenibile. Implementazione di un sistema di controllo e monitoraggio della catena di fornitura anche con attività di <i>due diligence</i>, valutazione dei nuovi fornitori¹¹ (e quanti in processo di rinnovo della qualifica) tenendo in considerazione oltre a criteri economici anche aspetti sociali e ambientali ▪ Progetti legati ad iniziative di <i>circular economy</i> quali organizzazione di campagne di richiamo di alcuni prodotti in commercio per promuoverne il ricondizionamento e/o la vendita di prodotti usati e/o il corretto smaltimento; riutilizzo di pallet e uso di pallet in plastica riciclata; riduzione dell’uso di plastica nel <i>packaging</i> di prodotti <i>private label</i> ▪ Progetti legati alla valorizzazione della reputazione aziendale quali monitoraggio della <i>brand e sustainability reputation</i>, inclusione di aspetti ESG nella misurazione del <i>Net Promoter Score</i> (NPS) ▪ Accelerazione del processo di digitalizzazione dei punti vendita grazie all’introduzione delle etichette elettroniche in un numero sempre più ampio di negozi 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Customer centricity</i> e innovazione ▪ Catena di fornitura sostenibile ▪ Cambiamento climatico ed efficienza energetica ▪ Gestione dei rifiuti ▪ Trasparenza delle informazioni sui prodotti e delle offerte ai clienti ▪ Distribuzione, logistica e <i>mobility management</i> ▪ <i>Packaging</i> sostenibile ▪ Sicurezza dei prodotti in commercio 	<p>SDG</p> 
<i>Talenti</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Perseguire e diffondere una cultura organizzativa inclusiva ▪ Promuovere una <i>people engagement strategy</i> e diffondere la cultura di sostenibilità in azienda ▪ Aumentare il grado di attrattività e di <i>retention</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Progetti volti a diffondere la conoscenza e la cultura della sostenibilità all’interno del Gruppo attraverso l’erogazione di ore di formazione in materia di sostenibilità ai dipendenti, compresi anche moduli dedicati ai futuri <i>store manager</i> di negozio partecipanti all’<i>Academy</i> aziendale; lancio di specifiche iniziative di <i>engagement e community building</i> dei dipendenti su tematiche ESG; somministrazione dell’indagine sul clima aziendale eNPS (<i>employee NPS</i>)¹² ▪ Progetti volti a migliorare il livello di attrattività e di <i>retention</i> quali potenziamento delle iniziative di <i>work life balance</i>; lancio di un nuovo portale aziendale ▪ Progetti volti a rafforzare il presidio in materia di diversità, equità ed inclusione 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Salute e sicurezza dei dipendenti e dei collaboratori ▪ Diversità e pari opportunità ▪ Formazione del personale e sviluppo delle carriere ▪ <i>Welfare</i> aziendale 	<p>SDG</p> 

⁹ FY 2022/23 = 100% (FY 2020/21 baseline II Ciclo del Piano LTI 2020-2025 = 0%)

¹⁰ FY 2022/23 = 62.9GWh (FY 2020/21 baseline II Ciclo del Piano LTI 2020-2025 = 69.3GWh); FY 2022/23 = 63.5GWh (FY 2021/22 baseline III Ciclo del Piano LTI 2020-2025 = 67.2GWh)

¹¹ con una % del fatturato atteso >1%

¹² FY 2022/23 seconda rilevazione con un punteggio di -2,6. Relativamente al II Ciclo del Piano LTI 2020-2025, a fine ciclo, il target espresso come delta rispetto alla prima rilevazione, è stato fissato in +0,10.

LINEE DI CREDITO ESG-LINKED



Nel mese di novembre 2021 Unieuro ha sottoscritto quattro linee di credito revolving ESG-linked di importo pari a 150 milioni di euro, della durata di 3 anni, finalizzate al finanziamento delle esigenze di capitale circolante.

Le linee di credito si legano a specifici indicatori ESG, già inclusi nel regolamento del Piano LTI 2020-2025 approvato dall'Assemblea lo scorso 15 giugno 2021 quali la riduzione delle emissioni di CO2 attraverso l'efficientamento energetico della rete di punti vendita, acquisti di energia certificata "green", aumento dell'audience sulle iniziative di #cuoricnessi contro il fenomeno del *cyberbullismo*, sviluppo della metodologia e successiva implementazione di un'indagine sul clima aziendale (eNPS - employee NPS). Il raggiungimento degli obiettivi legati agli indicatori ESG attiverà, inoltre, un meccanismo di aggiustamento del margine applicato alle linee di credito. Nell'esercizio di riferimento i parametri contrattuali sono stati rispettati ed il meccanismo di aggiustamento è stato attivato da tutte le controparti finanziarie.

Le nuove linee sono state sottoscritte da Unicredit, Intesa Sanpaolo (Imi - Corporate & Investment Banking Division), Credit Agricole Italia e Banco BPM.

A conferma dell'impegno intrapreso da Unieuro, avviato con la redazione del suo primo Piano di Sostenibilità, si riportano di seguito le principali e più significative progettualità sviluppate nel corso dell'esercizio sul fronte della sostenibilità.

ENVIRONMENTAL

SOCIAL

GOVERNANCE



Innovazione
Sostenibile

SISTEMI DI EFFICIENTAMENTO ENERGETICO NEI PUNTI VENDITA

Installati sistemi di efficientamento energetico in 50 punti vendita raggiungendo un totale di 90 store dall'avvio del progetto.

ACQUISTI DI ENERGIA GREEN

Raggiunto il 100% di acquisti di energia da fonte rinnovabile con certificazione da parte del fornitore.

MISURAZIONE DELLA CARBON FOOTPRINT E DEFINIZIONE DI ULTERIORI AZIONI DI DECARBONIZZAZIONE

Selezionato il partner che supporterà Unieuro nella misurazione dell'impronta di carbonio del Gruppo (Scope 1, 2 e 3) e nella definizione di un piano di decarbonizzazione. Tale progetto sarà realizzato nel corso dell'esercizio 2023/24.



RECUPERO DEI PALLET AI FINI DEL RIUTILIZZO

Accelerato lo sviluppo del progetto di monitoraggio e recupero dei pallet in legno e in plastica al fine di un loro successivo riutilizzo. La percentuale di pallet recuperati e riutilizzati rispetto al totale dei pallet acquistati ha raggiunto un livello superiore all'80%, in forte crescita rispetto al 35% del precedente esercizio.

CAMPAGNE DI TRADE-IN

Organizzate 12 campagne di trade-in su alcune categorie di prodotti anche al fine di promuoverne il ricondizionamento e/o il corretto smaltimento.

RIDUZIONE DELLA PLASTICA NEL PACKAGING DEL PRIVATE LABEL

Avviate alcune iniziative volte a sostituire o a ridurre la plastica nel packaging dei prodotti della marca privata.



MIGLIORAMENTO DELL'INDICE SULLA CUSTOMER SATISFACTION (NPS)

Realizzato un ulteriore incremento del Net Promoter Score (NPS), che misura il livello di soddisfazione dei clienti, che passa da 48,5 del precedente esercizio a 51,9, con un incremento di 3,4 punti. A partire dall'esercizio in corso viene chiesto ai clienti di esprimersi anche sulla sostenibilità di Unieuro.

INTRODUZIONE DELLE ETICHETTE ELETTRONICHE NEI PUNTI VENDITA

Proseguita l'installazione delle etichette elettroniche nei punti vendita. Dall'inizio del progetto sono oltre 120 negozi che hanno adottato le etichette elettroniche.

CATENA DI FORNITURA SOSTENIBILE

Avviata l'attività di selezione dei criteri ambientali, sociali e di governance da affiancare a quelli economico-finanziari nel processo di valutazione dei fornitori.



Talenti

SVILUPPO DEL NUOVO PORTALE AZIENDALE (DIGITAL WORKPLACE)

Selezionato il fornitore per lo sviluppo del nuovo portale aziendale interno, finalizzato a rafforzare il legame tra azienda e dipendenti.

LANCIO DI UNA CAMPAGNA COMUNICATIVA INTERNA SUI VALORI DEL BRAND

Lanciata la campagna di comunicazione interna e di engagement dei dipendenti "Noi ci siamo" volta a diffondere e condividere con tutta la popolazione aziendale i valori ed i fondamenti del brand Unieuro: passione, esperienza, coraggio, impegno, empatia e apertura.

AGGIORNAMENTO DEL QUESTIONARIO E SECONDA MISURAZIONE DELL'EMPLOYEE NPS

Effettuata la seconda misurazione del livello di soddisfazione dei dipendenti attraverso il calcolo dell'eNPS, il cui valore è risultato in calo rispetto al precedente esercizio. Realizzato l'aggiornamento del questionario e dei suoi ambiti di indagine con l'obiettivo di renderlo sempre più coerente ed allineato alla realtà di Unieuro e ai progetti attivi.

WORKLIFE BALANCE & WELLBEING

Rinnovato per l'intero esercizio 2022/23 l'accordo individuale di smart working ("progetto Futura") per i dipendenti delle sedi centrali, reso poi definitivo a partire dall'esercizio 2023/24. Estesa a tutti i dipendenti "Benefit Hub", la piattaforma attraverso cui è possibile accedere ad una serie di sconti e convenzioni commerciali dedicate al personale di Unieuro.



Talenti

POLITICA A TUTELA DELLE VITTIME DI VIOLENZA DI GENERE

Definita la Politica sulla tutela delle vittime di violenza di genere che entrerà in vigore nell'esercizio 2023/24.

RIPRESE LE LEZIONI D'AULA PER L'ACADEMY AZIENDALE: SOSTENIBILITÀ NUOVO CORSO

Conclusa la 13° edizione dell'Academy aziendale, momento formativo importante per i futuri Store Manager di Unieuro e che ha visto il ritorno in aula dei partecipanti dopo due anni di lezioni on-line a causa delle restrizioni del periodo pandemico. La Sostenibilità è divenuta una delle materie del corso.

CORSO DI FORMAZIONE IN SOSTENIBILITÀ

Selezionati i partner che affiancheranno Unieuro nella preparazione del corso di formazione in sostenibilità a beneficio dell'intera popolazione ambientale. Detto corso, di durata triennale, avrà inizio a partire dall'esercizio 2023/24.



Cultura

LANCIATI CORSI FORMATIVI SPECIFICI IN CYBER SECURITY E PROTEZIONE DEI DATI PERSONALI

Rafforzata la formazione del personale di rete in materia di cybersecurity e protezione dei dati personali, in quest'ultimo caso, con un focus sui clienti possessori della carta fedeltà.



Comunità

AVVIATA LA COLLABORAZIONE CON IL PRIME CENTER

Organizzati i primi incontri nell'ambito del progetto formativo sui corretti stili di vita come alleati fondamentali del benessere psico-fisico dei ragazzi e della prevenzione oncologica realizzato in collaborazione con il Prime Center di Cesena dell'Istituto Oncologico Romagnolo. Coinvolti oltre 500 studenti delle scuole superiori romagnole insieme ai loro insegnanti.

ULTERIORI SVILUPPI DEL PROGETTO #CUORICONNESSI: LANCIO DELL'OSSERVATORIO E DEL DECALOGO

Raggiunti oltre 1,9ml di contatti attraverso le varie iniziative di contatto poste in essere nel corso dell'esercizio. Avviato un progetto di ricerca denominato "Schermi futuri" (il cui direttore scientifico è il Professor Paolo Crepet) volto ad analizzare il "sentire" dei giovani rispetto ai nuovi modelli di socialità (social media, chat, gaming online, ecc.). Il progetto conclusosi a febbraio 2023 prevede la realizzazione di un white paper (libro bianco). Grazie al lavoro delle scuole sulla dispensa estiva di #cuoriconnessi "La storia di Madi" è stato realizzato, con l'aiuto degli insegnanti, un "decalogo" contro il cyberbullismo. Il decalogo, già disponibile per il download gratuito sul sito cuoriconnessi.it, verrà presentato ufficialmente nel corso del 2023 con un evento ad hoc realizzato in collaborazione con Polizia di Stato



Cultura

INCLUSIONE DEI FATTORI ESG NEI SISTEMI DI REMUNERAZIONE VARIABILE DEL PERSONALE

Proseguita l'inclusione di obiettivi ESG nei piani di incentivazione di breve e medio-lungo termine del management e del personale chiave, con un peso del 10% sul sistema di incentivazione annuale (MBO) e del 25% sul sistema di incentivazione di medio-lungo termine

2. GOVERNANCE¹³

2.1. Gli Organi di Governance

La Società si è dotata di un sistema di governo societario in linea con le previsioni normative e regolamentari ad essa applicabili: si evidenziano il ruolo centrale del Consiglio di Amministrazione (“CdA”) e gli obiettivi di corretta gestione di eventuali situazioni di conflitto di interessi, di efficienza del sistema di controllo interno e di trasparenza nei confronti del mercato.

Lo Statuto ed il sistema di governo societario sono conformi alle disposizioni previste dal TUF e dal Codice di *Corporate Governance* fin dalla quotazione delle azioni Unieuro su Euronext Milan. La Società ha adottato un sistema di amministrazione cosiddetto tradizionale, che valorizza il ruolo del Consiglio di Amministrazione quale organo esecutivo, mentre la funzione di controllo è demandata al Collegio Sindacale. La struttura di *governance* e l’assetto organizzativo complessivo sono, altresì, in linea con l’obiettivo di massimizzare l’efficienza gestionale e creare sempre maggior valore per gli azionisti.

Gli organi del Gruppo sono l’Assemblea degli Azionisti, il Consiglio di Amministrazione e il Collegio Sindacale. Le attribuzioni e le modalità di funzionamento degli organi sociali sono disciplinate dalla legge, dallo Statuto e dalle deliberazioni assunte dagli organi competenti, a seconda dei casi.

Il Consiglio di Amministrazione ha istituito al proprio interno quattro comitati con funzioni consultive e propositive: il *Comitato Remunerazione e Nomine*, il *Comitato Controllo e Rischi*, il *Comitato Sostenibilità* ed il *Comitato per le Operazioni con le Parti Correlate*. A quest’ultimo sono assegnati i compiti e le funzioni previsti dal Regolamento Parti Correlate Consob.

Il Comitato preposto a svolgere attività istruttorie legate all’impatto dell’organizzazione sull’economia, l’ambiente e le persone è il Comitato Sostenibilità, il quale coadiuva il Consiglio di Amministrazione nelle proprie valutazioni e decisioni in materia di sostenibilità, intendendosi per tale gli indirizzi, i processi, le iniziative e le attività volte al perseguimento del successo sostenibile, e dunque alla creazione di valore nel lungo termine a beneficio degli azionisti, tenendo conto degli interessi degli altri *stakeholder* rilevanti. Il Comitato Sostenibilità s’interfaccia inoltre con il Comitato Remunerazione e Nomine e con il Comitato Controllo e Rischi laddove opportuno per la valutazione congiunta delle tematiche (ad esempio, rispettivamente, la valutazione degli obiettivi di *performance* legati ai Piani di incentivazione e l’analisi dei rischi legati alla dichiarazione non finanziaria).

Per quanto riguarda il rispetto della diversità negli organi sociali si precisa che:

- i. in data 20 dicembre 2021 il Consiglio di Amministrazione ha approvato il proprio Regolamento¹⁴, nel quale è espressamente previsto che: *“Nella composizione dei Comitati, il Consiglio tiene conto dei requisiti di indipendenza, delle caratteristiche di professionalità dei Consiglieri e della loro esperienza, in modo che ciascun Comitato sia costituito da*

¹³ Relativamente alla tabella di pagina 30-37 si evidenzia che gli impatti (positivi e negativi) afferenti al presente capitolo fanno riferimento principalmente ai seguenti aspetti materiali: etica e integrità nella condotta di business, resilienza ed equilibrio economico, lotta alla corruzione, tutela della privacy dei consumatori e cybersecurity.

¹⁴ Si veda il documento relativo al Regolamento sul CdA, disponibile nella sezione Corporate Governance del sito corporate di Unieuro (https://unieurospa.com/wp-content/uploads/2022/01/Unieuro_Regolamento-CDA.pdf).

membri la cui competenza e professionalità risultino adeguate ai compiti attribuiti al Comitato di cui essi sono componenti.” Il Consiglio di Amministrazione tiene altresì conto del rispetto della parità di genere e pertanto raccomanda che la presidenza dei Comitati venga suddivisa equamente tra generi diversi;

- ii. in data 12 e 13 gennaio 2022, rispettivamente il Collegio Sindacale ed il Consiglio di Amministrazione hanno approvato gli Orientamenti agli azionisti sulla composizione dei relativi organi, in vista del rinnovo degli stessi che è avvenuta in occasione dell'Assemblea degli Azionisti chiamata ad approvare il bilancio al 28 febbraio 2022.

In entrambi i documenti gli organi sociali esprimono la rilevanza della diversità nella propria composizione, sia per quanto riguarda quella di genere sia quella professionale.

Per maggiori informazioni sul sistema di *governance* si rimanda alla Relazione sul Governo Societario e agli assetti proprietari al 28 febbraio 2023.

2.1.1. Consiglio di Amministrazione

Unieuro aderisce al modello ordinario di gestione e controllo; infatti, Consiglio di Amministrazione e Collegio Sindacale sono eletti separatamente dall'Assemblea. Il controllo sulla gestione è affidato al Collegio Sindacale, mentre l'amministrazione della società è affidata ad un Consiglio di Amministrazione.

L'attuale CdA è stato nominato dall'Assemblea del 21 giugno 2022 ed è composto da 11 membri. Il Consiglio di Amministrazione è investito di tutti i poteri per la gestione ordinaria e straordinaria della Società, come previsto per legge e nomina fra i suoi membri il Presidente, quando a ciò non provvede l'Assemblea; inoltre, può nominare uno o più vice-Presidenti e un Segretario, ed è autorizzato a delegare parte delle proprie attribuzioni ad uno o più dei suoi componenti, determinandone i poteri e, sentito il parere del Collegio Sindacale, la relativa remunerazione. Il Presidente non può assumere funzioni esecutive all'interno del Consiglio di Amministrazione ed esercita le funzioni previste dalla normativa anche regolamentare vigente; in particolare:

- i. ha poteri di rappresentanza legale della Società;
- ii. presiede l'Assemblea dei soci;
- iii. convoca e presiede il Consiglio di Amministrazione, ne fissa l'ordine del giorno, ne coordina i lavori e provvede affinché adeguate informazioni sulle materie iscritte all'ordine del giorno siano fornite a tutti i consiglieri;
- iv. verifica l'attuazione delle deliberazioni del Consiglio di Amministrazione.

All'Amministratore Delegato, in qualità di vertice aziendale, spettano la rappresentanza legale della Società, nei limiti dei poteri conferiti, e la sua gestione, sulla base degli indirizzi formulati dal Consiglio di Amministrazione. Egli si adopera inoltre affinché l'assetto organizzativo, amministrativo e contabile della Società sia adeguato alla natura e alle dimensioni dell'impresa e riferisce al Consiglio di Amministrazione e al Collegio Sindacale, trimestralmente, sul generale andamento della gestione e sulla sua prevedibile evoluzione, nonché sulle operazioni di maggior

rilievo, per le loro dimensioni o caratteristiche, effettuate dalla Società e dalle sue controllate. In tale contesto, l'Amministratore Delegato illustra eventuali criticità al CdA.

Il CdA può, altresì, disporre che venga costituito un Comitato Esecutivo composto da alcuni suoi componenti; attualmente, in Unieuro non è presente alcun Comitato Esecutivo. Il Consiglio di Amministrazione può, altresì, costituire al proprio interno Comitati con funzioni consultive e propositive, determinandone i poteri anche allo scopo di conformare il sistema di governo societario al Codice di *Corporate Governance* promosso dal Comitato per la *Corporate Governance* gestito da Borsa Italiana. In particolare, attualmente sono nominati quali Comitati endoconsiliari:

- il Comitato Remunerazione e Nomine;
- il Comitato Controllo e Rischi;
- il Comitato Sostenibilità;
- il Comitato Operazioni con Parti Correlate.

La nomina del Consiglio di Amministrazione di Unieuro avviene sulla base delle liste presentate dagli azionisti. Hanno diritto a presentare le liste sia il Consiglio di Amministrazione in carica, nonché gli azionisti che, da soli o insieme ad altri, rappresentino la percentuale del Capitale Sociale stabilita dalla normativa di legge o regolamentare vigente di tempo in tempo. La presentazione della lista da parte del Consiglio di Amministrazione deve essere deliberata a maggioranza assoluta dei componenti in carica. Ogni socio, i soci aderenti ad un patto parasociale relativo alla Società, rilevante ai sensi dell'articolo 122 del TUF, il soggetto controllante, le società controllate e quelle soggette a comune controllo e gli altri soggetti tra i quali sussista un rapporto di collegamento, anche indiretto, non possono presentare o concorrere alla presentazione, neppure per interposta persona o società fiduciaria, di più di una sola lista né possono votare liste diverse. Ciascuna lista contiene un numero di candidati in ordine progressivo non superiore al numero dei componenti da eleggere, e ogni candidato può essere presentato in una sola lista a pena di ineleggibilità. Ciascuna lista deve includere e identificare almeno due candidati in possesso dei requisiti di indipendenza stabiliti secondo la normativa pro tempore vigente; qualora essa presenti un numero di candidati pari o superiore a tre, deve altresì includere un numero di candidati appartenenti al genere meno rappresentato che assicuri il rispetto dell'equilibrio tra i generi, almeno nella misura minima richiesta dalla normativa anche regolamentare pro tempore vigente.

Unitamente alla presentazione delle liste, fermo restando che eventuali variazioni che dovessero verificarsi fino al giorno di effettivo svolgimento dell'Assemblea sono tempestivamente comunicate alla Società, devono essere depositate:

- a) le informazioni relative ai soci che hanno presentato la lista e l'indicazione della percentuale di capitale detenuto;
- b) la dichiarazione dei soci diversi da quelli che detengono, anche congiuntamente, una partecipazione di controllo o di maggioranza relativa, attestante l'assenza di rapporti di collegamento, anche indiretto, ai sensi della normativa anche regolamentare pro tempore vigente, con questi ultimi;

- c) il curriculum vitae dei candidati nonché una dichiarazione con cui ciascun candidato attesti, sotto la propria responsabilità, l'inesistenza di cause di ineleggibilità e di incompatibilità nonché la sussistenza dei requisiti richiesti per le rispettive cariche;
- d) l'indicazione degli incarichi di amministrazione e controllo ricoperti presso altre società e l'eventuale indicazione di idoneità a qualificarsi come indipendenti ai sensi della normativa vigente e dei codici di comportamento in materia di governo societario eventualmente adottati dalla Società;
- e) la dichiarazione con la quale ciascun candidato accetta la propria candidatura;
- f) ogni altra ulteriore o diversa dichiarazione, informativa e/o documento previsti dalla normativa anche regolamentare pro tempore vigente.

La lista del Consiglio di Amministrazione, se presentata, deve essere depositata presso la sede della Società ovvero trasmessa alla Società stessa tramite un mezzo di comunicazione a distanza entro il trentesimo giorno precedente la data dell'Assemblea. Il voto di ciascun socio riguarderà la lista e dunque tutti i candidati in essa indicati, senza possibilità di variazioni o esclusioni. Ogni avente diritto al voto può votare una sola lista.

All'elezione del Consiglio di Amministrazione si procederà secondo i seguenti criteri:

- a) dalla lista che ha ottenuto il maggior numero di voti ("lista della maggioranza") sono tratti, in base all'ordine progressivo con il quale sono stati elencati, i cinque settimi degli amministratori da eleggere, con arrotondamento, in caso di numero frazionario, all'unità inferiore;
- b) i restanti amministratori sono tratti dalle altre liste (le "liste di minoranza"); a tal fine i voti ottenuti dalle liste di minoranza saranno divisi successivamente per uno, due, tre, quattro e così via secondo il numero degli amministratori da eleggere.

I quozienti così ottenuti saranno assegnati progressivamente ai candidati di ciascuna di tali liste, secondo l'ordine progressivo dalle stesse rispettivamente previsto. I quozienti così attribuiti ai candidati delle varie liste verranno disposti in un'unica graduatoria decrescente. Risulteranno eletti coloro che avranno ottenuto i quozienti più elevati. Nel caso in cui più candidati abbiano ottenuto lo stesso quoziente, risulterà eletto il candidato della lista che non abbia ancora eletto alcun amministratore o che abbia eletto il minor numero di amministratori.

Laddove non risulti possibile completare il Consiglio di Amministrazione nel modo sopra descritto, presentando la lista di minoranza seconda per numero di voti un numero di candidati inferiore a quelli necessari, si procede a trarre i restanti amministratori dalle altre liste di minoranza partendo da quella più votata e con scorrimento alle liste successive una volta esauriti i candidati contenuti nella lista che precede per numero di voti. Se al termine della votazione non fosse assicurato l'equilibrio tra i generi e/o il numero minimo di amministratori in possesso dei requisiti di indipendenza secondo quanto previsto dalla normativa anche regolamentare vigente, si procede ad escludere tanti candidati eletti quanto necessario, sostituendoli con i candidati in possesso dei requisiti carenti, tratti dalla stessa lista a cui appartiene il candidato da escludere, in base all'ordine progressivo di elencazione. Le sostituzioni hanno luogo con riferimento prima, all'appartenenza al genere meno rappresentato, poi al possesso dei requisiti di indipendenza. Tale meccanismo di sostituzione si applica dapprima, in sequenza, alle liste che non abbiano espresso alcun Consigliere in possesso del requisito carente, a partire da quella più votata. Ove ciò non fosse sufficiente,

ovvero qualora tutte le liste abbiano espresso almeno un Consigliere in possesso del requisito carente, la sostituzione si applica, in sequenza, a tutte le liste, a partire da quella più votata. All'interno delle liste la sostituzione dei candidati da escludere ha luogo a partire dai candidati contraddistinti dal numero progressivo più elevato. I meccanismi di sostituzione non operano per i candidati tratti da liste che abbiano presentato un numero di candidati inferiore a tre. Nel caso di presentazione di un'unica lista, il Consiglio di Amministrazione è tratto per intero dalla stessa nel rispetto della normativa anche regolamentare pro tempore vigente. Nel caso, invece, non venga presentata alcuna lista, l'Assemblea delibera a maggioranza dei votanti in conformità alle disposizioni di legge.

In tutti i casi in cui ad esito dell'applicazione delle previsioni che precedono:

- non risulti possibile completare il Consiglio di Amministrazione e/o;
- non sia assicurato l'equilibrio tra i generi o non fossero eletti, in un numero sufficiente, amministratori in possesso dei requisiti di indipendenza, secondo quanto previsto dalla normativa anche regolamentare vigente,

il completamento o la sostituzione degli amministratori da nominare, a seconda dei casi, avverrà con delibera assunta dall'Assemblea a maggioranza relativa sulla base di candidature poste in votazione singolarmente. In caso di mancata presentazione di liste, ovvero nel caso in cui non si tratti di eleggere l'intero Consiglio di Amministrazione, l'Assemblea delibera con le maggioranze di legge, nel rispetto delle eventuali proporzioni minime di riparto tra i generi (maschile e femminile) previste dalla legge e dai regolamenti.

Quanto ai Comitati, invece, essi sono eletti dal CdA in base alle scelte gestorie ed alla luce delle disposizioni del Regolamento del Consiglio di Amministrazione e dei Regolamenti dei singoli Comitati che richiamano, tra l'altro le raccomandazioni del Codice di *Corporate Governance*.

Al fine di consentire agli *stakeholder* di esprimere in maniera consapevole ed informata le proprie valutazioni in merito, il Consiglio di Amministrazione in data 13 gennaio 2022 ha pubblicato un documento contenente i criteri per la composizione quali-quantitativa ottimale del Consiglio di Amministrazione. Successivamente, la Società ha messo a disposizione dei propri azionisti, pubblicato attraverso il sito internet e sul meccanismo di stoccaggio e presentato ai *proxy advisor*, il documento "*Processo per la presentazione della eventuale lista del Consiglio di Amministrazione uscente*". I vertici aziendali hanno poi interloquuto con i principali azionisti al fine di recepire eventuali loro indicazioni qualitative in merito alla nuova composizione consiliare ed in particolare sull'opportunità di presentare una propria lista:

- i. la composizione del Consiglio di Amministrazione assicura l'equilibrio tra i generi secondo quanto previsto dalla normativa di legge e regolamentare pro tempore vigente, in ogni caso si rimanda a quanto sopra già detto con riferimento al processo di nomina e selezione del CdA e quanto sotto riportato in merito alle diverse competenze possedute dai membri del Consiglio;
- ii. un numero di amministratori non inferiore a quello previsto dalla normativa, anche regolamentare, di tempo in tempo vigente deve possedere i requisiti di indipendenza stabiliti dal Codice di *Corporate Governance*, fermo restando che dovranno comunque far parte del Consiglio di Amministrazione almeno due amministratori in possesso dei requisiti di

indipendenza stabiliti dalla legge e dalle disposizioni regolamentari e/o dal Codice di *Corporate Governance*.

In caso di mancata presentazione di liste ovvero nel caso in cui gli amministratori non siano nominati, per qualsiasi ragione, ai sensi del procedimento qui previsto, l'Assemblea delibera con le maggioranze di legge, nel rispetto delle eventuali proporzioni minime di riparto tra i generi (maschile e femminile) previste dalla legge e dai regolamenti.

Il Consiglio di Amministrazione ha definito i criteri per la valutazione della significatività delle relazioni commerciali, finanziarie o professionali dei Consiglieri indipendenti con la Società, nonché per eventuali remunerazioni aggiuntive.

Ad oggi, non si sono verificate situazioni di conflitto d'interesse relativamente a operazioni della Società. La Direzione Legale, sulla base delle dichiarazioni rese dai singoli membri del CdA e delle informazioni assunte dai dirigenti apicali, monitora costantemente l'eventuale presenza di situazioni di interesse da parte di soggetti rilevanti al fine di gestirne la soluzione. Le eventuali situazioni di conflitto di interesse sono riportate dalla Società nella *Relazione sul Governo Societario e gli Assetti proprietari*.

A dimostrazione dell'importanza dell'elevato grado di competenze, della diversità e dell'indipendenza dei Consiglieri, l'organo di governo ha approvato, in data 13 gennaio 2022, il documento "*Orientamenti del Consiglio di Amministrazione di Unieuro S.p.A. agli azionisti sulla dimensione e composizione del nuovo Consiglio di Amministrazione*", elaborato a seguito di un'approfondita attività di autovalutazione e finalizzato ad indicare le linee guida del Consiglio in merito alla corretta composizione dell'organo gestorio. In particolare, il Consiglio di Amministrazione ritenne che il Consiglio in carica nell'esercizio 2022/23 avesse un'approfondita conoscenza dell'organizzazione e delle problematiche di *business* della Società; fosse efficiente nella sua operatività, svolgendo un ruolo puntuale e costante di controllo e di indirizzo della Società, durante tutto il suo mandato e potesse supportare lo sviluppo nell'ambito del *business*. Al suo interno erano presenti figure con competenze manageriali del settore in cui opera la Società e nell'ambito della innovazione digitale che possedevano un forte orientamento alla strategia e capacità di *business judgment* funzionali al rafforzamento della capacità di visione strategica, di interpretazione dell'evoluzione degli scenari di mercato e di valutazione delle nuove opportunità di *business*, da parte del CdA stesso. Il predetto documento, poi, specifica le caratteristiche personali e professionali ritenute opportune per i diversi ruoli presenti nell'ambito del Consiglio di Amministrazione. Il Consiglio pertanto invitava gli azionisti a tenere in considerazione il suddetto orientamento in occasione del rinnovo del Consiglio di Amministrazione dell'Assemblea del 21 giugno 2022. In occasione del rinnovo dell'organo, i proponenti delle liste presentate (lista presentata dal Consiglio di Amministrazione e lista presentata da una pluralità di fondi istituzionali) dichiaravano di aver tenuto in considerazione di tali orientamenti al fine della proposta dei candidati alla carica di Amministratore. Da ultimo si segnala che in data 17 aprile 2023 il Consiglio di Amministrazione ha ritenuto non necessario aggiornare, allo stato attuale, i suddetti Orientamenti.

Il Consiglio di Amministrazione annualmente svolge un'indagine di autovalutazione dell'organo stesso e dei propri Comitati. In particolare, il CdA ha avuto modo, da ultimo nel precedente anno fiscale, di effettuare la valutazione sul funzionamento del Consiglio stesso e dei suoi Comitati, nonché sulla loro dimensione e composizione, tenendo anche conto di elementi quali le caratteristiche professionali, di esperienza, anche manageriale e di genere dei suoi componenti, nonché della loro anzianità di carica, anche in relazione ai criteri di diversità, così come prescritto

dall'art 4, raccomandazione 23 del Codice di *Corporate Governance*. Per tale valutazione relativamente all'esercizio in oggetto, l'emittente si è avvalso del supporto di una società di consulenza, la quale ha coadiuvato la Società nella predisposizione dei questionari da inviare ai membri del Consiglio, previo parere positivo del Comitato Remunerazione e Nomine. Il processo di autovalutazione si è svolto tramite interviste individuali sulla scia di un questionario redatto ad hoc considerando le raccomandazioni di cui alla Lettera del Comitato di Corporate Governance del 3 dicembre 2021. Il questionario è stato trasmesso e completato dagli Amministratori prima delle interviste, includendo commenti o suggerimenti migliorativi ritenuti opportuni, con riguardo alla composizione e funzionamento del Consiglio e dei Comitati dallo stesso istituiti. Al termine del processo è stato presentato al Comitato Remunerazione e Nomine e del Consiglio di Amministrazione un documento riepilogativo contenente i risultati delle valutazioni espresse dai singoli Amministratori.

Nel corso dell'esercizio oggetto di rendicontazione è stata, inoltre, valutata l'adeguatezza e la trasparenza del processo di autovalutazione dell'organo di amministrazione, con il supporto del Comitato Remunerazione e Nomine. In particolare, Il Presidente, con il supporto del Comitato Remunerazione e Nomine, si è assicurato del fatto che il processo di autovalutazione del Consiglio, gestito da un consulente esterno di primario *standing*, avvenisse in maniera adeguata e trasparente.

Dai risultati della *board evaluation* è emersa una valutazione positiva resa dagli amministratori relativamente alla dimensione, composizione numerica, combinazione di età, di genere e di esperienze e caratteristiche professionali e personali dei membri del Consiglio di Amministrazione. Nel complesso, gli amministratori hanno poi ritenuto che il Consiglio abbia svolto un'attività adeguata nel corso dell'esercizio di riferimento, affrontando tematiche di *business* e finanziarie rilevanti, potendo contare su un buon mix di competenze al suo interno e sullo spirito di servizio dei suoi componenti accomunati da impegno e senso di responsabilità nello svolgimento del proprio ruolo. Le osservazioni dei Consiglieri hanno evidenziato, tra i punti di forza del Consiglio, il buon funzionamento complessivo e, in particolare:

- la sua composizione in termini di mix di esperienze e competenze; la capacità di confronto aperto e trasparente;
- la predisposizione all'approfondimento e l'ampiezza del dibattito;
- la capacità di reagire agli eventi esterni con rapidità;
- il mantenimento di un clima costruttivo e collaborativo al suo interno nell'interesse della Società.

Pur evidenziando il giudizio, nel complesso positivo, espresso dagli amministratori nel rapporto di autovalutazione annuale, al fine di apportare miglioramenti al funzionamento del Consiglio di Amministrazione e dei Comitati dallo stesso istituiti, i Consiglieri individuarono alcune aree di miglioramento del Consiglio per ciò che atteneva al suo contributo alla definizione delle strategie di sviluppo della Società. I Consiglieri ritennero infatti necessario che l'organo gestorio aumentasse ancora di più il proprio impegno per assicurare:

- un maggiore livello di comprensione del *business* e delle tematiche commerciali;

- maggiori conoscenze nell'ambito della grande distribuzione, primariamente per ciò che riguarda il *business online*;
- maggiore capacità di analisi dei *trend* della innovazione digitale e di visione della trasformazione digitale dell'azienda.

I Consiglieri avrebbero inoltre ritenuto utile un rafforzamento della presenza in Consiglio di competenze specifiche nell'ambito dell'innovazione digitale ed alcuni di questi Amministratori avrebbero valutato l'opportunità dell'implementazione della componente esecutiva anche attraverso l'ingresso in Consiglio di un ulteriore membro, nella convinzione che profili con queste caratteristiche avrebbero potuto contribuire a rafforzare l'orientamento del Consiglio verso le tematiche strategiche oltre alla sua capacità di *business judgement*. Infine, nelle conclusioni del lavoro di autovalutazione è emerso che, in vista del rinnovo consiliare del giugno del 2022, gli Amministratori hanno raccomandato di:

- conservare la diversità di genere, di competenze ed esperienze al proprio interno;
- lavorare nella continuità, lungo la strada intrapresa;
- aumentare ulteriormente il tempo dedicato alla discussione sui temi di rilevanza strategica;
- condividere la strategia aziendale mantenendo verso il management un atteggiamento dialettico e al contempo di supporto e sostegno;
- essere aperti e reattivi verso i cambiamenti di scenario.

Infine, nell'ambito dell'attività di *board evaluation*, è stata svolta un'analisi di come il processo seguito dalla Società in questo ambito si confronti con quanto svolto dalle società che costituiscono il *benchmark* di riferimento. È stata inoltre svolta un'analisi comparativa sul Consiglio di Amministrazione delle società campione relativamente a diversi aspetti quali: dimensioni, composizione, mix di professionalità dei Consiglieri.

Dal suddetto confronto è emerso che Unieuro opera in modo conforme alle migliori pratiche di *governance*.

Per maggiori informazioni si rimanda anche alla *Relazione sul governo societario e gli assetti proprietari*.

Alla data della presente Dichiarazione, il Consiglio di Amministrazione risulta composto come indicato nella tabella che segue:

Membri del Consiglio di Amministrazione

Incarico	Età	Genere	Esecutivo/ Non Esecutivo	Indipendenza	Appartenenza a gruppi di stakeholder	Eventuali altre cariche ricoperte	Appartenenza a gruppi sociali non rappresentati	Competenze
Presidente	74	M	Non Esecutivo	Si ¹⁵	-	No	No	Finanziaria
Amministratore Delegato ¹⁶	64	M	Esecutivo	No	Management	Amm. Unico di Monclick	No	Finanziaria/ Gestionale
Amministratore	58	M	Non Esecutivo	Si	Investitori Istituzionali	No	No	Legale/ Finanziaria
Amministratore	65	F	Non Esecutivo	Si	-	No	No	Finanziaria/ Gestionale
Amministratore	35	M	Non Esecutivo	No	Iliad	No	No	Gestionale/ Commerciale
Amministratore	44	M	Non Esecutivo	No	Iliad	No	No	Gestionale/ Commerciale
Amministratore	53	F	Non Esecutivo	Si	-	No	No	Legale/ Finanziaria
Amministratore	39	M	Non Esecutivo	Si	Investitori Istituzionali	No	No	Gestionale
Amministratore	56	F	Non Esecutivo	Si	Investitori Istituzionali	No	No	Gestionale/ Commerciale/ Sostenibilità
Amministratore	59	F	Non Esecutivo	Si	Investitori Istituzionali	No	No	Gestionale/ Sostenibilità
Amministratore	52	F	Esecutivo	No	Management	Direttore Generale	No	Gestionale/ Omnichannel

Membri del Consiglio di Amministrazione per fascia di età

Fascia d'età	u.m.	28/02/2023			28/02/2022			28/02/2021		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
tra i 30 e i 50 anni		3	-	3	2	-	2	-	-	-
età superiore ai 50 anni		3	5	8	5	4	9	5	4	9
Totale		6	5	11	7	4	11	5	4	9

2.1.2. Governance della sostenibilità

Anche nel corso dell'esercizio chiuso al 28 febbraio 2023, il Gruppo Unieuro ha rafforzato l'impegno in materia di sostenibilità, avviando una serie di progetti e di azioni volte a migliorarne la gestione e a rispondere con tempestività alle aumentate sollecitazioni provenienti dal contesto esterno e dagli *stakeholder*.

Grazie alla creazione, sul finire del 2020, del Comitato Sostenibilità, Unieuro ha dato avvio a diverse iniziative che hanno contribuito a diffondere la cultura della sostenibilità all'interno

¹⁵ Sia ai sensi di legge che del Codice di Corporate Governance.

