unieuro

Una passione chiamata sostenibilità

Dichiarazione Consolidata di Carattere Non Finanziario
al 28 febbraio 2022

ai sensi del Decreto Legislativo 254/2016

UNIEURO IN BREVE

I NOSTRI NUMERI

Punti Vendita diretti[1]

282

Punti Vendita affiliati[2]

259

Clienti Unieuro Club attivi

2 mln

Categorie di Prodotto in cui la Società opera

5

Piattaforma logistica

104.000 mq

Presenza sull'intero territorio nazionale

100%

Collaboratori

~5.800

Ricavi nel 2021/22

€ +2,9 mld

1. Di cui: 271 nel canale Retail e 11 nel canale Travel.
2. Canale indiretto.

UNA PASSIONE CHIAMATA SOSTENIBILITÀ

Abbiamo un cuore che batte forte a favore di uno sviluppo sostenibile.

Un ideale che negli anni è diventato sempre più tangibile, con iniziative concrete per integrare la sostenibilità nel nostro modello di business e nel sentire comune di tutti coloro che fanno parte del mondo Unieuro.

NEL 2021 ABBIAMO RAGGIUNTO RISULTATI CONCRETI IN OGNI DIMENSIONE ESG[3]

ASPETTI AMBIENTALI

2,6 GWh
ENERGIA RISPARMIATA
grazie ad interventi di efficientamento nei punti vendita

58%
ACQUISTI DI ENERGIA ELETTRICA
da fonti rinnovabili vs 0%

35%
PALLET RICICLATI[4]
vs 19%

5.720 q.
CONSUMI DI CARTA
-47%

ASPETTI DI GOVERNANCE (Inclusi aspetti economici)

€ 2.951 mln
VALORE ECONOMICO GENERATO[5]
+10%

€ 2.870 mln
VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO[5]
+13%

€ 52 mln
INVESTIMENTI
+65%

€ 1,35 per azione
DIVIDENDO
(+26%)[6]

ASPETTI SOCIALI

5.784
NUMERO DIPENDENTI
+7%

1,45 mln
CONTATTI #CUORICONNESSI
+18%

33.547
ORE DI FORMAZIONE EROGATE
oltre 3x

48,5
NET PROMOTER SCORE
+2,7

3. Le variazioni si intendo rispetto al corrispondente valore del FY 2020/21.
4. La percentuale è calcolata rispetto al totale dei pallet acquistati.
5. In accordo allo standard GRI 201, il Valore Economico Generato mostra la ricchezza creata da Unieuro nello svolgimento della sua attività mentre il Valore Economico Distribuito fornisce un'indicazione dell'impatto economico e sociale del Gruppo in termini di remunerazione dei principali stakeholder.
6. Rispetto all'ultimo dividendo pre-Covid (1,07 Euro nel 2019). Nel 2021 fu pagato un dividendo ordinario di 2,60 Euro per azione, così da compensare gli azionisti per il dividendo non erogato nel 2020 a causa dell'incertezza indotta dalla pandemia.

UN IMPEGNO CHE CRESCE DI ANNO IN ANNO

Vogliamo contribuire attivamente ad un futuro più inclusivo e sostenibile generando valore per tutti i nostri stakeholder.

In questo nostro percorso di miglioramento continuo, oltre allo sviluppo di molteplici programmi con un chiaro e misurabile impatto ambientale e sociale, quest'anno abbiamo messo in atto importanti iniziative con lo scopo di integrare la sostenibilità nelle nostre decisioni di business, nei nostri valori e nella nostra cultura.

I NOSTRI PROGRESSI

POTENZIATO IL GOVERNO DELLA SOSTENIBILITÀ

MIGLIORATA LA MATRICE DI MATERIALITÀ

ELABORATO IL PRIMO PIANO DI SOSTENIBILITÀ

IL GOVERNO DELLA SOSTENIBILITÀ

Siamo consapevoli che per presidiare con efficacia gli impegni in ambito ESG sia necessaria una governance solida, con chiari ruoli e responsabilità.

Per questo nel novembre 2020, nell'ambito del Consiglio di Amministrazione, è nato il **Comitato Sostenibilità** seguito, nel 2021 dalla creazione della **Direzione Sostenibilità** e dall'istituzione di un **comitato interno** formato da un team intersettoriale di alto livello. Queste strutture monitoreranno l'implementazione del Piano di Sostenibilità e supporteranno il Consiglio ed il Top Management nelle scelte strategiche per generare valore condiviso.

LA MATRICE DI MATERIALITÀ

Abbiamo migliorato il nostro processo di analisi di materialità, rendendolo ancor più strutturato e completo.

Ciò grazie allo svolgimento di un'**analisi di benchmarking** preliminare, che ha consentito di investigare ed approfondire le tematiche ESG potenzialmente rilevanti per Unieuro, a seguito della quale è stata attivata un'**attività di stakeholder engagement** che ha reso possibile ascoltare un campione dei nostri principali stakeholder interni ed esterni, sia attraverso la compilazione di questionari online sia tramite interviste individuali, arricchendo e completando il set informativo.

IL PIANO DI SOSTENIBILITÀ 2022-2026

Con il nostro **primo Piano di Sostenibilità**, esplicitiamo formalmente la nostra visione strategica e decliniamo il nostro impegno per lo sviluppo sostenibile in progetti, obiettivi, target e scadenze, coinvolgendo l'intera organizzazione a tutti i livelli in un percorso virtuoso di crescita continua.

4 PILASTRI STRATEGICI, 31 AZIONI, UN GRANDE IMPEGNO

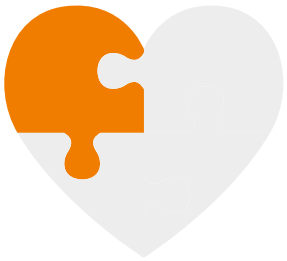
4 PILASTRI STRATEGICI, 31 AZIONI, UN GRANDE IMPEGNO

COMUNITÀ
3 AZIONI

PER UNA TECNOLOGIA VICINA ALLE PERSONE

La tecnologia fa parte da sempre del nostro DNA. Siamo consapevoli delle sue enormi potenzialità così come dei suoi limiti. Per questo ci impegniamo a renderla ogni giorno più umana, accessibile, positiva, a vantaggio di giovani, anziani, famiglie e di tutta la comunità. **Perché la tecnologia che amiamo è quella che, oltre a soddisfare un bisogno, è in grado di trasmettere emozioni.**

Il nostro impegno prevede la prosecuzione e l'ulteriore sviluppo dell'apprezzata iniziativa contro il cyberbullismo (#cuoriconnessi), a cui si affiancherà un progetto per facilitare l'uso della tecnologica da parte degli anziani ed un altro che mette la tecnologia al servizio della sensibilizzazione, soprattutto fra i giovani, dell'importanza di adottare corretti stili di vita anche ai fini della prevenzione oncologica.

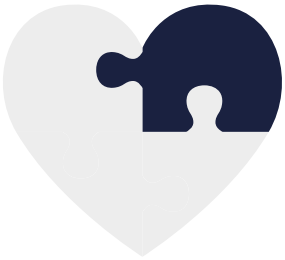


CULTURA
8 AZIONI

PER UNA GOVERNANCE ESG EFFICACE

Rivolgere il proprio cuore e il proprio sguardo nella direzione della sostenibilità significa prima di tutto coltivare un terreno fertile per farla crescere all'interno dell'Azienda. Come? **Attraverso un attento governo della sostenibilità e la creazione di strumenti che ne garantiscano un presidio efficace.**

Ci adopereremo per rafforzare la governance sulle tematiche ESG tramite l'adozione di una policy di sostenibilità, l'ottenimento di un rating ESG, il mantenimento ed il progressivo affinamento dei parametri connessi alla sostenibilità nei sistemi di incentivazione del management e dei dipendenti, l'ulteriore rafforzamento del livello di protezione dei dati personali dei clienti anche attraverso un nuovo piano di cybersecurity, il miglioramento della mappatura dei rischi ESG. Al tempo stesso, agiremo per potenziare gli strumenti di raccolta e di misurazione delle informazioni non finanziarie, ai fini di una loro progressiva integrazione a livello gestionale e di business reporting, anche in previsione dell'entrata in vigore dalle nuove normative in materia di rendicontazione di sostenibilità.

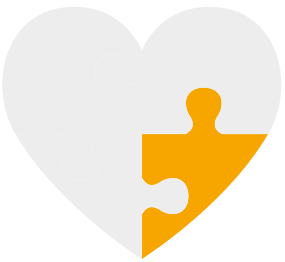


INNOVAZIONE SOSTENIBILE
11 AZIONI

PER UN FUTURO DI AZIONI E SCELTE RESPONSABILI

Siamo appassionati di innovazione e al tempo stesso abbiamo a cuore il futuro del nostro pianeta. Oggi possiamo unire queste due pulsioni facendo scelte responsabili, riducendo le emissioni, ottimizzando al massimo le risorse e promuovendo pratiche di riuso e riciclo. Un percorso che ci permette non solo di rispettare i nostri valori, ma anche di vincere le sfide del mercato in presenza di un consumatore sempre più attento all'impatto sociale e ambientale delle proprie scelte.

Porremo un'attenzione particolare alla promozione di pratiche sostenibili e responsabili a livello di supply chain, alla misurazione e alla riduzione dell'impatto ambientale delle attività aziendali e all'implementazione di azioni che favoriscano la riduzione di materiali, il riuso ed il riciclo dei prodotti anche in ottica di circolarità. Svilupperemo inoltre azioni indirizzate alla valorizzazione della centralità del cliente e al rafforzamento della brand reputation.



TALENTI
9 AZIONI

PER COSTRUIRE INSIEME IL NOSTRO DOMANI

Le persone sono da sempre al centro della nostra strategia e sono anche i protagonisti di questo Piano. Perché sono le persone a tradurre le parole in azioni, a mettere la teoria in pratica e a trasformare i principi in comportamenti coerenti. Il nostro compito è quello di coinvolgere in questo processo tutto l'universo people di Unieuro, per trasmettere a tutti "una passione chiamata sostenibilità".

In questo ambito rientrano le azioni che abbiamo programmato per promuovere una cultura della sostenibilità all'interno dell'intera organizzazione attraverso un progetto formativo rivolto a tutti i dipendenti con un focus particolare per i futuri Store Manager dei negozi partecipanti all'Academy aziendale. Tale percorso sarà affiancato da specifiche iniziative di engagement sulla sostenibilità. Sono inoltre previse azioni volte a favorire la diversità, l'eguaglianza e l'inclusività e la piena valorizzazione del capitale umano anche ai fini del potenziamento della capacità di Unieuro in termini di retention e attraction.

PROSSIMI IMPEGNI

Il Piano di Sostenibilità rappresenta un tassello fondamentale nel nostro approccio strategico alla sostenibilità.

Nei prossimi mesi ci focalizzeremo sull'esecuzione dei progetti che ne sono alla base lavorando, al tempo stesso, per identificare anche altre iniziative che completino e rafforzino il nostro percorso di miglioramento continuo.

INDICE

LETTERA AGLI STAKEHOLDER 16

1. INTRODUZIONE 18

1.1 Chi siamo 18
1.2 Coinvolgimento degli *Stakeholder* 21
1.3 Dialogo aperto con gli azionisti 23
1.4 Percorso strategico della Sostenibilità 25
1.4.1 Nuovo Piano Strategico "Omny-Journey" 2022-2026 25
1.4.2 Analisi di materialità 26
1.4.3 Piano di sostenibilità 2022-2026 28

2. GOVERNANCE 34

2.1 Gli Organi di Governance 34
2.1.1 Consiglio di Amministrazione 35
2.1.2 Governance della sostenibilità 37
2.1.3 Altri comitati 38
2.1.4 Collegio Sindacale 39
2.2 Modello di business e compliance normativa 40
2.2.1 Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo e sistema normativo aziendale 40
2.2.2 La lotta alla corruzione 41
2.2.3 La gestione dei rischi non finanziari 42
2.3 Responsabilità economico-finanziaria 49
2.3.1 Valore economico generato e distribuito 49
2.3.2 Gestione fiscale 50
2.3.3 La Tassonomia (Reg. UE 2020/852) 50

3. PERFORMANCE SOCIALI 55

3.1 Gestione dell'organico di Unieuro 55

3.1.1. Composizione del personale 55
3.1.2. Diversità, pari opportunità e rispetto dei diritti umani 59
3.1.3. Formazione del personale e sviluppo delle carriere 65
3.1.4. Valutazione delle performance 69
3.1.5. Benessere, salute e sicurezza 70
3.1.6. Relazione con i sindacati 76
3.2. Clienti 77
3.2.1. Qualità dei servizi e centralità del cliente 79
3.2.2. Salute e sicurezza dei clienti 81
3.2.3. Trasparenza delle informazioni sui prodotti e sulle offerte commerciali ai clienti 82
3.2.4. Sicurezza e protezione dei dati dei clienti 85
3.2.5. Gestione dei reclami relativi alle pratiche commerciali scorrette 87
3.3. Fornitori 88
3.3.1. La catena di fornitura di Unieuro 88
3.3.2. Modalità di gestione dei fornitori 88
3.4. Comunità 91
3.4.1. Il progetto #Cuoriconnessi 91
3.4.2. Gestione e supporto alla comunità locale 93

4. PERFORMANCE AMBIENTALI 95

4.1 Gestione dei rifiuti 95
4.2 Consumi energetici ed emissioni 98
4.3 Consumi di risorse 101

5. NOTA METODOLOGICA 103

6. GRI CONTENT INDEX 106

Lettera agli Stakeholder

Signore e Signori,

l'esercizio che si è appena concluso è stato per Unieuro un anno di ulteriore crescita e di sviluppo sostenibile, a beneficio di tutti gli stakeholder.

Le ragguardevoli performance economico-finanziare hanno consentito alla Società di consolidare la sua posizione di leader di mercato, dimostrando ancora una volta la solidità del modello di business e l'efficacia della strategia omnicanale. Particolarmente soddisfacente e ricca di novità è stata anche l'attività sul fronte della sostenibilità, nella consapevolezza della sua rilevanza quale asset strategico imprescindibile della competitività aziendale e strumento di creazione di valore condiviso.

Nel percorso di miglioramento continuo intrapreso da Unieuro nel suo approccio alla sostenibilità, numerose ed importanti iniziative sono state intraprese, allo scopo di rafforzarne la graduale integrazione nel modello di business, nei valori e nella cultura aziendale. Oltre all'implementazione di molteplici programmi, con un chiaro e misurabile impatto ambientale e sociale, possiamo infatti annoverare:

- *il potenziamento della governance della sostenibilità, attraverso la creazione di un'apposita Direzione aziendale e di un Comitato interno di Sostenibilità, traendo inoltre impulso dal primo anno di piena operatività del Comitato endoconsiliare di Sostenibilità, istituito sul finire del 2020. Il Comitato interno per la Sostenibilità ha la funzione di diffondere la consapevolezza dell'esigenza di sostenibilità pervasiva in ogni angolo del sistema aziendale e di agevolare, in modo trasversale, l'implementazione delle azioni decise in merito. Di rilievo, in questo contesto, anche l'adozione di una nuova Politica, volta a disciplinare il dialogo con gli azionisti ed i rappresentanti degli altri stakeholder, con la quale la società rafforza l'attività di engagement anche su argomenti quali i fattori ambientali, sociali e di governance;*
- *l'aggiornamento della matrice di materialità, propedeutico anche alla successiva elaborazione del "Piano di Sostenibilità 2022-2026", supportato da un processo di identificazione delle tematiche rilevanti ancor più rigoroso e completo basato sull'ingaggio, accanto al management aziendale, di un campione delle principali categorie di stakeholder interni ed esterni (dipendenti, clienti, fornitori, esponenti della comunità finanziaria) e su una approfondita analisi di benchmarking;*
- *la predisposizione del primo Piano di Sostenibilità i cui progetti, target ed obiettivi, in continuità con le iniziative già in essere, sono in piena coerenza con i pilastri ESG e gli investimenti del Piano Strategico "Our Omni-Journey to 2026", con i temi riconosciuti dall'azienda come significativi nella matrice di materialità nonché con i Sustainable Development Goals (SDGs) definiti dalle Nazioni Unite nell'ambito dell'agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile. Il "Piano di Sostenibilità 2022-2026" è uno strumento innovativo e dinamico che concretizza l'impegno di Unieuro nei confronti della sostenibilità nel breve, nel medio e nel lungo termine, rendendone il suo sviluppo pienamente visibile e misurabile. Il monitoraggio continuo sullo stato di avanzamento dei progetti, la misurazione degli indicatori di performance e l'aggiornamento periodico del piano stesso consentono di accelerare il percorso di generazione di valore condiviso. Il suddetto piano si articola in 31 progetti rientranti nei quattro ambiti ESG - Cultura, Comunità, Innovazione Sostenibile e Talenti - definiti nel Piano Strategico così da rendere effettivo e organico il collegamento fra i due piani. La maggior parte delle azioni rientrano in progetti definibili come "integrati", in quanto coinvolgono in modo trasversale più Direzioni aziendali. Nel complesso, le azioni programmate, contribuiscono a perseguire 11 dei 17 SDGs delle Nazioni Unite.*

Si segnala inoltre che, nel corso dell'esercizio 2021/22, sono state sottoscritte quattro linee di credito revolving ESG-linked, per un importo complessivo di 150 milioni di euro e si è perseguita la stretta connessione tra remunerazione e sostenibilità, identificando anche quest'anno, indicatori

ESG tra gli obiettivi di performance della remunerazione variabile di breve (MBO) e di medio – lungo periodo (Piano di performance shares).

Tra gli altri progetti a maggior impatto, si evidenziano agli Stakeholder:

- *sul fronte ambientale, l'installazione di sistemi di efficientamento energetico e di building automation su un maggior numero di punti vendita e l'acquisto di energia prodotta esclusivamente da fonti rinnovabili. Sono inoltre proseguite le iniziative rivolte al recupero dei pallet in vista di un loro riutilizzo e di riduzione dei consumi di carta, grazie alla digitalizzazione dei volantini e all'avvio di un progetto "paperless";*
- *in ambito sociale, Unieuro ha invece agito per offrire ai clienti un'esperienza di consumo sempre più unica e personalizzata, lanciando, fra l'altro, il nuovo sito di e-commerce e la nuova APP, oltre ad una serie di altre iniziative volte al miglioramento della qualità del servizio, fra cui l'avvio della graduale adozione dei cartellini elettronici nei punti vendita. Quest'ultima iniziativa, in particolare, presenta notevoli vantaggi sia in termini di riduzione di carta e di inchiostro delle stampanti, sia di gestione delle scorte sia in termini di user experience, consentendo al cliente di avere informazioni di prezzo sempre aggiornate e puntuali.*

"Come sempre avvenuto nella storia di Unieuro, intendiamo essere protagonisti del cambiamento, continuando a guardare al futuro nostro e delle nuove generazioni. Siamo assolutamente consapevoli del nostro ruolo sociale e, per questo, ci adoperiamo al fine di coniugare la creazione di valore economico con l'attenzione agli aspetti sociali, ambientali e di governance. *Siamo orgogliosi di presentare oggi il nostro primo Piano di Sostenibilità, segno tangibile di come l'ascolto ed il dialogo continuo con i nostri stakeholder, l'attenzione alle persone, alle comunità e all'ecosistema siano e saranno sempre più alla base della crescita sostenibile di Unieuro, in un percorso virtuoso di generazione di valore condiviso al quale il Consiglio di Amministrazione è particolarmente dedicato".*

Stefano Meloni
Presidente del Consiglio di Amministrazione

La valorizzazione ed il benessere dei dipendenti sono stati parimenti al centro dell'attenzione. A tale scopo, è stata sviluppata un'indagine di clima che consentirà alla Società di monitorare, nel corso del tempo, il grado di soddisfazione e di ingaggio della popolazione aziendale ed avviare un percorso di miglioramento graduale del coinvolgimento. All'ambito sociale si iscrive anche l'innovativo progetto di smart working per i dipendenti delle funzioni centrali, rinnovato quest'anno, dopo la prima positiva sperimentazione condotta nel precedente esercizio. Una menzione particolare va, infine, alla continua crescita in termini di partecipazione e di rilevanza del progetto #cuoriconnessi realizzato in collaborazione con Polizia di Stato per sensibilizzare studenti, docenti e famiglie sul tema del cyberbullismo e sull'uso corretto della tecnologia.

La Dichiarazione Consolidata di carattere Non Finanziario 2021/22 testimonia, ancora una volta, non solo i progressi ottenuti ma anche gli impegni futuri volti a perseguire, con determinazione, un percorso di continuo miglioramento in ambito di sostenibilità teso a soddisfare le esigenze di tutti gli stakeholder. Nei prossimi mesi, anche grazie all'esecuzione dei progetti previsti nel Piano di Sostenibilità 2022-2026, l'orientamento strategico alla sostenibilità diventerà sempre più tema di confronto continuo e di piena condivisione all'interno del Gruppo.

Buona lettura.

11 Maggio 2022

Catia Cesari
Presidente del Comitato Sostenibilità

1. INTRODUZIONE

1.1. Chi siamo

Fondata alla fine degli anni '30 del secolo scorso, Unieuro[1] 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 ed è attiva esclusivamente sul territorio italiano attraverso una rete distributiva presente in tutte le aree del Paese. Impiega circa 5.800 dipendenti. Quotata sul segmento Euronext STAR Milan dal 2017, Unieuro ha registrato ricavi per circa 2,95 miliardi di Euro nell'esercizio chiuso al 28 febbraio 2022.

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.

I CANALI DI UNIEURO

- **Retail:** 271 negozi di proprietà di dimensioni medio-grandi, prevalentemente concentrati nel Centro-Nord
- **Online:** la piattaforma digitale unieuro.it e il sito monclick.it
- **Indiretto:** 259 punti vendita affiliati
- **Business-to-business:** per la vendita all'ingrosso, anche a supporto dei programmi di fidelizzazione di terze parti
- **Travel:** 11 negozi diretti ubicati presso aeroporti, stazioni ferroviarie e metropolitane

Il Gruppo dispone di un totale di 541 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 si presenta come un unico punto di riferimento all'interno di un ecosistema di comunicazione integrato su tutti i canali, *online* e *offline*. Ad esso si affianca il marchio Monclick, tramite il quale il Gruppo presidia il segmento dell'e-commerce popolato dai cosiddetti "*digital pure players*", focalizzati su un'offerta solo digitale.

[1] *Come indicato in "Nota Metodologica", con i termini "Unieuro" o "Gruppo" si intente 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.*

In occasione dell'elaborazione del Piano Strategico "Our Omni-Journey to 2026" gli asset strategici di marca, sintesi del patrimonio valoriale ed elementi distintivi di Unieuro, sono stati ripensati al fine di allinearli al processo evolutivo in atto a livello strategico.