¹⁶ CEO di Unieuro S.p.A. e Amministratore Unico di Monclick S.r.l., società controllata al 100% di Unieuro S.p.A.

dell'organizzazione e a promuovere l'adozione di un approccio maggiormente strutturato, che ha trovato successiva espressione nella predisposizione del Piano Sostenibilità 2022-2026. Il Comitato Sostenibilità, nominato dal Consiglio di Amministrazione in data 28 giugno 2022 è composto da 4 consiglieri non esecutivi e indipendenti: 1 uomo (di età compresa fra 30 e 50 anni e a cui è stata assegnata la Presidenza) e 3 donne (tutte con età superiore ai 50 anni).

Nel corso del 2021, il presidio sulle tematiche ESG è stato ulteriormente potenziato con la nomina di un manager responsabile della sostenibilità, a diretto riporto del Chief Financial Officer e con la nascita di un Comitato interno di Sostenibilità, formato da un team manageriale intersettoriale di alto livello che, nel corso del precedente esercizio, ha visto salire il numero dei propri membri da 6 a 8, al fine di coinvolgere un maggior numero di aree aziendali nel dialogo e nel confronto interno sulle questioni legate alla sostenibilità.

Questo rafforzamento nella struttura organizzativa deputata a sovrintendere tematiche complesse e fortemente interrelate quali sono quelle legate alla sostenibilità, è funzionale a rendere l'approccio del Gruppo più organico e coordinato, garantendo il necessario collegamento fra le Direzioni aziendali coinvolte nei vari progetti, dando la dovuta continuità alle iniziative in fase di sviluppo e facendo sì che i fattori ambientali, sociali e di *governance* siano pienamente integrati nelle attività aziendali ed allineati alle linee guida ESG del Piano Strategico.

Sebbene la società non abbia formalmente attribuito ad alcun dipendente la responsabilità per la gestione degli impatti, essa si è dotata di una struttura di *governance* che, per il tramite del Comitato Sostenibilità e della Direzione Sostenibilità e M&A, le consente di presidiare, gestire e monitorare gli impatti sull'economia, sull'ambiente e sulle persone. Il predetto Comitato, supportato dal *Sustainability and M&A Director*, monitora il processo di materialità ed i principali impatti identificati e valida le tematiche rilevanti. Nel corso dell'esercizio 2022/23 la Società ha individuato e valutato i possibili impatti attraverso il processo che ha condotto all'aggiornamento dell'analisi di materialità, ed è emerso che Unieuro ritiene di non aver causato o contribuito a causare impatti negativi significativi.

Il *Sustainability and M&A Director* si confronta con il Comitato Sostenibilità ogniqualvolta ritenuto necessario a fini decisionali e strategici. In particolare, per l'esercizio 2022/23, si sono tenute 9 riunioni di aggiornamento e di confronto con il responsabile aziendale della sostenibilità.

Per quanto riguarda la remunerazione, Unieuro adotta una Politica di Remunerazione secondo un processo che vede coinvolti l'Assemblea dei soci, il Consiglio di Amministrazione e il Comitato Remunerazione e Nomine, nel rispetto della disciplina anche regolamentare vigente e dei principi dettati dal Codice di *Corporate Governance*. Per maggiori informazioni, si rimanda al capitolo sulle "*Performance Sociali*" del presente documento e alla "*Relazione sulla politica in materia di remunerazione e sui compensi corrisposti*" relativa all'esercizio chiuso al 28 febbraio 2023.

Ruolo del Consiglio di Amministrazione nella sostenibilità di Unieuro

Il Consiglio di Amministrazione ha il ruolo di valutare ed approvare gli aspetti attinenti alla sostenibilità di Unieuro. In coerenza con quanto raccomandato dal Codice di *Corporate Governance* delle società quotate promosso da Borsa Italiana S.p.A. (il "*Codice di Corporate Governance*"), al quale Unieuro aderisce, è stato istituito all'interno del Consiglio di Amministrazione un Comitato Sostenibilità, il quale riferisce annualmente sulle tematiche connesse

agli impatti. Quest'ultimo ha il compito di coadiuvare il Consiglio di Amministrazione nelle proprie valutazioni e decisioni in materia di sostenibilità come descritto nel Regolamento del Comitato Sostenibilità. In particolare, il 10 giugno 2021, il Consiglio di Amministrazione ha approvato il Piano Strategico quinquennale del Gruppo (2021-2026) attraverso il quale Unieuro si propone di completare il processo di trasformazione digitale diventando un *retailer* compiutamente omnicanale. La sostenibilità è diventata un fattore-chiave del piano, impattando in modo trasversale su tutte le aree di *business*; infatti, la strategia ESG viene declinata in quattro ambiti principali: Comunità, Talenti, Innovazione Sostenibile e Cultura, con l'obiettivo di creare valore sostenibile per tutti gli *stakeholder* e garantire un'esperienza sempre positiva con la tecnologia nella vita quotidiana. A distanza di alcuni mesi, il Piano Strategico è stato affiancato dal Piano di Sostenibilità, approvato dal Consiglio di Amministrazione nel mese di maggio del 2022 a testimonianza dell'impegno del Gruppo per uno sviluppo sostenibile e della crescente strategicità delle tematiche ESG nelle attività di *business*. Detto piano, che rappresenta lo strumento attraverso cui si realizza l'integrazione della sostenibilità nel modello di *business* di Unieuro, testimonia la crescente rilevanza che tale tematica sta assumendo all'interno dell'organizzazione. Piano Strategico e Piano di Sostenibilità si sviluppano infatti sul medesimo arco temporale quadriennale, essendo intrinsecamente collegati l'uno all'altro, lungo tutte le dimensioni ed i processi di *business*. La sua elaborazione ha visto il diretto coinvolgimento di tutte le Direzioni del Gruppo (con un approccio *bottom-up*) sotto il coordinamento del *Sustainability and M&A Director* e la supervisione del top management e degli organi societari preposti al governo della sostenibilità.

Il Consiglio di Amministrazione coadiuvato dal lavoro preparatorio del Comitato Sostenibilità approva annualmente l'analisi di materialità e la Dichiarazione non Finanziaria. L'identificazione dei temi materiali e degli impatti a questi associati per l'esercizio oggetto di rendicontazione ha visto il diretto coinvolgimento del management team, dei membri del comitato manageriale di sostenibilità e di alcune categorie di *stakeholder*. Per questo esercizio fiscale, al fine di rafforzare il coinvolgimento degli *stakeholder* in tale processo, sono stati svolti incontri individuali con i principali fornitori di prodotto e con i rappresentanti di alcune Associazioni di categoria in rappresentanza di aziende di produzione, di distribuzione e dei consumatori. La valutazione sull'efficacia dei processi seguiti dall'organizzazione da parte del Consiglio di Amministrazione avviene con cadenza annuale.

Gli incontri del CdA finalizzati all'approvazione dell'analisi di materialità e della Dichiarazione non Finanziaria costituiscono momenti formativi e di confronto. Nell'esercizio 2022/23 è stato sottoposto all'attenzione del più alto organo di governo societario il Piano di Sostenibilità 2022-2026 di Unieuro, il quale mostra i progetti che la Società ha pianificato per rafforzare il proprio approccio strategico alla sostenibilità ed offrire il suo contributo allo sviluppo sostenibile. Nell'ambito degli incontri periodici del Comitato Sostenibilità si sono tenute sedute di *induction* su specifiche azioni del Piano di Sostenibilità da parte del dirigente responsabile per la sostenibilità e/o degli altri dirigenti project owner.

2.1.3. Altri Comitati

Il Comitato per le Operazioni con le Parti Correlate, nominato dal Consiglio di Amministrazione in data 28 giugno 2022, ha principalmente il compito di formulare appositi pareri motivati sull'interesse di Unieuro al compimento di Operazioni con Parti Correlate, siano esse di maggiore o

di minore rilevanza, esprimendo un giudizio in merito alla convenienza e correttezza sostanziale delle relative condizioni, previa ricezione di flussi informativi tempestivi ed adeguati.

Il Comitato per le Operazioni con le Parti Correlate, alla data della presente Dichiarazione è composto da 3 consiglieri (1 uomo e 2 donne, tutti con età superiore a 50 anni) non esecutivi e indipendenti. La Presidenza è stata assegnata al consigliere uomo.

Il Comitato Controllo e Rischi, nominato dal Consiglio di Amministrazione in data 28 giugno 2022, ha il compito di assistere il Consiglio di Amministrazione con funzioni istruttorie, di natura propositiva e consultiva, nelle valutazioni e nelle decisioni relative al sistema di controllo interno e di gestione dei rischi, nonché quelle relative all'approvazione delle relazioni finanziarie periodiche.

Il Comitato Controllo e Rischi, alla data della presente Dichiarazione, risulta composto da 4 consiglieri (1 uomo di età compresa fra i 30 e i 50 anni e 3 donne, con età superiore a 50 anni) non esecutivi e indipendenti – ad eccezione del consigliere uomo. La Presidenza è stata assegnata ad un consigliere donna.

Il Comitato Remunerazioni e Nomine è stato nominato dal Consiglio di Amministrazione il 28 giugno 2022. Nella funzione di Comitato per le Remunerazioni, il compito è quello di assistere il Consiglio d'Amministrazione con funzioni istruttorie, di natura propositiva e consultiva, nelle valutazioni e nelle decisioni relative alla politica per la remunerazione degli amministratori e dei dirigenti con responsabilità strategiche valutando periodicamente l'adeguatezza, la coerenza complessiva e la concreta applicazione della politica per la remunerazione.

In qualità di Comitato per le Nomine il compito è invece quello di assistere il Consiglio di Amministrazione con funzioni istruttorie, di natura propositiva e consultiva, nella predisposizione dei criteri per la designazione dei suoi membri e nella formulazione di pareri in merito alla dimensione e alla composizione dello stesso. Il Comitato, inoltre, formula le valutazioni sulle designazioni dei dirigenti e dei componenti degli organi e organismi della Società.

Il Comitato in oggetto risulta composto da 3 consiglieri (1 uomo e 2 donne, tutti con età superiore a 50 anni) non esecutivi e indipendenti. La Presidenza è stata assegnata ad un consigliere donna.

2.1.4. Collegio Sindacale

Il Collegio Sindacale è nominato dall'Assemblea ordinaria della Società, secondo gli artt. 21 e 22 dello Statuto, attraverso un procedimento trasparente che garantisce, tra l'altro, un'informazione adeguata e tempestiva sulle caratteristiche personali e professionali dei candidati alla carica. Finché le azioni della Società sono quotate in un mercato regolamentato italiano o di altri stati membri dell'Unione Europea, il Collegio Sindacale viene eletto dall'Assemblea ordinaria sulla base di liste presentate dagli azionisti e assicurando l'equilibrio tra i generi secondo quanto previsto dalla normativa vigente. Qualora l'equilibrio tra i generi non sia assicurato secondo quanto previsto dalla normativa, si provvederà alle necessarie sostituzioni secondo l'ordine progressivo con cui i candidati risultano elencati. I Sindaci restano in carica per tre esercizi e dunque fino alla data dell'Assemblea convocata per l'approvazione del bilancio relativo al terzo esercizio della loro carica.

Il Collegio Sindacale, nominato il 21 giugno 2022 ed in carica per un periodo di tre esercizi, è composto da 5 sindaci tra cui il Presidente, 2 sindaci effettivi e 2 sindaci supplenti.

Membri del Collegio Sindacale

Incarico	Età	Genere	Indipendenza	Appartenenza a gruppi di stakeholder	Eventuali altre cariche all'interno dell'organizzazione	Appartenenza a gruppi sociali non rappresentati	Competenze
Presidente	42	F	Indipendente	Investitori Istituzionali	-	-	
Sindaco effettivo	70	M	Indipendente	Cassa di Risparmio di Terni e Narni	-	-	Finanziaria/ Contabile/ Fiscale/ Societaria
Sindaco effettivo	63	M	Indipendente	Cassa di Risparmio di Terni e Narni	-	-	
Sindaco supplente	39	M	Indipendente	Investitori Istituzionali	-	-	
Sindaco supplente	50	M	Indipendente	Cassa di Risparmio di Terni e Narni	-	-	

Membri del Collegio Sindacale per fascia di età

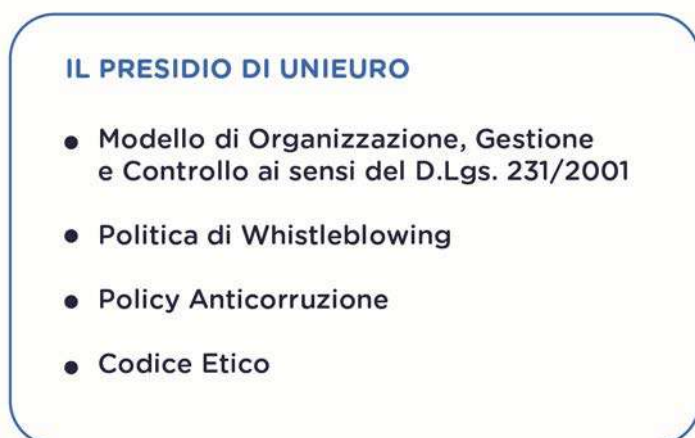
Fascia d'età	u.m.	28/02/2023			28/02/2022			28/02/2021		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
tra i 30 e i 50 anni		2	1	3	2	3	5	2	3	5
età superiore ai 50 anni		2	-	2	-	-	-	-	-	-
Totale		4	1	5	2	3	5	2	3	5

2.2. Modello di business e compliance normativa

Il Gruppo si caratterizza per un modello di *business* centralizzato e scalabile, basato sulla complementarità e sull'integrazione in ottica omnicanale dei diversi canali distributivi che, nel complesso, garantiscono capillarità territoriale e prossimità al cliente. Le funzioni direzionali ed amministrative sono accentrate nella sede di Forlì mentre a Piacenza sono concentrate, nel principale hub logistico, le attività di rifornimento di tutti i canali. Il *format* dei negozi è adattabile e modulare in funzione delle dimensioni e delle caratteristiche del mercato territoriale. La suddetta flessibilità operativa, unitamente alle dimensioni raggiunte con la leadership del mercato italiano, permettono l'assorbimento dei costi fissi ed una comprovata capacità di competere, anche nei confronti di operatori pan-europei e globali attivi in Italia. A ciò si aggiunge la presenza omnicanale dell'insegna, che presidia tutti i *touchpoint* con cui il cliente può decidere di soddisfare i propri bisogni d'acquisto di elettronica di consumo ed elettrodomestici. La strategia omnichannel consente, infatti, di offrire una perfetta integrazione tra canali, superando la dicotomia *offline/online*, e garantisce al cliente un'esperienza di acquisto personalizzata e senza soluzione di continuità. Il modello di *business*, costantemente in evoluzione, non è comunque esente da rischi,

come evidenziato nella relativa sezione. Per ulteriori approfondimenti sulla strategia, sul modello di *business* e sui principali rischi ed incertezze cui è esposto il Gruppo si rimanda alla “*Relazione Finanziaria Annuale 2022/23*”.

2.2.1. Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo e sistema normativo aziendale



Al fine di assicurare condizioni di correttezza e trasparenza nella conduzione delle attività aziendali, a tutela della propria immagine e reputazione, delle aspettative dei propri *stakeholder* e del lavoro dei propri dipendenti, la Società si è dotata di un Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ai sensi del D.Lgs. 231/2001 (nel seguito anche “Modello 231”), idoneo a prevenire comportamenti illeciti da parte dei propri amministratori, dipendenti e

collaboratori sottoposti a direzione o vigilanza da parte della Società. Sebbene l’introduzione del Modello 231, al tempo della sua adozione, non costituisse un obbligo, bensì una scelta facoltativa rimessa a ciascun singolo ente, la Società ha deciso di adeguarsi avviando un progetto di analisi dei propri strumenti organizzativi, di gestione e di controllo, per verificare la corrispondenza dei principi comportamentali e dei presidi esistenti rispetto ai requisiti previsti dal D.Lgs. 231/2001 e, dove necessario, procedere all’integrazione del sistema in vigore. Attraverso l’adozione del Modello 231, Unieuro S.p.A. intende prevenire e contrastare la commissione di reati e diffondere una cultura d’impresa improntata alla legalità, al rispetto dei regolamenti e delle disposizioni interne.

La Società ha nominato un Organismo di Vigilanza (OdV), attualmente composto da un uomo (Presidente) e due donne, al quale ha affidato il compito di vigilare sulla diffusa ed efficace attuazione del Modello 231, sull’osservanza del medesimo da parte dei destinatari, nonché di proporre l’aggiornamento al fine di migliorare l’efficienza di prevenzione dei reati e degli illeciti. L’OdV di Unieuro si configura come Organismo plurisoggettivo dotato di autonomi poteri di iniziativa e di controllo.

Il Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo viene costantemente aggiornato al fine di recepire le nuove fattispecie di reato che, di volta in volta, vengono introdotte nel catalogo dei reati presupposto 231. Gli ultimi aggiornamenti risalgono rispettivamente al novembre del 2020 e al febbraio 2023, rispetto ai quali la Società si è adeguata ai nuovi reati tributari e di contrabbando ed alle modifiche organizzative intervenute *medio tempore*.

Tra gli strumenti di prevenzione del rischio corruzione, la Società ha adottato dal 2019 la *Policy Whistleblowing*, volta a:

- i. stabilire le procedure attraverso cui effettuare una segnalazione di condotte o comportamenti illeciti o illegittimi, commissivi o omissivi, che costituiscono o possano

costituire una violazione, o induzione a violazione, del Codice Etico di Gruppo, del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D. Lgs. 231/01 adottato dalla Società o delle policy e/o norme che regolano i processi aziendali;

- ii. garantire un ambiente di lavoro in cui i dipendenti ed i collaboratori interni possano serenamente segnalare “comportamenti illegittimi” posti in essere all’interno della Società.

Tale Policy viene aggiornata e revisionata dal Direttore dell’unità legale il quale si impegna affinché questa venga correttamente diffusa e applicata. Le caratteristiche principali del sistema di “*whistleblowing*” della Società prevedono:

- due canali informativi, di cui uno informatico, aperti ai dipendenti e ai collaboratori;
- una gestione delle segnalazioni in conformità a quanto previsto dalle disposizioni organizzative interne adottate dalla Società in materia di whistleblowing;
- la garanzia della riservatezza dell’identità del segnalante ai sensi della Legge n. 179/2017;
- il divieto di atti di ritorsione o discriminatori, diretti o indiretti, nei confronti del segnalante per motivi collegati, direttamente o indirettamente, alla segnalazione;
- l’applicazione del sistema sanzionatorio nei confronti dei soggetti che violino gli impegni, gli obblighi e le tutele garantite dalla Società.

Il sistema informatico di *whistleblowing* adottato dalla società utilizza una piattaforma on-line che consente l’invio di segnalazioni, in linea con le disposizioni legislative in materia. L’accesso al Portale *Whistleblowing* è soggetto alla politica “no-log” al fine di impedire l’identificazione del segnalante che intenda rimanere anonimo. L’indirizzo e-mail odv@unieuro.com. è a disposizione di tutti gli *stakeholder* ma per segnalazioni attinenti a violazioni del Modello 231.

Per condividere con i propri collaboratori i valori, i principi, le regole di comportamento e comunicarli a tutti gli altri interlocutori al fine di costruire una realtà trasparente e orientata al rispetto di *standard* etici e comportamentali, Unieuro si è dotata anche di un Codice Etico in cui richiede ai propri dipendenti e collaboratori di operare nel rispetto delle leggi vigenti, dell’etica professionale e dei regolamenti interni, non giustificando in alcun modo una condotta contraria ai principi di correttezza e onestà. Il successo di Unieuro non può infatti prescindere dall’etica nella conduzione degli affari e, di conseguenza, il contesto competitivo in cui opera deve accompagnarsi indissolubilmente con la sensibilità etica, il coinvolgimento sociale e il rispetto dell’ambiente. I principi, sanciti dal Codice Etico dell’azienda, riguardano trasparenza, correttezza e onestà, imparzialità, tutela della concorrenza, prevenzione del conflitto di interessi, riservatezza e tutela della *privacy*, rispetto delle normative vigenti, sicurezza sul lavoro e tutela dell’ambiente, controllo e trasparenza contabile, prevenzione del riciclaggio, prevenzione dei reati informatici, tutela della proprietà intellettuale e tutela del patrimonio aziendale. L’osservanza delle disposizioni del Codice Etico è considerata parte essenziale delle obbligazioni contrattuali dei dipendenti della Società (ai sensi e per gli effetti degli artt. 2104 e 2105 c.c.) e di tutti coloro che intrattengono rapporti di natura commerciale con la Società. In conseguenza, l’eventuale violazione delle suddette disposizioni potrà costituire inadempimento delle stesse obbligazioni con ogni conseguenza di legge.

Al fine di rafforzare le politiche in tema di condotta aziendale responsabile, Unieuro, oltre al Modello 231 e al Codice Etico, sta lavorando alla predisposizione di una procedura di approvvigionamento che ricomprenda anche gli aspetti di sostenibilità. Detta procedura prevede, fra le iniziative di ingaggio, la conduzione di un'attività di *assessment* sui fornitori considerando anche il tema del rispetto dei diritti umani.

Per maggiori informazioni sul sistema di "*whistleblowing*", sul Codice Etico e su tutti gli strumenti procedurali anticorruzione in essere, si rimanda alla documentazione aziendale messa a disposizione nella sezione Corporate Governance ("*Documenti Societari e Procedure*") del sito *corporate* della Società.

2.2.2. La lotta alla corruzione

Come previsto dal Codice Etico, nessun dipendente deve direttamente o indirettamente accettare, sollecitare, offrire o pagare somme di denaro o altre utilità, anche a seguito di pressioni illecite. Unieuro non tollera alcun tipo di corruzione nei confronti di pubblici ufficiali, o qualsivoglia altra parte connessa o collegata con pubblici ufficiali, in qualsiasi forma o modo, in qualsiasi giurisdizione interessata, neanche in quelle dove tali attività siano nella pratica ammesse o non perseguite giudizialmente.

In aggiunta ai principi e alle norme di comportamento delineate all'interno del Codice Etico, il Modello 231 individua le attività cosiddette sensibili alla realizzazione dei reati richiamati dal D.Lgs. 231/2001, tra cui il reato di corruzione, e definisce specifici presidi di controllo a supporto dei processi strumentali ritenuti esposti al rischio potenziale di commissione di reati. Viene inoltre adottato un sistema sanzionatorio volto a garantire l'efficace attuazione del Modello 231 e delineate attività di informazione e formazione sui contenuti dello stesso. I corsi di formazione vengono generalmente erogati in aula, per quanto riguarda i soggetti apicali (Direttori ed *Area Manager*), e tramite la piattaforma *e-learning* per quanto riguarda i restanti dipendenti.

Unieuro S.p.A. ha erogato la formazione ai sensi del D.Lgs 231/2001 nel corso del 2022/23, svolgendo un totale di 20,5 ore per 41 dipendenti (di cui il 7% quadri e 93% impiegati), esclusi i membri del Consiglio di Amministrazione. La differenza rispetto all'esercizio precedente (71,5 ore) è attribuibile alla ciclicità degli obblighi formativi. Per la società Monclick non si registrano ore di formazione sul modello 231 in quanto la formazione è stata erogata lo scorso anno. Si segnala che, nel mese di febbraio 2023, si è tenuta una specifica seduta di *induction* in favore dei Consiglieri e dei Sindaci.

Sulla base dei principi definiti nel Codice Etico e ad integrazione del Modello 231, Unieuro nel marzo 2019 ha definito una specifica *Policy* Anticorruzione che detta al personale una serie di regole da seguire al fine di rafforzare i presidi di controllo in materia anticorruzione. In particolare, la *Policy* stabilisce l'obbligo di aderire alle norme anticorruzione, fornendo una definizione di cosa possa essere interpretato come corruzione e stabilendo l'obbligo di segnalare le pratiche illegali in cui possa essere coinvolto attivamente o passivamente il personale. Tale *Policy* è stata successivamente aggiornata nel novembre 2020, in occasione dell'aggiornamento del Modello 231.

Chiunque venga a conoscenza di atti di corruzione ovvero di qualsiasi altra violazione della *Policy* Anticorruzione può ricorrere, in via principale, ai canali dedicati di comunicazione alla Funzione

Internal Audit, attraverso il summenzionato sistema di *whistleblowing*, ovvero, in via alternativa, alla Direzione Legale.

Durante le attività di *Risk Assessment*, effettuate dalla Società nel corso dell'esercizio 2022/23 al fine di individuare le attività sensibili ed i processi ritenuti esposti al rischio potenziale di commissione di reati ex. D.Lgs. 231/2001, sono state mappate 33 attività sensibili di cui 16 potenzialmente a rischio di commissione del reato di corruzione considerando sia i reati nei rapporti con la Pubblica Amministrazione che i reati di corruzione tra privati. Parallelamente, sono state definite le relative procedure e presidi di controllo.

Nel corso dell'esercizio 2022/23, per il Gruppo non sono rinvenute segnalazioni che riguardassero episodi in materia di corruzione.

**"TOP LEGAL CORPORATE COUNSEL & FINANCE AWARDS 2022"
UNIEURO VINCE IL PREMIO NELLA CATEGORIA TECNOLOGIA
PER LA MIGLIORE DIREZIONE LEGALE DELL'ANNO**



"Siamo molto orgogliosi di questo riconoscimento, che premia il forte e continuativo impegno del nostro team nel concorrere al raggiungimento degli obiettivi aziendali in un settore estremamente competitivo e con sempre maggiore attenzione alla compliance e ai temi di governo societario di una società quotata ad azionariato estremamente diffuso, tanto da potersi definire public."

Filippo Fonzi, Legal Director di Unieuro

2.2.3. La gestione dei rischi non finanziari

Per Unieuro la gestione dei rischi è una priorità. Oltre ai rischi di natura finanziaria, il Gruppo pone attenzione anche ai rischi ambientali, sociali e di *governance*, nella convinzione che un efficace processo di gestione degli stessi non possa più prescindere da tali aspetti in quanto fattori abilitanti al perseguimento di un successo sostenibile. Unieuro è altresì consapevole della rilevanza che tale processo ha in funzione dell'analisi e della valorizzazione degli eventuali impatti positivi o della mitigazione di eventuali impatti negativi verso la Società e verso il contesto in cui essa opera. La gestione dei rischi di natura non finanziaria, alla data di redazione del presente documento, avviene con il contributo delle diverse funzioni aziendali, in relazione ai rischi di rispettiva competenza.

In considerazione delle attività svolte da Unieuro e delle caratteristiche del mercato di riferimento, di seguito si riportano i principali rischi di carattere non finanziario, c.d. rischi ESG, del Gruppo e le relative modalità di gestione.



Ambiente

Le aziende del Gruppo operano nel settore della vendita al dettaglio di piccoli e grandi elettrodomestici, principalmente tramite canale *retail* ed *e-commerce*, dove si riscontrano rischi ambientali connessi soprattutto al rispetto della normativa vigente in materia di corretto

smaltimento dei rifiuti, che potrebbero comportare limitazioni all'attività d'impresa o significativi costi aggiuntivi. Nello specifico, si segnala il rischio di non corretto o mancato smaltimento dei cosiddetti RAEE (Rifiuti di Apparecchiature Elettriche ed Elettroniche): Unieuro è infatti tra i soggetti che sono obbligati al ritiro gratuito dei RAEE, nonché al possesso dei requisiti tecnici per lo svolgimento delle attività di deposito preliminare, raccolta, successivo trasporto e conferimento.

Il Codice Etico di Gruppo promuove la gestione dei rifiuti nel rispetto della normativa vigente tramite fornitori selezionati, richiedendo la verifica delle autorizzazioni, delle iscrizioni e delle comunicazioni dei terzi necessarie all'esercizio delle attività e la tracciabilità del processo e del controllo della filiera. A presidio di tale rischio, il Gruppo si è dotato anche di uno specifico manuale che definisce ruoli, responsabilità e modalità operative per:

- la verifica iniziale e periodica del possesso e della validità di comunicazioni/iscrizioni previste dalla normativa per le attività di ritiro/raccolta/trasporto dei RAEE e delle relative scadenze e tempistiche per le richieste di rinnovo;
- la corretta gestione delle attività in conformità alla normativa vigente, con riferimento a: tipologie di RAEE raccolti, rispondenza luogo di raggruppamento ai requisiti normativi applicabili, tenuta della documentazione prevista dalla normativa;
- la verifica del rispetto degli adempimenti previsti dalla normativa in capo ai soggetti terzi a cui sono affidate attività di ritiro di RAEE;
- la tracciabilità di tutte le attività relative al ritiro/trasporto/raccolta dei RAEE.

Inoltre, al fine di limitare eventuali rischi di corresponsabilità nello smaltimento dei rifiuti (non RAEE), sono state implementate specifiche azioni di mitigazione, come: la definizione di un contratto *master* (da adattare sulla base dei fornitori e dei punti vendita coinvolti) che permette alla Società di svincolarsi dal fornitore, con possibilità di rescindere il contratto in qualunque momento e per qualsivoglia motivo (es. ragioni di operato di un fornitore, scelte commerciali, ecc.), lo svolgimento di attività di *audit* sul fornitore e sui rispettivi subappaltatori, nonché l'individuazione di un nuovo fornitore per la diversificazione del servizio. Per maggiori dettagli si rimanda al paragrafo "Gestione dei rifiuti".

Nel corso dell'esercizio Unieuro ha ricevuto due piccole sanzioni dal Comune di Jesolo. La prima in data 22 maggio 2022 e dell'importo di 313 Euro è relativa all'immissione tra i rifiuti della categoria "secco" di un cavetto considerato dal Comune come "RAEE". Unieuro ha impugnato la suddetta sanzione con Ricorso Amministrativo del 7 luglio 2022 ed è ancora in attesa di definizione. La seconda sanzione, del 10 agosto 2022 e dell'importo di 326 Euro si riferisce alla errata differenziazione dei rifiuti da parte del punto vendita. La sanzione è stata pagata nei termini previsti.

In data 19 maggio 2022, è stato emesso l'avviso di conclusioni delle indagini preliminari nei confronti del legale rappresentante per due ipotesi di violazione della normativa in materia di rifiuti pericolosi (in relazione a n. 4 televisori); a seguito del deposito degli atti è stata svolta attività di indagine difensiva al fine di accertare le effettive responsabilità in merito al trattamento dei rifiuti RAEE, sia in seno alla società, sia rispetto ai fornitori coinvolti a loro volta nelle indagini.

Ulteriori possibili rischi in ambito ambientale riguardano le emissioni in atmosfera causate da impianti a gas di rete e fuoriuscite di gas refrigerante dei "gruppi frigo *rooftop*" (condizionatori e/o

climatizzatori). Tuttavia, considerata la natura del proprio *business*, la gestione dei consumi energetici e delle relative emissioni non rappresenta per Unieuro un fattore di rischio elevato.

Con riferimento a questi ultimi aspetti, come richiamato dal Codice Etico, Unieuro svolge le proprie attività tenendo in considerazione l'esigenza di protezione dell'ambiente e di uso sostenibile delle risorse naturali, conformemente a quanto previsto dalla normativa vigente in materia ambientale. Per maggiori dettagli si rimanda al paragrafo "*Consumi energetici ed emissioni*" del presente documento. I rischi di natura climatica sono trattati all'interno della Relazione Finanziaria Annuale 2022/23 nella sezione "*Principali rischi ed incertezze cui è esposto il Gruppo*" a cui si rimanda.



Clienti

In quanto venditore al dettaglio di beni di consumo, il Gruppo è esposto al rischio di azioni per difetti di conformità del prodotto (garanzia legale) ai sensi delle disposizioni del Codice del Consumo - D.Lgs. 205/2006 - ovvero a responsabilità per violazioni contrattuali assunte con la vendita delle garanzie convenzionali (estensioni di garanzia).

Per i prodotti che il Gruppo fa produrre all'estero e che importa e sui quali appone un proprio marchio, il Gruppo è esposto anche al rischio di azioni per responsabilità del prodotto.

Le possibili violazioni possono emergere oltre che dal prodotto in sé difettoso o non funzionante anche da: (i) messaggi pubblicitari inerenti caratteristiche e qualità dei prodotti o circa la meccanica di operazioni a premio, pubblicate presso i punti vendita e/o il sito di *e-commerce* e/o i canali media; (ii) contratti di estensione di garanzia; (iii) informazioni contenute nelle etichette dei prodotti o nei documenti illustrativi all'interno delle confezioni.

La distribuzione di prodotti - acquistati da fornitori - potenzialmente dannosi per la salute o non in linea con le normative europee sulla sicurezza e/o sulla qualità dei prodotti, seppur disciplinata dagli accordi quadro di fornitura e oggetto di certificazione da parte di organismi terzi, potrebbe esporre Unieuro S.p.A. alla contestazione di sanzioni da parte di Autorità o enti (come ad esempio da Camere di Commercio) oltretutto al rischio di richieste di risarcimento, nonché di processi penali ovvero amministrativi, per danni causati da difetti dei prodotti venduti oltre a ripercussioni negative sulla reputazione del Gruppo, con possibili effetti negativi sulla sua situazione economica, patrimoniale e finanziaria. Similmente, Unieuro S.p.A. potrebbe essere esposta a segnalazioni ad Associazioni dei consumatori o all'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) per reclami a vario titolo. Su tale aspetto si rinvia a quanto riportato nella sezione 6.3 "*Proventi e oneri non ricorrenti*" della Relazione sulla gestione inclusa nella Relazione Finanziaria Annuale 2022/23.

Il Codice Etico di Unieuro S.p.A., oltre a promuovere rapporti con i consumatori improntati alla piena trasparenza e soddisfazione rispetto ai prodotti e servizi offerti, garantisce l'impegno del Gruppo nel preservare la sicurezza e l'incolumità dei propri clienti. L'elevato *standing* che caratterizza i fornitori scelti e le stringenti normative di settore attualmente vigenti in Europa per

la commercializzazione dei prodotti (in particolare la Direttiva RoHS¹⁷), garantiscono il massimo presidio possibile su tali rischi. Per maggiori dettagli si rimanda al paragrafo “Salute e sicurezza dei clienti”.

Essendo la Società particolarmente attiva nelle vendite *online*, ulteriori potenziali rischi possono essere legati ad attacchi *hacker* e alla clonazione delle carte di credito o di dati personali del cliente, ma anche a malfunzionamenti o interruzioni dei sistemi informatici. Unieuro S.p.A. è infatti esposta al rischio di ripercussioni negative sulla percezione della qualità del servizio di *e-commerce* offerto, causate da potenziali frodi informatiche perpetrate da terzi. Allo stesso modo, è esposta al rischio che i dati personali della clientela e dei soggetti con cui la Società intrattiene rapporti siano danneggiati, sottratti, perduti, divulgati o trattati per finalità diverse rispetto a quelle consentite.

Il Codice Etico di Gruppo richiede una specifica cautela nel trattare le informazioni relative all'attività aziendale, ai dati di collaboratori e di terzi in genere (compresi i clienti) e si impegna a proteggere le informazioni generate o acquisite all'interno della struttura societaria e/o nella gestione delle relazioni d'affari. Unieuro S.p.A. si è dotata infatti di specifici sistemi di controllo a presidio di accessi fisici e informatici, del *data center*, nonché della posta elettronica. La Società ha inoltre implementato e condiviso con tutte le funzioni aziendali un Piano di *Disaster Recovery*. Tale Piano, oltre a comprendere una serie di attività da attuare in caso di emergenza, include anche una serie di misure da attuare periodicamente a verifica della validità.

Inoltre, già a partire dal 2018, Unieuro ha avviato un processo di continuo adeguamento al regolamento sulla protezione dei dati (GDPR), dotandosi anche di un modello organizzativo *privacy* teso alla migliore gestione dei rischi relativi al trattamento dei dati personali. Per maggiori dettagli sugli aspetti in materia di *privacy* si rimanda al paragrafo “Sicurezza e protezione dei dati dei clienti” e alla sezione “Principali rischi ed incertezze cui è esposto il Gruppo” della Relazione Finanziaria Annuale 2022/23.



Personale

Unieuro considera le sue persone risorse preziose. I risultati ed il successo del Gruppo dipendono infatti anche dalla capacità di attrarre e trattenere personale qualificato, nonché figure che hanno ricoperto posizioni chiave nelle fasi di sviluppo del *business*. In tal senso, i principali rischi relativi alla gestione del personale sono connessi a: difficoltà di reperimento di risorse con specifiche competenze informatiche e digitali; perdita di risorse chiave con possibili effetti negativi (seppur temporanei) sull'operatività aziendale; possibili cambiamenti ed interpretabilità della normativa di riferimento (giuslavoristica, previdenziale, fiscale e delle pratiche amministrative legate alla gestione del personale); eccessiva ramificazione della rete vendita su tutto il territorio nazionale e distanza dalla Sede centrale.

¹⁷ La Direttiva (RoHS - Restriction of Hazardous Substances) istituisce norme riguardanti la restrizione all'uso di sostanze pericolose nelle apparecchiature elettriche ed elettroniche (AEE) al fine di contribuire alla tutela della salute umana e dell'ambiente, compresi il recupero e lo smaltimento ecologicamente corretti dei rifiuti di AEE.

Ulteriori rischi possono essere riconducibili a inadeguati o inefficienti processi di comunicazione interna, inadeguata formazione del personale e ad infortuni e/o malattie professionali, principalmente derivanti dalla movimentazione manuale dei carichi nei punti vendita.

Il Gruppo è inoltre molto attento al rispetto dei principi fondamentali relativi ai diritti umani, universalmente riconosciuti a tutti gli esseri umani indistintamente e sanciti dalle più importanti dichiarazioni e convenzioni internazionali. Dalle valutazioni svolte dal *management*, non sono emerse attività direttamente svolte dal Gruppo che presentano rischi di violazione dei diritti umani (uguaglianza, vita e sicurezza, libertà personale, libertà economiche sociali e culturali).

All'interno del Codice Etico il Gruppo si impegna a rispettare una serie di principi fondamentali per la gestione delle risorse umane. Tra questi è da segnalare il Principio di "pari opportunità e non discriminazione", da rispettare sia al momento dell'assunzione sia nel prosieguo del rapporto lavorativo, assicurando un trattamento equo e meritocratico. Unieuro si impegna a rispettare, in tutte le politiche di gestione del personale, il CCNL e la normativa sul lavoro vigente. In aggiunta al Codice Etico, il Gruppo ha altresì formalizzato un Regolamento Aziendale con l'obiettivo di condividere e diffondere, a tutti i propri collaboratori, i valori, i principi e le regole di comportamento del Gruppo; ha inoltre predisposto una politica a tutela delle vittime di violenza di genere la cui entrata in vigore è prevista nel corso dell'esercizio 2023/24.

Al fine di attrarre e trattenere i propri dipendenti, Unieuro offre corsi di formazione manageriale e professionale sia per il personale dei negozi che per quello di sede; inoltre, per facilitare il raggiungimento dei propri obiettivi di *business*, Unieuro ha adottato un sistema di valutazione delle *performance* individuali che prende in esame comportamenti organizzativi e professionali e valuta il livello di raggiungimento dei target personali (per il personale di sede).

Il Gruppo si impegna anche nella costruzione di un ambiente di lavoro aperto al dialogo ed al confronto, dando la possibilità a tutti i dipendenti e collaboratori, in caso di necessità, di rivolgersi al loro diretto Responsabile o alla funzione HR, tramite contatto diretto, telefonicamente o via *e-mail*. Inoltre, grazie al sistema *whistleblowing* implementato, Unieuro consente ai propri dipendenti la possibilità effettuare delle segnalazioni di condotte o comportamenti, illeciti o illegittimi. Per maggiori informazioni si rimanda ai paragrafi "Formazione del personale e sviluppo delle carriere" e "Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo e sistema normativo aziendale".

A presidio del rischio di infortuni sul lavoro e/o di malattie professionali, Unieuro S.p.A. si è dotata di un Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ai sensi del D.Lgs. 231/2001 e dei relativi protocolli di verifica, in osservanza del D.Lgs. 81/2008. Per maggiori informazioni si rimanda al paragrafo "*Benessere, salute e sicurezza*".

Coerentemente con il *business* di Monclick, il rischio di infortuni e di malattie professionali non risulta rilevante.

Sempre in tema di salute e sicurezza sul lavoro, in risposta alla crisi pandemica, Unieuro ha prontamente emanato e diffuso specifici protocolli e procedure operative a tutte le persone, nel rispetto del "*Protocollo Condiviso di regolamentazione delle misure per il contrasto e il contenimento delle diffusione del virus Covid-19 negli ambienti di lavoro*" del 14/03/2020 come modificato in data 24/04/2020 e successive modifiche ed integrazioni, al fine di informare i lavoratori sul tema Covid. I protocolli e le procedure operative sono consultabili da tutti i dipendenti nella propria area personale del gestionale Zucchetti.

Nel periodo di emergenza sanitaria, Unieuro S.p.A. ha gestito il proprio personale effettuando scelte volte alla salvaguardia della salute e si è attivata per garantire ai dipendenti di Sede la modalità di lavoro da remoto, ove possibile. Per il personale di negozio, la Società ha introdotto servizi “aTUper TU” e “CIAOfila” pensati per regolare i flussi d’ingresso in negozio e garantire la massima sicurezza ai lavoratori e ai clienti.

Era stato istituito un apposito Comitato al quale prendevano parte attivamente: il Datore di Lavoro, il Responsabile del Servizio Prevenzione e Protezione (RSPP), il Medico Competente (MC) e i Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS).

Inoltre, Unieuro ha reso disponibili a tutto il personale i Dispositivi di Protezione Individuali (DPI) previsti dalla normativa, soluzioni idroalcoliche per la sanificazione delle mani, barriere nelle zone casse e finanziamenti, garanzia di pulizia e sanificazione giornaliera, regole di contingentamento accessi aree comuni e relativa cartellonistica.

Per maggiori informazioni si rimanda al paragrafo “*Benessere, salute e sicurezza*” e alla sezione “*Principali rischi ed incertezze cui è esposto il Gruppo*” della Relazione Finanziaria Annuale 2022/23.



Corruzione

Tra le attività individuate dalla Società come potenzialmente suscettibili di atti di corruzione si evidenziano i rapporti che la stessa può intrattenere con le Autorità e con i Pubblici ufficiali per l’apertura di nuovi punti vendita, per l’organizzazione di eventi promozionali o durante verifiche ispettive in materia fiscale e tributaria. Si possono altresì riscontrare episodi di corruzione in sede di verifiche ispettive in materia di salute e sicurezza sul lavoro, in merito alla protezione dei dati personali o per il corretto smaltimento dei rifiuti.

Rischi di corruzione tra privati si possono invece generare nei rapporti instaurati per l’individuazione degli immobili per i punti vendita e nella definizione delle relative condizioni contrattuali, nei rapporti con parti terze in situazioni di contenzioso intraprese nei confronti della Società, così come nella negoziazione di contratti di acquisto con i fornitori, per ottenere condizioni vantaggiose nonché durante le verifiche degli adempimenti doganali previsti.

Al fine di minimizzare il rischio di comportamenti che possano essere riconducibili a fattispecie corruttive, il Gruppo Unieuro si è dotato di una specifica *Policy* Anticorruzione, in conformità con il proprio Codice Etico ed in linea con le migliori best practice in tema di *Anti-Corruption Compliance Program* e con lo *standard* internazionale ISO 37001:2016.

Inoltre, al fine di incentivare la collaborazione dei lavoratori per favorire l’emersione di fenomeni corruttivi, il Gruppo ha implementato un processo di *whistleblowing*, formalizzato all’interno di una specifica politica aziendale (*Whistleblowing Policy*), che mette a disposizione degli *stakeholder* strumenti di segnalazione di condotte illecite o di violazioni del Modello 231, del Codice Etico, della *Policy* Anticorruzione e, in generale, di tutta la normativa aziendale interna adottata dalla Società.

Per maggiori dettagli si rimanda ai paragrafi “*Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo e sistema normativo aziendale*” e “*La lotta alla corruzione*”.



Catena di fornitura

Il Gruppo Unieuro commercializza un’ampia gamma di prodotti forniti da un elevato numero di terze parti, che includono i principali produttori globali di elettrodomestici, apparecchiature informatiche e beni elettronici di consumo. La quasi totalità dei prodotti commercializzati dalla Società, così come avviene largamente nel mercato di riferimento, è prodotta in Paesi a rischio di instabilità politica, economica e sociale o potenzialmente soggetti a eventuali vincoli all’importazione. Il successo della Società dipende anche dalla sua capacità di mantenere con questi fornitori rapporti commerciali duraturi: diversamente, si potrebbero avere impatti sulla reputazione e sull’operatività aziendale, con possibili ripercussioni negative sulla sua situazione economica, patrimoniale e finanziaria.

Inoltre, data la localizzazione dei principali fornitori, i maggiori rischi di carattere ambientale lungo la catena di fornitura, sono i rischi legati alle tipiche attività di aziende produttive di elettrodomestici e di beni elettronici di consumo. Tra questi i principali sono l’inquinamento del suolo e dell’acqua per il non corretto smaltimento di acque e liquidi, l’inquinamento in atmosfera causato dai fumi provocati dalle lavorazioni di materiali e dai consumi di energia elettrica e combustibili, nonché il non corretto smaltimento di rifiuti (es. scarti di lavorazione ed imballaggi).

Da un punto di vista sociale e di rispetto dei diritti umani, i rischi legati alla catena di fornitura si riferiscono principalmente al mancato rispetto delle normative di riferimento e, soprattutto in alcuni paesi caratterizzati da instabilità sociale, possono riguardare rischi di violazione dei diritti umani (es. lavoro minorile, lavoro forzato e libertà di associazione e contrattazione).

Altri rischi legati all’approvvigionamento possono riferirsi a ritardi sugli arrivi della merce o alla ricezione di merce in condizioni non conformi all’ordine (in termini di quantità e qualità).

Con specifico riferimento alle importazioni dirette, i prodotti seguono un processo di qualificazione in fase di produzione e, successivamente, vengono certificati da enti terzi per poter entrare in commercio nel rispetto di tutte le normative di settore vigenti in Europa (in particolare alla Direttiva RoHs). Per maggiori dettagli si rimanda al paragrafo “Salute e sicurezza dei clienti”.

A mitigazione di tali rischi, il Gruppo ha previsto all’interno del Codice Etico una serie di principi che devono essere rispettati sia da parte dei propri dipendenti al momento della selezione dei nuovi fornitori, sia da parte dei fornitori nell’ambito dei rapporti con il Gruppo. Per maggiori informazioni si rimanda al paragrafo “*Selezione e gestione dei fornitori*” e alla sezione “*Principali rischi ed incertezze cui è esposto il Gruppo*” della Relazione Finanziaria Annuale 2022/23.

2.3. Responsabilità economico-finanziaria

2.3.1. Valore economico generato e distribuito

Il Gruppo Unieuro riconosce l'importanza di un'equilibrata distribuzione del valore generato dalla propria attività nei confronti degli *stakeholder* con cui quotidianamente si interfaccia, valore che gli stessi, direttamente o indirettamente, contribuiscono a produrre.

Tramite l'analisi del valore economico generato e distribuito, il Gruppo Unieuro evidenzia le risorse economiche che originano dalla gestione, l'ammontare di risorse destinate ai propri *stakeholder* - dipendenti, fornitori, clienti, azionisti, finanziatori, collettività e comunità locali - e le risorse reinvestite nell'azienda al fine di preservare ed incrementare il patrimonio dell'organizzazione.

Nel 2022/23, il valore economico complessivo generato, ovvero la ricchezza creata dal Gruppo nello svolgimento della sua attività, ammonta a circa 2.886 milioni di Euro, -2% rispetto al FY 2021/22. Di questo il 97% (pari a circa 2.792 milioni di Euro; - 3% rispetto all'esercizio precedente) è stato distribuito agli *stakeholder* mentre il restante 3% (pari a circa 93 milioni di Euro; +16% rispetto al FY 2021/22) è stato trattenuto¹⁸ all'interno della Società. Le ragioni legate all'incremento del valore trattenuto sono da ricercarsi principalmente nei maggiori dividendi pagati nel corso del precedente esercizio (dividendi che inglobavano anche i risultati prodotti nel FY 2019/20) e dalle maggiori imposte pagate alla Pubblica Amministrazione nel FY 2021/22.

Ripartizione del valore economico generato e distribuito dal Gruppo

Valori in milioni di Euro	28/02/2023	28/02/2022	28/02/2021
Valore economico generato (A)	2.885,7	2.950,8	2.686,2
Variazione A/A	-2,2%	9,9%	n.d.
Valore economico distribuito (B)	2.792,3	2.870,3	2.537,3
Variazione A/A	-2,7%	13,1%	n.d.
- di cui valore distribuito ai fornitori di beni e servizi	2.540,9	2.584,4	2.340,7
- di cui valore distribuito ai dipendenti	207,6	207,2	175,8
- di cui valore distribuito agli azionisti	27,1	53,8	-
- di cui valore distribuito ai finanziatori	10,5	11,1	12,4
- di cui valore distribuito alla Pubblica Amministrazione	5,9	13,5	8,0
- di cui valore distribuito alla comunità	0,3	0,3	0,5
Valore economico trattenuto (A-B)	93,4	80,5	148,9
Variazione A/A	15,9%	-45,9%	n.d.

2.3.2. Gestione fiscale

Il Gruppo Unieuro, in attuazione dei principi generali di trasparenza, correttezza e veridicità delle informazioni, applica in modo puntuale la legislazione fiscale italiana (unico Paese in cui le Società del Gruppo hanno sede) per garantire che siano osservati lo spirito e lo scopo che la norma o

¹⁸ Il Valore trattenuto è costituito dagli ammortamenti, dagli accantonamenti a fondi rischi e dall'autofinanziamento costituito dagli utili reinvestiti nell'azienda.

l'ordinamento prevedono per la materia oggetto di interpretazione. Nei casi in cui la normativa fiscale non risulti sufficientemente chiara o univoca nel significato ad essa attribuibile, l'unità fiscale competente persegue un'interpretazione ragionevole della stessa, ispirata ai principi di legalità e avvalendosi delle consulenze di professionisti esterni.

I principi e le regole generali del Codice Etico sono rispettati anche in ambito fiscale e, a seguito dell'introduzione dei reati tributari (art. 25-*quinquiesdecies*) all'interno delle fattispecie di reato previste dal catalogo del D.Lgs. 231/2001, è stato previsto un apposito aggiornamento del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo prevedendo una specifica Parte Speciale "O": Reati tributari. Di conseguenza, l'Organismo di Vigilanza della Capogruppo, nell'ambito delle proprie attività, verifica i presidi a prevenzione dei reati tributari, al fine di garantire una corretta gestione della *compliance* fiscale.

Inoltre, i processi relativi agli adempimenti fiscali, con specifico riferimento alla Capogruppo, sono oggetto dell'attività di *audit* a supporto del rilascio dell'attestazione ai sensi della Legge 262/2005 "*Disposizioni per la tutela del risparmio e la disciplina dei mercati finanziari*", che prevede per le società quotate specifici obblighi di monitoraggio, controllo, e responsabilità in tema di redazione dei documenti contabili e delle comunicazioni di carattere finanziario diffuse al mercato. L'organizzazione della Capogruppo prevede un Tax Manager in *staff* all'Administration & Control Director il quale riporta direttamente al Chief Financial Officer. Con riferimento alla controllata Monclick le attività fiscali sono a diretto riporto del Responsabile dell'Amministrazione.

Il Gruppo Unieuro adotta un approccio collaborativo con le Autorità fiscali e garantisce trasparenza e correttezza nei rapporti con le stesse, sia in caso di controllo relativo alle società del Gruppo che nei confronti di terzi.

È compito dei Responsabili di Funzione curare la gestione dei contatti con i componenti di eventuali organi ispettivi. I soggetti di volta in volta individuati, sulla base dell'ambito di verifica, devono:

- prestare la massima collaborazione e trasparenza nei rapporti con gli ispettori, nonché garantire la correttezza, veridicità e aggiornamento delle informazioni fornite;
- verificare i contenuti del verbale finale di ispezione;
- conservare la documentazione rilevante.

Gli obiettivi perseguiti in ambito fiscale sono relativi alla compliance con la normativa per evitare comportamenti non in linea con lo spirito della stessa, ed il monitoraggio e la valutazione di opportunità e benefici derivanti dalla normativa fiscale.

Al fine di gestire e contenere il rischio di *compliance* fiscale, mappato nell'ambito dell'attività di *Risk Assessment* condotta dalla Società, sono stati definiti opportuni presidi di controllo e i *risk owner* associati. Il Gruppo Unieuro adotta un approccio collaborativo con le autorità fiscali e garantisce trasparenza e correttezza nei rapporti con le stesse, sia in caso di *audit* relativi alle società del Gruppo che a terzi.

2.3.3. La Tassonomia Ambientale Europea per Unieuro

Il contesto normativo

Il Regolamento Europeo 2020/852, (chiamato anche “Regolamento Tassonomia”) ha lo scopo di creare un sistema informativo per identificare e segnalare, in modo chiaro e trasparente, le attività che presentano caratteristiche di eco-sostenibilità dal punto di vista ambientale. Nei prossimi anni si attende l'integrazione di framework per la mappatura delle attività sostenibili anche dal punto di vista sociale.

A livello pratico, il Regolamento Tassonomia identifica criteri uniformi a livello UE per definire le attività economiche eco-sostenibili in relazione a sei obiettivi ambientali:

- mitigazione dei cambiamenti climatici;
- adattamento ai cambiamenti climatici;
- uso sostenibile e la protezione delle acque e delle risorse marine;
- transizione verso un'economia circolare;
- prevenzione e riduzione dell'inquinamento;
- protezione e il ripristino delle biodiversità e degli ecosistemi.

Attualmente l'analisi è limitata solamente ai primi due obiettivi ambientali, descritti dal Regolamento Delegato (UE) 2021/2139 in quanto, il legislatore, non ha ancora emanato i criteri di vaglio tecnico relativi ai restanti obiettivi. Di conseguenza, per il FY 2022/23 è prevista la rendicontazione dei KPI di Fatturato, CapEx e OpEx, così come definiti dal Regolamento Delegato (UE) 2021/2178, associati alle attività ammissibili ed allineate rispetto agli obiettivi climatici di mitigazione e di adattamento.

Le attività ammissibili corrispondono a qualsiasi attività esplicitamente inclusa nella lista delle attività economiche degli allegati I e II del Regolamento Delegato (UE) 2021/2139, indipendentemente dal fatto che tale attività economica soddisfi uno o tutti i criteri di vaglio tecnico stabiliti nel documento¹⁹.

Le attività allineate corrispondono alle attività eco-sostenibili ex art. 3 del Regolamento (UE) 2020/852 che soddisfano in modo congiunto i seguenti criteri:

- contributo sostanziale al raggiungimento di uno o più degli obiettivi ambientali;

¹⁹ La mancata copertura dalla legislazione attualmente in vigore di tutti gli obiettivi di sostenibilità e di tutte le attività economiche può influire significativamente sui dati raccolti, che potrebbero variare molto negli anni successivi. Le attività non ammissibili includono per differenza qualsiasi attività economica per la quale non sono ancora disponibili criteri tecnici di screening, in quanto i relativi Regolamenti Delegati non sono ancora stati pubblicati dalla Commissione Europea.

Una passione chiamata sostenibilità

- assenza di danni significativi a nessuno degli altri obiettivi ambientali (principio del “*Do Not Significant Harm* - DNSH);
- rispetto delle Garanzie Minime di Salvaguardia, (criteri per verificare la tutela dei diritti umani e dei lavoratori).

Unieuro riporta nei paragrafi che seguono le informazioni in adempimento al Regolamento (UE) 2020/852, in quanto impresa soggetta al Regolamento 2016/254 relativo all’obbligo di pubblicare una Dichiarazione di carattere Non Finanziario (DNF).

La Tassonomia ambientale per Unieuro

Al fine di ottemperare al regolamento, Unieuro ha avviato la procedura di analisi sulle proprie attività svolte nel FY 2022/23, articolando il processo in tre fasi principali:

- Mappatura e identificazione delle attività ammissibili;
- Analisi e identificazione delle attività allineate;
- Calcolo dei 3 KPI: Fatturato, CapEx e OpEx.

Le attività ammissibili

Dall’analisi del codice NACE non è emersa nessuna corrispondenza, confermando che il settore di Unieuro non risulta strettamente collegato alle attività mappate dal Regolamento Delegato (UE) 2021/2139. Tuttavia, al fine di condurre una valutazione più approfondita, Unieuro ha svolto un’analisi delle proprie attività economiche, valutando la coerenza con le descrizioni riportate nel Regolamento Delegato (UE) 2021/2139 in relazione alle proprie attività di business e alle attività connesse all’operatività aziendale.

Tale analisi ha portato all’identificazione delle attività economiche della Società ammissibili alla Tassonomia. Si specifica che le attività mappate e riportate di seguito non risultano, in prevalenza, direttamente connesse al *core business* di Unieuro, bensì ad attività secondarie legate alla gestione ordinaria dell’operatività e dell’efficientamento energetica dei suoi edifici (sede e punti vendita) e degli asset aziendali.

Attività ex Reg. 2021/2139		Attività ammissibili per Unieuro
4.1	Produzione di energia elettrica mediante tecnologia solare fotovoltaica	Investimenti e manutenzione dell'impianto fotovoltaico di Genova e Muratella. Vendita di energia elettrica prodotta e non consumata.
4.16	Installazione e funzionamento di pompe di calore elettriche	Servizio di installazione di climatizzatori con pompa di calore elettrica.
5.5	Raccolta e trasporto di rifiuti non pericolosi in frazioni separate alla fonte	Raccolta di carta da destinare a nuovi cicli produttivi come materia prima seconda.
6.4	Gestione di dispositivi di mobilità personale, ciclogistica	Vendita biciclette e monopattini elettrici.
7.2	Ristrutturazione di edifici esistenti	Ristrutturazioni della nuova sede di Unieuro "Palazzo Hercolani" (in continuazione con FY 2021/22). Ristrutturazione e/o riqualificazione degli edifici adibiti a magazzino.
7.3	Installazione, manutenzione e riparazione di apparecchiature per l'efficienza energetica	Attività per l'efficientamento energetico dei punti vendita (progetto Green): sostituzione degli impianti di illuminazione obsoleti con apparecchi a led; sostituzione degli impianti di climatizzazione con macchine ad alta efficienza.
7.5	Installazione, manutenzione e riparazione di strumenti e dispositivi per la misurazione, la regolazione e il controllo delle prestazioni energetiche degli edifici.	Estensione delle installazioni di sistemi di <i>building automation</i> nei punti vendita per gestire in modo integrato ed intelligente tutti gli impianti di un edificio, controllandone efficacemente i sistemi elettrici come illuminazione, riscaldamento e condizionamento.
8.1	Elaborazione dei dati, hosting e attività connesse	Investimenti e attività di manutenzione connesse a data center.

Le attività allineate

A completamento dell'analisi condotta in compliance al Regolamento (UE) 2020/852, la verifica dell'allineamento delle attività ammissibili prevede la valutazione delle attività alla luce dei criteri di contributo sostanziale, DNSH e rispetto delle Garanzie Minime di Salvaguardia.

Contributo sostanziale e criteri DNSH

L'attività svolta ha visto la preparazione di schede specifiche per la verifica dei criteri di contributo sostanziale e i criteri "DNSH" Come anticipato, i primi hanno lo scopo di verificare che l'attività porti un concreto beneficio agli obiettivi ambientali pertinenti i secondi, invece, mirano a stabilire che nessuno degli altri obiettivi venga impattato negativamente.

L'analisi è stata svolta valutando le caratteristiche della singola attività e coinvolgendo i referenti delle funzioni aziendali per fornire le informazioni necessarie, la documentazione a supporto e per contribuire attivamente, con confronti e interviste, alla valutazione dei criteri specifici.

A seguito dell'analisi condotta è possibile affermare che in relazione all'obiettivo "Mitigazione dei cambiamenti climatici":

- I criteri specifici per il contributo sostanziale vengono soddisfatti²⁰ da 5 su 8 attività eligibile (4.1 Produzione di energia elettrica mediante tecnologia solare fotovoltaica; 5.5 Raccolta e trasporto di rifiuti non pericolosi in frazioni separate alla fonte; 6.4 Gestione di dispositivi di mobilità personale, ciclogistica; 7.3 Installazione, manutenzione e riparazione di dispositivi

²⁰ La valutazione è stata effettuata sulla base delle schede tecniche dei prodotti dove necessario.

per l'efficienza energetica; 7.5 Installazione, manutenzione e riparazione di strumenti e dispositivi per la misurazione, la regolazione e il controllo delle prestazioni energetiche degli edifici);

- i criteri specifici DNSH vengono rispettati da 4 su 8 attività (4.1 Produzione di energia elettrica mediante tecnologia solare fotovoltaica, 5.5 Raccolta e trasporto di rifiuti non pericolosi in frazioni separate alla fonte, 7.3 Installazione, manutenzione e riparazione di dispositivi per l'efficienza energetica, 7.5 Installazione, manutenzione e riparazione di strumenti e dispositivi per la misurazione, la regolazione e il controllo delle prestazioni energetiche degli edifici).

Si specifica, infine, che i criteri di vaglio tecnico del Regolamento Delegato (UE) 2021/2139, relativi ad alcune attività ammissibili individuate da Unieuro, prevedono una solida valutazione del rischio climatico e della vulnerabilità per esaminare la rilevanza dei rischi climatici e fisici per l'attività economica. Ai fini dell'analisi, Unieuro ha valutato la classificazione dei pericoli legati al clima, presentati nell'Appendice A degli Allegati I e II del Regolamento Delegato (UE) 2021/2139. La Società non ritiene che tali rischi siano significativi in relazione alla portata delle attività ammissibili, tuttavia, ad oggi, non è stata condotta un'analisi strutturata e quantitativa in merito, anche alla luce dell'impatto poco significativo delle attività selezionate in termini di rilevanza economica e di attinenza al business di Unieuro.

Di conseguenza, nessuna delle attività ammissibili identificate possiede i requisiti necessari per contribuire significativamente all'obiettivo "Adattamento ai cambiamenti climatici", secondo quanto stabilito dal Regolamento²¹.

Garanzie Minime di Salvaguardia

Lo scopo di tali criteri riguarda gli aspetti sociali connessi alla realizzazione dell'attività, come il rispetto dei diritti umani e dei lavoratori. Di conseguenza è necessario verificare l'aderenza dell'Organizzazione alle linee guida OCSE destinate alle imprese multinazionali, ai Principi guida dell'ONU su imprese e diritti umani, alle otto convenzioni fondamentali dell'Organizzazione internazionale del lavoro (ILO) e alla Carta internazionale dei diritti dell'uomo. Unieuro ha valutato le proprie attività economiche alla luce di tali linee guida e principi²² considerando, in aggiunta, le indicazioni fornite dalla *Platform on Sustainable Finance*²³.

La Società si è attivata per formalizzare l'attenzione e la tutela verso i diritti umani e dei lavoratori lungo tutta la *supply chain*. Oltre agli strumenti a presidio già attivi, come il Codice Etico, Unieuro sta predisponendo una procedura di approvvigionamento responsabile.

²¹ I criteri di contributo sostanziale per l'obiettivo "Adattamento ai cambiamenti climatici" (Allegato II del Reg(UE)2021/2139) richiedono che per ogni attività ammissibile venga svolta una solida analisi dei rischi climatici e una valutazione delle strategie di adattamento.

²² Ex Art 18, Reg(UE) 2020/852

²³ Platform on Sustainable Finance, ottobre 2022, Final Report on Minimum Safeguards.

Tuttavia, scegliendo di adottare un approccio conservativo e prudentiale, non si ritiene sufficienti gli attuali strumenti a presidio per poter considerare allineate alle Garanzie Minime di Salvaguardia le attività identificate come ammissibili.

Informazioni sui valori contabili considerati a supporto del calcolo dei KPI

I KPI vengono calcolati in coerenza ai criteri contabili definiti dall'allegato I del Regolamento Delegato (UE) 2021/2178. La tabella di seguito riassume gli indicatori relativi alle attività ammissibili agli obiettivi "Mitigazione dei cambiamenti climatici" e "Adattamento ai cambiamenti climatici"²⁴.

Attività ammissibili ex Reg. UE 2020/852	FY 2022/23		
	Revenues	CapEx	OpEx
4.1 Produzione di energia elettrica con tecnologia solare fotovoltaica	0,00%	0,65%	0,01%
4.16 Installazione e funzionamento di pompe di calore elettriche	0,28%	0,00%	0,00%
5.5 Raccolta e trasporto di rifiuti non pericolosi in frazioni separate alla fonte	0,00%	0,00%	0,44%
6.4 Gestione di dispositivi di mobilità personale, ciclogistica	0,11%	0,00%	0,00%
7.2 Ristrutturazione di edifici esistenti	0,00%	0,11%	0,00%
7.3 Installazione, manutenzione e riparazione di apparecchiature per l'efficienza energetica	0,00%	3,10%	0,00%
7.5 Installazione, manutenzione e riparazione di strumenti e dispositivi per la misurazione, la regolazione e il controllo delle prestazioni energetiche degli edifici.	0,00%	4,31%	0,00%
8.1 Elaborazione dei dati, hosting e attività connesse	0,00%	0,10%	0,08%
TOTALE	0,39%	8,28%	0,53%

In particolare, il denominatore dei KPI corrisponde alle voci di seguito declinate, mentre il numeratore corrisponde alla quota del denominatore che soddisfa gli opportuni criteri presentati nei Regolamenti Delegati.

Denominatori dei KPI Fatturato, CapEx e OpEx

Per quanto riguarda il Fatturato sono stati considerati, per il calcolo del denominatore, i ricavi netti ai sensi dell'articolo 2, punto 5, della direttiva 2013/34/UE. Il fatturato comprende i ricavi rilevati conformemente al principio contabile internazionale (IAS) n. 1, punto 82, lettera a), adottato con regolamento (CE) n. 1126/2008 della Commissione²⁵.

Per la definizione del denominatore del KPI CapEX sono stati inclusi gli incrementi agli attivi materiali e immateriali durante l'esercizio considerati prima dell'ammortamento, della svalutazione e di qualsiasi rivalutazione, compresi quelli derivanti da rideterminazioni e riduzioni di valore, per l'esercizio in questione, ed escluse le variazioni del *fair value* (valore equo)²⁶.

²⁴ Maggiori dettagli nelle tabelle in allegato previste dal Regolamento.

²⁵ In conformità al punto 1.1.1. definito nel Regolamento Delegato (UE) 2021/2178.

²⁶ In conformità al punto 1.1.2. definito nel Regolamento Delegato (UE) 2021/2178.

Al fine di definire il denominatore del KPI OpEx sono stati inclusi i costi diretti non capitalizzati legati a manutenzione, riparazione e canoni di noleggio, nonché a qualsiasi altra spesa diretta connessa alle consulenze e alla manutenzione quotidiana di immobili e impianti, necessaria per garantire il funzionamento continuo ed efficace di tali attivi.²⁷

Numeratori dei KPI Fatturato, CapEx e OpEx

Rispetto alle singole attività considerate, di seguito si riporta una sintesi delle voci dei costi e ricavi incluse al numeratore degli indicatori.

- **4.1 Produzione di energia elettrica con tecnologia solare fotovoltaica:** le spese in conto capitale e operative legate all'attività sono incluse nelle voci "Impianti macchinari" e "Acquisti di materiali e servizi". La quota di ricavi derivante dalla vendita dell'energia prodotta ma non consumata non è stata inclusa nel conteggio poiché irrilevante ai fini del calcolo del KPI.
- **4.16 Installazione e funzionamento di pompe di calore elettriche:** si conteggiano i ricavi derivanti dal servizio di installazione di climatizzatori con pompe di calore elettriche.
- **5.5 Raccolta e trasporto di rifiuti non pericolosi in frazioni separate alla fonte:** spese sostenute per la raccolta di carta da destinare al riciclo e a nuovi cicli produttivi (Acquisti di materiali e servizi).
- **6.4 Gestione di dispositivi di mobilità personale, ciclologistica:** ricavi derivanti dalla vendita di monopattini e biciclette elettriche.
- **7.2 Ristrutturazione di edifici esistenti:** spese in conto capitale legate alla ristrutturazione di palazzo Hercolani (in continuità con FY 2021/22) e alcuni magazzini.
- **7.3 Installazione, manutenzione e riparazione di apparecchiature per l'efficienza energetica:** spese in conto capitale per l'efficientamento energetico dei punti vendita (progetto *Green*).
- **7.5 Installazione, manutenzione e riparazione di strumenti e dispositivi per la misurazione, la regolazione e il controllo delle prestazioni energetiche degli edifici:** spese in conto capitale per l'estensione dei sistemi di *building automation* nei punti vendita.
- **8.1 Elaborazione dei dati hosting e attività connesse:** spese in conto capitale e operative connesse al funzionamento dei *data center*

²⁷ In conformità al punto 1.1.3. definito nel Regolamento Delegato (UE) 2021/2178.

ALLEGATI

MODELLI EX ALLEGATO II REGOLAMENTO DELEGATO (UE) 2021/2178

FATTURATO

Attività economiche (1)	Codice/i (2)	Fatturato assoluto (3)	Quota del fatturato (4)	Garanzie Minime di salvaguardia (17)														Quota di fatturato allineato alla tassonomia, anno N (18)	Quota di fatturato allineato alla tassonomia, anno N+1 (19)	Categoria (attività abilitante) (20)	Categoria (attività di transizione) (21)
				%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%				
A. ATTIVITÀ AMMISSIBILI ALLA TASSONOMIA																					
A.1. Attività ecosostenibili (allineate alla tassonomia)																					
Fatturato delle attività ecosostenibili (allineate alla tassonomia) (A.1)		- €	0%																0%		
A.2. Attività ammissibili alla tassonomia ma non ecosostenibili (attività non allineate alla tassonomia)																					
Installazione e funzionamento di pompe di calore elettriche	4.16	7.976.098 €	0,28%																		
Gestione di dispositivi di mobilità personale, ciclologistica	6.4	3.159.282 €	0,11%																		
Fatturato delle attività ammissibili alla tassonomia ma non ecosostenibili (attività non allineate alla tassonomia) (A.2)		11.135.380 €	0,39%																		
Totale (A.1 + A.2)		11.135.380 €	0,39%																		
B. ATTIVITÀ NON AMMISSIBILI ALLA TASSONOMIA																					
Fatturato delle attività non ammissibili alla tassonomia (B)		2.873.164.620 €	99,61%																		
Totale (A+B)		2.884.300.000 €	100%																		

OPEX

Attività economiche (1)	Codice/i (2)	Spese operative assolute (3)	Quota di spese operative (4)	Criteri per il contributo sostanziale						Criteri per "non arrecare un danno significativo"						Quota di spese operative allineate alla tassonomia, anno N (18)	Quota di spese operative allineate alla tassonomia, anno N-1 (19)	Categoria (attività abilitante) (20)	Categoria (attività di transizione) (21)
				Mitigazione dei cambiamenti climatici (5)	Adattamento ai cambiamenti climatici (6)	Acque e risorse marine (7)	Economia circolare (8)	Inquinamento (9)	Biodiversità ed ecosistemi (10)	Mitigazione dei cambiamenti climatici (11)	Adattamento ai cambiamenti climatici (12)	Acque e risorse marine (13)	Economia circolare (14)	Inquinamento (15)	Biodiversità ed ecosistemi (16)				
A. ATTIVITÀ AMMISSIBILI ALLA TASSONOMIA																			
A.1. Attività ecosostenibili (allineate alla tassonomia)																			
Spese operative delle attività ecosostenibili (allineate alla tassonomia) (A.1)		- €	0%																
A.2. Attività ammissibili alla tassonomia ma non ecosostenibili (attività non allineate alla tassonomia)																			
Produzione di energia elettrica con tecnologia solare fotovoltaica	4.1	4.500 €	0,01%																
Raccolta e trasporto di rifiuti non pericolosi in frazioni separate alla fonte	5.5	248.615 €	0,44%																
Elaborazione dei dati, hosting e attività connesse	8.1	43.053 €	0,08%																
Spese operative delle attività ammissibili alla tassonomia ma non ecosostenibili (attività non allineate alla tassonomia) (A.2)		296.168 €	0,53%																
Totale (A.1 + A.2)		296.168 €	0,53%																
B. ATTIVITÀ NON AMMISSIBILI ALLA TASSONOMIA																			
Spese operative delle attività non ammissibili alla tassonomia (B)		55.776.833 €	99,47%																
Totale (A+B)		56.073.000 €	100,00%																

MODELLI EX ALLEGATO XII REGOLAMENTO DELEGATO (UE) 2021/2178

Attività legate all'energia nucleare		
1	L'impresa svolge, finanzia o ha esposizioni verso la ricerca, lo sviluppo, la dimostrazione e la realizzazione di impianti innovativi per la generazione di energia elettrica che producono energia a partire da processi nucleari con una quantità minima di rifiuti del ciclo del combustibile.	NO
2	L'impresa svolge, finanzia o ha esposizioni verso la costruzione e l'esercizio sicuro di nuovi impianti nucleari per la generazione di energia elettrica o calore di processo, anche a fini di teleriscaldamento o per processi industriali quali la produzione di idrogeno, e miglioramenti della loro sicurezza, con l'ausilio delle migliori tecnologie disponibili.	NO
3	L'impresa svolge, finanzia o ha esposizioni verso l'esercizio sicuro di impianti nucleari esistenti che generano energia elettrica o calore di processo, anche per il teleriscaldamento o per processi industriali quali la produzione di idrogeno a partire da energia nucleare, e miglioramenti della loro sicurezza.	NO
Attività legate ai gas fossili		
4	L'impresa svolge, finanzia o ha esposizioni verso la costruzione o la gestione di impianti per la produzione di energia elettrica che utilizzano combustibili gassosi fossili.	NO
5	L'impresa svolge, finanzia o ha esposizioni verso la costruzione, la riqualificazione e la gestione di impianti di generazione combinata di calore/freddo ed energia elettrica che utilizzano combustibili gassosi fossili.	NO
6	L'impresa svolge, finanzia o ha esposizioni verso la costruzione, la riqualificazione e la gestione di impianti di generazione di calore che producono calore/freddo utilizzando combustibili gassosi fossili.	NO

Unieuro, non presentando attività economiche di cui agli allegati I e II, sezioni 4.26, 4.27, 4.28, 4.29, 4.30 e 4.31 del Regolamento Delegato (UE) 2021/2139 (ossia attività legate all'energia nucleare o ai gas fossili), non presenta i modelli 2,3,4,5 dell'allegato XII del Regolamento Delegato (UE) 2021/2187.

3. PERFORMANCE SOCIALI²⁸



3.1. Dipendenti

3.1.1. Composizione del personale

Il Gruppo Unieuro, al 28 febbraio 2023, impiega 5.695 risorse (il 47% rappresentato da donne), in leggero calo rispetto all'esercizio precedente. I dipendenti si ripartiscono tra attività di *business* (commessi, cassieri, magazzinieri, capi settore e *store manager* di punto vendita), pari a 5.254 addetti, e attività di supporto (impiegati, specialisti, coordinatori, manager, director delle funzioni di sede - funzioni centrali di area corporate), pari a 441 addetti. La maggior parte delle risorse, l'82%, è assunta con contratto a tempo indeterminato, così da garantire al Gruppo la possibilità di trattenere personale qualificato all'interno dell'azienda. Tutti i dipendenti sono coperti da accordi di contrattazione collettiva.

La Società continua a promuovere iniziative volte a definire obiettivi, parametri di misurazione ed azioni per conseguire una sempre più compiuta parità di genere all'interno dell'organizzazione aziendale.

La gestione efficace dei dipendenti rappresenta un aspetto centrale per il successo di Unieuro. La competenza e l'impegno che ogni singolo individuo dedica all'attività aziendale sono alla base del vantaggio competitivo raggiunto dal Gruppo, al punto da considerare gli oneri per la crescita professionale e la formazione tra gli investimenti in capitale intangibile maggiormente rilevanti (si veda a questo proposito il paragrafo "*Formazione del personale e sviluppo delle carriere*").

²⁸ Relativamente alla tabella di pagina 30-37 si evidenzia che gli impatti (positivi e negativi) afferenti al presente capitolo fanno riferimento principalmente ai seguenti aspetti materiali: rispetto dei diritti umani e tutela dei lavoratori, diversità e pari opportunità, salute e sicurezza dei dipendenti e dei collaboratori, formazione del personale e sviluppo delle carriere, welfare aziendale, customer centricity e innovazione, trasparenza delle informazioni sui prodotti e offerte ai clienti, catena di fornitura sostenibile, distribuzione logistica e mobility management.

Unieuro ha avviato un importante percorso che sta portando alla definizione di un “Modello di *Leadership*”, un modello di riferimento a cui i *leader* della Società possano ispirarsi quotidianamente e che abbia nella crescita delle persone e nel loro sviluppo, il proprio nucleo centrale. Nel concreto, il modello di *leadership* identifica comportamenti e competenze richiesti ai *manager* che, in coerenza con i valori aziendali, supportino il raggiungimento degli obiettivi strategici dell’azienda, la guida del cambiamento e lo sviluppo delle persone.

Tra i nuovi progetti rientra anche quello dedicato al “*Talent Management*”, ossia alle modalità di gestione e di sviluppo dei talenti in Unieuro il quale, fra le varie iniziative, include la costruzione di un percorso di *onboarding*: il processo strutturato di accompagnamento dei nuovi colleghi al momento del loro ingresso in azienda.

Proprio al fine di migliorare il benessere e l’esperienza lavorativa dei suoi dipendenti, a partire dal 2022, la Società ha sviluppato un programma strategico di ascolto e di monitoraggio del livello di soddisfazione dei dipendenti di Unieuro e Monclick: il progetto “UniVersus”. Così come il livello di soddisfazione dei clienti viene misurato attraverso il “Net Promoter Score” (NPS), con un’analoga metodologia, il livello di soddisfazione dei dipendenti viene calcolato attraverso un “employee Net Promoter Score” (eNPS). La realizzazione su base annuale di una *survey* interna consente quindi di misurare il livello di soddisfazione dei dipendenti e di identificare le principali aree di intervento, in un processo di miglioramento continuo. L’indagine coinvolge tutta la popolazione aziendale e si concentra su diversi temi tra cui: ambiente di lavoro, riconoscimento e remunerazione, rapporti tra colleghi e con i responsabili, conoscenza dell’organizzazione, della strategia e dei valori aziendali, gestione delle fasi di cambiamento, efficacia delle iniziative di comunicazione.

Il progetto UniVersus era stato preceduto, un anno prima, da un’altra importante iniziativa: il progetto “Futura”. Quest’ultimo ha supportato il lancio di una nuova organizzazione del lavoro e di un nuovo modo di intendere l’attività e la vita in azienda, attraverso l’accompagnamento delle persone. La Società si è posta l’ambizione e l’obiettivo di creare un’esperienza lavorativa che sia davvero a misura delle persone, che consenta flessibilità nelle modalità, negli spazi e negli orari di lavoro e quindi che favorisca un miglior equilibrio tra lavoro e vita privata.

Affinché questa ambizione possa divenire realtà, non è però sufficiente cambiare le regole ma è necessario cambiare l’approccio al lavoro, sviluppando competenze, abilità e comportamenti che possano facilitare l’adozione di un nuovo modo di lavorare. Il progetto “Futura” ha previsto quindi il lancio di attività su vari fronti, tra cui: la dotazione di strumenti di lavoro appropriati, la formazione delle persone sia rispetto al lavoro da remoto che rispetto all’utilizzo degli strumenti impiegati e la predisposizione di una *Policy* specifica per la gestione dello *smart working*.

Ad oggi, la quasi totalità della popolazione di sede ha siglato un accordo di *smart working* che prevede 45 giorni di presenza in azienda su base annua; la restante parte delle giornate, possono essere gestite da remoto, secondo orari flessibili, consentendo ai dipendenti interessati un forte bilanciamento tra lavoro e vita privata. Se per i primi due anni l’accordo è stato siglato su base annua, con il terzo rinnovo, l’accordo è divenuto a tempo indeterminato.

È stato inoltre completamente ripensato l’*headquarter* di Forlì, con il trasferimento degli uffici a Palazzo Hercolani, nel centro della città, concependo l’ufficio quale luogo di collaborazione, socialità e di sostegno alla cultura aziendale. Tale strategia ha quindi promosso il benessere dei dipendenti sia dentro l’ufficio che fuori, potenziando la capacità di attrarre nuovi talenti, trattenerne gli attuali e stimolare il senso di appartenenza.

A beneficio dell'intera popolazione aziendale, è stato lanciato il portale "*Benefit-hub*", che consente l'accesso a varie scontistiche, su diverse tipologie di prodotti e servizi (abbigliamento, tecnologia, tempo libero, ecc.), di cui possono beneficiare i dipendenti Unieuro e le loro famiglie.