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 un'innovazione responsabile.

MISSION
Perseguire il consolidamento e la crescita della propria leadership di mercato e di immagine, creando valore per tutti gli stakeholder. Per Unieuro le persone sono sempre al centro di un ecosistema omnicanale che offre vicinanza e servizio e che, grazie alla propria competenza, passione e impegno garantisce una esperienza di consumo distintiva e personalizzata.

BELIEF
Unieuro crede nella Responsible Innovation: 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.

Valori della marca

PASSIONE
Passione come motore di ogni azione del brand con la volontà di trovare risposte sempre rilevanti per il pubblico.

ESPERIENZA
L'esperienza che deriva dalla storicità del brand e che continua a evolvere in sintonia con il mondo che cambia.

CORAGGIO
Una ricerca continua verso l'innovazione, anticipando ciò che toccherà direttamente le nostre vite.

IMPEGNO
Il ruolo sociale e ambientale del brand. L'impegno verso le comunità in cui opera.

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

APERTURA
La disponibilità verso gli altri, l'apertura mentale, l'assenza di pregiudizi, l'autenticità e la trasparenza.

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 o le biciclette;
- **SERVIZI**, tra cui consegna a domicilio, installazione, ritiro dell'usato, estensione di garanzia, servizi di credito al consumo attraverso intermediari finanziari e assistenza post-vendita.

Oltre alla vendita di prodotti di fornitori terzi, Unieuro S.p.A. commercializza anche prodotti a marchio privato. Si tratta di alcune linee di elettrodomestici, grandi e piccoli e di alcune linee di elettrodomestici per il trattamento aria, prodotti da terze parti che vengono commercializzati con il marchio "Electroline", a cui si sono affiancati nel corso d'anno i prodotti a marchio "Joiahome" (articoli per la casa, da regalo e da viaggio) e si affiancheranno nel corso del prossimo anno prodotti a marchio "Teklio" (prodotti IT, accessori TLC, tempo libero).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 ultima con la consegna ed 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.

Con un flottante pari a circa all'80% del capitale, la Società può essere considerata una vera e propria "*public company*"; l'operatore di private equity Rhône Capital, attraverso l'IPO (aprile 2017) 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 ad oggi disponibili, gli altri maggiori azionisti di Unieuro sono la società di gestione del risparmio Amundi Asset Management (8,2% del capitale), Mediolanum Gestione Fondi Sgr (4,3%), il signor Giuseppe Silvestrini (4,2%) e J.P. Morgan Asset Management (3,7%).

Di seguito è riportata la composizione del capitale sociale della Società:

Capitale sociale di Unieuro S.p.A.[2]

Capitale sociale	%
Xavier Niel, tramite Iliad SA	12,2
Amundi Asset Management	8,2
Mediolanum Gestione Fondi Sgr	4,3
Giuseppe Silvestrini	4,2
J.P. Morgan Asset Management	3,7
Azioni proprie	2,9
Altri Azionisti	64,5

Nel corso dell'esercizio 2021/22, il numero di azioni componenti il capitale sociale è aumentato da 20.263.579 a 20.698.621, per effetto dell'esercizio di stock option e stock grant da parte del Management aziendale, relativamente ai piani di incentivazione di lungo termine.

A seguito del completamento del Programma di acquisto di azioni proprie, deliberato dal Consiglio di Amministrazione in data 11 novembre 2021, dall'11 gennaio 2022 Unieuro detiene 600.000 azioni proprie, pari al 2,9% del capitale sociale.

1.2. Coinvolgimento degli 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 rispetto al 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. Quest'anno, come descritto in dettaglio nel paragrafo 1.4, nell'ambito delle attività che

[2] *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.*

hanno portato all'aggiornamento della matrice di materialità, è stata svolta un'analisi di benchmarking che ha portato ad ampliare la platea degli stakeholder con cui Unieuro interagisce in via continuativa.

Il Gruppo considera altresì fondamentale prendere parte ad associazioni locali, nazionali ed internazionali con cui sviluppare un dialogo continuativo su temi di interesse 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.

Da gennaio 2022, è venuta invece meno l'adesione a Confindustria (Forlì).

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. 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.

1.3. Dialogo aperto con gli Azionisti

Data la rilevanza che il Gruppo Unieuro attribuisce al dialogo e al confronto con i propri azionisti, nel mese di febbraio 2022, il Consiglio di Amministrazione di Unieuro S.p.A. – su proposta del Presidente del Consiglio di Amministrazione, formulata d'intesa con l'Amministratore Delegato, nonché sentito il Comitato Sostenibilità – ha approvato la *Politica per la gestione del dialogo con gli azionisti e gli altri soggetti interessati*, anche tenendo conto delle politiche di engagement adottate dagli investitori istituzionali e dai gestori di attivi e 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.

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 e tematiche ambientali, politiche di remunerazione degli azionisti (compresa la politica dei dividendi) e 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 funzione 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;
- **organizzazione di un *investor day* virtuale**, svoltosi il 10 giugno 2021, per presentare al mercato il nuovo Piano Strategico quinquennale della Società, ribattezzato "Our Omni-Journey to 2026";
- **partecipazione a investor conference e roadshow** - virtuali e fisici - organizzati da soggetti terzi, con particolare riferimento alle due STAR Conference di marzo e ottobre 2021 promosse da Borsa Italiana;
- **ingaggio dei principali azionisti istituzionali** in occasione dell'Assemblea dei Soci del 15 giugno 2021 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 visibiltà 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.

Grazie ai favorevoli trend di consumo legati alla pandemia e al progressivo venir meno delle restrizioni al commercio, nel corso dell'esercizio 2021/22 le preoccupazioni di investitori e analisti legate al Covid-19 sono state via via superate da nuovi temi di discussione e approfondimento. All'inizio del periodo in oggetto, le interlocuzioni hanno riguardato soprattutto i cambiamenti nell'azionariato (con l'uscita di Dixons Carphone e l'ingresso di Iliad) e la remunerazione degli azionisti, che nel 2020 non avevano ricevuto il dividendo per ragioni prudenziali. Il nuovo Piano Strategico, presentato al mercato nel mese di giugno, ha successivamente catalizzato l'attenzione, insieme alle *guidance,* che Unieuro ha fornito per la prima volta in assoluto. Nella seconda parte dell'esercizio, nell'ambito dei temi di confronto con gli operatori di mercato, sono rientrate le eventuali criticità sull'approvvigionamento dei prodotti e di inflazione, a seguito del surriscaldamento dell'economia globale e delle difficoltà di alcune catene di fornitura.

Resta costantemente elevata l'attenzione degli investitori per le opportunità di crescita a disposizione di Unieuro, in Italia e all'estero, anche e soprattutto alla luce della cospicua disponibilità di cassa netta.

1.4. Percorso strategico della Sostenibilità

1.4.1. Nuovo Piano Strategico "Omni-Journey" 2022-2026

Il 10 giugno 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:

- *"Omni-Choice"*: anticipare le esigenze di ogni persona, offrendo i migliori consigli personalizzati con competenza e servizio;
- *"Omni-Purchase"*: offrire la miglior proposta, garantendo disponibilità del prodotto giusto, nel posto giusto e al prezzo giusto;
- *"Omni-Experience"*: garantire il miglior livello di servizio, distintivo e personalizzato, all'interno dell'ecosistema Unieuro;
- *"Responsible Innovation"*: perseguire la sostenibilità lungo l'intera catena del valore, con passione e impegno e influenzando comportamenti responsabili durante l'intero processo di acquisto.

Il Piano assume una evoluzione della missione 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.

Il Piano si fonda sui seguenti obiettivi strategici:

1. rafforzamento del "Core Business", consolidando la leadership di settore e conquistando ulteriori quote di mercato, anche in nuove categorie di prodotto;
2. evoluzione del modello operativo e del livello di servizio, attraverso l'adattamento del modello operativo ed il potenziamento di processi, talenti e strumenti;
3. sviluppo di nuove fonti di business e redditività, promuovendo tre nuove direttrici che ne diversificano e sostengono la crescita profittevole:
    - miglioramento ed innovazione continua della gamma di servizi e del livello di assistenza;
    - ampliamento delle categorie di prodotto offerte;
    - sviluppo di brand esclusivi;
4. innovazione responsabile. La sostenibilità diventa un fattore chiave del Piano, impattando in modo trasversale su tutto il business. La strategia ESG - Environmental, Social, Governance - di Unieuro si declina in quattro ambiti: 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.

1.4.2. Analisi di materialità

In continuità con gli anni precedenti ma con importanti sviluppi metodologici, il Gruppo Unieuro ha migliorato la matrice di materialità per la Dichiarazione Non Finanziaria 2021/22. In base a quanto disciplinato dalla normativa e definito dai GRI Standards, è stata svolta un'analisi di materialità (significatività) delle tematiche non-finanziarie del Gruppo che ha permesso di definire l'insieme degli aspetti da rendicontare all'interno della Dichiarazione.

Nel corso dell'esercizio, infatti, il processo di identificazione e selezione delle tematiche ESG rilevanti e della successiva costruzione della matrice di materialità è stato reso ancor più rigoroso ed articolato dal punto di vista metodologico attraverso una preliminare analisi di benchmarking e l'ingaggio di un campione dei principali stakeholder interni ed esterni che hanno arricchito e completato il set informativo a disposizione del management. Il processo si è sviluppato nelle seguenti fasi, sotto la supervisione del Comitato Sostenibilità:

1. analisi di benchmarking, svolta prendendo in esame un ampio campione di società concorrenti e peer, ovvero società appartenenti a settori attigui;

2. conduzione di interviste con il management aziendale e diffusione di un questionario per verificare il livello di impatto e di rilevanza dei temi ESG sottoposti;

3. realizzazione di un'indagine, tramite l'impiego di un questionario disponibile online, su un campione di fornitori, clienti, e dipendenti, funzionale ad indagare le priorità ESG dal punto di vista dei principali stakeholder di riferimento. Sono state, inoltre, effettuate interviste personalizzate "*one-to-one*" con alcuni investitori ed analisti, allo scopo di raccogliere informazioni sulle tematiche ritenute di maggior rilevanza per Unieuro e per il settore a cui la società appartiene dal punto di vista della comunità finanziaria;

4. illustrazione dei risultati dell'analisi e successivo confronto diretto con l'Alta Direzione ai fini della finalizzazione della matrice;

5. utilizzo della stessa nel processo di elaborazione del successivo Piano di Sostenibilità.

Illustrando più in dettaglio l'intero processo che ha portato all'aggiornamento della matrice di materialità del 2021, in accordo con le indicazioni fornite dal D.Lgs. 254/2016 sono state dapprima identificate le tematiche potenzialmente rilevanti, in funzione delle attività svolte da Unieuro e delle caratteristiche del settore di riferimento.

È stato, quindi, selezionato un campione di aziende concorrenti e comparabili operanti sia in Italia che all'estero per individuare *best practice*, nuovi trend e definire il posizionamento del Gruppo (*gap analysis*). Tale analisi è stata condotta valutando, da un lato, il posizionamento ESG di Unieuro in termini di approccio, strumenti ed azioni in essere in materia di sostenibilità ed andando poi a misurarne il livello di *disclosure*; dall'altro, sono state prese in esame le *best practice* di riferimento identificando quindi le prassi, le attività ed i progetti che esprimessero le migliori pratiche di gestione sui diversi aspetti non finanziari oggetto dell'analisi stessa. Quest'attività di *benchmarking*

ha indagato 37 tematiche suddivise in 6 ambiti principali (corrette prassi gestionali, diritti umani, rapporti e condizioni di lavoro, ambiente, rapporti con la comunità, relazione con i consumatori).