La diffusione di una reale cultura condivisa è promossa dal Codice Etico, rivolto a tutti i dipendenti e approvato dal Consiglio di Amministrazione, in cui il Gruppo sancisce i principi di pari opportunità e non discriminazione, salute e sicurezza dei lavoratori, la prevenzione del rischio corruzione e del conflitto d'interessi, le corrette politiche remunerative e, infine, la centralità dell'orientamento dei dipendenti nei confronti del cliente. Tutte le politiche di gestione del personale sono inoltre definite nel massimo rispetto del CCNL applicato e della normativa del lavoro vigente.

Per quanto concerne il collocamento mirato, Unieuro si relaziona con i vari ufficiali provinciali per attivare delle convenzioni finalizzate all'inserimento e alla reale integrazione lavorativa degli appartenenti alle categorie protette (cfr. Legge n. 68/1999 e Decreto Legislativo n. 151/2015). La Società è disponibile a valutare le richieste di lavoro su orari *part-time*, nel rispetto del servizio al cliente, garantendo la sostenibilità dell'occupazione sull'unità organizzativa.

In particolare, la Società richiede a tutte le funzioni responsabili di processi o procedure inerenti alla gestione del personale di:

- adottare criteri di selezione basati su merito e competenza;
- selezionare, assumere, formare e retribuire i dipendenti senza discriminazioni;
- rispettare le leggi e le norme sul lavoro;
- garantire l'integrità fisica e morale dei collaboratori;
- garantire il diritto a condizioni di lavoro rispettose della dignità della persona.

Unieuro offre a tutti i suoi dipendenti un clima di confronto aperto e trasparente, fondato sul reciproco rispetto. Ogni anno vengono aperti momenti di confronto (colloqui di valutazione) tra responsabile e collaboratore, al fine di garantire il raggiungimento degli obiettivi di *business*, di crescita personale e professionale in favore di tutta la popolazione aziendale. Laddove possibile e per le figure apicali, l'ufficio Risorse Umane supervisiona tali momenti, offrendo consulenza e supporto. Inoltre, anche i responsabili di secondo livello, sempre laddove possibile, vengono invitati a supervisionare i colloqui con il personale.

Nell'ambito degli strumenti di ascolto e di contatto oltre ai sopra citati progetti e canali è attivo il portale *whistleblowing*, dedicato alle segnalazioni relative alle violazioni del Codice Etico, della *Policy* Anticorruzione, del Modello 231/2001 e/o di *Policy* e procedure aziendali. L'accesso a detto portale garantisce l'anonimato del segnalante, a meno che egli stesso non intenda fornire, in sede di segnalazione, i propri recapiti.

RESO A TEMPO INDETERMINATO L'ACCORDO INDIVIDUALE DI SMART WORKING PER I DIPENDENTI INTERESSATI



L'accordo individuale di smart working, siglato per la prima volta nel FY 2021/22 e prorogato di un ulteriore anno nel FY 2022/23, è stato reso definitivo. L'esperienza si è confermata positiva dimostrando che la nuova organizzazione del lavoro è perfettamente integrabile con le professionalità e le esigenze lavorative dell'azienda. Lo smart working ha inoltre contribuito a promuovere il lavoro per obiettivi e a responsabilizzare ciascun dipendente, facendo leva sulla fiducia e stimolando la collaborazione e la comunicazione fra colleghi.

BENEFIT HUB: WELFARE AZIENDALE



Lo strumento introdotto per gestire le convenzioni aziendali, sconti e promozioni per i dipendenti Unieuro è il Benefit Hub. La piattaforma permette ai dipendenti di usufruire di vantaggi su numerosi marchi di diverse categorie, su base nazionale e locale.

LE SFIDE DELLA COMUNICAZIONE INTERNA



Durante l'anno, Unieuro ha lavorato molto sulla Comunicazione Interna, un elemento fondamentale per garantire un corretto e diffuso livello di conoscenza e consapevolezza sulle attività e i progetti dell'azienda.

La nuova funzione di Comunicazione Interna ha realizzato uno spazio di contribuzione e condivisione creando una redazione allargata, nella quale ogni funzione ha avuto la possibilità di proporre temi e novità da condividere con tutta l'azienda e riportare le aspettative e le necessità delle persone di Unieuro. Diversi sono stati gli strumenti lanciati nel corso dell'anno: dalla *Newsletter* mensile Unieuro News, allo spazio *Sharepoint* di Comunicazione Interna, alle tante comunicazioni legate a progetti ed iniziative specifiche. Negli ultimi mesi del 2022, è stata sviluppata e lanciata la campagna di comunicazione interna: Noi ci siamo, dedicata ai valori aziendali. È stato coinvolto uno storyteller di eccezione, Federico Buffa, che ha accompagnato Unieuro nell'esplorazione del significato dei suoi valori e soprattutto è stata data a tutti i dipendenti l'opportunità e lo spazio per raccontare le loro storie, impressioni ed emozioni, grazie ad uno strumento digitale ad hoc, il *Social Wall*. Una delle prossime sfide è lo sviluppo del progetto "*Digital Workplace*", con lancio di un nuovo portale aziendale che consenta di creare connessioni garantendo un flusso comunicativo strutturato e multidirezionale. La realizzazione della nuova intranet ha l'obiettivo di creare uno spazio evoluto ed efficiente che possa migliorare la comunicazione, aumentare il coinvolgimento di tutte le risorse, facilitare i processi e rendere più semplice la ricerca di informazioni. Ad oggi è stato selezionato il partner che affiancherà Unieuro nell'implementazione del progetto ed è in corso la fase di ascolto e di raccolta di idee e suggerimenti sulle caratteristiche e sui contenuti da includere nella piattaforma.

Indicatori di *performance*²⁹

Dipendenti suddivisi per gruppo di età, genere e funzione

Dipendenti	u.m.	28/02/2023			28/02/2022			28/02/2021		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Dipendenti impiegati in funzioni di supporto		235	206	441	229	198	427	217	183	400
%		53%	47%	8%	54%	46%	7%	54%	46%	7%
età inferiore ai 30 anni		14	31	45	10	27	37	16	28	44
tra i 30 e i 50 anni		155	145	300	158	145	303	143	132	275
età superiore ai 50 anni		66	30	96	61	26	87	58	23	81
Dipendenti impiegati in attività di business	N°	2.787	2.467	5.254	2.815	2.542	5.357	2.581	2.410	4.991
%		53%	47%	92%	53%	47%	93%	52%	48%	93%
età inferiore ai 30 anni		561	350	911	472	342	814	404	310	714
tra i 30 e i 50 anni		1.640	1.609	3.249	1.830	1.757	3.587	1.753	1.736	3.489
età superiore ai 50 anni		586	508	1.094	513	443	956	424	364	788
Totale		3.022	2.673	5.695	3.044	2.740	5.784	2.798	2.593	5.391
%		53%	47%	100%	53%	47%	100%	52%	48%	100%

²⁹ I dati relativi agli anni fiscali 2021/22 e 2022/23 non considerano i dati relativi ai somministrati; pertanto, si risconteranno delle variazioni con i dati relativi all'anno fiscale 2020/21.

Numero di dipendenti per tipologia di contratto e area geografica³⁰

Dipendenti	u.m.	28/02/2023			28/02/2022			28/02/2021		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Contratto a tempo determinato		567	444	1.011	639	546	1.185	453	420	873
%		56%	44%	18%	54%	46%	20%	52%	48%	16%
Nord		391	293	684	400	352	752	297	288	585
Centro		118	102	220	159	140	299	90	83	173
Sud e Isole		58	49	107	80	54	134	66	49	115
Contratto a tempo indeterminato	N°	2.455	2.229	4.684	2.405	2.194	4.599	2.345	2.173	4.518
%		52%	48%	82%	52%	48%	80%	52%	48%	84%
Nord		1.359	1.367	2.726	1.359	1.355	2.714	1.369	1.366	2.735
Centro		605	555	1.160	578	542	1.120	583	532	1.115
Sud e Isole		491	307	798	468	297	765	393	275	668
Totale		3.022	2.673	5.695	3.044	2.740	5.784	2.798	2.593	5.391
%		53%	47%	100%	53%	47%	100%	52%	48%	100%

³⁰ La suddivisione per aree geografiche è distribuita come segue:

Nord: Valle d'Aosta, Piemonte, Lombardia, Trentino-Alto-Adige, Friuli-Venezia-Giulia, Veneto, Emilia-Romagna, Liguria

Centro: Toscana, Abruzzo, Marche, Umbria, Molise, Lazio

Sud e Isole: Sardegna, Campania, Puglia, Basilicata, Calabria, Sicilia

Dipendenti per regione

Dipendenti	u.m.	28/02/2023			28/02/2022			28/02/2021		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Valle d'Aosta		8	10	18	7	11	18	7	10	17
Lombardia		562	479	1.041	549	483	1.032	488	459	947
Piemonte		237	296	533	249	289	538	229	291	520
Trentino-Alto-Adige		23	18	41	24	18	42	25	20	45
Veneto		321	256	577	309	279	588	298	273	571
Friuli-Venezia-Giulia		63	58	121	65	67	132	61	61	122
Liguria		128	146	274	133	153	286	135	142	277
Emilia-Romagna		408	397	805	423	407	830	423	398	821
Toscana		100	114	214	102	120	222	100	116	216
Abruzzo		28	30	58	26	31	57	27	29	56
Marche	N°	113	106	219	120	107	227	118	102	220
Umbria		28	27	55	19	19	38	20	15	35
Molise		25	16	41	27	15	42	22	15	37
Lazio		429	364	793	443	390	833	386	338	724
Sardegna		61	68	129	68	67	135	64	66	130
Campania		35	19	54	38	22	60	17	12	29
Puglia		86	49	135	86	48	134	86	51	137
Basilicata		37	23	60	36	22	58	36	24	60
Calabria		9	14	23	8	14	22	9	14	23
Sicilia		321	183	504	312	178	490	247	157	404
Totale		3.022	2.673	5.695	3.044	2.740	5.784	2.798	2.593	5.391

3.1.2. Diversità, pari opportunità e rispetto dei diritti umani

Per Unieuro la diversità rappresenta un vero e proprio valore, per questo si impegna costantemente a garantirne il rispetto in tutte le fasi di selezione del personale, assicurando che non ci sia spazio per discriminazioni per motivi di razza, sesso, nazionalità, orientamento sessuale, *status* sociale, apparenza fisica, religione e orientamento politico.

L'obiettivo di Unieuro è quello di costruire una realtà trasparente e orientata al rispetto di *standard* etici e comportamentali, nella convinzione che il successo dell'impresa non possa prescindere dall'etica nella conduzione degli affari e che la competitività si debba indissolubilmente accompagnare non solo alla sensibilità etica, ma anche al coinvolgimento sociale e al rispetto dell'ambiente.

A tale scopo, sono stati formalizzati un Codice Etico ed un Regolamento Aziendale per condividere con i propri collaboratori i valori, i principi, le regole di comportamento e comunicarli a tutti gli altri interlocutori. La Società si è dotata, inoltre, di specifiche procedure di selezione che si fondano su principi di imparzialità, celerità ed economicità nella scelta delle modalità di svolgimento del processo di selezione e di pubblicazione della selezione. I processi si basano sull'adozione di criteri

oggettivi e trasparenti, idonei ad accertare la rispondenza delle professionalità, delle capacità e delle attitudini dei candidati alle caratteristiche delle posizioni da ricoprire, garantendo le pari opportunità nell'accesso all'impiego ed evitando qualsiasi tipo di discriminazione. In casi specifici, come la selezione di profili manageriali o dirigenziali, Unieuro può avvalersi di società specializzate per accelerare i tempi di gestione della selezione ed assicurare la migliore ricerca di potenziali candidati sul mercato.

L'impegno di Unieuro nel rispettare la diversità e le pari opportunità non si esaurisce nella fase di selezione, ma viene ribadito in ogni fase del rapporto con i propri dipendenti, adottando criteri basati sul merito e sulla competenza anche nelle politiche di retribuzione. Come indicato all'interno del Codice Etico, l'integrità fisica e morale dei collaboratori è considerata un valore primario per il Gruppo, che si pone l'obiettivo di garantire, per i propri collaboratori, il diritto a condizioni di lavoro sempre rispettose della dignità della persona. In aggiunta, è altresì prevista l'adozione nel corso del FY 2023/24 di una politica a tutela delle vittime di violenza di genere. La Società condanna infatti fermamente tutte quelle forme di molestie fisiche, sessuali e psicologiche, inclusi atti persecutori ed intende promuovere una cultura aziendale fondata sul reciproco rispetto e la pari dignità fra tutti i lavoratori, indipendentemente dal genere, dall'orientamento e dall'identità sessuale.

In linea con l'esercizio precedente, sono stati svolti dei percorsi di formazione per i responsabili, focalizzati sulla gestione del personale e sulla normativa del lavoro, finalizzati a garantire a tutti i lavoratori le medesime opportunità, in modo che ciascuno possa godere di un trattamento equo basato su criteri di merito e sul rigoroso rispetto della legge. Inoltre, per i dipendenti in funzioni di *business* che lavorano in modalità *smart working*, è stata organizzata una formazione sul tema del "lavoro per obiettivi".

A conferma dell'impegno del Gruppo in tema di pari opportunità, la presenza femminile all'interno dell'azienda è del 47%, pressoché in linea con il dato dell'esercizio precedente. La fascia d'età che risulta composta dal maggior numero di dipendenti è quella che va dai 30 ai 50 anni (62%) sia per il personale femminile che per quello maschile. Nel corso dell'ultimo esercizio sono state inserite 1.571 risorse, di cui il 42% donne, con una prevalenza della fascia d'età inferiore ai 30 anni (67%). Hanno invece lasciato la società 1.674 risorse, di cui il 43% donne e, anche in questo caso, con una prevalenza per la fascia d'età inferiore ai 30 anni (58%).

Si evidenzia, inoltre, che la percentuale di *senior manager* che lavorano e risiedono nella comunità locale assunti nell'esercizio 2022/23 è pari al 100% e che al 28 febbraio 2023 il 71% dei *senior manager* in forza presso Unieuro lavora e risiede nella comunità locale.

Indicatori di *performance*³¹

Dipendenti suddivisi per gruppo di età, genere e livello

Dipendenti	u.m.	28/02/2023			28/02/2022			28/02/2021		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Dirigenti		30	5	35	28	2	30	27	1	28
%		86%	14%	1%	93%	7%	1%	96%	4%	1%
età inferiore ai 30 anni		-	-	-	-	-	-	-	-	-
tra i 30 e i 50 anni		13	3	16	10	1	11	11	1	12
età superiore ai 50 anni		17	2	19	18	1	19	16	-	16
Quadri		52	26	78	53	23	76	45	18	63
%		67%	33%	1%	70%	30%	1%	71%	29%	1%
età inferiore ai 30 anni		-	-	-	-	-	-	-	-	-
tra i 30 e i 50 anni		32	18	50	35	15	50	32	13	45
età superiore ai 50 anni		20	8	28	18	8	26	13	5	18
Impiegati		2.940	2.641	5.581	2.963	2.714	5.677	2.726	2.573	5.299
%		53%	47%	98%	52%	48%	98%	51%	49%	98%
età inferiore ai 30 anni	N°	575	381	956	482	369	851	420	338	758
tra i 30 e i 50 anni		1.750	1.733	3.483	1.943	1.886	3.829	1.835	1.854	3.707
età superiore ai 50 anni		615	527	1.142	538	459	997	453	381	834
Operai		-	1	1	-	1	1	-	1	1
%		0%	100%	0%	0%	100%	0%	0%	100%	0%
età inferiore ai 30 anni		-	-	-	-	-	-	-	-	-
tra i 30 e i 50 anni		-	-	-	-	-	-	-	-	-
età superiore ai 50 anni		-	1	1	-	1	1	-	1	1
Totale		3.022	2.673	5.695	3.044	2.740	5.784	2.798	2.593	5.391
%		53%	47%	100%	53%	47%	100%	52%	48%	100%
età inferiore ai 30 anni		575	381	956	482	369	851	420	338	758
tra i 30 e i 50 anni		1.795	1.754	3.549	1.988	1.902	3.890	1.896	1.868	3.764
età superiore ai 50 anni		652	538	1.190	574	469	1.043	482	387	869

³¹ I dati relativi agli anni fiscali 2021/22 e 2022/23 non considerano i dati relativi ai somministrati; pertanto, si risconteranno delle variazioni con i dati relativi all'anno fiscale 2020/21.

Dipendenti suddivisi per tipologia di impiego e genere

Dipendenti	u.m.	28/02/2023			28/02/2022			28/02/2021		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Dipendenti full-time		2.119	1.139	3.258	2.152	1.210	3.362	2.126	1.193	3.319
%		65%	35%	57%	64%	36%	58%	64%	36%	62%
% sul totale di genere		70%	43%		71%	44%		76%	46%	70%
% sul totale organico		37%	20%		37%	21%		39%	22%	37%
Dipendenti part-time	N°	903	1.534	2.437	892	1.530	2.422	672	1.400	2.072
%		37%	63%	43%	37%	63%	42%	32%	68%	38%
% sul totale di genere		30%	57%		29%	56%		24%	54%	30%
% sul totale organico		16%	27%		15%	26%		12%	26%	16%
Totale		3.022	2.673	5.695	3.044	2.740	5.784	2.798	2.593	5.391
%		53%	47%	100%	53%	47%	100%	52%	48%	100%

Dipendenti suddivisi per tipologia di impiego, regione e genere al 28/02/2023³²

	u.m.	Dipendenti full-time				Dipendenti part-time			
		Uomo	Donna	Totale	%	Uomo	Donna	Totale	%
Nord		1.252	735	1.987	61%	498	925	1.423	58%
Centro		507	275	782	24%	216	382	598	25%
Sud e Isole		360	129	489	15%	189	227	416	17%
Totale		2.119	1.139	3.258	100%	903	1.534	2.437	100%

³² Nell'anno fiscale 2022/2023 non sono presenti dipendenti con orario di lavoro non garantito.

Lavoratori non dipendenti suddivisi per tipologia di contratto, genere e regione³³

Lavoratori non dipendenti	u.m.	28/02/2023			28/02/2022			28/02/2021		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Stagisti e tirocinanti		38	37	75	66	44	110	69	46	115
Nord		26	31	57	49	39	88	54	41	95
Centro		11	6	17	13	4	17	14	5	19
Sud e isole		1	-	1	4	1	5	1	-	1
Lavoratori interinali	<i>N°</i>	6	8	14	7	17	24	2	4	6
Nord		6	8	14	7	17	24	2	4	6
Centro		-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sud e isole		-	-	-	-	-	-	-	-	-
Totale		44	45	89	73	61	134	71	50	121

Proporzione di Senior manager assunti dalla comunità locale³⁴

Senior manager assunti dalla comunità locale	u.m.	28/02/2023	28/02/2022
Percentuale di Senior manager	%	100%	50%

³³ I lavoratori non dipendenti si distinguono principalmente in: tirocinanti, prevalentemente impiegati in punto vendita, affiancano il personale di negozio nelle attività di vendita; somministrati, impiegati in ufficio, svolgono un lavoro impiegatizio.

³⁴ Per senior manager si intendono i dirigenti assunti nell'anno fiscale di riferimento. Per sede operativa significativa, per Unieuro, si intendono le sedi amministrative con funzioni di supporto di Forlì, Piacenza, Milano e Carini; per comunità locale si intendono Emilia-Romagna, Lombardia e Sicilia. Relativamente a Monclick, per sede operativa significativa, si intende la sede amministrativa con funzioni di supporto di Milano; per comunità locale si intende la Lombardia.

Dipendenti nuovi assunti, per gruppo di età, genere e area geografica

Numero dei nuovi assunti	u.m.	28/02/2023			28/02/2022			28/02/2021		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Nord		633	457	1.090	469	361	830	495	406	901
%		58%	42%	69%	57%	43%	61%	55%	45%	66%
età inferiore ai 30 anni		480	279	759	340	230	570	341	272	613
tra i 30 e i 50 anni		135	155	290	118	121	239	147	121	268
età superiore ai 50 anni		18	23	41	11	10	21	7	13	20
Centro		190	142	332	191	162	353	149	131	280
%		57%	43%	21%	54%	46%	26%	53%	47%	21%
età inferiore ai 30 anni		137	90	227	129	95	224	106	81	187
tra i 30 e i 50 anni		52	49	101	56	59	115	40	50	90
età superiore ai 50 anni		1	3	4	6	8	14	3	-	3
Sud e Isole	N°	83	66	149	113	64	177	97	81	178
%		56%	44%	9%	64%	36%	13%	54%	46%	13%
età inferiore ai 30 anni		38	28	66	27	27	54	38	36	74
tra i 30 e i 50 anni		43	36	79	77	34	111	53	44	97
età superiore ai 50 anni		2	2	4	9	3	12	6	1	7
Totale		906	665	1.571	773	587	1.360	741	618	1.359
%		58%	42%	100%	57%	43%	100%	55%	45%	100%
età inferiore ai 30 anni		655	397	1.052	496	352	848	485	389	874
tra i 30 e i 50 anni		230	240	470	251	214	465	240	215	455
età superiore ai 50 anni		21	28	49	26	21	47	16	14	30

Dipendenti che hanno lasciato la società, per gruppo di età, genere e area geografica

Dipendenti che hanno lasciato la società	u.m.	28/02/2023			28/02/2022			28/02/2021		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Nord		642	493	1.135	417	341	758	422	310	732
%		57%	43%	68%	55%	45%	69%	58%	42%	66%
età inferiore ai 30 anni		421	266	687	240	173	413	264	210	474
tra i 30 e i 50 anni		194	193	387	156	147	303	145	87	232
età superiore ai 50 anni		27	34	61	21	21	42	13	13	26
Centro		207	161	368	127	103	230	143	109	252
%		56%	44%	22%	55%	45%	21%	57%	43%	23%
età inferiore ai 30 anni		129	91	220	82	62	144	87	58	145
tra i 30 e i 50 anni		73	65	138	42	36	78	53	50	103
età superiore ai 50 anni		5	5	10	3	5	8	3	1	4
Sud e Isole	N°	104	67	171	64	53	117	64	62	126
%		61%	39%	10%	55%	45%	11%	51%	49%	11%
età inferiore ai 30 anni		28	28	56	20	13	33	19	25	44
tra i 30 e i 50 anni		68	35	103	38	36	74	39	37	76
età superiore ai 50 anni		8	4	12	6	4	10	6	-	6
Totale		953	721	1.674	608	497	1.105	629	481	1.110
%		57%	43%	100%	55%	45%	100%	57%	43%	100%
età inferiore ai 30 anni		578	385	963	342	248	590	370	293	663
tra i 30 e i 50 anni		335	293	628	236	219	455	237	174	411
età superiore ai 50 anni		40	43	83	30	30	60	22	14	36

Tasso di turnover³⁵

Tasso di turnover	u.m.	28/02/2023			28/02/2022			28/02/2021		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Tasso di turnover in entrata		30,0%	24,9%	27,6%	25,4%	21,4%	23,5%	26,5%	23,8%	25,2%
Tasso di turnover in uscita	%	31,5%	27,0%	29,4%	20,0%	18,1%	19,1%	22,5%	18,2%	20,6%

Il tasso di *turnover* in entrata mostra un incremento rispetto all'esercizio 2021/22 passando dal 23,5% al 27,6%. Nello specifico, il tasso di *turnover* in entrata, ripartito per area geografica, risulta essere pari al 32% per il nord, al 24% per il centro e al 16% per sud e le isole; con riferimento alla ripartizione per fasce d'età risulta essere pari al 110% per la categoria di età inferiore ai 30 anni, al 13% per la categoria di età compresa tra i 30 e i 50 anni e al 4% per la categoria di età superiore ai 50 anni.

³⁵ Il dato è calcolato come il rapporto tra il totale delle entrate/uscite ed il totale dei dipendenti nell'esercizio di riferimento. Nel conteggio degli assunti, è stato escluso il personale acquisito, a seguito di operazioni societarie.

Anche il tasso di *turnover* in uscita risulta aumentato rispetto all'esercizio 2021/22 attestandosi al 29,4% rispetto al precedente 19,1%. Nello specifico, il tasso di *turnover* in uscita ripartito per area geografica risulta essere pari al 33% per il nord, al 27% per il centro e al 19% per sud e le isole; con riferimento alla ripartizione per fasce d'età risulta essere pari al 101% per la categoria di età inferiore ai 30 anni, al 18% per la categoria di età compresa tra i 30 e i 50 anni e al 7% per la categoria di età superiore ai 50 anni.

Rapporto di genere tra lo stipendio base medio e la remunerazione media suddiviso per livello³⁶

Dipendenti per livello	u.m.	28/02/2023		28/02/2022		28/02/2021	
		Stipendio base	Remunerazione	Stipendio base	Remunerazione	Stipendio base	Remunerazione
Dirigenti		75%	84%	130%	132%	189%	256%
Quadri	%	88%	84%	94%	88%	91%	93%
Impiegati		85%	84%	85%	84%	83%	82%
Operai		-	-	-	-	-	-

Rapporto tra i compensi annui totali³⁷

	28/02/2023		28/02/2022		28/02/2021	
	Unieuro	Monclick	Unieuro	Monclick	Unieuro	Monclick
Rapporto totale annuo	15,25	3,65	15,25	3,81	15,06	3,67

Rapporto tra aumento della retribuzione totale annua³⁸

	28/02/2023		28/02/2022		28/02/2021	
	Unieuro	Monclick	Unieuro	Monclick	Unieuro	Monclick
Rapporto totale annuo	invariato	invariato	invariato	invariato	invariato	invariato

Per quanto riguarda la remunerazione, Unieuro adotta una Politica di Remunerazione secondo un processo che vede coinvolti l'Assemblea dei soci, il Consiglio di Amministrazione e il Comitato

³⁶ Rispetto alla rendicontazione relativa al FY 2020/21 è stata utilizzata una metodologia differente di calcolo, ovvero: il dato è calcolato come rapporto tra lo stipendio base medio delle donne rispetto a quello degli uomini e tra la remunerazione media delle donne su quella degli uomini. Per gli esercizi 2020/21, 2021/22 e 2022/23 non viene riportato il valore per il livello "Operai" in quanto formato da una sola risorsa. Con il termine remunerazione si intende la somma dello stipendio base e degli importi aggiuntivi corrisposti al lavoratore, ne sono un esempio gli incentivi esodo, le transazioni conciliative e l'indennità di preavviso nonché l'incentivazione variabile per le posizioni che la prevedono

³⁷ Rapporto tra il compenso della persona più pagata all'interno dell'Organizzazione e la mediana del compenso totale annuale di tutti i dipendenti (escluso l'individuo più pagato). I dati sono stati estratti da gestionale rispetto alle date di rendicontazione.

I dati considerano gli elementi fissi della retribuzione, includendo in tale categoria le voci fisse riconosciute da contratto e/o da accordi individuali riconosciute mensilmente ed escludono elementi variabili come premi, straordinari, una tantum.

³⁸ Rapporto tra l'aumento percentuale della retribuzione totale annua del più pagato dell'organizzazione e l'aumento percentuale della mediana della retribuzione totale annua di tutti i dipendenti (escluso l'individuo più pagato).

Remunerazione e Nomine, nel rispetto della disciplina anche regolamentare vigente e dei principi dettati dal Codice di *Corporate Governance*. La remunerazione degli amministratori investiti di particolari cariche è stabilita dal Consiglio di Amministrazione, previo parere del Comitato Remunerazione e Nomine, sentito il Collegio Sindacale. L'Assemblea può determinare un importo complessivo per la remunerazione di tutti gli amministratori, inclusi quelli investiti di particolari cariche³⁹. Per quanto riguarda la predisposizione della Politica di Remunerazione FY 2021/2022, la Società non si è avvalsa dell'ausilio di consulenti esterni. La Politica è definita tenendo in considerazione le analisi e gli approfondimenti effettuati sui risultati del voto assembleare sulla Politica in materia di remunerazione per l'esercizio 2021/2022 e sulla Relazione sui compensi corrisposti nell'esercizio 2020/2021. Unieuro attribuisce grande importanza all'analisi di tale esito di voto e, nel corso del 2021 e nei primi mesi del 2022, la Società ha svolto un intenso dialogo con i principali azionisti ed i *proxy advisor* al fine di poter illustrare nel dettaglio le caratteristiche delle importanti novità introdotte dalla Società nella Politica per la Remunerazione relative al FY 2022/23 al fine di renderla ancora più aderente alle aspettative del mercato⁴⁰.

Gli indicatori riferiti alle retribuzioni del personale vanno letti congiuntamente alla composizione della popolazione aziendale, alla forte incidenza dei contratti *part-time* sul totale dei dipendenti donna (circa il 57%) e alla limitata presenza femminile nella popolazione manageriale (dirigenti e quadri). Nello specifico, la tabella "*Rapporto di genere tra lo stipendio base medio e la remunerazione media suddiviso per livello*" evidenzia per le categorie impiegati, quadri e dirigenti, un valore più alto per il genere maschile, sia per quanto riguarda lo stipendio base che la remunerazione. Per la categoria impiegati, la differenza nella retribuzione media tra uomini e donne è pari al 15% per il salario base e al 16% per la remunerazione. Tale divario è principalmente riconducibile all'effetto *part-time* e all'inquadramento organizzativo, in quanto i direttori e i caposettori sono prevalentemente uomini e solo i primi percepiscono un MBO (che va a comporre la retribuzione). Per i quadri la differenza nella retribuzione media tra uomini e donne è pari al 12% per quanto riguarda il salario base e al 16% per quanto riguarda la remunerazione. Tale divario è principalmente riconducibile ad una presenza femminile pari al 33% della categoria, alla presenza di un'unica donna quadro che lavora *part-time* e alla presenza di 17 *Area Manager*, uomini, che per natura stessa del ruolo percepiscono un significativo premio di risultato legato alla *performance* commerciale della rete che sovrintendono. Per la categoria dei dirigenti, nella quale oltre l'85% è rappresentato da uomini, lo scostamento registrato a livello di retribuzione e remunerazione rispetto al precedente esercizio è legato all'aumento dei dirigenti donna avvenuto tramite assunzioni in corso d'anno con profili, e conseguentemente retribuzioni, differenti.

3.1.3. Formazione del personale e sviluppo delle carriere

L'attività di formazione rappresenta lo strumento attraverso il quale Unieuro fonda la propria competitività e professionalità, diventato negli anni una leva strategica indispensabile per sviluppare il potenziale delle risorse, creare un'identità e una cultura aziendale omogenea, accompagnare i percorsi di sviluppo professionale e supportare i cambiamenti aziendali. Ogni anno,

³⁹ Per maggiori dettagli sul Comitato Remunerazione e Nomine si rimanda alla "*Relazione sulla politica in materia di remunerazione e sui compensi corrisposti*" approvata dal Consiglio di Amministrazione in data 11 maggio 2022 e pubblicata sul sito corporate.

⁴⁰ Per ulteriori dettagli si rimanda alla "*Relazione sulla politica in materia di remunerazione e sui compensi corrisposti*" approvata dal Consiglio di Amministrazione in data 11 maggio 2022 e pubblicata sul sito corporate.

Unieuro dedica importanti risorse alla crescita professionale dei dipendenti attraverso lezioni in aula, *training on the job*, *tutoring*, formazione a distanza sincrona e asincrona e *webinar*. Dal 2009, Unieuro S.p.A. si è inoltre dotata di un'*Academy* per gli allievi *store manager*.

La Società si propone, attraverso la formazione, di porre i propri dipendenti nella condizione di svolgere al meglio il proprio lavoro, rafforzare e sviluppare le competenze e le *skill* professionali, creare un'identità e una cultura aziendale omogenea, nonché accompagnare i percorsi di sviluppo professionale e supportare i cambiamenti.

Oltre ai corsi di formazione previsti o suggeriti per obblighi di legge (Salute e Sicurezza, Modello 231, *Privacy*), il Gruppo offre percorsi di formazione manageriale e professionale, sia per il personale dei negozi, sia per quello di sede. L'inserimento dei dipendenti in azienda e la loro crescita professionale sono supportati tramite azioni formative mirate, attivando percorsi di inserimento per neoassunti, programmi per sostenere l'aggiornamento continuo sulle novità di prodotto delle diverse categorie merceologiche (*staff training*) e per migliorare l'accoglienza del cliente. Tra gli strumenti formativi messi a disposizione vi è il portale dedicato alla formazione, modulo Risorse Umane - Formazione in Zucchetti, tramite il quale è possibile, tracciare tutte le iniziative formative/informative e raccogliere questionari di gradimento sulle iniziative svolte. Sul portale Zucchetti sono inoltre disponibili e consultabili, da tutti i dipendenti, i protocolli e le procedure emanate durante l'emergenza sanitaria. Eventuali aggiornamenti degli stessi vengono opportunamente comunicati a tutti i dipendenti.

A completamento dell'offerta formativa, ogni anno la Società cura un'*Academy* per Allievi *Store Manager*, un percorso di individuazione dei talenti in azienda e di accompagnamento al ruolo. L'*Academy*, inaugurata nel 2009, è un progetto di formazione intensivo finalizzato a formare i futuri *store manager* dei punti vendita Unieuro, nonché imprenditori e *manager* dei distributori affiliati, che operano sul territorio con i marchi Unieuro e Unieuro City. Il processo prende avvio con l'apertura delle candidature interne, prosegue con una fase di selezione vera e propria che prevede momenti di *assessment* di gruppo e colloqui individuali e prosegue appunto con una importante fase formativa, della durata di sei mesi. La fase formativa prevede sia dei momenti d'aula che un periodo di vera e propria formazione "sul campo". Quanto alla formazione d'aula, sono previste oltre 90 ore di formazione, utili per acquisire tutti gli strumenti necessari alla direzione di un punto vendita - dalle nozioni di *marketing* alla normativa per la sicurezza sul lavoro, dall'analisi dei dati alla gestione del personale; quanto invece alla formazione sul campo, i partecipanti vivono un vero e proprio *training on the job* all'interno di alcuni negozi-scuola dell'insegna; infine, il percorso si conclude con due settimane di direzione autonoma di uno *store*, durante le quali gli aspiranti *store manager* possono mettere in pratica quanto appreso.

Nel 2022 l'*Academy* è tornata a svolgersi in presenza, dopo la formazione *online* dello scorso anno, con 11 giornate in aula e 29 partecipanti. Il percorso formativo è in costante aggiornamento ed evoluzione, integrando alle tematiche cardine per gli *store manager*, come la gestione del personale, l'organizzazione del punto vendita, il *marketing*, argomenti di attualità, come la *cybersecurity* e la sostenibilità.

Inoltre, nel corso dell'esercizio 2022/23 è stato attuato il percorso di formazione "*Omnichannel and Customer Experience*", focalizzato sulla formazione di *store manager* e addetti, sulla gestione omnicanale del cliente è stato erogato ad un primo gruppo di 64 negozi. L'attività di formazione ha previsto sessioni di coaching e aule virtuali.

L'ACADEMY DEI RECORD FORMA GLI STORE MANAGER DEL FUTURO



“Continuiamo a credere e ad investire nella nostra Academy, che si conferma un momento formativo determinante per la crescita professionale degli Store Manager di Unieuro. Anche quest'anno siamo soddisfatti delle numeriche raggiunte e dell'interesse dimostrato dai colleghi della rete vendita e della sede. Questi ultimi, infatti, ci chiedono sempre più spesso di poter approfittare del momento d'aula per incontrare i futuri Store Manager e raccontare i progetti futuri dell'azienda, a dimostrazione di quanto sia sentita e apprezzata la nostra Academy. Ogni anno ci innoviamo e proviamo a rispondere alle esigenze delle nostre persone, che cambiano e crescono. Ma penso che la soddisfazione più grande del 2022 sia il ritorno in aula dopo due anni di distanza: ci riempie di gioia e di speranza, oltre a rendere l'esperienza formativa più ingaggiante e motivante.”

Paolo Botticelli, HR Director di Unieuro

Nel corso dell'esercizio 2022/23 sono state erogate 27.297 ore di formazione, principalmente rivolte ai dipendenti impiegati in funzioni di *business*. I dipendenti coinvolti nelle attività di formazione sono stati 4.841⁴¹, registrando una diminuzione rispetto all'esercizio precedente. Lo scostamento delle ore di formazione erogate durante l'anno fiscale 2022/23 rispetto al 2021/22, oltre alla fisiologica variabilità delle attività formative proposte durante l'anno, può essere ricondotto a:

- un rallentamento nell'erogazione di contenuti riconducibili al progetto Futura, avviato nell'anno fiscale 2021/22, come ad esempio le pillole sullo *smart working*;
- un rallentamento nell'erogazione della formazione prevista dal D.Lgs 81/2008;
- un numero inferiore di candidati che, avendo intrapreso il percorso di *Academy* per Allievi *Store Manager*, ha partecipato alle aule formative.

Si segnala tuttavia che, in aggiunta alle ore ufficialmente certificate, l'Azienda ha organizzato numerose ore di formazione⁴² di prodotto, per il tramite di *webinar*, in collaborazione con alcuni fornitori. Nell'esercizio 2022/23 Unieuro S.p.A. e Monclick si sono focalizzate principalmente sulla formazione commerciale, sulla sicurezza e sui prodotti.

⁴¹ Tale valore non rappresenta il numero effettivo di dipendenti formati nell'anno fiscale, ma il numero di volte che gli stessi hanno preso parte ai corsi formativi.

⁴² Tale formazione è stata erogata al personale del punto vendita.



FORMAZIONE SU CYBER SECURITY E FIDELITY CARD

Nell'esercizio 2022/23 sono stati organizzati due corsi online dedicati alle tematiche della sicurezza informatica e fidelity card.

Cybersecurity - Il dipartimento ICT ha predisposto un portale dedicato alla formazione sul tema, articolano il corso in 12 pillole formative della durata complessiva di 15 minuti. Il corso, rivolto al personale della rete ha l'obiettivo di fornire indicazioni e raccomandazioni per svolgere il lavoro in sicurezza limitando il rischio di attacchi informatici.

Fidelity Card - Il corso "Procedura per la gestione della carta Unieuro Club" è stato reso disponibile sul portale e-learning aziendale per il personale dei punti vendita. Strutturato in due pillole formative, è finalizzato ad approfondire la corretta gestione del trattamento dei dati dei clienti che aderiscono al programma fedeltà.

Indicatori di performance⁴³

Ore di formazione erogate

Ore di formazione per genere e funzione	u.m.	28/02/2023			28/02/2022			28/02/2021		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Dipendenti impiegati in funzioni di supporto		891	543	1.433	2.090	1.872	3.961	1.963	2.299	4.282
%		62%	38%	5%	53%	47%	12%	46%	54%	41%
Dipendenti impiegati in funzioni di business	Ore	16.276	9.587	25.864	19.904	9.683	29.586	3.835	2.399	6.233
%		63%	37%	95%	67%	33%	88%	62%	38%	59%
Totale		17.167	10.130	27.297	21.993	11.554	33.547	5.818	4.698	10.515
%		63%	37%	100%	66%	34%	100%	55%	45%	100%

⁴³ I dati relativi agli anni fiscali 2021/22 e 2022/23 non considerano i dati relativi ai somministrati; pertanto, si risconteranno delle variazioni con i dati relativi all'anno fiscale 2020/21.

Numero di partecipazioni alle attività di formazione, da parte dei dipendenti, suddivise per genere e funzione

Partecipazione alle attività formative	u.m.	28/02/2023			28/02/2022			28/02/2021		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Dipendenti impiegati in funzioni di supporto		88	60	148	808	815	1.623	1.050	1.173	2.233
		59%	41%	3%	50%	50%	24%	47%	53%	30%
Dipendenti impiegati in funzioni di business	N.	2.402	2.291	4.693	3.090	2.011	5.101	2.752	2.421	5.173
		51%	49%	97%	61%	39%	76%	53%	47%	70%
Totale		2.490	2.351	4.841	3.898	2.826	6.724	3.802	3.594	7.396
		51%	49%	100%	58%	42%	100%	51%	49%	100%

Ore di formazione per tipologia

Ore di formazione per tipologia	u.m.	28/02/2023	28/02/2022	28/02/2021
Prodotti		5.694	3.877	554
Commerciale		8.492	4.191	304
Sviluppo Manageriale		140	-	-
Marketing		-	127	-
Sicurezza (ex. D.Lgs. 81/2008) ⁴⁴		4.442	9.519	1.314
Accademy Allievi Direttori		2.069	6.085	-
Apprendistato		3.008	5.408	1.396
Obblighi di legge		872	680	523
Formazione ex D.Lgs 231/2001	Ore	21	71,5	2.157
Linguistica		353	262,5	199
Privacy		1.270	221	497
Informatica ⁴⁵		897	1.188	2.842
Smart working		-	1.866	730
Corporate Governance ⁴⁶		-	51	-
Trasversale ⁴⁷		40	-	-
Totale		27.297	33.547	10.515

⁴⁴ A partire da marzo 2018, la formazione relativa agli obblighi normativi in materia di salute e sicurezza sul lavoro (ex. D.Lgs 81/2008) viene gestita direttamente dall'Ufficio Safety di Unieuro, risultando pertanto esternalizzata dall'Ufficio HR.