Sempre nell'ambito dello stesso esercizio sono state analizzate le tematiche ESG ritenute maggiormente rilevanti per le aziende del campione, in quanto ricomprese nelle rispettive matrici di materialità, laddove presenti.

A seguire, è stata sviluppata un'indagine online, inviando un questionario ad un campione di dipendenti, clienti e fornitori (oltre ai membri del management aziendale e del comitato interno di sostenibilità), chiamati ad esprimersi su 24 aspetti/temi suddivisi in 4 macrocategorie: responsabilità ambientale, responsabilità sociale, governance e responsabilità economica, responsabilità di servizio verso i clienti.

I temi sottoposti ai partecipanti al questionario sono stati selezionati considerando, accanto gli aspetti materiali già presenti nella matrice di materialità di Unieuro dell'esercizio 2020/21, quelli differenzianti emersi nell'analisi di benchmarking e da best practice.

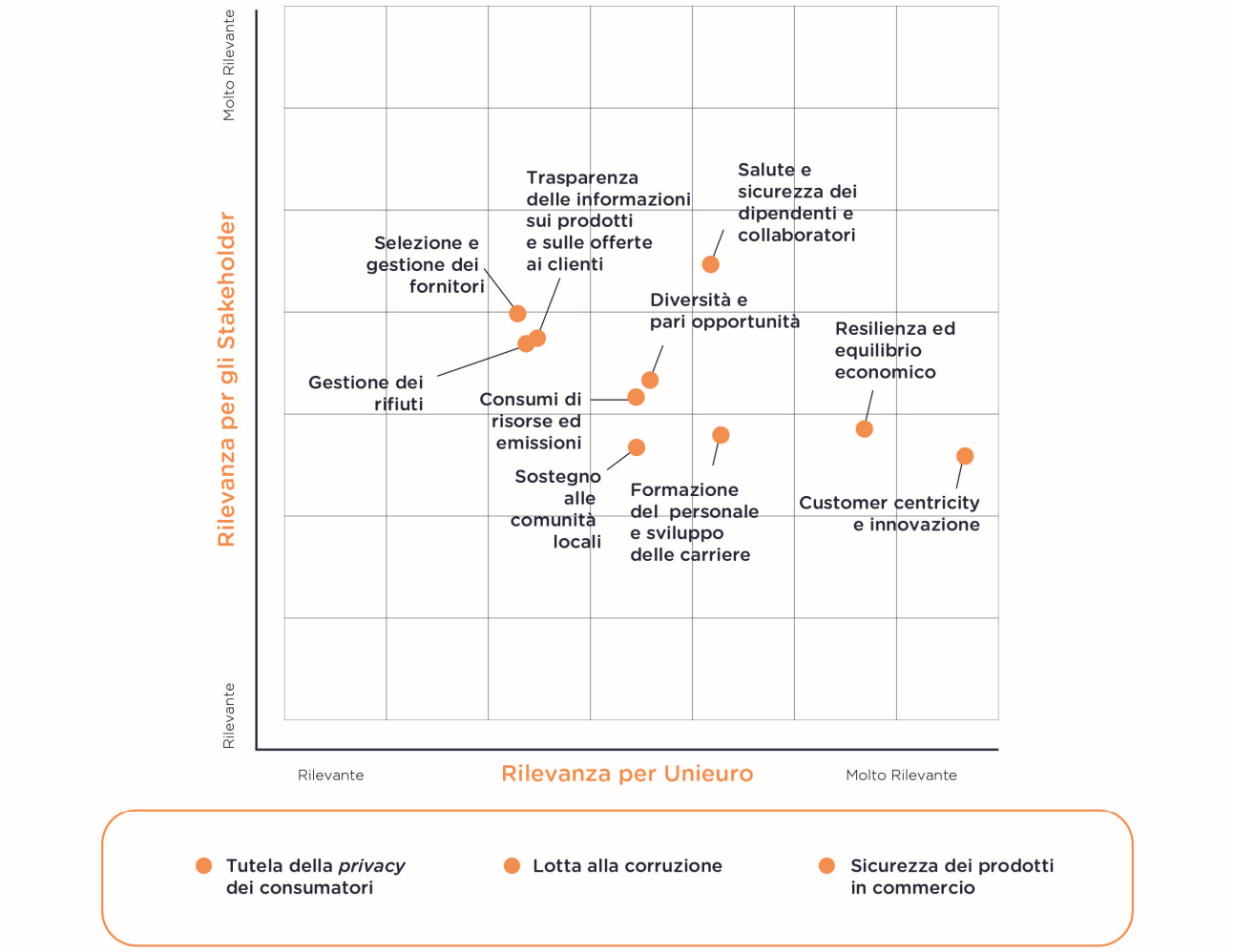
L'elaborazione dei dati raccolti ha consentito di classificare, in ordine di priorità, le tematiche oggetto di valutazione. I risultati sono stati successivamente presentati e discussi con il top management ai fini della definizione finale della matrice.

La matrice 2021/22 vede una sostanziale conferma dei temi identificati come materiali nel precedente esercizio, avvalorando la precedente analisi fatta dall'Alta Direzione. Si sottolinea come, i tre temi a cui era stata assegnata massima importanza e considerati imprescindibili nella matrice del 2020-21 (Tutela della privacy dei consumatori, Lotta alla corruzione, Sicurezza dei prodotti in commercio), siano risultati altrettanto rilevanti anche dall'ascolto degli stakeholder, avendo ottenuto un alto posizionamento nella classifica. Le uniche differenze rispetto alla matrice precedente sono relative all'inclusione delle tematiche "Customer centricity e innovazione" e "Resilienza ed equilibrio economico" e l'esclusione della tematica "Relazione con i sindacati". I temi riconosciuti come materiali nel 2021 sono quindi 13, ripartibili come segue:

- *dimensione Sociale*: Salute e sicurezza dei dipendenti, Sicurezza dei prodotti in commercio, Selezione e gestione dei fornitori, Diversità e pari opportunità, Formazione del personale e sviluppo delle carriere, Customer centricity e innovazione (nuovo tema), Tutela della privacy dei consumatori, Trasparenza delle informazioni sui prodotti e delle offerte ai clienti, Comunità locali;

- *dimensione Ambientale*: Consumi di risorse ed emissioni, Gestione dei rifiuti;

- *dimensione Economica e di Governance*: Resilienza ed equilibrio economico (nuovo tema), Lotta alla corruzione.



I risultati dell'attività di benchmarking e dell'analisi di materialità sono stati successivamente tenuti in considerazione nella preparazione del Piano di Sostenibilità.

1.4.3. Piano di Sostenibilità 2022-2026

A partire dalla seconda parte dell'anno, Unieuro ha lavorato alla messa a punto del suo primo Piano di Sostenibilità (il "Piano"), a testimonianza dell'impegno del Gruppo per uno sviluppo sostenibile e della crescente strategicità delle tematiche ESG nelle attività di business e quindi nel processo di creazione di valore.

Il Piano diviene, quindi, il mezzo con cui Unieuro formalizza il proprio approccio strategico alla sostenibilità nonché il principale strumento gestionale di pianificazione e controllo delle iniziative ESG del Gruppo. Attraverso questo *framework* operativo, Unieuro esplicita la *roadmap* dei prossimi anni in termini di progetti, obiettivi e target, programmando le iniziative identificate secondo una progettualità chiara ed un alto *commitment* da parte del Top Management e di tutte le Direzioni. 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 ed un aggiornamento del Piano su base annuale, in una logica di miglioramento continuo.

Oltre a definire la visione strategica alla sostenibilità del Gruppo, 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 a Unieuro 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, ad esempio su aspetti di economia circolare 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.

Da un punto di vista temporale il Piano di Sostenibilità ha natura quadriennale in modo tale da farne coincidere la scadenza con quella del Piano Industriale dal quale riprende i quattro Pilastri strategici (Comunità, Cultura, Innovazione Sostenibile e Talenti) indicati come linee-guida ESG, con lo scopo di rendere l'innovazione responsabile asse portante del futuro sviluppo aziendale.

COMUNITÀ
Considera le azioni ed i progetti di valore sociale, legati ai rapporti intrattenuti con le comunità ed il territorio circostante.

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 reporting.

INNOVAZIONE SOSTENIBILE
Include le performance ambientali, quelle legate all'innovazione di prodotto e di processo, alla *customer experience* e alla valorizzazione del brand. Considera le azioni per promuovere una catena di fornitura sostenibile.

TALENTI
Prende in esame le iniziative connesse alla gestione e allo sviluppo del capitale umano: formazione, crescita professionale, *work life balance*, *wellbeing*, rispetto dei principi di diversità, uguaglianza ed inclusività.

Il processo che ha portato alla costruzione del Piano di Sostenibilità 2022-2026 ha visto il diretto coinvolgimento di tutte le Direzioni del Gruppo ed il coordinamento e la supervisione del Top Management e degli organi di governo della sostenibilità (cfr. paragrafo Governance della sostenibilità). Partendo dai Pilastri strategici, sono state dapprima definite precise linee di indirizzo, poi gli obiettivi che Unieuro si prefigge, quindi la lista dei potenziali progetti realizzabili nell'arco temporale di riferimento. È stata successivamente fatta una selezione presentando al Top management una *short list* di progetti[3] ognuno dei quali declinato in modalità operative, tempistiche, KPIs di misurazione, obiettivi di performance, risorse finanziarie e team di presidio. Ogni azione è stata poi opportunamente collegata ai temi rilevanti inclusi nella matrice di materialità e alle sfide globali Sustainable Development Goals - SDGs - dell'agenda 2030 dell'ONU. Nello specifico, sono state individuate 31 azioni prioritarie molte delle quali rientrano in progetti definibili come "integrati" in quanto coinvolgono in modo trasversale più funzioni aziendali. Tenuto conto dell'orizzonte temporale quadriennale sono stati definiti, accanto ai target finali, anche target intermedi, che permettono un miglior monitoraggio dello stato di avanzamento dei progetti.

Di seguito si elencano le principali azioni definite per ciascun Pilastro.

- Fra le azioni principali con riferimento al Pilastro Comunità, il Piano si focalizza su 3 azioni ad alto valore sociale attraverso la prosecuzione e l'ulteriore sviluppo dell'apprezzata iniziativa contro il cyberbullismo (#cuoriconnessi), a cui si affiancherà un progetto per facilitare l'uso della tecnologia da parte degli anziani ed un altro che mette la tecnologia al servizio della sensibilizzazione, soprattutto fra i giovani, dell'importanza di adottare corretti stili di vita anche ai fini della prevenzione oncologica.

- Il Pilastro Cultura include 8 azioni volte principalmente a rafforzare la governance sulle tematiche ESG fra cui l'adozione di una policy di sostenibilità, l'ottenimento di un rating ESG, il mantenimento ed il progressivo affinamento dei parametri connessi alla sostenibilità nei sistemi di incentivazione del management e dei dipendenti, l'ulteriore rafforzamento del livello di protezione dei dati personali dei clienti anche attraverso un nuovo piano di cybersecurity, il miglioramento della mappatura dei rischi ESG, il potenziamento degli strumenti di raccolta e misurazione delle informazioni non finanziarie ai fini di una loro progressiva integrazione a livello gestionale e di business reporting, anche in previsione dell'entrata in vigore dalle nuove normative in materia di rendicontazione di sostenibilità.

- Nell'ambito delle 11 azioni previste nel Pilastro Innovazione Sostenibile un'attenzione particolare viene rivolta alla promozione di pratiche sostenibili e responsabili a livello di *supply chain,* alla misurazione e alla riduzione dell'impatto ambientale delle attività aziendali, anche prendendo in considerazione i principali standard di riferimento del settore (TCFD - Task Force on Climate-related Financial Disclosures, SBTi – Science Based Targets Initiative, CDP - Carbon Disclosure Project) e all'implementazione di azioni che favoriscano la riduzione di materiali, il riuso ed il riciclo dei prodotti anche in ottica di circolarità. Sempre in quest'area rientrano poi le azioni indirizzate alla valorizzazione della centralità del cliente e al rafforzamento della *brand reputation.*

- Infine, in relazione al Pilastro Talenti, il Piano si articola in 9 azioni volte a promuovere una cultura della sostenibilità all'interno dell'intera organizzazione attraverso un progetto

[3] *Si fa presente che, tali iniziative considerate come prioritarie, potrebbero essere affiancate nel corso del tempo da altri progetti minori o da progetti ad oggi ancora in fase di studio.*

formativo rivolto a tutti i dipendenti, con un focus particolare ai futuri Store Manager dei negozi partecipanti all'Academy aziendale. Tale percorso sarà affiancato da specifiche iniziative di *engagement* sulla sostenibilità. Sono inoltre previse azioni volte a favorire la diversità, l'eguaglianza e l'inclusività e la piena valorizzazione del capitale umano anche ai fini del potenziamento della capacità di Unieuro in termini di *retention* e *attraction.*

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

Pilastri	*Obiettivo 2022-2026*	*Descrizione delle principali azioni*	*Temi materiali*	*SDGs*
Comunità	▪ Continuare a promuovere iniziative di sensibilizzazione ed educazione digitale	▪ Prosecuzione e ulteriore sviluppo del progetto - #cuoriconnessi contro il cyberbullismo[4] ▪ Sviluppo di un progetto specifico per facilitare l'uso della tecnologica 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	▪ Sostegno alle comunità locali	SDG
Cultura	▪ Rafforzare la Governance della sostenibilità secondo le best practice ▪ 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 cybersecurity e tutela della privacy dei clienti	▪ Adozione di una Policy 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 management e dei dipendenti[5] ▪ Ottenimento di un rating 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 reporting, agendo proattivamente anche rispetto all'evoluzione della normativa in materia (CSRD[6]) ▪ Adozione di un nuovo piano strategico di cybersecurity ▪ Rafforzamento della formazione del personale dei punti vendita in materia di privacy dei clienti	▪ Resilienza ed equilibrio economico ▪ Tutela della privacy dei consumatori	SDG

[4] *FY 2021/22 = 1,45ml di contatti (FY 2020/21 = 1,23ml di contatti)*

[5] *LTI, MBO e retribuzione variabile dei dipendenti dei punti vendita.*

[6] *CSRD - Corporate Sustainability Reporting Directive*

Pilastri	Obiettivo 2022-2026	Descrizione delle principali azioni	Temi materiali	SDGs
Innovazione Sostenibile	▪ Attuare un percorso di decarbonizzazione ▪ Implementare sistemi di monitoraggio dei fornitori rispetto a tematiche di responsabilità sociale, ambientali e di governance ▪ 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	▪ Progetti legati alla decarbonizzazione quali acquisto di energia elettrica con certificazione di produzione "*green*" alla fonte[7]; iniziative di efficientamento energetico nei punti vendita[8], misurazione della carbon footprint per velocizzare il percorso di *carbon neutrality* ▪ Progetti legati ad una catena di fornitura responsabile. Implementazione di un sistema di controllo e monitoraggio della catena di fornitura anche con attività di *due diligence*; valutazione dei nuovi fornitori[9] (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 *circular economy* 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 packaging di prodotti *private label* ▪ Progetti legati alla valorizzazione della reputazione aziendale quali monitoraggio della *brand* e *sustainability reputation*; inclusione di aspetti ESG nella misurazione del *Net Promoter Score* (NPS) ▪ Accelerazione del processo di digitalizzazione dei punti vendita grazie all'introduzione delle etichette elettroniche in un numero sempre più ampio di negozi	▪ Customer centricity e innovazione ▪ Selezione e gestione dei fornitori ▪ Consumi di risorse ed emissioni ▪ Gestione dei rifiuti ▪ Trasparenza delle informazioni sui prodotti e delle offerte ai clienti	SDG
Talenti	▪ Perseguire e diffondere una cultura organizzativa inclusiva ▪ Promuovere una *people engagement strategy* e diffondere la cultura di sostenibilità in azienda ▪ Aumentare il grado di attrattività e di retention	▪ 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 Store Manager di negozio partecipanti all'Academy aziendale; lancio di specifiche iniziative di *engagement e community building* dei dipendenti su tematiche ESG; somministrazione dell'indagine sul clima aziendale eNPS (*employee* NPS)[10] ▪ Progetti volti a migliorare il livello di attrattività e di *retention* quali potenziamento delle iniziative di *work life balance*; lancio di un nuovo portale aziendale ▪ Progetti volti a rafforzare il presidio in materia diversità, equità ed inclusione	▪ Salute e sicurezza dei dipendenti e dei collaboratori ▪ Diversità e pari opportunità ▪ Formazione del personale e sviluppo delle carriere	SDG

[7] *FY 2021/22 = 58% (FY 2020/21 = 0%)*

[8] *FY 2021/22 = 66.7GWh (FY 2020/21 = 69.3GWh)*

[9] *con una % del fatturato atteso >1%*

[10] *FY 2021/22 sviluppo del sistema di monitoraggio e prima rilevazione con un punteggio di 5,6*

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 CO_2 attraverso l'efficientamento energetico della rete di punti vendita, acquisti di energia certificata "green", aumento dell'audience sulle iniziative di #cuoriconnessi 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.

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

2. GOVERNANCE

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 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 c.d. 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 tre comitati con funzioni consultive e propositive: il *Comitato Remunerazione e Nomine*; il *Comitato Controllo e Rischi* ed il *Comitato Sostenibilità*. Ad essi si aggiunge il *Comitato per le Operazioni con le Parti Correlate,* a cui sono assegnati i compiti e le funzioni previsti dal Regolamento Parti Correlate Consob.

COMITATO DI SOSTENIBILITÀ

Istituito nel novembre 2020, alla luce della crescente importanza degli aspetti **sociali** e **ambientali** nei sistemi di corporate governance delle società quotate.

Alla luce della crescente importanza degli aspetti sociali e ambientali nei sistemi di corporate governance delle società quotate, il 12 novembre 2020 il Consiglio di Amministrazione ha approvato la costituzione al proprio interno di un Comitato Sostenibilità, chiamato a svolgere funzioni istruttorie, propositive e consultive nei confronti del medesimo Consiglio in materia di sostenibilità, valutando i processi, le iniziative e le attività volte al perseguimento del successo sostenibile, e dunque alla creazione di valore nel medio-lungo termine a beneficio degli azionisti, tenendo conto degli interessi degli altri stakeholder rilevanti. La sempre maggiore centralità delle tematiche ESG nella *corporate governance* è altresì confermata dal nuovo Codice di Corporate Governance (precedentemente denominato Codice di Autodisciplina) approvato dal Comitato Italiano per la Corporate Governance nel gennaio 2020, e che per Unieuro è entrato in vigore a partire dall'esercizio 2021/22. Tra gli obiettivi perseguiti dal suddetto Comitato Italiano per la Corporate Governance, nell'opera di revisione complessiva del Codice di Autodisciplina, vi è infatti anche la maggiore rilevanza e centralità del "principio di sostenibilità dell'attività di impresa".

In data 18 marzo 2021, il Consiglio di Amministrazione di Unieuro S.p.A., tenuto conto del parere del Comitato Remunerazione e Nomine e considerata la già rispettata diversità dalla composizione degli organi sociali nei fatti, ha ritenuto di non procedere all'adozione di una specifica politica in materia di diversità. L'insieme delle disposizioni legislative e regolamentari - incluse le disposizioni del Codice di Autodisciplina e del Codice di Corporate Governance che si pone in continuità rispetto al codice previgente - in materia di composizione degli organi sociali consentono già oggi un'adeguata rappresentazione di genere, età, esperienze, caratteristiche professionali e personali.

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

1. in data 20 dicembre 2021 il Consiglio di Amministrazione ha approvato il proprio Regolamento[11] 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 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*".

2. In data 12 gennaio 2022 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 avverrà in occasione dell'Assemblea degli Azionisti chiamata ad approvare il bilancio al 28 febbraio 2022[12].

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

Per maggiori informazioni sul sistema di Governance si rimanda alla Relazione sul Governo Societario e agli assetti proprietari al 28 febbraio 2022.

2.1.1. Consiglio di Amministrazione

La gestione della Società è affidata ad un Consiglio di Amministrazione, ai sensi dell'art. 12 dello Statuto, composto da un numero dispari di membri non inferiore a sette e non superiore a quindici.

L'Assemblea determina, di volta in volta, il numero dei componenti del Consiglio di Amministrazione, prima della loro nomina, ed entro il limite sopra indicato può aumentare nel corso del mandato il numero degli amministratori che terminano il proprio mandato insieme a quelli in carica. Gli amministratori restano in carica per il periodo fissato dalla deliberazione assembleare di nomina, sino a un massimo di tre esercizi e sono rieleggibili. I membri del Consiglio di

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

[12] *Per maggiori dettagli si rimanda alla sezione Corporate Governance del sito corporate di Unieuro, e agli Orientamenti del Collegio Sindacale per la composizione del nuovo collegio (https://unieurospa.com/wp-content/uploads/2022/01/Unieuro_ORIENTAMENTI-DEL-COLLEGIO-SINDACALE-PER-LA-COMPOSIZIONE-DEL-NUOVO-COLLEGIO.pdf) e al documento sugli Orientamenti qualitativi per la nomina del CdA (https://unieurospa.com/wp-content/uploads/2022/01/Unieuro_ORIENTAMENTI-QUALITATIVI-E-QUANTITATIVI-PER-LA-NOMINA-DEL-CDA.pdf).*

Amministrazione devono possedere i requisiti di professionalità e onorabilità previsti dalla normativa, anche regolamentare, vigente ed un numero minimo, non inferiore a quello stabilito dalla normativa *pro tempore* vigente, deve essere in possesso dei requisiti di indipendenza prescritti dalle disposizioni applicabili.

Lo Statuto della Società prevede che la nomina degli amministratori abbia luogo attraverso il meccanismo del voto di lista e che il diritto di presentare le liste spetti al Consiglio di Amministrazione in carica nonché agli azionisti che, da soli o insieme ad altri, rappresentino la percentuale del capitale sociale stabilita dalla normativa vigente. L'art. 14 dello Statuto prevede inoltre che, qualora al termine della votazione non sia assicurato l'equilibrio tra i generi, secondo quanto previsto dalla normativa, verrà escluso il candidato di genere più rappresentato eletto come ultimo in ordine progressivo dalla lista risultata prima per numero di voti e, tale candidato, sarà sostituito dal primo candidato non eletto della stessa lista del genere meno rappresentato secondo l'ordine progressivo. Qualora il numero dei candidati eletti sulla base delle liste presentate sia inferiore a quello degli amministratori da eleggere, la restante parte verrà eletta dall'Assemblea che delibera in modo da assicurare la presenza del numero minimo di amministratori indipendenti nonché l'equilibrio tra i generi richiesti dalla normativa.