⁴⁵ Nuove categorie formative erogate nell'esercizio 2020/21.

⁴⁶ Nuove categorie formative erogate nell'esercizio 2021/22.

⁴⁷ La voce "trasversale" include alcune ore relative di formazione in ambito di teamwork e teambuilding

Ore di formazione medie suddivise per genere, livello e funzione⁴⁸

Ore medie di formazione per genere e categoria di dipendenti	u.m.	28/02/2023			28/02/2022			28/02/2021		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Impiegati in funzioni di supporto		3,79	2,63	3,25	9,12	9,45	9,28	9,14	12,56	10,71
Impiegati in funzioni di business		5,84	3,89	4,92	7,07	3,81	5,52	1,49	1,00	1,25
Dirigenti	Ore/N	7,38	5,10	7,06	18,09	4,25	17,17	15,22	1,50	14,73
Quadri		10,76	6,35	9,29	10,94	15,91	12,45	6,79	14,17	8,90
Impiegati		5,57	3,76	4,72	7,06	4,12	5,65	1,84	1,72	1,78
Totale		5,68	3,79	4,79	7,23	4,22	5,80	2,08	1,81	1,95

3.1.4. Valutazione delle performance

Il sistema di valutazione delle *performance* individuali adottato da Unieuro prende in esame i comportamenti organizzativi e professionali posti in essere dal singolo dipendente alla luce del ruolo ricoperto in azienda, con l'obiettivo di:

- promuovere il confronto e il dialogo tra Responsabile e Collaboratore, promuovendo la cultura del *feedback*;
- indirizzare le prestazioni e lo sviluppo dei collaboratori verso gli obiettivi aziendali;
- indirizzare i comportamenti professionali verso la cultura organizzativa aziendale;
- promuovere l'autoconsapevolezza dei collaboratori, ai fini del loro sviluppo;
- rafforzare i punti forti e intervenire sulle aree di miglioramento;
- sviluppare le potenzialità del collaboratore;
- sviluppare il senso di appartenenza e di identificazione nella mission aziendale;
- costruire una cultura organizzativa basata sui risultati e sul merito.

Il processo di *performance review* prevede una condivisione delle priorità ad inizio anno, un costante monitoraggio della prestazione - con l'invito a prevedere momenti di confronto e *feedback* continuativi - e prevede infine una fase di valutazione, successivamente condivisa con il collaboratore nell'ambito di un incontro di *feedback* individuale.

I cicli valutativi sono gestiti da uno specifico portale, che ne monitora tutte le fasi ed è accessibile in qualsiasi momento da tutti i dipendenti. I colloqui di valutazione delle *performance* sono individuali e coinvolgono il collaboratore con il proprio responsabile, a cui possono aggiungersi la

⁴⁸ Il dato è calcolato come rapporto tra le ore di formazione erogate e il numero totale dei dipendenti del Gruppo suddivisi per genere, livello e funzione. Inoltre, nel calcolo dei dipendenti, i dati relativi agli esercizi 2021/22 e 2022/23 non prendono in considerazione la categoria dei somministrati. Per questo motivo i valori non sono paragonabili a quelli riportati nell'esercizio 2020/21.

funzione Risorse Umane e/o il Responsabile della valutazione. Il processo di valutazione è esteso a tutti i ruoli di area corporate e dei negozi (funzioni di *business*); limitatamente alle funzioni di *business* (negozi) si prevede, esclusivamente, il coinvolgimento dei dipendenti che hanno maturato almeno 6 mesi di presenza nell'anno fiscale, così da permetterne un'opportuna valutazione dell'operato. Questa pratica giustifica la percentuale di valutati nell'anno, inferiore al 100%, arrivando a coprire, nell'esercizio 2022/23, 5.122 persone corrispondenti al 90% della popolazione.

Indicatori di *performance*⁴⁹

Valutazione delle *performance*⁵⁰

Categorie professionali	u.m.	28/02/2023			28/02/2022			28/02/2021		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Dirigenti		96	100	97	93	100	93	92	100	92
Quadri		100	96	99	67	111	79	100	100	100
Impiegati	%	89	88	88	87	84	86	84	82	83
Operai		-	100	100	-	100	100	91	87	90
Totale		89	88	89	87	84	86	84	82	83

3.1.5. Benessere, salute e sicurezza

Per Unieuro la salute e la sicurezza sul lavoro rappresenta un valore irrinunciabile per poter sviluppare in modo sostenibile, efficace e duraturo la propria organizzazione aziendale. In particolare, il Gruppo si impegna ad assicurare condizioni di lavoro che garantiscano il rispetto dell'integrità fisica e morale dei lavoratori, prestando particolare attenzione ai rischi connessi allo svolgimento delle attività sui luoghi di lavoro e derivanti dall'ambiente esterno.

Le politiche volte alla mitigazione dei rischi sono state strutturate e formalizzate sulla base dei modelli di gestione interni utilizzati dalla Società, ovvero il Modello 231 e i relativi protocolli di verifica, in osservanza del D.Lgs. 81/2008. La Società, ispirandosi alle fasi di un Sistema di Gestione della Salute e Sicurezza del Lavoro, ha definito infatti un proprio sistema aziendale di controllo idoneo all'adempimento di tutti gli obblighi giuridici relativi alla salute e sicurezza nei luoghi di lavoro, al fine di garantire i migliori *standard* di sicurezza alle proprie persone, ridurre o eliminare eventuali infortuni e malattie derivanti dalle attività lavorative, nonché migliorare la gestione dei rischi.

⁴⁹ I dati relativi agli anni fiscali 2021/22 e 2022/23 non considerano i dati relativi ai somministrati; pertanto, si riscontreranno delle variazioni con i dati relativi all'anno fiscale 2020/21.

⁵⁰ Il dato inserito al 28/02/2023 è relativo ai colloqui di valutazione delle performance per il periodo 01/03/2021 - 28/02/2022. Il confronto pertanto è da farsi sul dato dei valutati con il perimetro di personale al 28/2/22. Mantenendo la stessa metodologia di calcolo sono stati riportati le nuove percentuali anche per il FY 21/22. In particolare, per quanto riguarda le donne della categoria professionale quadro il valore 111% supera il 100% in quanto 2 donne hanno avuto un passaggio di ruolo da Impiegato a Quadro. Per il periodo 01/03/2022 - 28/02/2023 la Società si propone di perseguire gli stessi obiettivi dell'anno precedente, ma sarà possibile consuntivare il dato quantitativo e qualitativo non prima del mese di giugno del 2023 (termine dei cicli valutativi aziendali). Tale nota risulta essere in linea con quanto riportato nelle precedenti DNF.

LA GESTIONE DELLA SALUTE E SICUREZZA NEI LUOGHI DI LAVORO



Il sistema aziendale di controllo per la gestione della salute e della sicurezza, in conformità al D.Lgs. 81/2008, prevede:

- **un organigramma di ruoli e responsabilità;**
- **la realizzazione e la formalizzazione di Documento di Valutazione dei Rischi (DVR)**, all'interno del quale sono identificati e valutati i rischi afferenti alla salute e sicurezza nei luoghi di lavoro⁵¹. Durante l'emergenza da Covid-19, è stata redatta un'appendice al DVR dedicata al rischio pandemia, con lo scopo di tracciare le azioni messe in campo, al fine del contrasto e contenimento della diffusione del *virus* Covid-19 negli ambienti di lavoro;
- **l'applicazione di protocolli di controllo** ivi incluse la dotazione di sistemi di sicurezza infrastrutturali ed individuali;
- **la realizzazione e diffusione di procedure relative alla sicurezza** (presenti all'interno del portale Zucchetti);
- l'erogazione di **specifiche attività di formazione** (effettuata da una società esterna certificata e contattata direttamente dal RSPP);
- **attività di sorveglianza sanitaria** (organizzata direttamente dal RSPP);
- **attività di monitoraggio** (svolta operativamente da diversi soggetti aziendali:
 - RSPP, Area Manager, Direttori, etc.).

Rispetto alle funzioni dei servizi di medicina del lavoro, è presente un centro di medicina del lavoro che coordina la salute e la sicurezza dei lavoratori su tutto il territorio, in sinergia con l'ufficio *Safety* che pianifica e monitora le attività, nel rispetto delle normative vigenti, delle prescrizioni e delle limitazioni indicate dai medici coordinati, fornendo informative e strumenti di protezione. Come previsto dalla normativa vigente in materia, la definizione del protocollo sanitario spetta al Medico Competente (MC). Il monitoraggio della situazione sanitaria aziendale è garantito dall'invio, da parte di tale figura, dei dati aggregati sanitari e dell'informativa circa il rischio dei lavoratori sottoposti a sorveglianza sanitaria. La trasmissione avviene mediante l'Allegato 3B (come definito dall'Art. 40, comma 1 del D.Lgs. 81/2008) agli enti competenti. Per ogni sopralluogo effettuato, il Medico Competente produce un verbale sulle base delle rilevazioni. Ai sopralluoghi possono partecipare anche il Responsabile Sicurezza Prevenzione e Protezione (RSPP) e uno o più Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS). I processi volti ad agevolare la partecipazione dei lavoratori e la consultazione degli stessi in materia di salute e sicurezza sul lavoro vengono condivisi in primis con le direzioni dei punti vendita e, attraverso il regolare svolgimento delle

⁵¹ Come previsto dal D.Lgs. 81/2008 (Testo Unico sulla Sicurezza sul Lavoro), il DVR viene elaborato dal Datore di Lavoro (DL), in collaborazione con il Responsabile Sicurezza Prevenzione e Protezione (RSPP), verificato dal Medico Competente (MC) e portato a conoscenza dei Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS), al fine di evidenziare la gravità e la probabilità di accadimento degli eventi rischiosi specifici per ogni singolo ruolo e attività svolta dai dipendenti.

riunioni periodiche sulla sicurezza che coinvolgono il datore di lavoro o un suo rappresentante, i rappresentanti dei lavoratori, l'RSPP e il medico coordinatore.

Al fine di adempiere correttamente ai dettami del D.Lgs. 81/2008, la Società ha anche il compito di diffondere all'interno dell'azienda stessa la cultura della sicurezza attraverso opportune azioni informative e formative nei confronti di tutto il personale ai diversi livelli dell'organizzazione. Per evitare e mitigare gli impatti negativi significativi in materia di salute e sicurezza sul lavoro direttamente connessi alle attività operative, la Società ha attuato la stesura del "*Documento per la Valutazione dei Rischi*" (DVR) e del "*Documento Unico di Valutazione dei Rischi da Interferenze*" (DUVRI) legati agli appalti, persegue una comunicazione trasparente ed effettua controlli sulla documentazione.

Informative, formazione e comunicazione trasversale sono i principali strumenti utilizzati in azienda per comunicare, gestire e controllare eventuali incidenti o problematiche che potrebbero far incorrere in infortuni e malattie professionali - questi ultimi aspetti sono monitorati dall'azione di sorveglianza sanitaria, in essere per controllare periodicamente l'andamento della sicurezza e della salute dei lavoratori e la presenza di eventuali problematiche legate sia all'attività lavorativa, sia all'ambiente di lavoro. Nel corso dell'anno sono state pertanto svolte tutte le attività formative previste dalla normativa vigente in materia di salute e sicurezza sul lavoro per un totale di 4.442 ore di formazione erogate a 490 dipendenti. Dei dipendenti coinvolti il 63% è rappresentato da uomini ed il 37% da donne (appartenenti per il 99% alla categoria "impiegati", per lo 0,6% alla categoria "quadri" e il restante alla categoria "dirigenti"). La formazione viene svolta periodicamente sia in modalità *e-learning*, in aula, in modalità mista e video-conferenza. La formazione, oltre a generale e specifica, riguarda anche le attività di prevenzione e gestione dei rischi da incendio e di assistenza ed intervento di primo soccorso. Altre attività di formazione sono legate allo svolgimento di particolari attività, come quella di carrellisti e dei lavoratori in *smart working*, in questo caso è prevista una formazione ad hoc. Relativamente a Monclick, si precisa che le attività formative previste dall'art. 37 del D.Lgs 81/08 sono state svolte in modalità *e-learning*, come previsto dall'Accordo Stato-Regioni, mentre quelle previste per la squadra emergenze (antincendio e primo soccorso) sono state svolte in presenza.

Al fine di promuovere la salute delle proprie persone, in aggiunta alle attività di formazione, la Società fornisce al proprio personale dipendente dispositivi di protezione personale (DPI), volti anch'essi alla mitigazione del rischio di infortuni e incidenti sui luoghi di lavoro, con principale riferimento alle attività svolte presso i punti vendita. Sono inoltre previste, per tutti i dipendenti, le coperture assicurative aziendali per infortuni sul lavoro e per prestazioni sanitarie (es. accesso a Fondo Est per gli impiegati, Quas per i quadri e Fasdac per i dirigenti).

Come segnale di attenzione alla tutela delle proprie persone, anche per l'anno 2022, è stata rinnovata una specifica copertura assicurativa in caso di contagio da Coronavirus, che prevede un'indennità sia in caso di ricovero che di convalescenza, nonché un pacchetto di assistenza post-degenza, quali la consegna dei farmaci e della spesa a domicilio, per gestire il recupero della salute congiuntamente a tutti gli aspetti pratici della personale quotidianità.

ESTENSIONE AL 2022 DELLA COPERTURA ASSICURATIVA DEDICATA AI DIPENDENTI CONTAGIATI DAL COVID-19



“Con il riaccutizzarsi dell’epidemia, abbiamo scelto di infondere certezza e maggiore serenità ai colleghi che dovessero contrarre il virus, offrendo loro l’accesso ad indennizzi e un supporto concreto che semplifichi la gestione della vita familiare in un momento particolarmente complesso. L’estensione della copertura assicurativa rappresenta quindi un segno di attenzione dalla particolare valenza sociale ed economica, che rafforza ancor di più il legame tra Unieuro e le sue persone.”

Paolo Botticelli, Human Resources Director di Unieuro

MISURE DI CONTENIMENTO E CONTRASTO ALLA DIFFUSIONE DEL COVID-19



Al fine di contenere la diffusione del virus Covid-19 negli ambienti lavorativi, la Società si è inoltre dotata di specifici presidi di controllo, riportati in maniera dettagliata all’interno di procedure operative formalizzate dal RSPP, condivise in video conferenza con i Direct Channel Director e il Chief Operating Officer, nonché diffuse a tutta l’organizzazione.

Tra le principali misure adottate si segnalano: distribuzione al proprio personale di DPI (mascherine chirurgiche e monouso); accessi ai siti - Sede e negozi - contingentati e previa misurazione della temperatura; adozione di segnaletica specifica a pavimento e mediante cartelli informativi per la clientela sia all’esterno del punto vendita, che nelle zone di maggiore afflusso; trasmissione su Radio Unieuro di uno specifico messaggio per ricordare le misure di prevenzione; pulizia e sanificazione dell’azienda; turnazione, *smart working* e rimodulazione dei livelli produttivi.

Le procedure sono state redatte per tutti i dipendenti e non dipendenti della Società: per la sede di Forlì e i negozi, per il Polo Logistico di Piacenza, per i fornitori e le società esterne i cui lavoratori accedono e stazionano nei luoghi di lavoro della Società. Inoltre, sono state introdotte specifiche *policy* per i Direct Channel Director, gli Area Manager, l’Indirect Channel Director, gli Area Manager Franchising e per l’Order Planning Director, in quanto lo svolgimento della loro mansione prevede la necessità di effettuare visite e sopralluoghi presso i punti vendita, sia all’interno che all’esterno della Regione di residenza/domicilio, e per gli impiegati tecnici dell’Ufficio Tecnico e Servizi, in quanto lo svolgimento della mansione prevede la necessità di effettuare la supervisione dei cantieri sia all’interno che all’esterno della regione di residenza/domicilio. La Società, inoltre, sta completando la redazione del manuale della sicurezza per i Direttori.

Anche Monclick si è fin da subito dotata di specifici presidi di controllo volti a contrastare la diffusione del virus negli ambienti di lavoro (es. turnazione, accessi contingentati, misurazione della temperatura, diffusione di postazioni di gel sanificante, distanziamento sociale, accessi vietati a personale non dipendente e fornitori, sistemi di sanificazione etc.) ed ha fin da subito adottato una politica di *“Smart Working”*, dotando i propri dipendenti dei dispositivi e delle utilità aziendali necessari al fine di ridurre il più possibile il transito presso i luoghi di lavoro.

Al fine di promuovere idonei flussi informativi in materia di salute e sicurezza, nel 2006 Unieuro S.p.A. ha attivato un apposito portale *“Help Desk”*, accessibile da tutti i punti vendita e gestito centralmente dalla funzione Ufficio Tecnico e Servizi, che ha lo scopo di raccogliere le richieste dei punti vendita in merito ad interventi manutentivi, a seguito di guasti o anomalie su impianti e luoghi di lavoro. Inoltre, eventuali violazioni o problematiche in tema di salute e sicurezza possono essere segnalate mediante il sistema di *whistleblowing* e/o comunicate al RSPP o RLS.

L'impegno del Gruppo ad assicurare livelli ottimali di gestione della salute e sicurezza dei propri dipendenti è testimoniato anche dal costante obiettivo di riduzione del numero di infortuni registrati⁵².

Nel corso dell'esercizio si segnala che non sono stati registrati infortuni sul lavoro da parte di collaboratori esterni.

Si segnala altresì che non sono stati registrati casi di malattie professionali, per i dipendenti del Gruppo e collaboratori esterni, relativamente all'esercizio 2022/23

Infine, l'incremento registrato negli indici infortunistici è attribuibile principalmente alla normalizzazione dell'attività a seguito del venir meno dell'emergenza pandemica. Infatti, nei passati esercizi, gli indici furono influenzati dalla combinazione di molteplici fattori fra i quali i casi di positività al Covid-19, l'isolamento domiciliare a seguito di contatti stretti con persone positive al virus ed i minori giorni di apertura degli store al pubblico a causa di ordinanze nazionali e regionali che imponevano per esempio la chiusura nei giorni festivi e prefestivi.

Indicatori di *performance*⁵³

Infortuni dei dipendenti per tipologia e genere

Dipendenti	u.m.	28/02/2023			28/02/2022			28/02/2021		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Infortuni sul lavoro registrabili ⁵⁴	N°	56	42	98	60	37	97	44	22	66
di cui in itinere ⁵⁵		-	-	-	24	17	41	11	12	23

⁵² Gli infortuni sono principalmente legati alla movimentazione manuale carichi: dolori muscolari, urti, lievi traumi ad arti inferiori e superiori.

⁵³ I dati relativi agli anni fiscali 2021/22 e 2022/23 non considerano i dati relativi ai somministrati; pertanto, si risconteranno delle variazioni con i dati relativi all'anno fiscale 2020/21.

⁵⁴ Per quanto riguarda la controllata Monclick S.r.l., nel corso degli ultimi tre esercizi, non si sono registrati né infortuni sul lavoro né malattie professionali.

⁵⁵ In linea con le richieste del GRI 403-9, tale voce comprende gli infortuni in itinere solo quando il trasporto è stato organizzato dall'organizzazione.

Tassi di infortunio dei dipendenti

Indici infortunistici ⁵⁶	28/02/2023			28/02/2022			28/02/2021		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Tasso di ore di lavoro perse	2,31	2,38	2,34	1,73	1,61	1,68	2,00	0,95	1,55
Tasso di assenteismo	4,59	3,53	8,13	3,36	2,47	5,83	3,29	1,18	4,46
Tasso di infortuni sul lavoro registrabili	11,24	11,28	11,26	12,32	9,65	11,15	10,70	7,07	9,13

Infortuni dei collaboratori esterni per tipologia e genere e indici infortunistici⁵⁷

Collaboratori esterni	u.m.	28/02/2023	28/02/2022	28/02/2021
Infortuni sul lavoro registrabili		-	7	-
di cui in itinere	N°	-	5	-

3.1.6. Relazione con i sindacati

Operando in un settore ad alta intensità di lavoro, nel quale la qualità del rapporto tra il personale di vendita e la clientela è elemento fondante del vantaggio competitivo, la corretta gestione delle relazioni sindacali rappresenta una tematica di rilievo per Unieuro, al fine di garantire un positivo e costruttivo confronto con le rappresentanze dei lavoratori. Nel corso degli anni, Unieuro ha sempre praticato una politica di confronto e dialogo diretto e trasparente con le organizzazioni sindacali, sia nazionali che territoriali, sottoscrivendo accordi di secondo livello o contratti di solidarietà, confrontandosi e presentando i risultati aziendali o del singolo punto vendita e i dati relativi al personale.

Nel corso dell'esercizio 2022/23 sono stati svolti specifici incontri con le organizzazioni sindacali nazionali e territoriali. Tra i principali temi di discussione e condivisione vi sono stati: l'oggetto dei precedenti accordi, i risultati aziendali, i dati relativi al personale ma anche l'andamento del singolo punto vendita o delle specifiche attinenti alle realtà locali di riferimento.

Attualmente Unieuro è in trattativa per il rinnovo degli accordi di secondo livello. Per quanto riguarda la videosorveglianza sono stati sottoscritti accordi sindacali per l'utilizzo delle videocamere di sorveglianza presso i punti vendita interessati. Relativamente al sistema

⁵⁶ Gli indici infortunistici tengono conto degli infortuni sul lavoro e degli infortuni in itinere e sono così calcolati:
 Tasso di ore di lavoro perse: (numero totale di ore perse da infortuni / totale ore lavorate) *1.000
 Tasso di assenteismo: (numero di giorni di assenza per infortuni / giorni lavorativi nel periodo)
 Tasso di malattie professionali (ODR): (numero totale di casi di malattie professionali / totale ore lavorate) *200.000
 Tasso di infortuni sul lavoro registrabili: (numero totale di infortuni registrabili / totale ore lavorate) *1.000.000
 Tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze: (numero totale di infortuni registrabili con gravi conseguenze / totale ore lavorate) *1.000.000
 Tasso di decessi derivanti da infortunio sul lavoro: (numero totale di decessi derivanti da infortunio / totale ore lavorate) *1.000.000

⁵⁷ Con riferimento agli indici infortunistici dei collaboratori esterni, il "Tasso di infortuni sul lavoro registrabili", non è disponibile per i FY 2021-2022 e 2022-2023. Per maggiori informazioni sull'omission si rimanda al GRI Content Index del presente documento (nello specifico al GRI 403-9). Nel FY 2022-2023, per quanto riguarda i collaboratori esterni, non si sono verificati infortuni sul lavoro con gravi conseguenze, decessi derivanti da infortuni sul lavoro, malattie professionali registrabili e decessi derivanti da malattie professionali registrabili.

incentivante, alle relazioni sindacali, al lavoro domenicale e alla sicurezza sul lavoro è in corso un confronto sulle tematiche oggetto dei precedenti accordi.

Come previsto dalle normative vigenti e in linea con il CCNL di riferimento, in caso di modifiche organizzative, ad esempio nel caso di trasferimento dei lavoratori con responsabilità di direzione esecutiva che determini il cambio di residenza, Unieuro concorda con i propri collaboratori le tempistiche di preavviso e, qualora non vi sia accordo tra le parti, rispetta quanto previsto dall'art. 254 del CCNL che garantisce un preavviso per iscritto di 45 giorni ovvero di 70 giorni per coloro che abbiano dei familiari a carico.

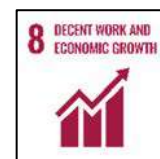
Indicatori di *performance*⁵⁸

Dipendenti coperti da contratti collettivi di contrattazione

Dipendenti	28/02/2023	28/02/2022	28/02/2021
Numero dipendenti coperti da contratti collettivi di contrattazione	5.695	5.784	5.391
Totale dipendenti	5.695	5.784	5.391
Tasso di copertura	100%	100%	100%

⁵⁸ I dati relativi agli anni fiscali 2021/22 e 2022/23 non considerano i dati relativi ai somministrati; pertanto, si riscontreranno delle variazioni con i dati relativi all'anno fiscale 2020/21.

3.2. Clienti



Nello scenario in continua evoluzione del *retail* la costruzione di una relazione duratura con i clienti è correlata non soltanto alla vastità dell'offerta e all'accessibilità dei prodotti, ma anche alla capacità di offrire un servizio di qualità e di instaurare un rapporto di fiducia con il cliente. L'approccio di Unieuro è pertanto incentrato sulla soddisfazione e sulla tutela dei propri clienti, con particolare attenzione a quelle richieste capaci al contempo di migliorare la *brand reputation* e di favorire un reale aumento della qualità del servizio prestato.

Come previsto anche dal Codice Etico, la Società opera con l'obiettivo di assicurare che tutti i rapporti con i clienti siano improntati alla piena trasparenza, correttezza e professionalità ed al rispetto della legge, con particolare riferimento alle disposizioni in tema di antiriciclaggio, antiusura e trasparenza. Il Gruppo, grazie a questi principi cardine del proprio modello di *business*, è in grado di gestire adeguatamente le esigenze e le aspettative dei propri clienti, rispondendo prontamente ad eventuali segnalazioni o reclami, offrendo sempre un servizio trasparente e di qualità.

Il modello di servizio di Unieuro è pensato e sviluppato alla luce della *vision* strategica del Gruppo, che prevede, oltre alla continua crescita profittevole del *business*, anche la valorizzazione della centralità del cliente e le opportunità dell'omnicanalità, ciascuno declinato in tutti i punti di contatto attraverso i quali la Società si relaziona ogni giorno con i propri clienti finali.

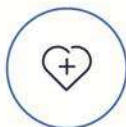
In particolare, la vicinanza al cliente ha una duplice valenza, dei bisogni dei clienti e di prossimità. Quest'ultima, a sua volta, si realizza sia sul piano fisico, grazie alla capillarità della rete di negozi (533 punti vendita fra diretti ed affiliati), sia grazie all'integrazione della piattaforma unieuro.it nell'ecosistema digitale, combinando le funzioni offerte dai motori di ricerca e sfruttando l'interazione con i principali *social network*, da casa, via *mobile* ed in prossimità del negozio stesso.

A distanza di cinque anni dal lancio della prima piattaforma di *e-commerce*, Unieuro, nel 2021, ha avviato il progetto *"Revolution"*: un nuovo sito e una nuova app distintivi, pensati in ottica *"desktop last"* e fortemente ispirati allo stile di navigazione e fruizione tipico dei *social network*.

Da un punto di vista omnicanale, prossimità si traduce anche nel progetto *"click and collect"*, il sistema di ritiro presso i punti di vendita fisici dei prodotti acquistati dalla clientela sul canale *online*. Unieuro è infatti una delle prime società in Italia ad aver intuito la potenzialità di utilizzare i 484

punti di ritiro, selezionati tra i propri punti vendita, per gli ordini veicolati via *web*, avvicinandosi così ulteriormente ai propri clienti desiderosi di tagliare tempi di attesa e costi aggiuntivi di consegna, nonché di utilizzare metodi di pagamento alternativi alla moneta elettronica.

LA GESTIONE DELL'EMERGENZA PANDEMICA



La vision strategica di Unieuro punta da sempre a valorizzare la centralità del cliente, investendo sulle opportunità offerte dalla omnicanalità e perciò favorendo l'attivazione di progetti di convergenza tra fisico e digitale, in modo da garantire la migliore risposta possibile ai bisogni dei clienti.

È proprio l'orientamento customer-centric di Unieuro che, di fronte alle mutate esigenze emerse durante il periodo di pandemia, ha reso effettivo un rapido adattamento dell'offerta aziendale, con l'introduzione di quattro nuovi servizi (aTuperTU, CIAOfila, AUTOritiro, CLICCA&ritira) volti a mantenere fluida – e al contempo sicura – l'esperienza di acquisto. La possibilità di erogare consulenze dedicate e personalizzate, gli ingressi contingentati, la velocità del servizio degli addetti e la comodità di ritirare i prodotti acquistati in totale sicurezza senza scendere dal proprio veicolo sono solo alcuni dei vantaggi ottenuti grazie ai servizi citati. Tuttavia, nel contesto attuale di ritorno alla normalità con il periodo emergenziale giunto al termine, si assiste a un'ulteriore trasformazione dei bisogni e delle aspettative dei clienti che, di fatto, svuotano la domanda di questa tipologia di servizi, contingentati alla situazione pandemica e quindi non più necessari. Unieuro rimane ferma nell'obiettivo di collocare il cliente al centro delle proprie scelte strategiche e quindi di adattarsi nuovamente alle evoluzioni del mercato, abbandonando gli schemi di risposta emergenziale e muovendosi verso nuove e più adeguate soluzioni, che possano portare un reale valore aggiunto anche nel contesto attuale.

Nel corso dell'esercizio al fine di facilitare la condivisione delle esperienze di vendita in un'ottica di costante miglioramento e crescita, Unieuro ha avviato il progetto "Menti Connesse" che ha visto l'organizzazione di un ciclo di 28 incontri settimanali ed il coinvolgimento di 273 negozi, per un totale di circa 7.000 ore di attività e confronti. Le figure chiave all'interno del progetto sono state gli *Ambassador*, selezionati dagli Area Manager in rappresentanza della propria area e il *team* Menti Connesse (rappresentato da alcuni *Store Manager*). Ogni *Ambassador* aveva il compito di condurre un'aula, condividere la propria esperienza e raccogliere dai partecipanti gli spunti più interessanti. Il *team* Menti Connesse aveva il ruolo di organizzare gli incontri e di preparare la formazione degli *Ambassador*, fornendo loro le linee guida per la conduzione in autonomia dell'incontro e la raccolta degli spunti dai partecipanti. Al termine di ogni sessione, gli *Ambassador* restituivano al *team* la raccolta degli interventi più utili; il *team* si occupava quindi di elaborare una sintesi delle tecniche di vendita, dei punti di forza e una sezione denominata "*forse non tutti sanno che*" dedicata alle informazioni meno conosciute di un determinato argomento. La sintesi di questo lavoro veniva quindi condivisa ogni settimana con gli Area Manager della rete e, a cascata, con i direttori di negozio e con tutti i colleghi della rete, in modo da offrire spunti operativi da sfruttare nel lavoro quotidiano di ognuno. Alla luce dell'elevato interesse riscontrato e dei tanti spunti raccolti, la Società ha deciso di riproporre tale esperienza anche per l'esercizio 2023/24. L'idea è di rivedere le parti salienti del progetto rafforzando in particolare "*forse non tutti sanno che*" per avvicinare sempre più i dipendenti dei punti vendita alle reali esigenze dei clienti.

3.2.1 Qualità dei servizi e centralità del cliente

La soddisfazione del cliente non può prescindere dall'attività di gestione e sviluppo della *Customer Satisfaction* che il Gruppo monitora grazie a specifici indicatori, tra cui: tasso di abbandono, numero

di *ticket*⁵⁹ in ingresso, tempo di gestione/risoluzione dei *ticket* in entrata, numero di chiamate in ingresso, tempi medi di risposta telefonica e *backlog*.

Le diverse funzioni aziendali, ciascuna per la propria area di competenza, effettuano costantemente attività di monitoraggio anche al fine di evitare possibili disservizi relativi alla consegna dei prodotti a domicilio e alle tempistiche di consegna, soprattutto nei periodi di picco delle vendite. Le problematiche di varia natura che dovessero emergere nella gestione e/o nell'evasione degli ordini sono affrontate attraverso *problem solving room*, tavoli interfunzionali chiamati a trovare soluzioni in maniera efficace e tempestiva alle criticità riscontrate. Inoltre, vengono effettuate analisi sulla difettosità delle singole categorie merceologiche messe in commercio per monitorare i livelli di qualità dei prodotti ed avanzare, tramite il servizio commerciale, eventuali segnalazioni ai fornitori interessati, laddove necessario.

Per quanto riguarda Monclick, il *Care Team* monitora costantemente la soddisfazione della clientela tramite *report* elaborati dalla figura responsabile del supporto clienti. Viene analizzata la *performance* in base a: contatti ricevuti, *e-mail*, telefonate e messaggi su *social network*. Vengono monitorate e gestite, in termini di *customer satisfaction*, le opinioni dei clienti ed osservata la *performance* dell'ufficio analizzando le opinioni dei clienti sui contatti ricevuti. Mediamente il numero di contatti mensili che raggiungono il *Care Team* è di circa 13 mila *e-mail* ricevute (di cui l'80% gestite) e circa 8 mila telefonate ricevute (di cui l'80% gestite). Il *Care Team* si occupa, inoltre, di tutte le problematiche e richieste inerenti il "ciclo attivo" e il "ciclo passivo" degli ordini fatti su Monclick.it, cioè la gestione e la cura del cliente durante il percorso di acquisto, dagli approfondimenti sul prodotto in prevendita all'assistenza alla navigazione del sito *web*, dal perfezionamento delle transazioni all'aggiornamento delle informazioni relative alla tracciatura delle spedizioni fino alla gestione di eventuali problemi sull'ordine (mancanza merce, problemi di pagamento, errori tecnici). Viene monitorato nello stesso modo tutto il ciclo passivo in termini di pratiche gestite, quali ad esempio anomalie di trasporto, guasti, recessi e respinti. Il trattamento è riservato a tutte le piattaforme annesse (vendite private, *partner* esterni, eBay, Meta, ecc.).

IL SERVIZIO DI ASSISTENZA VIRTUALE: QUIperTE



Nel 2022 è stato attivato in fase pilota un nuovo servizio di assistenza virtuale per migliorare l'esperienza di acquisto del cliente. L'assistente virtuale permette ai clienti di attivare una chat o una videochiamata da smartphone con uno degli operatori in negozio, durante la navigazione sul sito internet. Il servizio è disegnato per supportare il cliente mostrando prodotti presenti nello store tramite videochiamata, consigliare altri prodotti, prenotare un appuntamento negli store, proporre offerte ed altro.

3.2.2 Customer centricity ed innovazione

Con il Piano Strategico quinquennale 2021-2026, Unieuro si propone di completare la trasformazione digitale dell'azienda divenendo un *retailer* compiutamente omnicanale e mettendo in atto la nuova strategia "Omni-Journey. Si apre un nuovo capitolo nella storia della Società con l'ambizione di passare da "Market Leader" a "Market Setter", cioè il *player* che guida l'andamento del settore, anticipa i *trend* di mercato e influenza il resto della catena del valore, con l'obiettivo

⁵⁹ Strumento di comunicazione con il cliente attraverso la compilazione di una scheda online disponibile sul sito della Società.

ultimo di consolidare il ruolo di “destinazione naturale” per gli acquisti tecnologici in ogni fase dell’esperienza del cliente.

L’approccio “Omni-Journey” poggia su quattro pilastri strategici (*Omni-Choice*, *Omni-Purchase*, *Omni-experience*, *Responsible Innovation*) che accompagnano il cliente durante tutta la sua esperienza, prima, durante e dopo l’acquisto.



In questo percorso, attenzione massima è rivolta al potenziamento degli strumenti a disposizione del management, rendendo le strategie *data-driven* e garantendo un’estrema personalizzazione dell’offerta (in termini di assortimento, prezzo, promozioni, comunicazione) e dell’esperienza del cliente in tutte le sue fasi. Il piano prevede, inoltre, importanti investimenti per rafforzare l’infrastruttura tecnologica gestionale, soprattutto in ambito di *cybersecurity*, e nello sviluppo del modello operativo di *customer care*, al fine di migliorare il livello di servizio offerto e ottimizzare la comunicazione, anche proattiva, verso il cliente.

Grazie all’evoluzione strategica del modello operativo verso un’architettura IT avanzata e un CRM (*Customer Relationship Management*) pronto ad incontrare le aspettative dei clienti, il Gruppo mira così a consolidare il suo posizionamento nel campo dell’Innovazione Responsabile, mettendo la tecnologia al servizio delle persone.

In particolare, nel corso dell’esercizio, Unieuro ha confermato l’*effort* dell’organizzazione sul miglioramento dei processi di *back end* rispondendo all’esigenza di un cliente maggiormente esigente ed informato che - con la forte crescita della digitalizzazione ed il consolidamento delle abitudini dopo la fine del periodo pandemico - è sempre più alla ricerca di un’esperienza di acquisto integrata, nella quale il confine *offline* ed *online* risulta meno evidente. Lo sforzo dell’azienda è stato quindi di operare in una logica “*Value & Purpose Driven*”, lavorando sullo sviluppo di una strategia sostenibile e di valore verso tutti i principali *stakeholder* e sviluppando un’offerta sempre più competitiva estendendo l’assortimento dei prodotti a marca privata.

La centralità del cliente è inoltre testimoniata dall’attenzione costantemente prestata al suo livello di soddisfazione, monitorata con regolarità, a partire dal 2017, attraverso il calcolo del *Net Score Promoter* (NPS). Tale misurazione prende in esame una serie di *critical point*, definiti per entrambi i canali - *offline* e *online* - al fine di avere un quadro dettagliato di tutti gli elementi principali alla base del *journey* del cliente e che ne possono influenzare positivamente o negativamente il livello di soddisfazione complessiva. Il sistema di rilevazione adottato da Unieuro è innovativo in quanto basato sull’invio del questionario a tutti i clienti (ma ogni cliente può partecipare ad una sola rilevazione all’anno), prescindendo dal canale d’acquisto, il che permette di cumulare il dato su orizzonti temporali ampi.

Durante l'esercizio 2022/23 l'azienda ha lavorato alla revisione del questionario NPS al fine di rendere lo strumento più efficace, da un lato, nella rilevazione delle mutate esigenze dei clienti, dall'altro nel monitorare la soddisfazione relativa alle ultime evoluzioni dei processi aziendali. L'istituto di ricerca, *partner* nella revisione dello strumento, ne ha certificato la metodologia e la piena confrontabilità con le rilevazioni degli anni precedenti.

Il processo di invio del questionario avviene su base continuativa, tutto l'anno entro i 15 giorni dall'avvenuto acquisto così da permettere di rilevare criticità in un periodo specifico e azzerare eventuali "effetti di stagionalità". Tutti gli elementi ed i *feedback* che emergono dalla lettura delle varie componenti dell'NPS vengono costantemente monitorati ed utilizzati per identificare eventuali azioni di miglioramento. In particolare, nell'esercizio in corso, si ritiene che il progresso dell'indicatore abbia potuto trarre beneficio dalle azioni intraprese nell'ambito della gestione dei processi *online* in ottica E2E (*end-to-end*) e dal rafforzamento del *customer care*. Tali attività hanno generato una progressiva riduzione delle segnalazioni dei clienti ed un miglioramento dei tempi di risposta e di lavorazione delle chiamate ricevute. Grazie alla gestione diretta di tutto il processo di rilevazione ed elaborazione dei dati Unieuro ha reso l'NPS, non solo un importante strumento diagnostico e motore di iniziative strategiche, ma un vero e proprio asset aziendale ed un elemento fondante della sua cultura "Customer Centrica".

Per maggiori dettagli si rimanda al paragrafo "*La massimizzazione dell'experience e del livello di servizio offerto al cliente finale lungo l'intera journey*" all'interno della Relazione Finanziaria Annuale 2022/23.

3.2.3 Salute e sicurezza dei clienti

Oltre alla competitività e al livello di servizio offerto, la forza di Unieuro si basa anche sul livello di fiducia che i clienti sviluppano nei confronti dei prodotti venduti. Per questo motivo, il Gruppo si impegna a garantire il massimo livello di qualità e di protezione dei consumatori, sia in termini di sicurezza del prodotto venduto, sia dal punto di vista della tutela dei dati e delle informazioni raccolti.

In ogni caso i produttori ed i distributori di Unieuro garantiscono la conformità dei prodotti rispetto ai Regolamenti Europei e alle normative nazionali in tema di sicurezza in generale ed in materia di consumo energetico. In generale per tutti i prodotti a marchio esclusivo ed in particolare per i prodotti a marchio Electroline la fiducia nel prodotto è tutelata *in primis* dall'approvvigionamento da fornitori di alto profilo, spesso internazionale, la cui qualità e affidabilità sono parte fondamentale del loro posizionamento di *leader* del mercato. La conformità dei prodotti alle leggi e ai regolamenti sulla sicurezza è, inoltre, monitorata periodicamente attraverso verifiche campionarie da parte delle autorità esterne, per valutarne le reali caratteristiche e certificazioni alla luce della Direttiva Europea RoHS (*Restriction of Hazardous Substances Directive*), che stabilisce specifiche norme riguardanti la restrizione all'uso di sostanze pericolose nelle Apparecchiature Elettriche ed Elettroniche al fine di contribuire alla tutela della salute umana e dell'ambiente.