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, nominato il 18 giugno 2019 e integrato in data 20 febbraio 2020 a seguito delle dimissioni di tre consiglieri, era originariamente composto da 9 membri. A seguito della deliberazione dell'Assemblea degli Azionisti del 15 giugno 2021, il Consiglio è stato ampliato a 11 membri (7 uomini e 4 donne) e giunge a scadenza con l'approvazione del bilancio di esercizio al 28 febbraio 2022.Alla data della presente Dichiarazione, il Consiglio di Amministrazione risulta pertanto composto come indicato nella tabella che segue:

Membri del Consiglio di Amministrazione

Incarico	Età	Genere	Tipologia	Indipendenza	Appartenenza a gruppi di *stakeholder*
Presidente	73	M	Non Esecutivo	Indipendente[13]	-
Amministratore Delegato[14]	63	M	Esecutivo	Non indipendente	*Management*
Consigliere	60	M	Non Esecutivo	Indipendente	-
Consigliere	57	M	Non Esecutivo	Indipendente	Assogestioni
Consigliere	55	F	Non Esecutivo	Indipendente	-
Consigliere	64	F	Non Esecutivo	Indipendente	-
Consigliere	34	M	Non Esecutivo	Non indipendente	-
Consigliere	54	M	Non Esecutivo	Indipendente	-
Consigliere	53	F	Non Esecutivo	Indipendente	-
Consigliere	43	M	Non Esecutivo	Non indipendente	-
Consigliere	52	F	Non Esecutivo	Non indipendente	-

Membri del Consiglio di Amministrazione per fascia di età

Fascia d'età		28/02/2022			28/02/2021			29/02/2020		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
tra i 30 e i 50 anni	u.m.	2	-	2	-	-	-	-	1	1
età superiore ai 50 anni		5	4	9	5	4	9	5	3	8
Totale		7	4	11	5	4	9	5	4	9

2.1.2. Governance della sostenibilità

Anche nel corso dell'esercizio chiuso al 28 febbraio 2022, 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, nel 2021, Unieuro ha dato avvio a diverse iniziative che hanno contribuito a diffondere la cultura della sostenibilità all'interno dell'organizzazione e a promuovere l'adozione di un approccio maggiormente strutturato, che ha trovato successiva espressione nella predisposizione del Piano Sostenibilità. Il Comitato è composto da 3 consiglieri non esecutivi e indipendenti (1 uomo e 2 donne, tutti con età superiore ai 50 anni) e la presidenza è stata assegnata ad una donna.

Sempre 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

[13] *Sia ai sensi di legge che del Codice di Corporate Governance.*

[14] *CEO di Unieuro S.p.A. e Amministratore Unico di Monclick S.r.l., società controllata al 100% di Unieuro S.p.A.*

e con la nascita di un Comitato interno di Sostenibilità, un team manageriale intersettoriale di alto livello.

Questo rafforzamento nella struttura organizzativa deputata a sovraintendere 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 funzioni 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 del Piano Strategico.

2.1.3. Altri Comitati

Il *Comitato per le Operazioni con le Parti Correlate*, nominato dal Consiglio di Amministrazione in data 26 giugno 2019, 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 (2 uomini e 1 donna, tutti con età superiore a 50 anni) non esecutivi e indipendenti.

Il *Comitato Controllo e Rischi*, nominato dal Consiglio di Amministrazione in data 26 giugno 2019 ed integrato nell'attuale composizione il 4 marzo 2020, 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 3 consiglieri (1 uomo e 2 donne, tutti con età superiore a 50 anni) non esecutivi e indipendenti.

Il *Comitato per le Remunerazioni e Nomine* è stato nominato dal Consiglio di Amministrazione il 26 giugno 2019 ed integrato nell'attuale composizione il 6 febbraio 2020.

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.

I Comitati per le Remunerazioni e per le Nomine risultano composti da 3 consiglieri (2 uomini e una donna, tutti con età superiore a 50 anni) non esecutivi e indipendenti.

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 18 giugno 2019 ed in carica per un periodo di tre esercizi, è composto da 5 sindaci tra cui il Presidente, 3 sindaci effettivi e 2 sindaci supplenti.

Membri del Collegio Sindacale

Incarico	Età	Genere	Indipendenza	Appartenenza a gruppi di *stakeholder*
Presidente	41	F	Indipendente	Assogestioni
Sindaco effettivo	49	F	Indipendente	-
Sindaco effettivo	46	M	Indipendente	-
Sindaco supplente	38	M	Indipendente	-
Sindaco supplente	41	F	Indipendente	-

Membri del Collegio Sindacale per fascia di età

Fascia d'età		28/02/2022			28/02/2021			29/02/2020		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
tra i 30 e i 50 anni	u.m.	2	3	5	2	3	5	2	3	5
età superiore ai 50 anni		-	-	-	-	-	-	-	-	-
Totale		2	3	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, in un unico 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 un efficace assorbimento dei costi fissi, che si traduce in una redditività superiore alla media di mercato ed in una comprovata capacità di competere, anche nei confronti di operatori paneuropei e globali attivi in Italia. A ciò si somma una notevole resilienza agli *shock* esterni, come dimostrato anche nella fase acuta dell'epidemia da Covid-19, frutto di una articolata e coerente 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 anche alla luce del nuovo Piano Strategico quinquennale, non è comunque esente da rischi, come evidenziato nella relativa sezione. Per ulteriori approfondimenti sulla strategia e sul modello di business si rimanda alla Relazione Finanziaria Annuale 2021/22.

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.

IL PRESIDIO DI UNIEURO

- Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ai sensi del D.Lgs. 231/2001
- Codice Etico
- Politica di whistleblowing
- Policy Anticorruzione

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 proporne 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. L'ultimo aggiornamento risale al novembre 2020, rispetto al quale la Società si è adeguata ai nuovi reati tributari e di contrabbando.

In conformità alle previsioni in materia di *whistleblowing* (Legge n. 179 del 30 novembre 2017- *"Disposizioni per la tutela degli autori di segnalazioni di reati o irregolarità di cui siano venuti a conoscenza nell'ambito di un rapporto di lavoro pubblico o privato"*), ai destinatari del Modello 231 viene reso disponibile un sistema di segnalazione al fine di evidenziare comportamenti illegittimi, sulla base di elementi di fatti precisi e concordanti (art. 6, comma 2-bis del D.Lgs n. 231/2001). Le segnalazioni vengono raccolte tramite appositi canali (il *Portale whistleblowing*, messo a disposizione sulla *intranet* aziendale e l'indirizzo *e-mail* odv@unieuro.com) e gestite in linea rispetto quanto previsto dalla Whistleblowing *Policy* (adottata a partire dal marzo 2019 ed aggiornata al novembre 2020). L'Internal Audit Director predispone, almeno semestralmente (in occasione delle riunioni periodiche dell'OdV), una relazione riepilogativa delle segnalazioni ricevute, dell'eventuale esito delle analisi effettuate e di quelle eventualmente in corso e le trasmette all'OdV della Società.

Il Direttore dell'unità legale cura l'aggiornamento e l'eventuale revisione della *Policy* e si impegna affinché questa venga correttamente diffusa e applicata.

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.

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.

L'attività formativa ai sensi del D.Lgs 231/2001 è stata svolta nel corso del 2021, erogando un totale di 71,5 ore per 143 dipendenti[15] (di cui 0,7% dirigenti, 0,7% quadri e 98,6% impiegati), esclusi i membri del Consiglio di Amministrazione. La differenza rispetto all'esercizio precedente (2.157 ore per 4.314 dipendenti[15]) è attribuibile alla ciclicità degli obblighi formativi.

Grazie al sistema di *whistleblowing* implementato, Unieuro stabilisce altresì le modalità attraverso cui effettuare segnalazioni di condotte o comportamenti illeciti o illegittimi, commissivi o omissivi, che costituiscono o possono costituire una violazione, o induzione a violazione dei presidi di controllo del Gruppo.

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.

Durante le attività di *Risk Assessment*, effettuate dalla Società nel corso dell'esercizio 2020/21 al fine di individuare le attività "sensibili" e i processi ritenuti esposti al rischio potenziale di commissione di reati ex. D.Lgs. 231/2001, sono state mappate 34 attività sensibili di cui 25 potenzialmente a rischio di commissione del reato di corruzione (circa il 74%), considerano 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 2021/22, per il Gruppo non si sono rinvenute segnalazioni che riguardassero episodi in materia di corruzione.

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

[15] *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.*

processo di gestione dei rischi non possa più prescindere da tali aspetti in quanto fattori abilitanti al perseguimento di un successo sostenibile.

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 operativo 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”.

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 2021/22 nella sezione “Principali rischi ed incertezze cui è esposto il Gruppo”.

Clienti

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

Per i prodotti che il Gruppo fa fabbricare 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 punti vendita e/o sito di *e-commerce* e/o 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 di sicurezza e/o di 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 (es, Camere di Commercio) oltreché 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.

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 alla Direttiva RoHs[16]), garantiscono il massimo presidio possibile su tali rischi. Per maggiori dettagli si rimanda al paragrafo "Salute e sicurezza dei clienti".

Essendo particolarmente attiva nella vendita *online*, ulteriori potenziali rischi per Unieuro S.p.A. 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".

Infine, con riferimento alla crisi pandemica, ulteriori rischi possono riguardare la salute e la sicurezza dei propri clienti presso i punti vendita. A tale fine, Unieuro S.p.A. ha introdotto nuovi servizi pensati per regolare i flussi d'ingresso nei punti vendita per contenere il più possibile il rischio di contagio e garantire quindi la massima sicurezza. Per maggiori informazioni si rimanda al paragrafo "Clienti" del presente documento e alla Relazione Finanziaria Annuale 2021/22 nella sezione "Principali rischi ed incertezze cui è esposto il Gruppo".

Personale

Unieuro considera le sue persone risorse preziose. I risultati e il successo del Gruppo dipendono infatti anche dalla capacità di attrarre e trattenere personale qualificato, nonché figure che hanno

[16] *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.*

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.

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, ai tutti i propri collaboratori, i valori, i principi e le regole di comportamento del Gruppo.

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 ed offre corsi di formazione manageriale e professionale 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 contesto 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.

È stato istituito un apposito Comitato al quale partecipano attivamente: Datore di Lavoro, Responsabile del Servizio Prevenzione e Protezione (RSPP), Medico Competente (MC) e 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*".*

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 verificare 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 largamente avviene 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 principali 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".

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 2021/22, il Valore economico complessivo generato, ovvero la ricchezza creata dal Gruppo Unieuro nello svolgimento della sua attività, ammonta a 2.951 milioni di euro, + 10% rispetto al FY 2020/21, ed è costituito:

- dai ricavi delle vendite 2.950 milioni di euro (rispetto a 2.685 milioni di euro nell'esercizio precedente);
- da altri proventi per 1 milione di euro (rispetto a 1 milione di euro) che includono principalmente proventi da noleggio attrezzature informatiche agli affiliati e rimborsi assicurativi relativi a furti o danni causati ai negozi.

Il Valore economico distribuito, elemento di valutazione dell'impatto economico e sociale del Gruppo, ammonta a 2.870 milioni di euro, +13% rispetto al FY 2020/21, ed è suddiviso tra i seguenti stakeholder:

- 2.584 milioni di euro (rispetto a 2.341 milioni di euro) ai fornitori, costituiti dai costi sostenuti per l'acquisto di servizi, materie prime e materiali di consumo.
- 207 milioni di euro (rispetto a 176 milioni di euro) ai dipendenti per salari, stipendi, oneri sociali, trattamento di fine rapporto;
- 13 milioni di euro (rispetto a 8 milioni di euro) alla Pubblica Amministrazione, corrisposti all'Erario e agli Enti locali per imposte dirette e indirette;
- 54 milioni di euro agli azionisti sotto forma di dividendi (nessun dividendo pagato nel FY 2020/21);
- 11 milioni di euro ai finanziatori (rispetto a 12 milioni di euro);
- 329 migliaia di euro (rispetto a 469 migliaia di euro) alla comunità in termini di sponsorizzazioni e liberalità.

Il Valore trattenuto, ricchezza trattenuta ai fini del sostentamento del Gruppo stesso, è pari a 81 milioni di euro, -46% rispetto al FY 2020/21 ed è costituito dagli ammortamenti, dagli accantonamenti a fondi rischi e dall'autofinanziamento costituito dagli utili reinvestiti nell'azienda.

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 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 princìpi 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 prevendo 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.

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 (Reg. UE 2020/852)

Con riferimento all'art. 8 del Regolamento (UE) 2020/852 (c.d. "Tassonomia Europea" o "Regolamento Tassonomia") relativo all'istituzione di un quadro che favorisce gli investimenti sostenibili e alla luce di quanto richiesto dalle raccomandazioni ESMA, il Gruppo Unieuro presenta di seguito le informazioni su come e in che misura le proprie attività sono associate ad attività economiche ecosostenibili.

Il Regolamento UE 2020/852 ha introdotto nel sistema normativo europeo la tassonomia delle attività economiche ecosostenibili, una classificazione delle attività che possono essere considerate sostenibili in base all'allineamento agli obiettivi ambientali dell'Unione Europea. Con riferimento ai 3 pilastri della sostenibilità ESG attualmente la tassonomia si concentra sul pilastro ambientale.

La Tassonomia Europea definisce sei obiettivi ambientali per identificare le attività economiche sostenibili dal punto di vista ambientale

Alla data di redazione del presente documento, dei sei obiettivi ambientali atti a identificare le attività economiche sostenibili[17], sono stati mappati in dettaglio, da parte del legislatore, i primi due obiettivi riferiti al clima: 1. Mitigazione dei cambiamenti climatici e 2. Adattamento ai cambiamenti climatici. In particolare, col Regolamento Delegato UE 2021/2139, sono stati identificati specificati criteri tecnici di screening in base ai quali determinate attività economiche possono contribuire in modo sostanziale a questi due obiettivi.

Nella strategia complessiva delineata dalla Commissione Europea per finanziarie la crescita sostenibile, un ruolo centrale è assegnato all'armonizzazione - a livello europeo - dei criteri in base ai quali un'attività economica può essere considerata ecosostenibile rispetto a determinati obiettivi ambientali.

L'individuazione delle attività ecosostenibili per Unieuro è stata effettuata secondo i criteri previsti dal Regolamento Delegato UE 2021/2178. Questo integra il Regolamento Tassonomia precisando il contenuto e la presentazione delle informazioni che le imprese devono comunicare in merito alle attività economiche ecosostenibili e specifica la metodologia per conformarsi a tale obbligo, dettagliando i contenuti, le tempistiche e le modalità con cui queste informazioni devono essere pubblicate.

In particolare, in riferimento al corrente periodo di rendicontazione (che per Unieuro equivale all'anno fiscale 2021/2022), in ottemperanza all'articolo 10 del detto Regolamento Delegato, le imprese non finanziarie sono tenute a pubblicare informazioni sulla quota delle attività economiche ammissibili[18] (o eligible) alla tassonomia nell'ambito del loro fatturato, delle loro spese in conto capitale (CapEx) e delle loro spese operative (OpEx) totali.

Le attività ritenute ammissibili, dai successivi periodi di rendicontazione (dall'anno fiscale 2022/23) verranno esaminate secondo i criteri dell'articolo 3 del Regolamento Tassonomia precedentemente

[17] *1. Mitigazione del cambiamento climatico; 2. Adattamento al cambiamento climatico; 3. Uso sostenibile e protezione delle risorse idriche e marine; 4. Transizione verso un'economia circolare; 5. Prevenzione e controllo dell'inquinamento; 6. La protezione degli ecosistemi e della biodiversità*

[18] *Le attività economiche sono state suddivise come segue:*
- *ELIGIBLE o AMMISSIBILE: qualsiasi attività esplicitamente inclusa nella lista delle attività economiche degli allegati I e II del Regolamento Delegato 2021/2139, indipendentemente dal fatto che tale attività economica soddisfi uno o tutti i criteri di vaglio tecnico stabiliti nel Regolamento Delegato per l'allineamento agli obiettivi di mitigazione o adattamento al cambiamento climatico. 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.*
- *NON ELIGIBLE o NON AMMISSIBILE: questa categoria residuale include 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.*

citato, per verificare l'allineamento agli obiettivi della Tassonomia, per il quale l'ammissibilità è condizione necessaria ma non sufficiente.

Sulla base degli allegati I e II del Regolamento Delegato UE 2021/2139, Unieuro ha appurato che ad un primo livello di analisi, il codice NACE[19] del proprio business (G 47.19 - Commercio al dettaglio in altri esercizi non specializzati) non è attualmente compreso tra i settori interessati dalla Tassonomia Europea. Ad un ulteriore livello di approfondimento, Unieuro ha poi effettuato un assessment delle attività economiche svolte. L'assessment ha compreso l'analisi del proprio core business e la gestione dei propri asset e delle proprie risorse aziendali. In questo modo sono state ricondotte una parte di queste attività all'interno delle categorie di attività economiche presentate nei sopracitati allegati, e quindi "ammissibili" ai fini della Tassonomia.

Le attività rimanenti sono state considerate come "non ammissibili" in quanto non è stata identificata nessuna corrispondenza con gli allegati del Regolamento Delegato UE 2021/2139. Si ritiene ragionevolmente che ulteriori attività possano essere in futuro rendicontate come parte della Tassonomia, a partire da quando i quattro restanti obiettivi saranno normati in dettaglio.

Calcolo degli indicatori tassonomici

I valori forniti nella tabella che segue riflettono un approccio conservativo all'interpretazione delle normative vigenti e sono stati elaborati anche tenuto conto delle informazioni disponibili e dei requisiti previsti per i due obiettivi precedentemente richiamati. Il perimetro di analisi dei valori presentati riguarda Unieuro.

[19] *Sistema di classificazione generale utilizzato per sistematizzare ed uniformare le definizioni delle attività economico/industriali negli Stati facenti parte dell'Unione europea.*

INDICATORI	DESCRIZIONE DELL'ATTIVITÀ AMMISSIBILE
Attività ammissibile 4.1 - Produzione di energia elettrica mediante tecnologia solare fotovoltaica	
CAPEX 0,63% OPEX 0,0013%	Per l'attività di Produzione di energia elettrica mediante tecnologia solare fotovoltaica si considerano i costi derivanti dall'installazione e dalla gestione dell'impianto fotovoltaico situato a Roma di proprietà di Unieuro e utilizzato per la generazione di energia verde. In questa l'attività sono inclusi nell'indicatore di OPEX i costi non capitalizzabili relativi.
Attività ammissibile 6.4 - Gestione di dispositivi di mobilità personale, ciclologistica	
FATTURATO 0,77%	Per l'attività si considera la vendita di dispositivi di trasporto o mobilità personale la cui propulsione deriva dall'attività fisica dell'utilizzatore, da un motore a zero emissioni o da una combinazione delle due, ossia la categoria merceologica delle biciclette e dei monopattini sia tradizionali che elettrici commercializzati da Unieuro sia nei punti vendita che nell'e-commerce.
Attività ammissibile 7.2 - Ristrutturazione di edifici esistenti	
CAPEX 3,95% OPEX 0,0034%	Con riferimento all'attività sono state considerate le ristrutturazioni che hanno riguardato sia le componenti di tecnologia, che gli ambienti (pareti, mobilio, serramenti, bancali, pavimenti, affreschi) nella nuova sede forlivese di Palazzo Hercolani. In questa attività rientra anche la ristrutturazione avvenuta per l'installazione del magazzino situato in via Zampeschi ed attività assimilabili svolte per la nuova sede di Monclick. In questa l'attività sono inclusi nell'indicatore di OPEX i costi non capitalizzabili relativi.
Attività ammissibile 7.3 - Installazione, manutenzione e riparazione di dispositivi per l'efficienza energetica	
CAPEX 4,67%	Nell'attività Unieuro ha incluso la sostituzione degli impianti di illuminazione obsoleti con apparecchi a led e la sostituzione degli impianti di climatizzazione con macchine ad alta efficienza per gli store di Unieuro.
Attività ammissibile 7.5 - Installazione, manutenzione e riparazione di strumenti e dispositivi per la misurazione, la regolazione e il controllo delle prestazioni energetiche degli edifici	
CAPEX 1,08%	In merito all'attività si rimanda al capitolo 4 Performance Ambientali in cui è dettagliata la descrizione del progetto di estensione del sistema di building automation nei punti vendita.
Attività ammissibile 8.1 - Elaborazione dei dati, hosting e attività connesse	
CAPEX 3,77%	Sono state incluse come ammissibili le spese di ammodernamento della struttura IT, che ha previsto un progetto dedicato alla sostituzione delle macchine stampanti.
Attività ammissibile 13.1 - Attività creative artistiche e di intrattenimento	
OPEX 0,0794%	La voce include le spese legate a progetti di educazione e sensibilizzazione culturale che hanno avuto per oggetto un tour di nove incontri in live streaming durante i quadrimestri delle scuole secondarie di primo e secondo grado, un evento nazionale in live streaming oltre alla partecipazione, con uno stand dedicato, al Meeting di Rimini.

FATTURATO

Per la determinazione dell'indicatore di fatturato ammissibile alla Tassonomia, al fine di evidenziare i ricavi derivanti dall'attività di vendita di dispositivi di mobilità personale Unieuro si è avvalso della rendicontazione SAP sul periodo di analisi relativo all'anno appena chiuso (anno fiscale 2021 dal 1° marzo 2021 al 28 febbraio 2022). Partendo dal totale dei ricavi, per il numeratore sono stati estrapolati i valori relativi ai detti beni. Al denominatore sono stati riportati i ricavi complessivi.

CAPEX

Al numeratore, per ciascuna delle attività sopra citate, sono stati inseriti gli incrementi dell'attivo a fronte di investimenti, identificati da specifici ordini di investimento e cespiti, con riferimento al

foglio cespiti relativo all'anno fiscale 2021/2022. I valori sono poi stati sommati per pervenire al totale ammissibile, il quale è stato rapportato al totale CapEx.

OPEX

Gli importi che determinano questo indicatore sono di impatto trascurabile in termini di proporzione sul totale delle spese operative e sono stati identificati delle funzioni aziendali di riferimento sulla base delle fatture registrate rispetto alle singole attività.