La gestione delle non conformità relative alla salute e sicurezza dei clienti

Per quanto riguarda la non conformità dei prodotti e servizi rispetto a requisiti in materia di salute e sicurezza dei consumatori si segnala che, nell'anno fiscale 2022/23, non si sono verificati casi di non conformità.

Relativamente ai casi già rendicontati nella DNF 2021/22 di seguito si condividono i relativi aggiornamenti.

- Nel biennio precedente è stato avviato un procedimento amministrativo da parte della Camera di Commercio di Milano Monza Brianza Lodi⁶⁰ per la non conformità di un prodotto a marchio Electroline (etichettatura non conforme e pretesa mancanza della documentazione informativa all'interno della confezione del prodotto). Il procedimento, conclusosi con una sanzione di 84.000 Euro, era stato successivamente impugnato dalla Società. In data 12 gennaio 2021 la Camera di Commercio di Forlì e della Romagna ha notificato 7 ordinanze-ingiunzioni confermando le sanzioni già elevate dalla Camera di Commercio di Milano Monza Brianza Lodi. Unieuro ha impugnato innanzi al Tribunale di Forlì le 7 ordinanze. Il Tribunale di Forlì con sentenza dell'08/04/2022 ha confermato una parte delle sanzioni riducendo l'importo complessivo delle sanzioni a 56.000 Euro. Unieuro ha pagato le sanzioni in data 08/06/2022.
- Nel mese di febbraio del 2021 Unieuro ha ricevuto una richiesta di audizione per il giorno 1° aprile 2021 da parte della Camera di Commercio di Venezia-Rovigo, per la discussione degli scritti difensivi presentati da Unieuro a fronte di una sanzione notificata nel dicembre 2016 per 5.000 Euro. La contestazione della Camera di Commercio era relativa ad una zanzariera elettrica fornita da Euroequipe S.r.l., per la pretesa mancanza dei requisiti di sicurezza elettrica e di compatibilità elettromagnetica. Unieuro ha inviato scritti difensivi con richiesta di audizione, ma la Camera di Commercio ha riscontrato tale richiesta soltanto nel mese di febbraio 2021. Ad oggi non si hanno aggiornamenti su tale caso.
- Nel mese di marzo del 2021 è pervenuto un preavviso di rivalsa da parte della compagnia di assicurazioni AXA con la quale si rende noto, per la prima volta, che nel mese di aprile del 2020 è avvenuto un incendio ai danni di un consumatore, causato da un *hoverboard* acquistato nel punto vendita Unieuro di Perugia. Al momento non si conoscono i dettagli del sinistro e la quantificazione del danno. Ad oggi non ci sono stati ulteriori sviluppi e la pratica è in gestione da parte dell'Ufficio Assicurazioni di Unieuro che ha respinto la richiesta di rivalsa.
- Nel mese di ottobre del 2021 la Camera di Commercio di Ravenna ha avviato un procedimento amministrativo di verifica di un forno elettrico ad incasso Electroline nell'ambito del quale sono ancora in corso accertamenti e prove di laboratorio. La Camera di Commercio di Ravenna, all'esito delle prove di laboratorio, ha irrogato una sanzione di 4.000 Euro che è stata pagata da Unieuro il 26/01/2023.

Come già indicato nel paragrafo "*La gestione dei rischi non finanziari*", la vendita di prodotti dannosi per la salute dei cittadini o non in linea con le normative europee di sicurezza o qualità dei prodotti, seppur disciplinata dagli accordi quadro e oggetto di certificazione da parte di organismi terzi, potrebbe esporre Unieuro al rischio di richieste di risarcimento per danni e alla perdita di fiducia da parte dei consumatori. A presidio di tale rischio, la Società ha attivato dei contratti di assicurazione relativamente a quegli aspetti per cui non potrebbe legittimamente rivalersi verso il fornitore o verso il produttore.

⁶⁰ Vedasi precedente DNF.

3.2.4 Trasparenza delle informazioni sui prodotti e sulle offerte commerciali ai clienti

Le attività di *marketing* e di comunicazione pubblicitaria, strutturate e programmate in linea con l'operatività della Società quale distributore omnicanale, costituiscono un importante elemento della strategia di Unieuro in quanto, oltre a supportare lo sviluppo e la riconoscibilità del marchio, sono funzionali allo sviluppo del mercato e giocano un ruolo fondamentale nelle relazioni con la clientela.

Le principali campagne pubblicitarie prevedono, alternativamente o contemporaneamente, in distribuzione di volantini promozionali, pubblicità radiofonica e televisiva ed operazioni promozionali a premio, quali raccolte punti, concorsi, buoni d'acquisto ed operazioni promozionali mirate quali il cosiddetto "sottocosto".

Monclick, invece, promuove la propria attività prevalentemente sui canali *online*, avvalendosi di strumenti di *content management* e *product marketing* al fine di garantirne la correttezza in termini di informazioni tecniche di prodotto e in termini di *pricing* dei prodotti in vendita. Il tutto sotto il diretto controllo del *management* aziendale. Inoltre, è stata promossa l'informazione e la formazione sulle pratiche commerciali scorrette, è stato spiegato il significato di operare in *dropshipping* e sono state inserite sul sito *web* diciture specifiche per segnalare la verifica dell'effettiva disponibilità del prodotto una volta effettuato l'ordine e un'icona per le etichette energetiche su tutte le immagini che compaiono con un prezzo abbinato.

La trasparenza nelle comunicazioni e nelle offerte, regolamentata dal Codice di Consumo, rappresenta uno dei principi cardine che Unieuro persegue nei rapporti con il pubblico. Per questo, coerentemente con i principi deontologici aziendali contenuti nel Modello 231 e nel Codice Etico, la Società si impegna a non vendere, in nessun caso, prodotti con caratteristiche differenti rispetto a quanto riportato in etichetta (es. luogo di produzione, materiale) che possano indurre in errore il consumatore finale circa l'origine e la provenienza del prodotto, né a vendere al dettaglio prodotti la cui qualità è inferiore o diversa da quella dichiarata sull'etichetta.

Il modello di gestione adottato dalla Società prevede la collaborazione di esperti, interni ed esterni all'azienda, dedicati alla verifica preventiva della fattibilità di determinate operazioni commerciali. Nello specifico, la Società si avvale di consulenti per la verifica preventiva del contenuto dei regolamenti di operazioni a premio; l'Ufficio Legale viene coinvolto dalle funzioni competenti, per la verifica preventiva della fattibilità di specifiche operazioni commerciali (ad esempio le vendite "sottocosto") e per la verifica del contenuto delle informazioni più rilevanti in tema di comunicazione su volantini, comunicazioni tramite il sito internet, ecc. La Società si avvale altresì di consulenti per la pubblicazione delle schede tecniche dei prodotti presso il sito di e-commerce e per la predisposizione delle etichette energetiche nei casi in cui Unieuro S.p.A. agisce in qualità di importatore dei prodotti fabbricati extra-UE.

Nello specifico, la Direzione *Marketing* deve garantire la corrispondenza fra le caratteristiche dei prodotti presentati in qualsiasi comunicazione di carattere pubblicitario e/o promozionale e quelli posti in vendita, con particolare riferimento alla quantità, qualità, origine o provenienza dei prodotti.

Pur avendo definito delle specifiche procedure volte a garantire la divulgazione di informazioni corrette, chiare e trasparenti, la Società si impegna ad attuare tempestivamente gli interventi necessari ad assicurare un livello di trasparenza sempre maggiore.

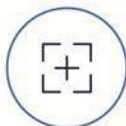
UNIEURO È “INSEGNA DELL’ANNO” E SI AGGIUDICA IL PREMIO DIGITAL MARKETING AI DIGITAL (R)EVOLUTION AWARDS DI BAIN & COMPANY ITALIA



Unieuro è “Insegna dell’Anno” nella categoria Elettrodomestici & Elettronica e si aggiudica il premio *Digital Marketing ai Digital (R)Evolution Awards* di Bain & Company Italia.

- **Insegna dell’Anno**, la versione italiana di Retailer of the Year, è la più grande indagine tra consumatori in Italia giunta alla sua quindicesima edizione, che ha registrato nel 2022 ben 134.930 consumatori votanti che hanno espresso un totale di 241.833 preferenze certificate alle 550 insegne coinvolte.
- Il premio **Digital Marketing ai Digital (R)Evolution Awards** di Bain & Company Italia è stato ottenuto dall’analisi quantitativa realizzata dalla società di consulenza strategica che ha analizzato oltre 100 aziende, operanti in 7 settori diversi, per un totale di 4,5 miliardi di visite sui rispettivi siti web.

INTRODUZIONE DI ETICHETTE ELETTRONICHE PER LA DIGITALIZZAZIONE DEL PUNTO VENDITA



502 ORE/ANNO LIBERATE IN OGNI STORE equivalenti a **73 FTE IN UN ANNO** SUL TOTALE DEI PUNTI VENDITA DIRETTI potenzialmente reindirizzabili su attività a **MAGGIOR VALORE AGGIUNTO PER IL CLIENTE**

RISPARMIO DI TONER DELLE STAMPANTI e RIDUZIONE DELL’UTILIZZO DI CARTA

Il progetto permette di «liberare» tempo del personale in store da dedicare al cliente, nonché di garantire a quest’ultimo di beneficiare di informazioni di prezzo sempre aggiornate e puntuali, riducendo anche potenziali errori nei dati esposti.

Dall’inizio del progetto sono 122 i negozi all’interno dei quali sono state introdotte le etichette elettroniche.

UNIEURO VINCE IL PREMIO “GREATEST TIKTOK EUROPE”



Ad ottobre 2022, si è tenuta la prima cerimonia di premiazione dei *TikTok Awards* a Milano, il prestigioso riconoscimento per le migliori campagne creative di brand sul social network più frequentato dai giovani.

Vincitore del premio “**Greatest TikTok in Italia**” è Unieuro, il brand che, secondo la giuria, rappresenta al meglio i valori di community e intrattenimento con la campagna “**Il Commesso**”: autentica e ironica per un intrattenimento a tutto tondo e con un approccio inedito e distintivo sui nuovi media.

Con questo premio Unieuro si è aggiudicata la possibilità di concorrere e rappresentare l’Italia nel **Grand Prix Europeo di TikTok**, il prestigioso riconoscimento internazionale per le migliori campagne creative di brand sulla piattaforma tenutosi ad Amsterdam nel mese di novembre. In rappresentanza dell’Italia, Unieuro ha vinto il premio “**Greatest TikTok Europe**”.

La gestione delle non conformità relative alla trasparenza delle informazioni sui prodotti e servizi

I reclami dei clienti che giungono alla sede legale di Unieuro o presso l'indirizzo di posta elettronica certificata, vengono inoltrati dalle funzioni competenti all'Ufficio Legale e/o agli altri uffici incaricati della gestione del reclamo. L'obiettivo generale della Società è quello di contenere il più possibile il contenzioso, cercando di gestire i reclami nel modo più tempestivo e meno costoso possibile, in linea con gli obblighi imposti dalla legge. L'ufficio Legale, congiuntamente alle funzioni interne interessate, analizza in via preventiva i singoli reclami e verifica in base al criterio costi/benefici in relazione ai punti di forza e debolezza.

Con ordinanza del 20 gennaio 2023 la Camera di Commercio della Romagna ha ingiunto il pagamento della sanzione di 3.066 Euro per aver posto in vendita *online* un'asciugatrice priva dell'etichetta energetica e della scheda prodotto. La sanzione è stata pagata in data 26 gennaio 2023.

Unieuro nel 2020⁶¹ ha ricevuto due sanzioni dell'importo di 6.000 Euro ciascuna per aver posto all'incasso assegni di clienti privi della clausola di non trasferibilità. Unieuro non ha pagato le sanzioni ed ha proposto scritti difensivi. Una delle due sanzioni è stata ridotta da 6.000 a 156 Euro con provvedimento del 20 ottobre 2022. Si attende l'esito del procedimento amministrativo per conoscere l'ammontare dell'altra sanzione.

Sempre nel corso del 2020 Unieuro ha ricevuto due sanzioni per aver venduto prodotti non consentiti per le restrizioni Covid-19 presso i punti vendita di Novara⁶². Una delle due sanzioni non è stata pagata per errore e, in data 2 marzo 2022, è arrivata l'ordinanza ingiunzione della Prefettura di Novara con ordine di pagamento di 440 Euro e l'ordine di chiusura del punto vendita per giorni 5. Unieuro ha immediatamente pagato la sanzione pecuniaria ed ha proposto ricorso giudiziale per l'annullamento della sanzione accessoria di chiusura. Il Tribunale di Novara ha sospeso l'ordinanza di chiusura ed ha rinviato l'udienza al giorno 15 giugno 2023 per la discussione e la decisione.

Inoltre, nel mese di marzo 2021 Unieuro ha ricevuto una sanzione da 6.000 Euro per aver posto all'incasso un assegno privo della clausola di non trasferibilità. Unieuro non ha pagato la sanzione ed ha proposto scritti difensivi. Si attende l'esito del procedimento.

Infine, con riferimento alle due contestazioni rimaste pendenti⁶³ riguardanti le attività di comunicazione e *marketing* per vendite "sottocosto" ritenute irregolari, si segnala che una è ancora in fase amministrativa presso il Comune di Osimo e l'altra è stata impugnata presso il Tribunale di Messina che in data 28 aprile 2022, con sentenza ad oggi passata in giudicato, ha rigettato l'appello del Comune di Messina, confermando l'annullamento della sanzione già disposto in primo grado dal Giudice di Pace di Messina.

Le non conformità registrate rappresentano, tuttavia, una percentuale non significativa rispetto al volume di prodotti venduti da Unieuro.

⁶¹ Vedasi precedente DNF.

⁶² Vedasi precedente DNF.

⁶³ Vedasi precedente DNF.

3.2.5 Sicurezza e protezione dei dati dei clienti

Consapevole della sempre maggiore rilevanza del tema della protezione dei dati personali, anche attraverso il supporto del proprio *Data Protection Officer* (DPO), Unieuro presidia costantemente e pone massima attenzione al trattamento dei dati personali svolti nell'ambito della propria attività, in conformità con la normativa sulla protezione dei dati personali applicabile.

Come titolare del trattamento dei dati personali, Unieuro può incorrere in rischi di perdita di riservatezza, integrità e disponibilità che, in astratto, potrebbero derivare da: (i) errori, malfunzionamenti e/o attacchi informatici (es. malfunzionamenti delle dotazioni tecnologiche ed informatiche, malfunzionamenti dei software, errori nella manutenzione di hardware e software o intrusioni informatiche); (ii) errori umani (es. rivelazione di informazioni a persone non autorizzate; cancellazione di dati; distruzione/smarrimento di documenti etc.); (iii) fatti illeciti ed eventi delittuosi (es. furti di documenti o di dispositivi e componenti esterni contenenti dati personali; utilizzo non autorizzato della strumentazione aziendale; furto d'identità; accessi abusivi a sistemi informatici e dati di titolarità della società; (iv) errori procedurali; (v) eventi di forza maggiore.

Inoltre, come responsabile del trattamento dei dati personali, Unieuro potrebbe incorrere in rischi connessi alla raccolta dei dati personali (es. raccolta dati per conto delle compagnie di telefonia mobile).

Ove Unieuro incorresse nei suddetti rischi, in astratto, le conseguenze pregiudizievoli potrebbero essere: a) richieste risarcitorie da parte degli interessati/consumatori che assumono violati i propri diritti; b) sanzioni amministrative per violazioni delle disposizioni in materia di protezione dei dati personali; c) danni reputazionali derivanti sia dalla pubblicazione di eventuali provvedimenti delle Autorità sia da commenti di vario tipo pubblicati sui canali social o altri canali di informazione; d) contestazioni provenienti da eventuali *partner* commerciali dell'azienda per il mancato rispetto di obbligazioni contrattuali inerenti la gestione dei dati personali (es. compagnie di telefonia mobile).

Nel corso dell'anno fiscale 2022/23 Unieuro ha aggiornato le proprie *Policy* e procedure, che mirano a mitigare tutti i rischi mediante, ad esempio: l'imposizione di flussi maggiormente controllati delle attività; la responsabilizzazione degli incaricati e dei responsabili esterni; la previsione di tutele contrattuali da richiedere ai fornitori; la predisposizione di misure tecniche e organizzative volte ad aumentare il livello di sicurezza dei dati personali. Inoltre, Unieuro ha eseguito valutazioni di impatto e bilanciamenti di interessi, nei casi previsti dalla normativa in materia di protezione dei dati personali, e, al fine di garantire l'informazione dei propri consumatori, ha provveduto ad aggiornare le informative *privacy* ove necessario.

Al fine di migliorare e parzialmente automatizzare la *compliance* alla normativa in materia di protezione dei dati personali, sempre nel corso dell'esercizio la Società ha deciso di sfruttare le potenzialità fornite dal *software privacy* denominato "*OneTrust*". In particolare, Unieuro ha acquistato in licenza d'uso i seguenti moduli del predetto strumento:

1. automazione dei diritti in materia *privacy*, che consente di centralizzare e ottimizzare la gestione delle richieste in materia di protezione dei dati personali provenienti dai consumatori;
2. automazione del Registro dei trattamenti, che consente una miglior tracciabilità dei dati e dei relativi flussi all'interno dell'organizzazione aziendale;

- gestione incidenti, che consente una migliore gestione degli incidenti di sicurezza e delle violazioni dei dati personali dei consumatori.

Unieuro ha altresì continuato il proprio programma di formazione sulla *privacy* rivolto ai dipendenti di rete vendita e di sede attraverso un corso *online* (disponibile sulla piattaforma aziendale di *e-learning* la quale consente ai dipendenti di poter rivedere il corso in ogni momento), e per alcuni dipendenti della rete vendita (partecipanti all'*Academy*) anche in presenza. Inoltre, per i dipendenti della rete vendita è stato creato un corso di formazione specifico per la gestione delle carte fedeltà, disponibile e consultabile in ogni momento sulla piattaforma medesima. Nella intranet aziendale vengono pubblicate le procedure in materia *privacy* nell'ultima versione aggiornata.

Infine, il Dipartimento ICT di Unieuro sta continuando a svolgere il processo di analisi e miglioramento delle proprie infrastrutture informatiche in termini di sicurezza strutturale e perimetrale, anche con il supporto di esterni. Ulteriori informazioni sui rischi connessi alla gestione della *privacy* e sulla *cybersecurity* sono disponibili nella sezione "*Principali rischi ed incertezze cui è esposto il Gruppo*" della Relazione Finanziaria Annuale 2022/23.

La gestione di segnalazioni, reclami e richieste in materia di trattamento dei dati

Le segnalazioni ed i reclami dei clienti possono essere inviate all'azienda attraverso diversi canali. I canali ufficiali sono: *form online*, disponibile al *link* <https://www.unieuro.it/online/richieste-privacy> (canale ufficiale pubblicato sul sito *corporate* della Società), DPO@unieuro.com (dato di contatto del DPO) e tramite posta cartacea (indirizzata in Via Piero Maroncelli n. 10 - 47121 Forlì). Inoltre, alcune segnalazioni possono essere ricevute anche presso i punti vendita e dall'Assistenza Clienti o essere inviate all'indirizzo PEC della Società e all'indirizzo info@unieuro.it (indirizzo di posta elettronica pubblicato sul Sito Corporate di Unieuro). Relativamente a Monclick, le segnalazioni e/o le richieste di esercizio dei diritti in materia *privacy* vengono ricevute agli indirizzi *e-mail* privacy@monclick.it, dpo@monclick.it (dato di contatto del DPO e tramite posta cartacea (indirizzata in Via Marghera n. 28 - 20149 Milano). Tuttavia, può capitare che alcune segnalazioni siano ricevute anche via PEC.

I reclami e le contestazioni vengono gestiti dall'Ufficio Legale che, per le pratiche ritenute maggiormente rischiose, si può avvalere della consulenza del DPO e di soggetti esterni, esperti nella materia *privacy*.

Unieuro si attiva tempestivamente per gestire al meglio tutte le richieste dei clienti al fine di garantire la protezione di dati ed evitare possibili conseguenze negative, sia in termini reputazionali che sanzionatori.

Ai canali dedicati alla *Privacy* di Unieuro S.p.A. giungono quotidianamente numerose richieste di esercizio dei diritti *privacy*. Tra il 28/02/2022 e il 28/02/2023 ne sono state registrate circa n. 9.000.

Tuttavia, tra il 28/02/2022 e il 28/02/2023, a seguito di alcune richieste degli interessati e di alcune segnalazioni ricevute da: Ufficio *Privacy*, Assistenza Clienti o Punto Vendita, Unieuro ha riscontrato circa 71 incidenti di sicurezza che hanno comportato, a seconda della tipologia di evento registrato, la perdita di riservatezza, di integrità e disponibilità dei dati personali.

Tra i suddetti incidenti di sicurezza registrati si segnala, in particolare, la violazione dei dati personali occorsa in data 28/01/2022 a seguito di un attacco cosiddetto “*Credential Stuffing*” che ha riguardato circa 153.000 account *e-commerce* registrati sul sito *web* unieuro.it. Gli accertamenti svolti hanno constatato come, attraverso l'uso di coppie e-mail/password presumibilmente trovate sul *dark web*, una *Botnet* automatizzata appartenente a diverse classi di indirizzi IP abbia tentato di eseguire il login al sito *www.unieuro.it* tramite le *API Mobile*. A valle delle analisi fatte da Unieuro, la Società ha ritenuto che la violazione potesse presentare un rischio per i diritti e le libertà delle persone fisiche e conseguentemente ha notificato la violazione dei dati personali all’Autorità Garante per la protezione dei dati personali (ex artt. 33 del GDPR) ed ha richiesto agli interessati colpiti dalla violazione la modifica della *password* di accesso all'*account e-commerce*. Alla luce della violazione subita, la Società ha deciso di implementare specifiche misure di sicurezza tecniche ed organizzative al fine di prevenire analoghe violazioni future. Per mera completezza, si segnala che, in data 20 marzo 2023, il Garante per la Protezione dei Dati Personali ha ritenuto di archiviare la segnalazione.

Si precisa comunque che, la maggior parte degli incidenti occorsi, sono legati ad errori del cliente commessi in fase di creazione dell'*account e-commerce* nel momento in cui il cliente è obbligato ad indicare l'indirizzo *e-mail* che intende associare al predetto *account*. In ragione della natura degli incidenti occorsi l'Ufficio *Privacy* ha rinnovato la richiesta di prevedere un controllo sulla correttezza/titolarità dei dati utilizzati dai clienti in fase di creazione del loro profilo.

Per quanto riguarda Monclick, nel periodo di riferimento, a seguito di alcune richieste degli interessati e di alcune segnalazioni ricevute dall'Assistenza Clienti, Unieuro ha riscontrato 2 incidenti di sicurezza che hanno comportato, a seconda della tipologia di evento registrato, la perdita di riservatezza, di integrità e disponibilità dei dati personali. A valle delle analisi svolte da Monclick, la Società ha ritenuto che le violazioni non potessero presentare un rischio per i diritti e le libertà delle persone fisiche e conseguentemente non ha notificato le violazioni dei dati personali all’Autorità Garante per la protezione dei dati personali (ex art. 33 del GDPR) né agli interessati coinvolti (ex art. 34 GDPR).

3.2.6 Gestione dei reclami relativi alle pratiche commerciali scorrette

La Società è impegnata a sviluppare un dialogo costante con la propria clientela al fine di mantenere la relazione su un livello di eccellenza. La gestione dei reclami e delle altre istanze con cui i clienti manifestano la propria insoddisfazione è regolata da specifiche procedure che assicurano la presa in carico dei singoli reclami ricevuti sia alla sede legale che direttamente all'indirizzo di posta elettronica certificata. In particolare, l'Ufficio Legale, congiuntamente alle funzioni interne interessate, verifica ciascun reclamo con l'obiettivo di gestirlo nel modo più tempestivo possibile, in linea con gli obblighi imposti dalla legge e di contenere il contenzioso il più possibile. Oltre ai principi di comportamento, la Società ha predisposto ulteriori presidi di controllo a tutela della proprietà industriale ed intellettuale, con particolare attenzione alle procedure applicative riferite alla gestione delle attività di vendita del prodotto. La Società, in qualità di venditore ai sensi del Codice del Consumo, è soggetta infatti a reclami e contestazioni stragiudiziali, da parte di consumatori e loro Associazioni di categoria.

In data 28 dicembre 2022 si segnala la ricezione di una sanzione monetaria di complessivi 4.200.000 Euro (di cui 3.000.000 Euro nei confronti di Unieuro e 1.200.000 Euro nei confronti di

Monclick) pervenuta dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) per inottemperanza alla delibera dell'Autorità n. 29.937 del 3 dicembre 2021, con la quale la medesima Autorità aveva proceduto ad irrogare sanzioni nei confronti di Unieuro e Monclick (rispettivamente, per Euro 4.000.000 e per Euro 300.000) per presunte pratiche commerciali scorrette e le aveva invitare a cessare tali pratiche. Sono tuttora pendenti davanti al TAR Lazio, i ricorsi amministrativi presentati da entrambe le società avverso i predetti procedimenti.

3.3. Fornitori

3.3.1. La catena di fornitura di Unieuro

Unieuro si avvale di fornitori altamente qualificati e riconosciuti, tra i maggiori *player* del mercato elettronico e informatico, per la consegna di prodotti che sono commercializzati dal Gruppo tramite canali diretti e indiretti.

L'approvvigionamento dei prodotti avviene prevalentemente tramite acquisti diretti da aziende sussidiarie di multinazionali e società nazionali presenti e con sede sul territorio EU; una quota residuale di acquisti avviene tramite distributori presenti sul territorio italiano.

Il modello organizzativo prevede la stipula di Accordi commerciali di durata annuale (solare e/o fiscale) con il *panel* dei fornitori selezionati, formalizzati tramite ordini diretti alle aziende, Unieuro acquista diverse tipologie di merci, le quali vengono consegnate in piattaforma logistica o direttamente al punto vendita, ed in seguito vendute al consumatore finale.

In aggiunta a quanto precedentemente descritto, Unieuro importa direttamente anche prodotti a marchio esclusivo (Electroline, Joiahome, Teklio e BeBikes) e commercializzati in esclusiva (Ignis Hitachi JVC) di origine CE/extra-CE (con una quota di circa il 3,5% del *sell-out totale*⁶⁴). Tutti gli articoli in *sourcing* extra-UE sono certificati precedentemente all'ingresso sul mercato UE, secondo le normative vigenti per la categoria di prodotto di riferimento; rispondono quindi alle normative europee vigenti (come, ad esempio, la Direttiva 2002/95/CE o Direttiva RoHs - *Restriction of Hazardous Substances Directive*). Pertanto, l'indice di rischio in termini di mancata sicurezza del prodotto è pressoché minimo, confermato anche dal fatto che Unieuro si avvale di produttori di elevate dimensioni e *standard* produttivi.

3.3.2. Modalità di gestione dei fornitori

Il Sistema di selezione dei Fornitori svolge un ruolo fondamentale per la competitività dell'offerta di Unieuro sul mercato.

Considerando l'elevato *standing* reputazionale dei principali fornitori con cui Unieuro si interfaccia, la selezione di questi, fino ad ora, si è basata esclusivamente su criteri economici. La Società ha tuttavia iniziato lo studio di un sistema di valutazione che tenga in considerazione anche gli aspetti sociali ed ambientali nel processo di qualifica dei nuovi fornitori e di rinnovo delle qualifiche già esistenti.

⁶⁴ Dato gestionale

La politica di selezione dei fornitori comprende anche il rispetto dei principi di trasparenza, correttezza ed onestà, così come disciplinati dal Codice Etico: i nuovi potenziali fornitori vengono valutati e scelti secondo la loro rispondenza a determinati criteri oggettivi, come ad esempio: la qualità, i costi e servizi offerti, l'integrità, l'onorabilità, e la professionalità, nonché l'assenza di coinvolgimento in attività illecite. Nell'ambito dei rapporti con il Gruppo, i fornitori si impegnano a garantire la tutela del lavoro minorile e dei diritti dei lavoratori così come la tutela ad un ambiente di lavoro sicuro, sottoscrivendo e/o inviando il proprio Codice Etico. In considerazione della dimensione e della reputazione dei principali fornitori trattati, al momento, Unieuro ha valutato non necessario intraprendere azioni di *audit* presso le fabbriche.

Data la natura multinazionale di tali fornitori, attualmente non esistono procedure aziendali per la verifica preventiva della sicurezza dei prodotti e delle informazioni da fornire in fase di commercializzazione. Questa tipologia di controllo viene effettuata da enti esterni che verificano, a campione, le reali caratteristiche e certificazioni di omologazione dei prodotti alla luce della normativa europea vigente.

Unieuro si confronta regolarmente con i propri fornitori tramite incontri diretti (presso gli uffici della Società, le sedi dei singoli fornitori e/o durante eventi quali fiere, presentazioni, ecc.) e video *call*. La frequenza - anche a cadenza settimanale, come nel caso del rapporto con Monclick - viene stabilita sulla base della tipologia di fornitore e delle attività in corso (sviluppo di prodotti/produzione). I principali temi affrontati durante questi momenti di confronto hanno riguardato in particolare: lo sviluppo dei prodotti, la gestione dei fabbisogni di merce, le politiche commerciali. Da tali dialoghi non sono emerse criticità legate alla qualità del prodotto e/o al rapporto con i clienti.

Con riferimento all'acquisto dei prodotti a marca esclusiva Electroline, Joiahome e Teklio, Unieuro S.p.A. ha affidato il processo di *scouting* e preselezione ad una società intermediaria presente sul territorio italiano che, a partire dal 2018, si è impegnata (attraverso la sottoscrizione di specifici accordi) a selezionare *vendor* che rispettino elevati *standard* qualitativi e siano conformi alle normative vigenti sul territorio cinese, dove avviene la produzione. Al fine di accertare la corretta esecuzione del suddetto incarico Unieuro, nel maggio del 2022, ha dato mandato ad una società specializzata, con l'obiettivo di accertare che tutti i processi di qualifica, selezione, produzione e certificazione, avvenissero nei modi previsti, avviando quindi in un percorso di "*continuous improvement*".

LA FIGURA DEL PRIVATE LABEL MANAGER



A far data da dicembre 2020, la Società ha costituito la funzione **di Private Label Manager** a cui è stata affidata la responsabilità di ridisegnare completamente il ruolo della marca, i processi (tra cui la redazione dei format contrattuali necessari come: Condizioni generali di fornitura e logistiche e/o Codice Etico, oltre a specifiche certificazioni) ed il modello di approvvigionamento e distributivo. La risorsa, in collaborazione con i *Category Manager* e consulenti esterni, dovrà vagliare in dettaglio l'attuale processo e identificare i "gap" per stabilire opportuni piani di azione migliorativi.

Indicatori di *performance*

Il volume di acquisto (totale spesa per approvvigionamento da fornitori di prodotti commercializzati da Unieuro) relativo all'esercizio 2022/23 risulta in leggera contrazione rispetto alla spesa sostenuta nell'esercizio 2021/22, con il 94% dell'approvvigionamento proveniente da fornitori locali⁶⁵ (stessa percentuale dell'esercizio precedente).

Percentuale di spesa per fornitori locali (altri fornitori di prodotti commercializzati da Unieuro)

Spesa per approvvigionamento da fornitori	u.m.	28/02/2023	%	28/02/2022	%
Locali (Italia)		2.941.096.533	94%	3.011.592.773	94%
Esteri	€	182.743.651	6%	205.669.378	6%
Totale		3.123.840.184	100%	3.217.262.151	100%

La spesa per l'approvvigionamento dei prodotti a marchio esclusivo è pari a 44,8 milioni di Euro, di cui il 45% è proveniente da fornitori locali. Includendo anche i prodotti dei marchi Ignis, Hitachi e GVC, commercializzati in esclusiva per l'Italia, la spesa sarebbe di 81,8 milioni di Euro con una percentuale di ripartizione fra fornitori locali e fornitori stranieri pressoché analoga.

Percentuale di spesa per fornitori locali (fornitori diretti di prodotti a marchio Unieuro)⁶⁶

Spesa per approvvigionamento da fornitori	u.m.	28/02/2023	%	28/02/2022	%	28/02/2021	%
Locali (Italia)		20.152.533	45%	3.230.000	19%	3.000.000	12%
Esteri	€	24.634.885	55%	14.078.000	81%	22.800.000	88%
Totale		44.787.418	100%	17.308.000	100%	25.800.000	100%

Relativamente a Monclick, si segnala che opera in *dropshipping*⁶⁷; i canali fondamentali di vendita per il B2C sono il sito internet ed i *market place*, mentre per il canale B2B si tratta principalmente di pochi grandi clienti selezionati. La catena di fornitura si riferisce per circa l'85% ad Unieuro, alla quale si aggiungono poi altri fornitori quali: Esprinet, Techdata, Ingram Micro. Tutti i fornitori di Monclick vengono scelti con attenzione, prediligendo coloro che hanno implementato sistemi di *rating* e qualità. Il totale della spesa per approvvigionamento da fornitori (tutti locali⁶⁸) ammonta a circa 63,5 milioni di Euro. La movimentazione della merce e la spedizione avvengono nel sito di Piacenza e il servizio è regolato da condizioni di mercato, sulla base di contratti *intercompany*.

⁶⁵ Da fornitori/branch italiani con unità di produzione, essendo parte di gruppi globali, dislocate nei Paesi a maggior industrializzazione.

⁶⁶ Per il FY 2021/22, i dati fanno riferimento a Unieuro S.p.A., con riferimento esclusivamente ai brand Electroline e Joiahome. Per il FY 2022/23, i dati si riferiscono ai marchi esclusivi Electroline, Joiahome, Teklio, BeBikes. I dati relativi al FY 2021/22 erano stati calcolati tramite simulazioni dovute a sviluppi del gestionale di supporto, per questo motivo sono stati aggiornati.

⁶⁷ Modello di vendita grazie al quale il venditore vende un prodotto ad un utente finale senza avere uno stock di proprietà, in modo da rimanere flessibile e senza costi fissi dovuti al magazzino. Il rischio di certificazione e di omologazione dei prodotti è direttamente in capo al distributore o, in via generale, al soggetto che per primo immette sul mercato il bene. Monclick non è quindi soggetta a tale rischio.

⁶⁸ Da fornitori/branch italiani con unità di produzione, essendo parte di gruppi globali, dislocate nei Paesi a maggior industrializzazione.

L'ordine di acquisto presso il fornitore viene perfezionato solamente dopo l'avvenuto ordine di vendita al cliente. Il rischio principale nell'attività di approvvigionamento per Monclick è rappresentato dal furto o dallo smarrimento della merce dal sito logistico o dal corriere in transito verso il cliente: sia i trasportatori che il sito logistico hanno implementato tutte le misure necessarie (tramite anche coperture assicurative) al fine di ridurre al minimo l'impatto. Nel periodo in esame, non si sono registrati episodi rilevanti di questo tipo.

Il Gruppo Unieuro si avvale di appaltatori per la consegna ai punti vendita e per la consegna e l'installazione dei prodotti presso il domicilio del cliente finale; dato il rischio economico e reputazionale a cui il Gruppo si espone, derivante dalla solidarietà fiscale, contributiva e retributiva dovuta agli eventuali inadempimenti degli appaltatori, il Gruppo ha posto in essere alcuni presidi:

1. si avvale di una molteplicità di operatori, organizzati per lo più in forma di società di capitali, con i quali ha sottoscritto dei contratti di trasporto (annuali e non esclusivi). Tale suddivisione consente di frazionare il rischio sia in termini di eventuali ricadute economiche sulla società per pagamento di somme ai dipendenti degli appaltatori, sia in termini di interruzione del servizio in caso di difficoltà di uno degli operatori;
2. un ulteriore fattore di rischio è rappresentato dal fatto che spesso questi operatori, a loro volta, sub-appaltano il servizio ad altre entità su cui la società non può esercitare un efficace controllo: per presidiare tale rischio, Unieuro, attraverso una società di servizi, svolge un'attività di monitoraggio mensile della regolarità fiscale - retributiva - contributiva di questi soggetti. Viene predisposto un report che riepiloga l'esito delle verifiche documentali che ha svolto.

Infine, il contratto di trasporto, oltre a prevedere l'obbligo dell'appaltatore di inviare alla società di servizi la documentazione necessaria a verificare la conformità alla legge del suo operato, prevede ulteriori presidi che hanno lo scopo di assicurare un livello di servizio adeguato, come, ad esempio, penali in caso di inadempimenti e/o disservizi del trasportatore e verifica giornaliera delle *performance* degli operatori di trasporto.

3.4. Comunità



<p>Supportata, in qualità di gold sponsor, la mostra "La Maddalena" presso i Musei San Domenico di Forlì. Sostenuta la squadra maschile di Forlì impegnata nel campionato nazionale di serie A2 in qualità dveste di sponsor principale</p>	 <p>AL PRIME CENTER (Prevenzione Riabilitazione Integrazione in Medicina) si sono tenuti incontri con le classi delle scuole superiori romagnole coinvolte nel progetto formativo sui corretti stili di vita</p>	 <p>Dopo il successo dei primi tre libri, è stato presentato il quarto volume "#Cuoriconnessi. Cyberbullismo, bullismo e storie di vite online. La realtà delle parole" e lanciato il progetto "Schermi futuri" che intende approfondire il rapporto tra i giovani e i nuovi modelli di socialità virtuale</p>
--	--	---

3.4.1. Il progetto #Cuoriconnessi

"Favorire un'esperienza sempre positiva con la tecnologia nella vita quotidiana" implica profonda responsabilità ed impegno, che vanno oltre una semplice missione. La Società è infatti consapevole di quanto l'evoluzione delle tecnologie digitali degli ultimi anni e la straordinaria diffusione dei dispositivi connessi alla rete siano oggi strumenti indispensabili per la comunicazione, il lavoro, lo studio e il divertimento.

Parallelamente però, si sono generati comportamenti distorti come il *cyberbullismo*. Con questo termine si intende un atto di violenza che, attraverso l'uso di applicazioni *online* (piattaforme di messaggistica, *social network*, alcuni siti specifici, posta elettronica), coinvolge perlopiù gli adolescenti. Per i giovani, infatti, sentirsi connessi è vitale e mette in secondo piano qualsiasi rischio. Quello che contraddistingue il *cyberbullismo* dal bullismo dell'era predigitale è legato alla portata della diffusione di un contenuto e dall'anonimato dietro cui ci si può celare, che favorisce la disinibizione e amplifica l'aggressività.

Per questo motivo, nel 2016 nasce il progetto #cuoriconnessi contro il *cyberbullismo*, con Polizia di Stato. Iniziativa che conferma l'impegno del Gruppo nel promuovere ed attivare comportamenti responsabili in relazione alla tecnologia: sensibilizzare e informare i giovani, gli insegnanti e i genitori ad un utilizzo più consapevole e corretto dei *device* digitali, contribuire a divulgare quei valori che sono alla base di una società moderna e civile.

Riuscire ad arrivare a tutti parlando con il cuore, per lasciare un segno e creare consapevolezza attraverso un dibattito aperto e sincero: questo è l'obiettivo di #cuoriconnessi, che racconta storie ed esperienze di vita *online* dei ragazzi in modo pragmatico, semplice e diretto. Gli adolescenti si predispongono infatti più facilmente alla verità solo se questa arriva da storie raccontate da chi le ha vissute in prima persona.

Le attività di #cuoriconnessi sono rivolte alle scuole italiane secondarie di 1° e 2° grado e da sempre coinvolgono gli studenti con l'aiuto di insegnanti e genitori.

Il progetto si articola attraverso incontri sia *online* che fisici (pre-Covid), un canale YouTube dedicato, il sito *web* informativo cuoriconnessi.it, una serie di docufilm con le storie vissute da alcuni adolescenti che hanno voluto condividere le loro esperienze, quattro libri stampati e distribuiti in edizione cartacea sui punti vendita della catena Unieuro e in versione digitale sul sito cuoriconnessi.it e sui principali *ebook stores*. Tutti i contenuti di #cuoriconnessi sono disponibili in forma totalmente gratuita per studenti, adolescenti, genitori e insegnanti sul sito cuoriconnessi.it.

In questi anni il progetto ha raggiunto numeri di assoluto rilievo:

- oltre 670.000 studenti hanno seguito le dirette streaming #cuoriconnessi del triennio 2021-2023 in occasione dei *Safer Internet Day*;
- un tour di 16 incontri virtuali con le scuole d'Italia negli anni scolastici 2021/22 e 2022/23, tuttora in corso, con oltre 200.000 studenti collegati;
- 650.000 copie gratuite dei primi tre libri della collana #cuoriconnessi: "*Storie di vite online e di cyberbullismo*", "*Tu da che parte stai*", "*Il coraggio di alzare lo sguardo*", tutti a firma del giornalista Luca Pagliari. I tre testi sono oggi materiale didattico utilizzato in centinaia di scuole;
- oltre 200.000 copie dei primi tre libri scaricate in formato digitale;
- oltre 100.000 copie della prima dispensa a fumetti "*La storia di Madi*", pubblicata a fine maggio 2022 e dedicata alle scuole secondarie come supporto degli esercizi delle vacanze estive;
- oltre 1.000.000 di visualizzazioni di #cuoriconnessi WebTv su YouTube, di approfondimento sul *cyberbullismo*, *sexting*, *bodyshaming* e le altre numerose forme di distorsione della rete.

#cuoriconnessi ha partecipato anche a eventi speciali come il Wired Next Festival, Pordenone Legge e, nel 2021, il Meeting per l'Amicizia fra i Popoli di Rimini.

#CUORICONNESSI



"#Cuoriconnessi procede da sette anni e in questo lungo periodo si è evoluto, ha allargato il proprio raggio di azione, è cresciuto nei numeri e nelle iniziative, sempre però restando fedele ad un solo modello comunicativo: condividere storie. Storie che riescono a trasmettere messaggi che altrimenti resterebbero inascoltati. Storie che coinvolgono e che favoriscono importanti riflessioni nei ragazzi, attraverso un dibattito aperto e sincero sui pericoli e sulle opportunità offerte dall'universo online."

Grazie alla fondamentale collaborazione con Polizia di Stato, di cui siamo profondamente orgogliosi, riusciamo ad affrontare tematiche estremamente delicate con la comune volontà di creare maggiore consapevolezza nei confronti del web e di tutti quei device che fanno sempre più parte del nostro quotidiano. Device destinati a generare e diffondere milioni di parole, frasi, immagini, video che compariranno su altrettanti display. Riuscire con umiltà a contribuire alla ricerca di un miglioramento qualitativo e più meditato di tale flusso, per noi non è una opzione, ma un obbligo morale che affonda le sue radici nel desiderio di favorire un utilizzo responsabile della tecnologia, aperto al confronto e contro tutte le discriminazioni"

Giancarlo Nicosanti Monterastelli, Amministratore Delegato di Unieuro

PROGETTO DI RICERCA: "SCHERMI FUTURI"



Nel 2022 Unieuro ha lanciato il progetto di ricerca che intende approfondire ed **indagare il rapporto tra i giovani e i nuovi modelli di socialità virtuale**. Viviamo già da anni in un mondo iperconnesso e la pandemia ha accentuato e imposto modelli di socialità diversi, più virtuali e meno fisici, che coinvolgono particolarmente i "nativi digitali".

La **generazione Z**, i nati tra il 1997 e il 2012, che meglio si destreggia fra tecnologie, piattaforme, social, trend e device vari fin dalla nascita, ha maggiormente risentito della **a-socialità imposta dalle restrizioni sanitarie** degli ultimi anni ed è la protagonista assoluta di queste nuove modalità di stare insieme.

Diversi articoli di cronaca e ricerche raccontano però di una realtà molto diversa da quanto possa apparire sui social, e in particolare pone l'attenzione sull'effettivo **benessere psico-fisico dei ragazzi** che ha molto risentito di questi cambiamenti, soprattutto a seguito delle restrizioni alla socialità dal vivo imposte per contrastare l'emergenza del coronavirus.

Unieuro, da sempre attenta a un utilizzo positivo e responsabile della tecnologia, ha voluto quindi supportare un team di ricerca che indagasse questi fenomeni.

"**Schermi futuri**" è il nuovo progetto che intende fotografare le sensazioni dei giovani rispetto ai nuovi modelli di socialità virtuale e sarà guidato da un Direttore Scientifico di eccezione, il Professor Paolo Crepet. L'obiettivo sarà quello di realizzare un libro bianco che inquadri le dimensioni e le caratteristiche del fenomeno, dando suggerimenti utili a tutte le parti interessate per aprire riflessioni e approfondimenti. Il libro bianco sarà pubblicato e distribuito in forma gratuita da Unieuro.

Questa iniziativa ancora una volta conferma l'interesse e l'impegno di Unieuro nel chiarire gli effetti della tecnologia e nel favorirne un uso responsabile, soprattutto da parte dei più giovani.

3.4.2 Gestione e supporto alla comunità locale

In parallelo all'impegno nelle campagne di sensibilizzazione, la Società dedica particolare attenzione al sostegno delle realtà sportive del territorio in cui opera e alla promozione dei valori dello sport. Anche nell'esercizio 2022/23, Unieuro S.p.A., infatti, ha sostenuto la squadra di basket maschile (sia la prima squadra che le squadre giovanili), impegnata nel campionato nazionale di

serie A2 in qualità di *sponsor* principale. Unieuro, inoltre, ha sponsorizzato il palazzetto dello sport della città di Forlì, denominato “Unieuro Arena”.

Nel 2022 Unieuro ha supportato in qualità di *gold sponsor* la mostra “La Maddalena” ideata e promossa dalla Fondazione Cassa dei Risparmi di Forlì ed organizzata da Civitas Srl in collaborazione con il Comune di Forlì presso i Musei San Domenico. Unieuro ribadisce così la sua vicinanza alla città di Forlì e al suo territorio, favorendo iniziative culturali che incrementano il flusso di visitatori e che nel contempo supportano, progetti solidali contro la violenza sulle donne e ogni forma di discriminazione.

Indicatori di *performance*

Investimenti per la comunità

Investimenti per la comunità	u.m.	28/02/2023	28/02/2022	28/02/2021
Sponsorizzazioni	€	338.000	329.490	388.010
Donazioni		-	-	81.355

Unieuro, in aggiunta, ha scelto di impegnarsi nel progetto PRIME CENTER (Prevenzione Riabilitazione Integrazione in Medicina), un centro multifunzionale dell’Istituto Oncologico Romagnolo dedicato alla prevenzione, alla riabilitazione e alla medicina integrativa. Il centro nasce dalla riqualificazione di un edificio in disuso situato a Cesena ed ha come obiettivo quello di offrire a coloro che sono sottoposti a terapie oncologiche, un supporto per tollerarle meglio, alle persone guarite percorsi multidisciplinari di mantenimento con standard qualitativi elevati e alle persone sane la possibilità di conoscere ed adottare i corretti comportamenti di prevenzione.

Tra le attività del PRIME CENTER, oltre all’educazione ad una corretta alimentazione, ai percorsi di medicina integrativa e riabilitativa, anche un programma dedicato ai ragazzi finalizzato alla prevenzione e alla formazione sui corretti stili di vita.

Nel 2022 si sono svolti una decina di incontri presso con le classi delle scuole superiori romagnole con la partecipazione di oltre 500 studenti insieme ai loro insegnanti.

4. PERFORMANCE AMBIENTALI⁶⁹



Circa il **99%** dei rifiuti è soggetto ad **operazioni di recupero, riciclo o riutilizzo**

Nel 2022 sono state organizzate **12 campagne di trade-in** su alcune categorie di prodotti al fine di **promuoverne il ricondizionamento e il corretto smaltimento**



Sono state installate **5 colonnine** di ricarica nel centro logistico di Piacenza che si aggiungono alle **12** presenti sulla rete dei punti vendita

Alla luce delle caratteristiche del proprio *business*, Unieuro non rileva impatti ambientali particolarmente significativi. Tuttavia, la Società punta l'attenzione sulla protezione dell'ambiente e sull'uso sostenibile delle risorse naturali, conformemente a quanto previsto dalla normativa vigente in materia ambientale. Il principale rischio ambientale connesso alle attività svolte da Unieuro è rappresentato dalle emissioni in atmosfera causate dagli impianti a gas di rete e dalla fuoriuscita di gas refrigerante dal circuito gruppi frigo *rooftop*. Come descritto all'interno del Codice Etico, Unieuro si impegna a limitare i potenziali impatti negativi sul territorio circostante: si condanna, infatti, qualunque tipo di azione o comportamento potenzialmente lesivo per l'ambiente in cui opera. In particolare, in relazione alle emissioni di CO₂, la Società ha implementato, nell'ambito di un progetto pluriennale di efficientamento energetico, l'installazione di un sistema di BMS (*Building Management System*). Questo sfrutta l'intelligenza artificiale e il *machine learning* per gestire al meglio le apparecchiature e gli impianti a servizio degli *store* di Unieuro. Il sistema, ad oggi, è stato installato in circa 170 punti vendita.

Monclick è associata ad un rischio ambientale basso in quanto non dispone di siti produttivi e di stoccaggio. Eventuali rischi sono da indentificare relativamente ai rifiuti e allo smaltimento degli elettrodomestici ritirati. Le operazioni vengono commissionate a terze parti in modo da affidare le procedure di smaltimento a fornitori certificati.

Le modalità di gestione degli eventuali rischi ambientali vengono descritte nel dettaglio nei paragrafi successivi.

⁶⁹ Relativamente alla tabella di pagina 30-37 si evidenzia che gli impatti (positivi e negativi) afferenti al presente capitolo fanno riferimento principalmente ai seguenti aspetti materiali: cambiamento climatico ed efficienza energetica, gestione dei rifiuti, packaging sostenibile.

4.1. Gestione dei rifiuti

Unieuro, in qualità di distributore di apparecchiature elettriche ed elettroniche, ricade negli obblighi normativi dei D.Lgs. 121/2016 e 49/2014, che regolano la gestione dei cosiddetti RAEE – Rifiuti di Apparecchiature Elettriche ed Elettroniche –, dalla raccolta al ritiro e al trasporto degli stessi da parte dei distributori. La loro eventuale inadempienza può portare a sanzioni di natura amministrativa e penale.

Le modalità di ritiro variano a seconda della “dimensione” del RAEE: se questi sono di piccole dimensioni⁷⁰ possono essere gratuitamente consegnati dal cliente presso qualsiasi punto vendita Unieuro senza l’obbligo di acquisto di un nuovo apparecchio equivalente (cosiddetto “*uno contro zero*”). Il successivo ritiro e smaltimento di questi RAEE viene affidato ad una società esterna. Per i RAEE di grandi dimensioni, invece, il cliente può consegnare l’apparecchio usato solo a fronte dell’acquisto di un nuovo prodotto con stesse modalità d’uso (cosiddetto “*uno contro uno*”).

Per garantire l’applicazione ed il conseguente rispetto dei diversi dettami normativi, Unieuro si avvale di uno specifico manuale operativo che definisce ruoli e responsabilità per la corretta gestione dello smaltimento dei RAEE: in specifiche aree all’interno dei punti vendita della Società, vengono installati appositi contenitori per lo smaltimento dei rifiuti RAEE, con indicazione della pericolosità o meno delle apparecchiature. Tramite l’utilizzo di un *software* gestionale “UNICONSEGNA”, Unieuro garantisce la tracciabilità delle operazioni, inviando un avviso nel caso in cui tali rifiuti siano registrati in magazzino da oltre 45 giorni oppure abbiano raggiunto il peso massimo di 3,5 tonnellate. Raggiunti tali limiti, i rifiuti vengono consegnati al trasportatore per essere poi smaltiti.

Monclick ha affidato la raccolta ed il ritiro dei RAEE presso società esterne specializzate, che forniscono schede di presa in carico delle apparecchiature da smaltire. Una volta depositati e raggiunti i limiti suddetti, i RAEE vengono consegnati al trasportatore per successivo smaltimento.

La funzione Logistica è responsabile del processo di smaltimento dei RAEE, tramite il presidio locale da parte di operatori alle dipendenze dell’azienda per il monitoraggio costante delle procedure. Gli addetti della logistica effettuano attività di *audit* sugli *store* per verificare l’applicazione del Manuale operativo – procedure RAEE nonché la corretta archiviazione della documentazione. Per facilitare la gestione, la Società si avvale del portale “RAEEgest” tramite il quale è possibile consultare manuali ed altre informative necessarie.

Oltre ai RAEE, la Società produce rifiuti urbani derivanti dalle normali attività di ufficio e dalla gestione operativa dei punti vendita che consistono principalmente in imballaggi misti, *toner* e cartucce. La Società dispone di una politica aziendale riguardante la gestione dei rifiuti, così come indicato anche nel Codice Etico, volta ad assicurare il miglioramento continuo del servizio fornito ai punti vendita, valutando e testando nuovi fornitori per confrontare i rispettivi livelli di servizio e di necessità e verificando che questi dispongano delle autorizzazioni, iscrizioni o comunicazioni necessarie all’esercizio delle attività. Oltre a ciò, presidiare efficacemente il processo di gestione dei rifiuti permette di evitare il rischio di perdite nella catena di trasporto (dal produttore al provider che ne effettua il corretto smaltimento).

⁷⁰ Per RAEE di piccole dimensioni si intendono quelli con dimensione del lato più lungo inferiori a 25 cm.

Tra i sistemi di gestione adottati per valutare il raggiungimento degli obiettivi e per raccogliere segnalazioni/reclami da parte degli *stakeholder*, è stato creato un indirizzo *mail* di *team* al quale i punti vendita possono trasmettere i disservizi segnalati dai dipendenti di Unieuro.

Inoltre, nei locali interni del Gruppo sono state affisse le regole per la corretta differenziazione dei rifiuti solidi urbani (RSU): carta, plastica e alluminio, frazione umida e indifferenziato. In particolare, al fine di favorire la circolarità e ridurre lo spazio occupato, sono stati implementati *container* con compattatori e presse per rifiuti di carta e cartone. Ogni tipologia di rifiuto è comunque raccolta secondo le vigenti norme di legge attraverso società specializzate ed autorizzate a tale scopo: i rifiuti vengono gestiti da un soggetto terzo laddove un servizio pubblico non sia presente oppure il relativo costo sia troppo elevato o, ancora, le condizioni operative non siano compatibili con le normali attività dei punti vendita. Nel caso di soggetto terzo, la verifica della corretta conclusione del ciclo di raccolta e smaltimento viene assicurata dalla raccolta (anche via *web*) della quarta copia dei formulari di raccolta dei rifiuti. Relativamente ai rifiuti pericolosi, rappresentati dai filtri dell'impianto di climatizzazione, è stato avviato un servizio di raccolta dedicato con tracciamento delle quantità su apposito registro.

Indicatori di *performance*

Peso totale dei rifiuti RAEE smaltiti⁷¹

Rifiuti RAEE smaltiti	u.m.	28/02/2023	28/02/2022	29/02/2021
Smaltimento		22.360	21.038	17.377
Totale	<i>ton</i>	22.360	21.038	17.377
Variazione A/A		6,3%	21,1%	19,4%

Nel corso dell'esercizio 2022/23, la variazione della quantità di rifiuti RAEE smaltiti mostra un progresso del 6,3% rispetto all'esercizio 2021/22 principalmente a seguito dell'incremento dei volumi sul canale *online*.

Peso totale dei rifiuti, suddivisi per tipologia e per metodo di trattamento

Rifiuti prodotti	u.m.	28/02/2023	28/02/2022	28/02/2021
Totale rifiuti non pericolosi		2.985	3.403	2.816
Totale rifiuti pericolosi		2	5	5
Totale rifiuti prodotti	<i>ton</i>	2.987	3.408	2.821
Variazione A/A		-12,4%	20,8%	<i>n.d.</i>

⁷¹ Il dato in ton è stato calcolato come "numero pezzi categoria prodotto per peso medio stimato categoria prodotto". I dati della società Monclick sono frutto di stime, calcolate a partire dai dati forniti dalla società che gestisce lo smaltimento dei rifiuti.

Una passione chiamata sostenibilità

Rifiuti destinati a smaltimento	u.m.	28/02/2023	28/02/2022	28/02/2021
Rifiuti non pericolosi				
Conferimento in discarica		-	-	1
Altre operazioni di smaltimento		1	5	-
Totale rifiuti non pericolosi		1	5	1
Rifiuti pericolosi				
	<i>ton</i>			
Conferimento in discarica		-	-	5
Incenerimento (con recupero di energia)		1	1	-
Totale rifiuti pericolosi		1	1	5
Totale rifiuti destinati a smaltimento		2	6	6

Rifiuti non destinati a smaltimento	u.m.	28/02/2023	28/02/2022	28/02/2021
Rifiuti non pericolosi				
Altre operazioni di recupero		2.340	2.956	2.815
Riciclo		644	438	-
Preparazione per il riutilizzo			4	-
Totale rifiuti non pericolosi		2.984	3.398	2.815
Rifiuti pericolosi				
	<i>ton</i>			
Altre operazioni di recupero		1	4	-
Totale rifiuti pericolosi		1	4	-
Totale rifiuti non destinati a smaltimento		2.985	3.402	2.815
Variazione A/A		-12,3%	20,9%	<i>n.d.</i>

La quantità di rifiuti prodotti non destinati a smaltimento, pari a 2.985 tonnellate, segna una contrazione del 12% rispetto al precedente anno. La quasi totalità dei rifiuti prodotti è destinata ad operazioni di recupero, riciclo o riutilizzo ed appartiene alla categoria dei rifiuti non pericolosi. Questi ultimi, in gran parte, non sono destinati a smaltimento: circa il 78% dei rifiuti è stato recuperato, mentre il restante 22% è soggetto a riciclo o riutilizzo. Allo stesso modo, anche i rifiuti pericolosi sono per di più destinati ad essere recuperati. La contrazione registrata nel corso dell'esercizio è principalmente imputabile ad una diversa gestione dei toner delle stampanti interne a seguito di un accordo di smaltimento con il fornitore dei toner nuovi. Tutte le operazioni di trattamento dei rifiuti avvengono presso un sito esterno.

Da un'analisi svolta da Erion⁷² sui dati dell'esercizio 2022/23 relativi ai RAEE raccolti da Unieuro dai propri clienti che si sono avvalsi del servizio "uno contro uno", è stato stimato⁷³ che grazie ai benefici ambientali associati al trattamento di tali RAEE Unieuro abbia evitato la produzione di

⁷² Erion è il più importante sistema italiano di Responsabilità Estesa del Produttore per la gestione dei rifiuti associati ai prodotti elettronici e per i Rifiuti di prodotti del tabacco.

⁷³ Considerando che Erion WEEE è leader in Italia nel settore dei RAEE Domestici per tonnellate gestite nel 2022, con una quota di responsabilità pari a circa il 68% e considerando che tutti i ritiri siano stati eseguiti nell'ambito del sistema accreditato al Centro di Coordinamento RAEE (CdCRAEE), nonostante non siano stati tutti eseguiti da Erion WEEE, è possibile assumere che i benefici ambientali complessivi siano equiparabili a quelli definiti da Erion stessa.

124.236 tonnellate di CO₂eq, risparmiato 30.959.446 kWh di energia e nel complesso riciclato 20.195 tonnellate di materiale rispetto alle 22.360 tonnellate raccolte.

Benefici ambientali	
Emissioni evitate	124.236 t di CO ₂ eq
Energia risparmiata	30.959.446 kWh
Materie riciclate	20.195 t
Altri materiali riciclati⁷⁴	
Ferro	11.080 t
Plastica	2.614 t
Alluminio	406 t
Rame	450 t

4.2. Consumi energetici ed emissioni

La correlazione sempre più forte tra il cambiamento climatico e l'utilizzo di energia, ha spinto Unieuro a varare un ambizioso progetto (denominato "Progetto *Green*") volto a limitare l'impatto carbonico del Gruppo sull'ambiente attraverso iniziative che prevedono la riduzione delle emissioni di CO₂ sia a livello di Scope 1 che a livello di Scope 2. La riduzione delle emissioni da fonti di proprietà/controllare (Scope 1) è perseguita principalmente attraverso un progetto di ottimizzazione dell'efficienza energetica della rete dei punti vendita mentre la riduzione delle emissioni in Scope 2, è realizzata attraverso l'acquisto di energia da fonti rinnovabili.

In merito alla prima iniziativa, Unieuro si è impegnata ad innovare i propri modelli di consumo energetico con l'obiettivo di ottimizzare i sistemi maggiormente energivori in occasione delle manutenzioni necessarie e mantenere e migliorare il risparmio economico attraverso una gestione intelligente dei carichi. Ciò viene perseguito tramite diverse azioni di efficientamento energetico, tra cui l'estensione delle installazioni di sistemi di *building automation* nei punti vendita che permettono di gestire in modo integrato ed intelligente tutti gli impianti di un determinato edificio, controllandone efficacemente i sistemi elettrici come illuminazione, riscaldamento e condizionamento, allarmi antintrusione e antincendio. L'installazione dei sistemi di efficientamento consente, dunque, una riduzione attesa dei consumi mediamente intorno ad un 20%-30%. Oltre a ciò, si è proceduto alla sostituzione degli impianti di illuminazione obsoleti, con apparecchi a led che consentono un risparmio energetico stimato intorno al 50% e alla sostituzione degli impianti di climatizzazione con macchine ad alta efficienza. L'obiettivo è la continua ottimizzazione dei sistemi maggiormente energivori in occasione delle manutenzioni necessarie e il mantenimento del *saving* economico garantito dalla gestione intelligente dei carichi. Nell'esercizio le emissioni dirette (Scope 1) sono risultano in riduzione del 36% rispetto al precedente esercizio sulla base della nuova metodologia di calcolo, come descritto nel paragrafo "*Calcolo emissioni Scope 1 e 2: nuova metodologia*".

⁷⁴ Gli altri materiali riciclati si riferiscono alle 20.195 tonnellate e ne rappresentano le voci più rilevanti.

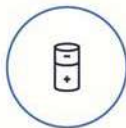
La seconda iniziativa invece ha per oggetto l'acquisto di energia elettrica con certificazione di produzione "green" alla fonte. Nell'anno fiscale 2022/23 tali acquisti hanno raggiunto il 100% del totale rispetto al 58% dell'esercizio precedente.

In aggiunta, sempre nel corso dell'esercizio oggetto di rendicontazione, è stato selezionato il *partner* che supporterà Unieuro nella misurazione della carbon footprint del Gruppo (Scope 1, 2 e 3) e nella definizione di un successivo piano di decarbonizzazione. Tale progetto, previsto nel Piano di Sostenibilità, troverà esecuzione nel corso dell'esercizio 2023/24. Nei primi mesi dell'anno l'attività si è focalizzata sul calcolo delle emissioni Scope 1 e 2 adottando la metodologia del *GHG Protocol* come illustrato in dettaglio nel paragrafo "Calcolo emissioni Scope 1 e 2: nuova metodologia" di seguito riportato.

Unieuro S.p.A. ha proseguito inoltre lo sviluppo del progetto relativo all'installazione di colonnine per la ricarica di veicoli elettrici presso i punti vendita diretti. Oltre alle 12 già in funzione ve ne sono altre 4 in fase di attivazione. A queste si aggiungono le 5 colonnine, che possono caricare contemporaneamente fino a 10 auto, che sono state installate nel magazzino centrale di Piacenza, a disposizione dei dipendenti e dei fornitori.

Si fa infine presente che la sede di Monclick si trova in un edificio a basso impatto ambientale, certificato "LEED platinum" ed equipaggiato con i più moderni sistemi per il miglioramento e l'ottimizzazione dei consumi energetici.

UNA NUOVA ALIMENTAZIONE PER I CARRELLI ELEVATORI DEL MAGAZZINO DI PIACENZA



Uno dei pilastri ESG del Piano di Sostenibilità è l'Innovazione Sostenibile, in cui rientrano i progetti e le pratiche volte a promuovere l'efficientamento energetico. Fra le iniziative sviluppate in corso d'anno rientra anche la sostituzione delle batterie dei carrelli elevatori in uso nel magazzino centrale di Piacenza che sono ora alimentati da batterie agli ioni di litio rispetto alle precedenti a piombo-acido.

Questa tecnologia presenta diversi vantaggi, tra cui:

- la **riduzione dei tempi di ricarica** dei carrelli, che passa dalle precedenti 8 ore ad una sola ora;
- l'**azzeramento delle esalazioni** di CO₂ durante la ricarica, caratteristiche della vecchia tecnologia: ciò fa sì che, non sia più necessaria la presenza di una sala di ricarica;
- un **rendimento energetico superiore** rispetto a quello della precedente tecnologia poiché la **dispersione energetica non supera il 5%**, rispetto al 20% delle batterie a piombo-acido.

Contemporaneamente si segnala l'adozione di:

- un **nuovo sistema di gestione della flotta**, che consente il monitoraggio in tempo reale dei carrelli, della loro posizione, dei consumi e delle ore di utilizzo;
- un **sistema di gestione e verifica degli urti** dei carrelli;
- un sistema di **smart access ai mezzi della flotta**, che permette agli addetti di utilizzare solo i mezzi a cui sono abilitati riducendo così i rischi correlati all'accensione e all'utilizzo del mezzo.

IL PROGETTO GREEN



Il progetto Green, avviato nel corso del 2021, ha l'obiettivo ridurre il consumo di energia elettrica, ricercando la massima efficienza sia dal punto di vista dei consumi che dal punto di vista delle emissioni di CO₂.

Il progetto Green poggia su 2 pilastri:

- Efficientamento Energetico dei punti vendita
- Acquisti di energia da fonti rinnovabili (energia green)

Il primo pilastro ha per oggetto l'efficientamento energetico dei punti vendita: questo progetto, a sua volta, si compone di alcune specifiche tipologie di interventi che interessano la maggior parte dei nostri negozi, privilegiando quelli a maggior consumo energetico.

Gli interventi previsti si possono suddividere in 4 tipologie:

- installazione di nuovi corpi illuminanti a LED ad alta efficienza, in sostituzione di quelli esistenti;
- installazione di un sistema di BMS (Building Management System), ovvero un sistema intelligente di gestione da remoto dei consumi energetici per ottimizzarne l'uso;
- sostituzione dei sistemi di climatizzazione con macchine ad alta efficienza
- installazione di pannelli fotovoltaici sui tetti di alcuni punti vendita.

Durante il 2021/22 sono stati realizzati i primi 3 tipi di interventi sopraelencati in 40 punti vendita, mentre nel 2022/23 il progetto ha coinvolto altri 50 negozi, raggiungendo un totale di 90 store. Considerando i soli interventi di installazione dei sistemi di BMS il progetto green sta agendo da acceleratore; sono infatti circa 170 i punti vendita che negli ultimi anni sono stati dotati di tale tecnologia.

Al termine dei 4 anni previsti per lo sviluppo del progetto, l'obiettivo è di raggiungere un risparmio in termini di riduzione de consumi di quasi 8 GWh

4.2.1. Calcolo emissioni Scope 1 e 2: nuova metodologia

Nel corso dell'esercizio, a seguito dell'avvio del progetto che porterà alla misurazione della *carbon footprint* del Gruppo, la Società ha deciso adottare una nuova metodologia per il calcolo delle emissioni di Scope 1 e 2, in linea con i dettami del GHG *Protocol*. Coerentemente sono stati rideterminati i valori riferiti all'esercizio precedente. L'analisi dettagliata delle emissioni classificate come "Scope 3" al momento della pubblicazione del presente documento è in corso e quindi verrà pubblicata nella Dichiarazione non Finanziaria del prossimo esercizio. In questa edizione viene proposto solo un dato parziale, in continuità con quanto riportato nelle rendicontazioni precedenti.

Rispetto alla metodologia precedentemente adottata il perimetro di calcolo delle emissioni di Scope 1 e 2 è stato definito, secondo l'approccio del controllo operativo, includendo le seguenti strutture dirette di Unieuro⁷⁵:

- Sede centrale Unieuro

⁷⁵ Poiché Unieuro non detiene un controllo operativo (così come definito dal GHG Protocol) su Monclick i consumi di quest'ultima saranno rendicontati nelle emissioni di tipo scope 3.

- Punti vendita
- Piattaforma logistica (hub di Piacenza)

Inoltre, il perimetro operativo è stato ampliato, includendo le sorgenti emmissive di seguito riportate.

Scope 1:

- Combustione stazionaria (combustione gas naturale e gasolio)⁷⁶

Nel calcolo delle emissioni dovute all'energia termica, è stata inclusa anche la quota di gas naturale e gasolio combusto presso le strutture dirette di Unieuro.

- Combustione non stazionaria (precedentemente collocata in Scope 3)⁷⁷

Considerando l'approccio del controllo operativo, è stato ritenuto opportuno aggiungere il contributo delle emissioni relative alla flotta di proprietà e ai veicoli in *leasing* con contratti a lungo termine. La spesa sostenuta per l'alimentazione della flotta è stata convertita in "litri" considerando il costo medio mensile del gasolio e della benzina nel periodo di acquisto del carburante, estratti dal sito del Ministero dello Sviluppo Economico (MiSE). I valori ottenuti sono stati riportati in emissioni di CO₂e mediante i fattori ISPRA del parco veicolare italiano che fornisce valori d'impatto per unità di energia rilasciata in fase di combustione del carburante. L'energia rilasciata in fase di alimentazione della flotta è stata ottenuta applicando ai "litri" un fattore di conversione inclusivo del potere calorifico inferiore e della densità media dei carburanti.

- Emissioni fuggitive (perdite di gas climalteranti)⁷⁸

Sono stati inclusi tutti i rabbocchi di F-GAS, corrispondenti alle emissioni fuggitive di gas climalteranti, effettuati nelle strutture dirette di Unieuro. I fluidi climalteranti sono stati convertiti in emissioni mediante i valori di GWP (100-*year* scenario) forniti dal *Fifth Assessment Report* di IPCC.

Scope 2:

- Energia elettrica importata (approccio *Location-based* e *Market-based*)⁷⁹

Si è deciso di modificare la fonte dei Fattori di emissione scelti per calcolare l'impatto ambientale del prelievo di energia elettrica principalmente per le seguenti due motivazioni. Il fattore di emissione usato in DNF (ENERDATA 2015) non riporta il contributo dei 6 gas GHG previsti dal

⁷⁶ Fonte Fattore di emissione: DEFRA 2022

⁷⁷ Fonte Fattore di emissione: ISPRA 2020 e MiSE

⁷⁸ Fonte Fattore di emissione: IPCC AR5

⁷⁹ Fonte Fattore di emissione *Location based*: Ecoinvent 3.8 (FY22) e 3.9.1.(FY23) Fonte Fattore di emissione *Market based*: AIB-Residual Mix 2021 (ultimo aggiornamento disponibile)

GHG *Protocol*, al contrario il Fattore di emissione Ecoinvent permette di rendicontare separatamente l'impatto di Scope 2 da quello di Scope 3. Nell'approccio *Market-based* si utilizza per il FY 2021/22 la fonte AIB (*Residual Mix*), non essendo disponibile il Fattore di emissione del fornitore. Nel FY 2022/23, poiché la fornitura è stata effettuata completamente mediante GO (Garanzie di Origine), il Fattore emissivo è pari a zero, in accordo con la *Scope 2 Guidance* del *GHG Protocol*.

Per le emissioni classificate come Scope 3, come anticipato, si includono solo le emissioni generate dagli spostamenti con auto private. In mancanza del dettaglio sulla tipologia di veicoli, e dei chilometri percorsi per ciascuna tipologia di auto viene effettuato un calcolo approssimativo utilizzando il fattore di emissione DEFRA 2022, *medium car*.

Tale metodologia viene applicata anche ai dati relativi al FY 2021/22, che vengono quindi rettificati come specificato nelle tabelle seguenti.

Il consumo di energia elettrica (pari a 238.695 GJ) è diminuito di circa il 2% rispetto all'esercizio precedente. Le relative emissioni, pari a 17.104 tCO₂e (calcolate secondo l'approccio *Location-based*), sono risultate in diminuzione del 3% rispetto all'esercizio precedente. Invece, grazie all'utilizzo di energia elettrica derivante al 100% da fonte rinnovabile (certificata con GO) le emissioni calcolate con il metodo *Market-based* risultano pari a 0 (zero). Tali acquisti certificati, che nell'esercizio 2022/23 hanno coperto l'intero fabbisogno, sono iniziati nel corso del FY 2020/21 e verranno mantenuti anche negli esercizi futuri.

Anche il consumo di gasolio e di gas naturale è diminuito rispetto all'esercizio precedente (-31%). Il calcolo delle emissioni Scope 1 mostra una riduzione delle emissioni da combustione diretta pari al 36%.

Le emissioni GHG dirette e indirette generate da Unieuro nel FY 2022/23 sono pari a 1.689 tCO₂e utilizzando l'approccio *Market-based*, invece corrispondono a 18.793 tCO₂e se viene adottato il metodo *Location-based*. Nel primo caso, rispetto al FY 2021/22, si registra una riduzione complessiva pari al 89%, nel secondo invece, la diminuzione delle emissioni GHG è del 7%.

Indicatori di *performance*Consumi indiretti di energia⁸⁰

Energia elettrica per il funzionamento degli uffici	u.m.	28/02/2023	28/02/2022
Energia elettrica	kWh	66.304.198	67.677.138
	GJ	238.695	243.638
Variazione A/A		-2%	n.d.

Emissioni generate dai consumi indiretti di energia

Emissioni indirette – Scope 2	u.m.	28/02/2023	28/02/2022
Location-based approach			
Emissioni da consumi di energia elettrica	t CO ₂ e	17.104	17.668
Market-based approach			
Emissioni da consumi di energia elettrica	t CO ₂ e	0	12.959

Consumo diretto di combustibile per il funzionamento degli uffici e dei punti vendita⁸¹

Combustibile da fonti non-rinnovabili	u.m.	28/02/2023	28/02/2022
Gas Naturale	Smc	126.168	244.722
	GJ	4.527	8.781
Gasolio	Litri	138.516	141.460 ⁸²
	GJ	4.995	5.102
Totale combustibile da fonti non-rinnovabili	GJ	9.523	13.884
Variazione A/A		-31%	n.d.

⁸⁰ I consumi indiretti di energia elettrica sono stati utilizzati per calcolare le emissioni GHG dell'organizzazione; poiché Unieuro non detiene un controllo operativo (così come definito dal GHG Protocol) su Monclick i consumi di quest'ultima saranno rendicontati nelle emissioni di tipo Scope 3. L'energia acquistata da Monclick nel corso del FY 2022/23 è pari a 814.787 kWh (2.933 GJ), in leggero aumento rispetto al FY 2021/22 (798.911 kWh, 2.875 GJ). Il dato pubblicato nella FY 2021/22 relativo all'energia elettrica totale (69.276.642 kWh) acquistata da Unieuro (68.477.731 kWh) e Monclick (798.911 kWh), è stato ricalcolato considerando i valori esatti privi di stime (il consumo di energia elettrica per Unieuro risulta quindi, pari a 67.677.138 kWh).

⁸¹ Dati desunti dalle bollette inviate dal fornitore.

⁸² Si rettifica il dato precedentemente pubblicato nella DNF 2021/22. Il dato riportato nella presente tabella è stato ottenuto con dati esatti, mentre il calcolo pubblicato precedentemente recava una quota di dati stimati.

Emissioni generate dai consumi diretti di combustibile

Emissioni dirette - Scope 1	u.m.	28/02/2023	28/02/2022
	<i>t CO2e</i>	1.689	2.628
	<i>Var A/A</i>	-36%	<i>n.d.</i>

Scheda di sintesi: Emissioni dirette ed indirette (Scope 1 e 2)

	u.m.	28/02/2023	28/02/2022
Scope 1		1.689	2.628
Variazione A/A		-36%	<i>n.d.</i>
Scope 2 Location-based		17.104	17.668
Variazione A/A		-3%	<i>n.d.</i>
Scope 2 Market-based	<i>t CO2e</i>	0	12.959
Scope 1 + 2 Location-based		18.793	20.296
Variazione A/A		-7%	<i>n.d.</i>
Scope 1 + 2 Market-based		1.689	15.587
Variazione A/A		-89%	<i>n.d.</i>

Chilometri percorsi per spostamenti del personale⁸³

Km percorsi per spostamenti del personale	u.m.	28/02/2023	28/02/2022
Con auto private		258.414	295.686
Con auto aziendali	<i>km</i>	3.434.844	3.380.385
Totale chilometri percorsi		3.693.258	3.676.071
Variazione A/A		0,5%	

Emissioni generate dai consumi diretti e indiretti di combustibile⁸⁴

Emissioni dirette e indirette - Scope 3	u.m.	28/02/2023	28/02/2022
Emissioni indirette per consumi con auto private	<i>t CO2e</i>	45	52

⁸³ I km delle auto aziendali sono ricavati dalle schede carburante; i km delle auto private sono stimati partendo dai rimborsi spese dei dipendenti e dividendo il valore totale monetario per il costo medio del carburante € 0,28. Per l'esercizio 2022/23, in linea con l'esercizio precedente, il dato riportato esclude le spese per taxi in quanto non disponibile. Il dato esclude la controllata Monclick S.r.l. in quanto non significativa.

⁸⁴ Per il calcolo delle emissioni sono stati utilizzati i fattori di conversione del Department for Environment, Food and Rural Affairs (DEFRA) 2021 e 2022.

4.3. Consumi di risorse e materiali

Unieuro, non svolgendo attività produttive in senso stretto, non presenta particolari impatti relativi ai consumi di materiali.

La stampa di volantini pubblicitari, commissionata a fornitori terzi, rappresenta l'attività maggiormente significativa in termini di consumo di materie prime per Unieuro S.p.A., a differenza di Monclick, che svolge principalmente *online* le proprie attività pubblicitarie.

Nel corso dell'esercizio 2022/23 sono state distribuite sul territorio nazionale circa 14 milioni di copie di materiale pubblicitario, facendo registrare una riduzione del 46% rispetto all'esercizio precedente (26 milioni). La Società, infatti, durante il periodo pandemico legato alla diffusione del Covid-19 ha deciso di implementare una serie di iniziative volte a favorire la riduzione dei consumi di materiali. Tale attività è proseguita nel corso dell'esercizio oggetto di rendicontazione nonostante il venir meno dell'emergenza sanitaria, con un ulteriore incremento della pubblicazione e distribuzione in modalità *full digital* delle campagne promozionali di catena, al netto delle campagne di nuova apertura, *relocation* e *refurbishment* che utilizzano ancora la stampa tradizionale. Nel complesso, i consumi di carta si sono ridotti del 37% circa rispetto all'esercizio precedente e di circa il 95% rispetto al periodo pre-Covid.

In merito al *packaging* dei prodotti Unieuro promuove pratiche volte all'utilizzo di imballaggi sostenibili e a perseguirne il corretto smaltimento. Vale la pena menzionare che, il Gruppo, si rifornisce da primari operatori attivi nei mercati dei prodotti di elettronica di consumo e degli elettrodomestici i quali, nella stragrande maggioranza dei casi, perseguono a loro volta, strategie di *sustainable packaging*.

Per quanto riguarda la marca privata (Private Label) Unieuro ha inserito degli indirizzi valoriali nello *scouting*, nel *sourcing* e nella realizzazione di *packaging* sostenibile ricercando quanto più possibile soluzioni "*plastic free*", compatibilmente con i vincoli commerciali di posizionamento, in particolare per i prodotti *mainstream* centrati sul concetto di "*value for money*". È stato inoltre studiato e implementato un *system* grafico trasversale a tutti i *brand* di cui Unieuro è titolare del marchio per comunicare, nel rispetto della normativa esistente ed in modo efficace ai clienti, le corrette modalità di smaltimento dei materiali di cui è composto il *packaging*. Per alcuni prodotti, al fine di facilitare ulteriormente le modalità di smaltimento, Unieuro ha inserito nel *system* grafico dello smaltimento un *QRcode*, collegato ad un'applicazione, che permette di geolocalizzare la richiesta dello smaltimento dei componenti dell'imballaggio e fornisce indicazioni precise su dove poter smaltire i materiali a seconda delle disposizioni del Comune o dell'area di conferimento.

Alcuni esempi di ulteriori azioni specifiche messe in atto in tale ambito riguardano l'impiego di imballaggi in cartoncino per diverse categorie di prodotti IT e l'utilizzo di fascette cartonate per prodotti quali il materiale elettrico multi-presa, prolunghe e cavi TV.

Indicatori di *performance*Consumi di risorse⁸⁵

Consumi di carta	u.m.	28/02/2023	28/02/2022	29/02/2021
Consumi di carta	q	3.607	5.720	10.733
Variazioni A/A		-37%	-47%	

INIZIATIVE DI RECUPERO DEI PALLET ED USO DI MATERIALE RICICLATO COME RIEMPITIVO DEI COLLI



Gli imballaggi utilizzati per spedire la merce dagli hub logistici ai negozi hanno un impatto sull'ambiente: in passato erano progettati per non essere restituiti e, dopo l'utilizzo, diventavano rifiuti. Con l'obiettivo di fare scelte responsabili, si sono avviate iniziative di monitoraggio e di recupero dei pallet al fine di favorire un successivo riutilizzo ed una graduale riduzione della plastica utilizzata per il riempitivo dei *packaging*.

In coerenza con quanto indicato nel Piano di Sostenibilità, Unieuro ha proseguito nel 2022/23 il progetto di recupero dei pallet per un loro riutilizzo relativamente al "circuito HUB" (Piattaforme Logistiche Territoriali che gestiscono le Home Delivery) sfruttando i dati del sistema di tracciamento dei pallet in ingresso ed in uscita nella piattaforma di Piacenza.

La seconda iniziativa riguardante i pallet attiene al progressivo passaggio verso supporti in plastica riciclata al 100%, in alternativa a quelli in legno. Tale scelta, dettata anche da considerazioni di costo e di reperibilità della materia prima, consente di mitigare i rischi di variabilità e discontinuità nelle forniture dei pallet in legno. Nell'ambito dei pallet, la plastica costituisce un materiale con caratteristiche apprezzabili quali la resistenza e, appunto, la riciclabilità.

L'incidenza dei pallet oggetto di recupero rispetto a quelli acquistati nel corso dell'esercizio è salita oltre l'80% rispetto al 35% dell'anno precedente. Si segnala inoltre che nel 2022 sono state acquistate due perforacartoni per mezzo delle quali è possibile coprire l'intero fabbisogno di riempitivo per colli con materiale riciclato e autoprodotta. In questo modo, da marzo 2022 sono stati abbandonati i riempitivi in plastica, a favore di materiale riciclato al 100%. L'obiettivo è di aumentare sempre di più l'utilizzo di cartone e nastro adesivo in carta per le spedizioni *Home Delivery* e ridurre la creazione di rifiuti non riciclabili.

⁸⁵ Il calcolo dei consumi di carta è stato stimato moltiplicando il numero di copie acquistate e distribuite (14,3 milioni) per il peso medio di circa 25 grammi.

NOTA METODOLOGICA

La Dichiarazione Consolidata di carattere Non Finanziario (nel seguito anche “Dichiarazione” o “DNF”) del Gruppo Unieuro (nel seguito anche “Gruppo”), redatta ai sensi del D.Lgs. 254/2016 in attuazione della Direttiva 2014/95/UE, espone informazioni e dati relativi alle politiche praticate e alla gestione dei temi ambientali, sociali, attinenti al personale, al rispetto dei diritti umani e alla lotta contro la corruzione attiva e passiva, utili ad assicurare la comprensione delle attività svolte dal Gruppo in tali ambiti, del suo andamento, dei risultati conseguiti e degli impatti che ne sono derivati. La Dichiarazione illustra, inoltre, i principali rischi di carattere non finanziario, cosiddetti rischi ESG (*Environmental, Social e Governance*) e le relative modalità di gestione.

La Dichiarazione è redatta in conformità ai GRI *Sustainability Reporting Standards*⁸⁶ definiti dal *Global Reporting Initiative*⁸⁶ (GRI). In chiusura della DNF è riportata la tabella GRI Content Index, che fornisce un riepilogo dei GRI Standards utilizzati ed elenca tutte le informative incluse nel presente documento. Per la redazione del presente documento sono state altresì considerate le raccomandazioni, “*Priorities related to non-financial statements*”, che l’ESMA ha pubblicato nella propria Dichiarazione Annuale di ottobre 2022.

Il periodo di reporting va dal 1° marzo 2022 al 28 febbraio 2023 e coincide con quello considerato per la redazione della Relazione Finanziaria. Come previsto dal D.Lgs. 254/2016, la Dichiarazione viene pubblicata con cadenza annuale ed è sottoposta a giudizio di conformità delle informazioni fornite rispetto alle richieste del suddetto Decreto e dello *standard* utilizzato da parte del revisore legale del bilancio civilistico.

L’ampiezza e la qualità della rendicontazione riflettono il principio di materialità, elemento previsto dalla normativa di riferimento e caratterizzante i GRI Standards: i temi trattati all’interno della Dichiarazione sono quelli che, dopo un’attenta valutazione, sono risultati materiali in quanto rappresentano gli impatti più significativi dell’organizzazione sull’economia, l’ambiente, e le persone, compreso l’impatto sui loro diritti umani.

Relativamente ai *restatement* applicati nella presente DNF, si segnala che all’interno del capitolo 3.1 relativo ai dipendenti, sono stati ricalcolati i dati relativi alla valutazione delle *performance* per il FY 2021-22; per quanto riguarda il capitolo 4.2 relativo ai consumi energetici e alle emissioni, si segnala che è stata utilizzata una metodologia differente per il calcolo delle emissioni Scope 1, Scope 2 e Scope 3 in linea con il *GHG Protocol*, come dettagliatamente descritto nel paragrafo denominato “*Calcolo emissioni scope 1 e scope 2: nuova metodologia*”.

A partire dal FY 2021/22, come previsto dall’Art. 5 del D.Lgs. 254/2016 “*Collocazione della Dichiarazione e regime di pubblicità*”, il presente documento costituisce una relazione distinta dalla Relazione sulla Gestione e pertanto contrassegnato con apposita dicitura, al fine di poter essere chiaramente identificato come il documento che contiene le informazioni non finanziarie previste dalla normativa.

⁸⁶ Il *Global Reporting Initiative* è un organismo non-profit fondato a Boston nel 1997 allo scopo di creare un supporto utile al rendiconto della performance sostenibile di organizzazioni di qualunque dimensione, appartenenti a qualsiasi settore e Paese del mondo. Nel 2001 è stato riconosciuto come Organismo Indipendente dalle Nazioni Unite e nel 2002 la UNEP (*United Nations Environment Program*) ha formalmente riconosciuto e condiviso i suoi principi invitando tutti gli Stati Membri dell’ONU ad individuare una sede ufficiale quale Organismo riconosciuto dalle Nazioni Unite.

Per informazioni sulla DNF è possibile scrivere a sostenibilita@unieuro.com; la persona di riferimento per domande sulla Dichiarazione e per le informazioni in essa riportate è il *Sustainability and M&A Director*.

La “Lettera agli *Stakeholder*” della presente Dichiarazione integra e completa le lettere del Presidente e dell’Amministratore Delegato inserite in apertura della Relazione Finanziaria al 28 febbraio 2023.

Il presente documento è stato sottoposto ad approvazione da parte del Consiglio di Amministrazione in data 9 maggio 2023, ed è pubblicata nella sezione “*Sostenibilità*” del Sito Internet della Società (www.unieurospa.com) entro trenta giorni precedenti all’Assemblea, unitamente alla restante documentazione assembleare.

La revisione indipendente della Dichiarazione non finanziaria è stata affidata a KPMG S.p.A. e si è conclusa con il rilascio della “Relazione della società di revisione indipendente sulla dichiarazione consolidata di carattere non finanziario ai sensi dell’art. 3 del D.lgs. 254/2016 e dell’art. 5 del Regolamento Consob adottato con Delibera n. 20267”⁸⁷. L’esame limitato svolto dalla società di revisione sulla DNF non si estende alle informazioni contenute nel paragrafo “*La Tassonomia Ambientale Europea per Unieuro*”, richieste dall’art. 8 del Regolamento (UE) n. 852 del 18 giugno 2020.

Perimetro di reporting

Le informazioni qualitative e quantitative contenute nella Dichiarazione si riferiscono alle *performance* del Gruppo Unieuro per l’esercizio chiuso il 28 febbraio 2023, in coerenza con il perimetro di rendicontazione della Relazione Finanziaria Annuale.

Con i termini “Unieuro” o “Gruppo” si intende l’insieme delle società costituito dalla capogruppo Unieuro S.p.A. e dalla società interamente controllata Monclick S.r.l., mentre con i termini “Unieuro S.p.A.” o “Società” ci si riferisce esclusivamente alla capogruppo Unieuro S.p.A..

Al fine di facilitare la comprensione sull’evoluzione della *performance di sostenibilità*, le informazioni quantitative sono presentate lungo un arco temporale di tre anni.

Si sottolinea, infine, che alcuni temi e indicatori possono avere un perimetro di rendicontazione differente rispetto a quello riferito al Gruppo, qualora questi siano stati valutati dal *management* come non rilevanti per una specifica società in considerazione delle sue attività svolte. In questo caso, nel testo, viene esplicitato chiaramente il perimetro di riferimento del tema/indicatore.

Perimetro delle tematiche materiali del Gruppo

La tabella che segue schematizza il perimetro di ciascun tema materiale, evidenziando le entità interne ed esterne al Gruppo che sono coinvolte dai possibili impatti che questi comportano. Si

⁸⁷ Regolamento Consob sulla comunicazione di informazioni di carattere non finanziario adottato con delibera n. 20.267 del 18 gennaio 2018 [*informazioni_carattere_non_finanziario*] (consob.it)

precisa, inoltre, che, laddove la tematica non riguardi tutto il Gruppo, la società esclusa dal perimetro è stata considerata non rilevante in considerazione della tipologia di attività svolta.

Tematiche materiali	Perimetro interno	Perimetro esterno
Etica e integrità nella condotta del <i>business</i>	Gruppo	Lavoratori, Clienti, Fornitori, Comunità locali
Resilienza ed equilibrio economico	Gruppo	Stakeholder di riferimento
Dialogo con gli <i>stakeholder</i>	Gruppo	Stakeholder di riferimento
Lotta alla corruzione	Gruppo	Comunità locali, Fornitori
<i>Customer centricity</i> ed innovazione	Gruppo	Clienti
Tutela della <i>privacy</i> dei consumatori e <i>cybersecurity</i>	Gruppo	Clienti
Sicurezza dei prodotti in commercio	Gruppo	Clienti, Fornitori
Trasparenza delle informazioni sui prodotti e sulle offerte ai clienti	Gruppo	Clienti, Fornitori
Rispetto dei diritti umani e tutela dei lavoratori	Gruppo	Lavoratori, Fornitori
Diversità e pari opportunità	Gruppo	Lavoratori
Salute e sicurezza dei dipendenti e collaboratori	Gruppo	Lavoratori, Fornitori
Formazione del personale e sviluppo delle carriere	Gruppo	Lavoratori
<i>Welfare aziendale</i>	Gruppo	Lavoratori
Catena di fornitura sostenibile	Gruppo	Fornitori
Cambiamento climatico ed efficienza energetica	Gruppo	Comunità locali, Fornitori
Gestione dei rifiuti	Gruppo	Comunità locali, Fornitori
Distribuzione, logistica e <i>mobility management</i>	Gruppo	Comunità locali, Fornitori
<i>Packaging</i> sostenibile	Gruppo	Fornitori, Clienti

Di seguito si riporta il prospetto di correlazione tra gli aspetti del D.Lgs. 254/2016, le tematiche materiali e gli indicatori previsti dai GRI Standards.

Aspetti del D.Lgs. 254/2016	Tematiche materiali	Perimetro delle tematiche materiali	Numero e titolo dell'informativa GRI	GRI Standards
Ambiente	Cambiamento climatico ed efficienza energetica	Gruppo Unieuro	GRI 301: Materiali (2016)	GRI 301-1
			GRI 302: Energia (2016)	GRI 302-1
			GRI 305: Emissioni (2016)	GRI 305-1 GRI 305-2 GRI 305-3
	Gestione dei rifiuti	Gruppo Unieuro	GRI 306: Rifiuti (2020)	GRI 306-1 GRI 306-2 GRI 306-3 GRI 306-4 GRI 306-5
	Distribuzione, logistica e <i>mobility management</i>	Gruppo Unieuro	GRI 305: Emissioni (2016)	GRI 302-1
<i>Packaging</i> sostenibile	Gruppo Unieuro	GRI 301: Materiali (2016)	GRI 301-1	
Etica e integrità nella condotta del <i>business</i>	Gruppo Unieuro	GRI 2: Compliance con leggi e regolamenti (2021)	GRI 2-27	

Aspetti del D.Lgs. 254/2016	Tematiche materiali	Perimetro delle tematiche materiali	Numero e titolo dell'informativa GRI	GRI Standards
Società	Catena di fornitura sostenibile	Gruppo Unieuro	GRI 2: Informativa Generale (2021)	GRI 2-6
			GRI 308: Valutazione ambientale dei fornitori (2016)	GRI 308-1
			GRI 414: Valutazione sociale dei fornitori (2016)	GRI 414-1
	Tutela della <i>Privacy</i> dei consumatori e <i>cybersecurity</i>	Gruppo Unieuro	GRI 418: <i>Privacy</i> dei clienti (2016)	GRI 418-1
	Sicurezza dei prodotti in commercio	Gruppo Unieuro	GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti (2016)	GRI 416-2
	Sostegno alle comunità locali ⁸⁸	Unieuro S.p.A.	GRI 413: Comunità locali (2016)	GRI 413-1
	Trasparenza delle informazioni sui prodotti e sulle offerte ai clienti	Gruppo Unieuro	GRI 417: <i>Marketing</i> e etichettatura (2016)	GRI 417-1 GRI 417-2 GRI 417-3
			GRI 206: Comportamento Anticoncorrenziale (2016)	GRI 206-1
	Etica e integrità nella condotta del <i>business</i>	Gruppo Unieuro	GRI 207: Imposte (2019)	GRI 207-1 GRI 207-2 GRI 207-3 GRI 207-4
			Gruppo Unieuro	GRI 2: Informativa Generale (2021)
	Resilienza ed equilibrio economico	Gruppo Unieuro	GRI 201: Valore economico generato e distribuito (2016)	GRI 201-1
			GRI 202: Presenza sul mercato (2016)	GRI 202-2
			GRI 203: Impatti economici indiretti (2016)	GRI 203-1
			GRI 204: Prassi di approvvigionamento (2016)	GRI 204-1
	Customer centricity ed innovazione	Gruppo Unieuro	GRI 3: Temi materiali (2021) Progetto NPS (per maggiori dettagli si rimanda alla Relazione Finanziaria Annuale 2021/22)	GRI 3-3

⁸⁸ La tematica non è risultata materiale ma, in quanto rilevante per Unieuro, ne viene fornita una rendicontazione su base volontaria.

Aspetti del D.Lgs. 254/2016	Tematiche materiali	Perimetro delle tematiche materiali	Numero e titolo dell'informativa GRI	GRI Standards			
Personale	Diversità e pari opportunità	Gruppo Unieuro	GRI 2: Informativa Generale (2021)	GRI 2-7 GRI 2-8			
			GRI 401: Occupazione (2016)	GRI 401-1			
			GRI 405: Diversità e pari opportunità (2016)	GRI 405-1 GRI 405-2			
	Formazione del personale e sviluppo delle carriere	Gruppo Unieuro	GRI 404: Formazione e istruzione (2016)	GRI 404-1 GRI 404-2 GRI 404-3			
			Salute e sicurezza dei dipendenti e collaboratori	Gruppo Unieuro	GRI 403: Salute e Sicurezza sul lavoro (2018)	GRI 403-1	
						GRI 403-2	
	GRI 403-3						
	GRI 403-4						
	Welfare aziendale	Gruppo Unieuro	GRI 402: Gestione del lavoro e delle relazioni sindacali (2016)	GRI 403-5			
				GRI 403-6			
Diversità degli organi di governo e di controllo	Diversità e pari opportunità	Gruppo Unieuro	GRI 403-7				
			GRI 403-9				
			GRI 403-10				
Lotta alla corruzione	Lotta alla corruzione	Gruppo Unieuro	GRI 402-1				
			Rispetto dei diritti umani e tutela dei lavoratori	Gruppo Unieuro	GRI 406: Non discriminazione (2016)	GRI 2: Informativa Generale (2021)	GRI 2-9
						GRI 401: Occupazione (2016)	GRI 401-1
GRI 405: Diversità e pari opportunità (2016)	GRI 405-1 GRI 405-2						
Diritti Umani	Lotta alla corruzione	Gruppo Unieuro	GRI 205: Anticorruzione (2016)	GRI 205-1 GRI 205-2 GRI 205-3			

GRI CONTENT INDEX

La tabella che segue riporta le informazioni di Gruppo redatte in conformità ai *GRI Standard*. Per ciascuna informativa sono indicati: il numero di riferimento dell'informativa stessa, i numeri di pagina in cui possono essere ritrovate le informazioni all'interno del presente documento o su altri documenti di riferimento, nonché eventuali note e/o omissioni, ove previsto.

Statement of use	Unieuro ha redatto la presente informativa non finanziaria <i>in accordance</i> con i GRI Standards per il periodo 1° marzo 2022 - 28 febbraio 2023.
GRI 1	GRI 1: Foundation 2021
GRI Sector Standard(s) applicabile	N/A

GRI STANDARD		RIFERIMENTO CAPITOLO / PARAGRAFO	NUMERO DI PAGINA E NOTE	OMISSIONE		
				REQUISITI OMESSI	MOTIVAZIONE SPIEGAZIONE	
GENERAL DISCLOSURES						
GRI 2: General Disclosures 2021	2-1	Dettagli organizzativi	1.1 Chi siamo	pp. 19-22		
	2-2	Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	Nota Metodologica	pp. 142-146		
	2-3	Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	Nota Metodologica	pp. 142-146		
	2-4	Revisione delle informazioni	Nota Metodologica	pp. 142-146		
	2-5	Assurance esterna	Nota Metodologica			
	2-6	Attività, catena del valore e altri rapporti di <i>business</i>	Relazione della Società di Revisione	pp. 142-146		
	2-7	Dipendenti	3.3 Fornitori	pp. 121-124		
	2-8	Lavoratori non dipendenti	3.1 Dipendenti	pp. 81-96		
	2-9	Struttura e composizione della <i>governance</i>	3.1 Dipendenti	pp. 81-96		
	2-10	Nomina e selezione del massimo organo di governo	2.1 Gli Organi di Governance	pp. 46-58		
	2-11	Presidente del massimo organo di governo	2.1 Gli Organi di Governance	pp. 46-58		
	2-12	Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	2.1 Gli Organi di Governance	pp. 46-58		
	2-13	Delega di responsabilità per la gestione degli impatti	2.1 Gli Organi di Governance	pp. 46-58		
	2-14	Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	2.1 Gli Organi di Governance	pp. 46-58		
	2-15	Conflitti di interessi	2.1 Gli Organi di Governance	pp. 46-58		

GRI STANDARD		RIFERIMENTO CAPITOLO / PARAGRAFO	NUMERO DI PAGINA E NOTE	OMISSIONE	
				REQUISITI OMESSI	MOTIVAZIONE SPIEGAZIONE
2-16	Comunicazione delle criticità	2.1 Gli Organi di Governance	pp. 46-58		
2-17	Conoscenza collettiva del massimo organo di governo	2.1 Gli Organi di Governance	pp. 46-58		
2-18	Valutazione della <i>performance</i> del massimo organo di governo	2.1 Gli Organi di Governance	pp. 46-58		
		3.1 Dipendenti			
2-19	Norme riguardanti le remunerazioni	Relazione sulla politica di remunerazione e sui compensi corrisposti disponibile al seguente <i>link</i> : Assemblea 2022 - Unieuro S.p.A. (unieurospa.com)	pp. 88-96		
		3.1 Dipendenti			
2-20	Procedura di determinazione della retribuzione	Relazione sulla politica di remunerazione e sui compensi corrisposti disponibile al seguente <i>link</i> : Assemblea 2022 - Unieuro S.p.A. (unieurospa.com)	pp. 88-96		
2-21	Rapporto di retribuzione totale annuale	3.1 Dipendenti	pp. 88-96		
2-22	Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	Lettera agli Stakeholder	pp. 16-18		
		1.1 Chi siamo			
2-23	Impegno in termini di policy	2.2 Modello di business e compliance normativa	pp. 19-22; 58-62		
2-24	Integrazione degli impegni in termini di policy	2.1 Gli Organi di Governance	pp. 54-58		
2-25	Processi volti a rimediare agli impatti negativi	2.2 Modello di business e compliance normativa	pp. 58-62		
2-26	Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	2.2 Modello di business e compliance normativa	pp. 58-62		
2-27	Conformità e leggi e regolamenti	2.2 Modello di business e compliance normativa	pp. 58-68; 120-121		
		3.2 Clienti			
2-28	Appartenenza ad associazioni	1.1 Chi siamo	pp. 23-26		

GRI STANDARD			RIFERIMENTO CAPITOLO / PARAGRAFO	NUMERO DI PAGINA E NOTE	OMISSIONE	
					REQUISITI OMESSI	MOTIVAZIONE SPIEGAZIONE
	2-29	Approccio al coinvolgimento degli <i>stakeholder</i>	1.2 Coinvolgimento degli Azionisti e degli altri Stakeholder	pp. 23-26		
	2-30	Contratti collettivi	3.1 Dipendenti	pp. 107-108		
TEMI MATERIALI						
GRI 3: Temi materiali 2021	3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	1.3 Percorso strategico di Sostenibilità	pp. 27-37		
	3-2	Elenco di temi materiali	1.3 Percorso strategico di Sostenibilità	pp. 27-37		
RESILIENZA ED EQUILIBRIO ECONOMICO						
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	2.3 Responsabilità economico-finanziaria	pp. 69-70		
GRI 201: Performance economiche 2016	201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	2.3 Responsabilità economico-finanziaria	p. 69		
GRI 202: Presenza sul mercato 2016	202-2	Percentuale di alta dirigenza assunta attingendo dalla comunità locale	3.1 Dipendenti	pp. 88-96		
GRI 203: Impatti economici Indiretti 2016	203-1	Investimenti infrastrutturali e servizi finanziati	3.4 Comunità	pp. 125-128		
GRI 204: Pratiche di approvvigionamento 2016	204-1	Proporzione di spesa verso fornitori locali	3.3 Fornitori	pp. 121-124		
LOTTA ALLA CORRUZIONE						
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	2.2 Modello di business e compliance normativa	pp. 58-68		
	205-1	Operazioni valutate per i rischi legati alla corruzione	2.2 Modello di business e compliance normativa	pp. 61-62		
GRI 205: Anticorruzione 2016	205-2	Comunicazione e formazione in materia di politiche e procedure anticorruzione	2.2 Modello di business e compliance normativa	pp. 61-62		
	205-3	Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	2.2 Modello di business e compliance normativa	pp. 61-62		

GRI STANDARD			RIFERIMENTO CAPITOLO / PARAGRAFO	NUMERO DI PAGINA E NOTE	OMISSIONE	
					REQUISITI OMESSI	MOTIVAZIONE SPIEGAZIONE
ETICA E INTEGRITÀ NELLA CONDOTTA DEL BUSINESS						
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	3.2 Clienti	pp. 109-121		
GRI 206: Comportamento anticoncorrenziale 2016	206-1	Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche	3.2 Clienti	pp. 120-121		
GRI 207: Imposte 2019	207-1	Approccio alla fiscalità	2.3 Responsabilità economico-finanziaria	pp. 69-70		
	207-2	<i>Governance</i> fiscale, controllo e gestione del rischio	2.3 Responsabilità economico-finanziaria	pp. 69-70		
	207-3	Coinvolgimento degli <i>stakeholder</i> e gestione delle preoccupazioni in materia fiscale	2.3 Responsabilità economico-finanziaria	pp. 69-70		
	207-4	Rendicontazione Paese per Paese	Relazione Finanziaria	pp. 69-70		
PACKAGING SOSTENIBILE						
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	4.3 Consumi di risorse e materiali	pp. 140-141		
GRI 301: Materiali 2016	301-1	Materiali utilizzati per peso o volume	4.3 Consumi di risorse e materiali	pp. 140-141		
DISTRIBUZIONE, LOGISTICA E MOBILITY MANAGEMENT						
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	4.2 Consumi energetici ed emissioni	pp. 133-139		
GRI 305: Emissioni 2016	305-1	Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	4.2 Consumi energetici ed emissioni	pp. 133-139		
	305-2	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	4.2 Consumi energetici ed emissioni	pp. 133-139		
	305-3	Altre emissioni indirette di GHG (Scope 3)	4.2 Consumi energetici ed emissioni	pp. 133-139		Per il FY 2022/23 viene proposto un dato parziale. Unieuro si riserva di migliorarne la <i>disclosure</i> in considerazione dell'avvio del progetto di misurazione della <i>Carbon Footprint</i> in accordo con il <i>GHG Protocol</i> .

GRI STANDARD			RIFERIMENTO CAPITOLO / PARAGRAFO	NUMERO DI PAGINA E NOTE	OMISSIONE	
					REQUISITI OMESSI	MOTIVAZIONE SPIEGAZIONE
CAMBIAMENTO CLIMATICO ED EFFICIENZA ENERGETICA						
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	4.2 Consumi energetici ed emissioni	pp. 133-139		
GRI 302: Energia 2016	302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	4.2 Consumi energetici ed emissioni	pp. 133-139		
	305-1	Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	4.2 Consumi energetici ed emissioni	pp. 133-139		
	305-2	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	4.2 Consumi energetici ed emissioni	pp. 133-139	pp. 133-139	
GRI 305: Emissioni 2016	305-3	Altre emissioni indirette di GHG (Scope 3)	4.2 Consumi energetici ed emissioni		Per il FY 2022/23 viene proposto un dato parziale. Unieuro si riserva di migliorarne la <i>disclosure</i> in considerazione dell'avvio del progetto di misurazione della <i>Carbon Footprint</i> in accordo con il <i>GHG Protocol</i>	
GESTIONE DEI RIFIUTI						
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	4.1 Gestione dei rifiuti	pp. 130-133		
GRI 306: Rifiuti 2020	306-1	Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti	4.1 Gestione dei rifiuti	pp. 130-133		
	306-2	Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	4.1 Gestione dei rifiuti	pp. 130-133		
	306-3	Rifiuti prodotti	4.1 Gestione dei rifiuti	pp. 130-133		
	306-4	Rifiuti non destinati a smaltimento	4.1 Gestione dei rifiuti	pp. 130-133		
	306-5	Rifiuti destinati allo smaltimento	4.1 Gestione dei rifiuti	pp. 130-133		
CATENA DI FORNITURA SOSTENIBILE						
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	3.3 Fornitori	pp. 121-124		
GRI 308: Valutazione ambientale dei fornitori 2016	308-1	Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali	3.3 Fornitori	pp. 121-124		
GRI 414: Valutazione sociale dei fornitori 2016	414-1	Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri sociali	3.3 Fornitori	pp. 121-124		

GRI STANDARD			RIFERIMENTO CAPITOLO / PARAGRAFO	NUMERO DI PAGINA E NOTE	OMISSIONE	
					REQUISITI OMESSI	MOTIVAZIONE SPIEGAZIONE
DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ						
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	3.1 Dipendenti	pp. 88-96		
GRI 401: Occupazione 2016	401-1	Assunzioni e turnover	3.1 Dipendenti	pp. 88-96		
GRI 405: Diversità e pari opportunità 2016	405-1	Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	2.1 Gli Organi di Governance 3.1 Dipendenti	pp. 46-54; 88-96		
	405-2	Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	3.1 Dipendenti	pp. 88-96		
WELFARE AZIENDALE						
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	3.1 Dipendenti	pp. 102-107		
GRI 402: Gestione delle relazioni industriali 2016	402-1	Periodo minimo di preavviso per cambiamenti operativi			Unieuro stabilisce un periodo di preavviso coerente con le esigenze organizzative, concordate, ove possibile, con il lavoratore, nel rispetto del CCNL.	
SALUTE E SICUREZZA DEI DIPENDENTI E COLLABORATORI						
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	3.1 Dipendenti	pp. 102-107		
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018	403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	3.1 Dipendenti	pp. 102-107		
	403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	3.1 Dipendenti	pp. 102-107		
	403-3	Servizi di medicina del lavoro	3.1 Dipendenti	pp. 102-107		
	403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	3.1 Dipendenti	pp. 102-107		
	403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	3.1 Dipendenti	pp. 102-107		
	403-6	Promozione della salute dei lavoratori	3.1 Dipendenti	pp. 102-107		
	403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	3.1 Dipendenti	pp. 102-107		
	403-9	Infortuni sul lavoro	3.1 Dipendenti	pp. 102-107		
	403-10	Malattie professionali	3.1 Dipendenti	pp. 102-107		

GRI STANDARD		RIFERIMENTO CAPITOLO / PARAGRAFO	NUMERO DI PAGINA E NOTE	OMISSIONE	
				REQUISITI OMESSI	MOTIVAZIONE SPIEGAZIONE
FORMAZIONE DEL PERSONALE E SVILUPPO DELLE CARRIERE					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	3.1 Dipendenti	pp. 96-102	
	404-1	Ore medie di formazione annua per dipendente	3.1 Dipendenti	pp. 96-102	
	404-2	Programmi di formazione e sviluppo dei dipendenti	3.1 Dipendenti	pp. 96-102	
GRI 404: Formazione e istruzione 2016	404-3	Percentuale di dipendenti che ricevono regolarmente valutazioni delle prestazioni e dello sviluppo di carriera	3.1 Dipendenti	pp. 96-102	
RISPETTO DEI DIRITTI UMANI E TUTELA DEI LAVORATORI					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	3.1 Dipendenti	pp. 88-96	
GRI 406: Non discriminazione 2016	406-1	Episodi di discriminazione e misure correttive adottate		Nel corso dell'esercizio 2022/23 non si sono verificati episodi di discriminazione.	
SOSTEGNO ALLE COMUNITÀ LOCALI⁸⁹					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	3.4 Comunità	pp. 125-128	
GRI 413: Comunità locali 2016	413-1	Attività che prevedono il coinvolgimento delle comunità locali, valutazioni d'impatto e programmi di sviluppo	3.4 Comunità	pp. 125-128	
SICUREZZA DEI PRODOTTI IN COMMERCIO					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	3.2 Clienti	pp. 113-114	
GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti 2016	416-2	Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi	3.2 Clienti	pp. 113-114	
TRASPARENZA DELLE INFORMAZIONI SUI PRODOTTI E SULLE OFFERTE AI CLIENTI					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	3.2 Clienti	pp. 115-117	
	417-1	Requisiti in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	3.2 Clienti	pp. 115-117	
GRI 417: Marketing ed etichettatura 2016	417-2	Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	3.2 Clienti	pp. 115-117	
	417-3	Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di <i>marketing</i>	3.2 Clienti	pp. 115-117	

⁸⁹ La tematica non è risultata materiale, ma in quanto rilevante e legata alle performance di Unieuro è stata riportata in maniera volontaria.

GRI STANDARD			RIFERIMENTO CAPITOLO / PARAGRAFO	NUMERO DI PAGINA E NOTE	OMISSIONE	
					REQUISITI OMESSI	MOTIVAZIONE SPIEGAZIONE
TUTELA DELLA PRIVACY DEI CONSUMATORI E CYBER SECURITY						
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	3.2 Clienti	pp. 118-120		
GRI 418: Privacy dei clienti 2016	418-1	Denunce comprovate riguardanti le violazioni della <i>privacy</i> dei clienti e perdita di dati dei clienti	3.2 Clienti	pp. 118-120		
DIALOGO CON GLI STAKEHOLDER						
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	1.2 Coinvolgimento degli Azionisti e degli altri Stakeholder	pp. 23-26		
CUSTOMER CENTRICITY E INNOVAZIONE						
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	3.2 Clienti	pp. 110-113		



Unieuro S.p.A.

**Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario al 28
febbraio 2023**

(con relativa relazione della società di revisione)

KPMG S.p.A.
16 maggio 2023



KPMG S.p.A.
Revisione e organizzazione contabile
Via Innocenzo Malvasia, 6
40131 BOLOGNA BO
Telefono +39 051 4392511
Email it-fmauditaly@kpmg.it
PEC kpmgspa@pec.kpmg.it

Relazione della società di revisione indipendente sulla dichiarazione consolidata di carattere non finanziario ai sensi dell'art. 3, comma 10, del D.Lgs. 30 dicembre 2016 n. 254 e dell'art. 5 del Regolamento Consob adottato con Delibera n. 20267 del 18 gennaio 2018

*Al Consiglio di Amministrazione della
Unieuro S.p.A.*

Ai sensi dell'art. 3, comma 10, del Decreto Legislativo 30 dicembre 2016 n. 254 (di seguito anche il "Decreto") e dell'art. 5 del Regolamento Consob adottato con Delibera n. 20267 del 18 gennaio 2018, siamo stati incaricati di effettuare l'esame limitato ("*limited assurance engagement*") della dichiarazione consolidata di carattere non finanziario del Gruppo Unieuro (di seguito anche il "Gruppo") relativa all'esercizio chiuso al 28 febbraio 2023 predisposta ai sensi dell'art. 4 del Decreto e approvata dal Consiglio di Amministrazione in data 9 maggio 2023 (di seguito anche la "DNF").

L'esame limitato da noi svolto non si estende alle informazioni contenute nel paragrafo "2.3.3. La Tassonomia Ambientale Europea per Unieuro" della DNF, richieste dall'art. 8 del Regolamento (UE) n. 852 del 18 giugno 2020.

Responsabilità degli Amministratori e del Collegio Sindacale della Unieuro S.p.A. per la DNF

Gli Amministratori sono responsabili per la redazione della DNF in conformità a quanto richiesto dagli artt. 3 e 4 del Decreto e ai "*Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards*" definiti dal GRI - *Global Reporting Initiative* ("GRI Standards"), da essi individuato come standard di rendicontazione.

Gli Amministratori sono altresì responsabili, nei termini previsti dalla legge, per quella parte del controllo interno da essi ritenuta necessaria al fine di consentire la redazione di una DNF che non contenga errori significativi dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali.

Gli Amministratori sono responsabili inoltre per l'individuazione del contenuto della DNF, nell'ambito dei temi menzionati nell'art. 3, comma 1, del Decreto, tenuto conto delle attività e delle caratteristiche del Gruppo e nella misura necessaria ad assicurare la comprensione dell'attività del Gruppo, del suo andamento, dei suoi risultati e dell'impatto dallo stesso prodotti.

Gli Amministratori sono infine responsabili per la definizione del modello aziendale di gestione e organizzazione dell'attività del Gruppo, nonché, con riferimento ai temi individuati e riportati nella DNF, per le politiche praticate dal Gruppo e per l'individuazione e la gestione dei rischi generati o subiti dallo stesso.

KPMG S.p.A. è una società per azioni di diritto italiano e fa parte del network KPMG di entità indipendenti affiliate a KPMG International Limited, società di diritto inglese.

Ancona Bari Bergamo
Bologna Bolzano Brescia
Catania Como Firenze Genova
Lecce Milano Napoli Novara
Padova Palermo Parma Perugia
Pescara Roma Torino Treviso
Trieste Varese Verona

Società per azioni
Capitale sociale
Euro 10.415.500,00 I.v.
Registro Imprese Milano Monza Brianza Lodi
e Codice Fiscale N. 00709600159
R.E.A. Milano N. 512867
Partita IVA 00709600159
VAT number IT00709600159
Sede legale: Via Vitor Pisani, 25
20124 Milano MI ITALIA



Gruppo Unieuro
 Relazione della società di revisione
 28 febbraio 2023

Il Collegio Sindacale ha la responsabilità della vigilanza, nei termini previsti dalla legge, sull'osservanza delle disposizioni stabilite nel Decreto.

Indipendenza della società di revisione e controllo della qualità

Siamo indipendenti in conformità ai principi in materia di etica e di indipendenza dell'International Code of Ethics for Professional Accountants (including International Independence Standards) (IESBA Code) emesso dall'International Ethics Standards Board for Accountants, basato su principi fondamentali di integrità, obiettività, competenza e diligenza professionale, riservatezza e comportamento professionale. La nostra società di revisione applica l'International Standard on Quality Control 1 (ISQC Italia 1) e, di conseguenza, mantiene un sistema di controllo qualità che include direttive e procedure documentate sulla conformità ai principi etici, ai principi professionali e alle disposizioni di legge e dei regolamenti applicabili.

Responsabilità della società di revisione

E' nostra la responsabilità di esprimere, sulla base delle procedure svolte, una conclusione circa la conformità della DNF rispetto a quanto richiesto dal Decreto e ai GRI Standards. Il nostro lavoro è stato svolto secondo quanto previsto dal principio "International Standard on Assurance Engagements ISAE 3000 (Revised) - Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information" (di seguito anche "ISAE 3000 Revised"), emanato dall'International Auditing and Assurance Standards Board per gli incarichi di *limited assurance*. Tale principio richiede la pianificazione e lo svolgimento di procedure al fine di acquisire un livello di sicurezza limitato che la DNF non contenga errori significativi. Pertanto, il nostro esame ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quella necessaria per lo svolgimento di un esame completo secondo l'ISAE 3000 Revised ("*reasonable assurance engagement*") e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di tale esame.

Le procedure svolte sulla DNF si sono basate sul nostro giudizio professionale e hanno compreso colloqui, prevalentemente con il personale della Unieuro S.p.A. responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nella DNF, nonché analisi di documenti, ricalcoli e altre procedure volte all'acquisizione di evidenze ritenute utili.

In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:

- 1 Analisi dei temi rilevanti in relazione alle attività e alle caratteristiche del Gruppo rendicontati nella DNF, al fine di valutare la ragionevolezza del processo di selezione seguito alla luce di quanto previsto dall'art. 3 del Decreto e tenendo presente lo standard di rendicontazione utilizzato.
- 2 Analisi e valutazione dei criteri di identificazione del perimetro di consolidamento, al fine di riscontrarne la conformità a quanto previsto dal Decreto.
- 3 Comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario inclusi nella DNF e i dati e le informazioni inclusi nel bilancio consolidato del Gruppo.
- 4 Comprensione dei seguenti aspetti:
 - modello aziendale di gestione e organizzazione dell'attività del Gruppo, con riferimento alla gestione dei temi indicati nell'art. 3 del Decreto;
 - politiche praticate dall'impresa connesse ai temi indicati nell'art. 3 del Decreto, risultati conseguiti e relativi indicatori fondamentali di prestazione;
 - principali rischi, generati o subiti, connessi ai temi indicati nell'art. 3 del Decreto.



Gruppo Unieuro
Relazione della società di revisione
28 febbraio 2023

Relativamente a tali aspetti sono stati effettuati inoltre i riscontri con le informazioni contenute nella DNF ed effettuate le verifiche descritte nel successivo punto, lettera a).

- 5 Comprensione dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione delle informazioni qualitative e quantitative significative incluse nella DNF.

In particolare, abbiamo svolto interviste e discussioni con il personale della Direzione della Unieuro S.p.A. e abbiamo svolto limitate verifiche documentali, al fine di raccogliere informazioni circa i processi e le procedure che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni di carattere non finanziario alla funzione responsabile della predisposizione della DNF.

Inoltre, per le informazioni significative, tenuto conto delle attività e delle caratteristiche del Gruppo:

- a livello di capogruppo e della società controllata Monclick S.r.l.:
 - a) con riferimento alle informazioni qualitative contenute nella DNF, e in particolare al modello aziendale, alle politiche praticate e ai principali rischi, abbiamo effettuato interviste e acquisito documentazione di supporto per verificarne la coerenza con le evidenze disponibili,
 - b) con riferimento alle informazioni quantitative, abbiamo svolto sia procedure analitiche che limitate verifiche per accertare su base campionaria la corretta aggregazione dei dati.

Conclusioni

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che la dichiarazione consolidata di carattere non finanziario del Gruppo Unieuro relativa all'esercizio chiuso al 28 febbraio 2023 non sia stata redatta, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dagli artt. 3 e 4 del Decreto e ai "Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards" definiti dal GRI - *Global Reporting Initiative* ("GRI Standards").

Le nostre conclusioni sulla dichiarazione consolidata di carattere non finanziario del Gruppo Unieuro non si estendono alle informazioni contenute nel paragrafo "2.3.3. La Tassonomia Ambientale Europea per Unieuro" della stessa, richieste dall'art. 8 del Regolamento (UE) n. 852 del 18 giugno 2020.

Bologna, 16 maggio 2023

KPMG S.p.A.

Andrea Polpettini
Socio

Unieuro S.p.A.

Palazzo Herculani

Via Piero Maroncelli, 10

47121 Forlì (FC)

unieurospa.com