Indicatori di proporzione di attività economiche ammissibili alla Tassonomia	Proporzione di attività ammissibili ai sensi della Tassonomia (%)
FATTURATO (fatturato riferito ad attività ammissibili su totale fatturato)	0,77%
CAPEX (CapEx riferite ad attività ammissibili su totale CapEx)	14,09%
OPEX (OpEx riferite ad attività ammissibili su totale OpEx)	0,08%

Le definizioni attualmente disponibili incluse nel framework normativo della Tassonomia Europea portano le aziende a dover interpretare come tali formulazioni si applicano alle proprie attività commerciali ed il relativo impatto sull'ammissibilità. Secondo la propria conoscenza e comprensione Unieuro ha applicato giudizi, interpretazioni e ipotesi basate sulle informazioni attualmente disponibili.

Durante il 2022 prenderà avvio l'analisi di tutti i requisiti e i criteri necessari per definire l'allineamento con la Tassonomia Europea ed è attualmente in corso una prima valutazione con le funzioni competenti per definire le azioni necessarie a garanzia di un migliore allineamento con i criteri per il prossimo anno di rendicontazione.

In futuro la pubblicazione di ulteriori documenti di guidance potrebbe portare a definizioni più accurate ed a nuovi processi decisionali nell'adempimento degli obblighi di disclosure, con possibili impatti anche sulla rendicontazione della tassonomia dell'UE.

3. PERFORMANCE SOCIALI

DIVERSITÀ E INCLUSIONE

47% la **presenza femminile** all'interno del Gruppo

Unieuro ha esteso al 2022 la **copertura assicurativa** in favore dei dipendenti contagiati dal Covid-19

Unieuro ha sviluppato un programma di ascolto e monitoraggio del livello di soddisfazione dei propri dipendenti: **progetto UniVersus**

Nel 2021 l'Academy ha registrato una presenza record, **coinvolgendo** circa il **24% degli Store Manager** della rete diretta

3.1. Gestione dell'organico di Unieuro

PIANO DI SOSTENIBILITÀ 2022-2026

Progetto Digital Workplace con lancio di un nuovo portare aziendale

CREARE CONNESSIONI per garantire informazione, ascolto, coinvolgimento e unità.

PRESIDIARE UN FLUSSO STRUTTURATO E MULTIDIREZIONALE DI COMUNICAZIONE, che trasmetta i valori e lo spirito di Unieuro.

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.

Somministrazione dell'indagine sul clima aziendale eNPS (employee Net Promoter Score) – PROGETTO UNIVERSUS -

MISURARE IL LIVELLO DI SODDISFAZIONE delle persone e intervenire sulle potenziali aree di criticità.

ATTRARRE E TRATTENERE TALENTI, crescere e migliorare

Il progetto e in particolare il monitoraggio periodico del sentiment aziendale permettono di promuovere una people engagement strategy e valorizzare il capitale umano.

3.1.1. Composizione del personale

Il Gruppo Unieuro impiega 5.784 risorse, in aumento del 7% circa 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 5.357 addetti, e attività di *supporto* (impiegati, specialisti,

coordinatori, manager, director delle funzioni di sede – funzioni centrali di area corporate), pari a 427 addetti. La maggior parte delle risorse, l'80%, 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 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").

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.

Attraverso l'indirizzo *e-mail*, gestito dall'Organismo di Vigilanza e comunicato a tutti i dipendenti, è possibile inviare segnalazioni per violazioni del Codice Etico o del Modello 231. Questo strumento consente di instaurare un dialogo diretto con i preposti e garantisce l'anonimato del segnalante.

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 a 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.

La gestione del personale passa anche attraverso il benessere e la soddisfazione dei propri dipendenti. L'11 febbraio 2021 è stato presentato agli oltre 300 dipendenti delle funzioni centrali, durante un evento digitale in diretta *streaming*, l'ambizioso progetto di *smart working* "FUTURA" e destinato a rivoluzionare i metodi di lavoro e di integrazione tra le persone, ponendole al centro di un'esperienza lavorativa innovativa, gratificante e più sostenibile. Il progetto, implementato con il supporto di una società di consulenza esterna specializzata, è nato proprio dall'ascolto dei bisogni dei dipendenti tramite sondaggi, interviste e *focus group*. Grazie all'adozione di tecnologie all'avanguardia, in occasione del trasferimento nella nuova sede forlivese di Palazzo Hercolani, è stato possibile avviare una modalità di lavoro più flessibile in termini di orari e spazi. È prevista una presenza in ufficio minima di 45 giorni nell'arco dell'anno e ciascun dipendente può beneficiare di ampia flessibilità oraria nel corso della giornata, nonché del diritto alla disconnessione. Puntando sulla fiducia e sulla responsabilizzazione individuale nel raggiungimento degli obiettivi, Unieuro sta evolvendo i propri uffici in luoghi di collaborazione, socialità e sostegno alla cultura aziendale, con notevoli benefici in termini di motivazione delle persone, bilanciamento tra vita privata e lavorativa e minori emissioni legate ai trasporti.

A un anno dall'avvio del progetto Futura, Unieuro ne ha valutato in modo positivo i risultati e gli effetti sull'operatività aziendale, decidendo così di rinnovare per un nuovo anno l'accordo di smart working. La risposta degli aderenti ha confermato il valore della strada intrapresa: la totalità dei dipendenti che avevano aderito nel 2021 ha infatti confermato la propria decisione. L'esperienza sta quindi confermando come, la nuova organizzazione del lavoro, sia perfettamente integrabile con la realtà aziendale.

LE PERSONE UNIEURO AL CENTRO

Unieuro mette le persone al centro, siano essi clienti o dipendenti. Dal 2017 il livello di soddisfazione dei clienti viene misurato attraverso il "Net Promoter Score" (NPS). Dal 2022, con il progetto UniVersus, l'Azienda ha iniziato ad ascoltare e monitorare, con un'analoga metodologia, il livello di soddisfazione dei suoi dipendenti calcolando un "employee Net Promoter Score" (eNPS). UniVersus è, quindi, il progetto strategico con cui Unieuro intende migliorare il benessere e l'esperienza lavorativa dei suoi dipendenti. La realizzazione su base ricorrente di un sondaggio interno consentirà di misurare il livello di soddisfazione dei dipendenti e di identificare le principali aree di intervento, in un processo di miglioramento continuo.

Nel mese di febbraio 2022 è stata lanciata la prima rilevazione, preceduta da un test pilota compiuto a settembre. L'indagine ha coinvolto tutti i dipendenti di Unieuro e Monclick ed ha rilevato la soddisfazione su 8 ambiti tra i quali: condizioni di lavoro, formazione, sicurezza e salute, ambiente, conoscenza dei valori e degli obiettivi aziendali.

La società esterna, che si è occupata della rilevazione delle informazioni, si è impegnata formalmente a garantire la totale riservatezza delle risposte e a rispettare la libertà dei dipendenti di scegliere se partecipare o meno.

Indicatori di *performance*[20]

Dipendenti suddivisi per gruppo di età, genere e funzione

Dipendenti	u.m.	28/02/2022			28/02/2021			29/02/2020		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Dipendenti impiegati in funzioni di supporto		**229**	**198**	**427**	**217**	**183**	**400**	**196**	**171**	**367**
età inferiore ai 30 anni		10	27	37	16	28	44	15	24	39
tra i 30 e i 50 anni		158	145	303	143	132	275	136	124	260
età superiore ai 50 anni		61	26	87	58	23	81	45	23	68
Dipendenti impiegati in attività di business	*N°*	**2.815**	**2.542**	**5.357**	**2.581**	**2.410**	**4.991**	**2.442**	**2.225**	**4.667**
età inferiore ai 30 anni		472	342	814	404	310	714	351	259	610
tra i 30 e i 50 anni		1.830	1.757	3.587	1.753	1.736	3.489	1.730	1.675	3.405
età superiore ai 50 anni		513	443	956	424	364	788	361	291	652
Totale		**3.044**	**2.740**	**5.784**	**2.798**	**2.593**	**5.391**	**2.638**	**2.396**	**5.034**

Numero di dipendenti per tipologia di contratto e area geografica[21]

Dipendenti	u.m.	28/02/2022			28/02/2021			29/02/2020		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Contratto a tempo determinato		**639**	**546**	**1.185**	**453**	**420**	**873**	**375**	**304**	**679**
Nord		400	352	752	297	288	585	231	195	426
Centro		159	140	299	90	83	173	89	53	142
Sud e Isole		80	54	134	66	49	115	55	56	111
Contratto a tempo indeterminato	*N°*	**2.405**	**2.194**	**4.599**	**2.345**	**2.173**	**4.518**	**2.263**	**2.092**	**4.355**
Nord		1.359	1.355	2.714	1.369	1.366	2.735	1.286	1.284	2.570
Centro		578	542	1.120	583	532	1.115	586	542	1.128
Sud e Isole		468	297	765	393	275	668	391	266	657
Totale		**3.044**	**2.740**	**5.784**	**2.798**	**2.593**	**5.391**	**2.638**	**2.396**	**5.034**

[20] *I dati relativi all'anno fiscale 2021/22 non considerano i dati relativi ai somministrati; pertanto, si riscontreranno delle variazioni con i dati relativi ai precedenti anni fiscali.*

[21] *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.	28/02/2022			28/02/2021			29/02/2020		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Valle d'Aosta		7	11	**18**	7	10	**17**	5	10	**15**
Lombardia		549	483	**1.032**	488	459	**947**	381	338	**719**
Piemonte		249	289	**538**	229	291	**520**	193	257	**450**
Trentino-Alto-Adige		24	18	**42**	25	20	**45**	23	20	**43**
Veneto		309	279	**588**	298	273	**571**	305	258	**563**
Friuli-Venezia-Giulia		65	67	**132**	61	61	**122**	62	61	**123**
Liguria		133	153	**286**	135	142	**277**	125	144	**269**
Emilia-Romagna		423	407	**830**	423	398	**821**	423	391	**814**
Toscana		102	120	**222**	100	116	**216**	95	114	**209**
Abruzzo		26	31	**57**	27	29	**56**	28	30	**58**
Marche	*N°*	120	107	**227**	118	102	**220**	112	101	**213**
Umbria		19	19	**38**	20	15	**35**	18	15	**33**
Molise		27	15	**42**	22	15	**37**	24	15	**39**
Lazio		443	390	**833**	386	338	**724**	398	320	**718**
Sardegna		68	67	**135**	64	66	**130**	67	66	**133**
Campania		38	22	**60**	17	12	**29**	18	10	**28**
Puglia		86	48	**134**	86	51	**137**	88	47	**135**
Basilicata		36	22	**58**	36	24	**60**	35	24	**59**
Calabria		8	14	**22**	9	14	**23**	10	14	**24**
Sicilia		312	178	**490**	247	157	**404**	228	161	**389**
Totale		**3.044**	**2.740**	**5.784**	**2.798**	**2.593**	**5.391**	**2.638**	**2.396**	**5.034**

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 in corso un confronto per la definizione di una policy volta alla tutela di genere.

Dal mese di novembre 2020 il dipartimento Internal Auditing ha introdotto un portale Whistleblowing dedicato alle segnalazioni relative alle violazioni di Codice Etico, Policy anticorruzione, Modello 231/2001 e/o di Policy e procedure aziendali, aperto a tutti i dipendenti di Unieuro S.p.A. L'accesso al portale di Whistleblowing garantisce l'anonimato del segnalante, a meno che egli stesso non intenda fornire in sede di segnalazione i propri recapiti. Inoltre, è stato predisposto un corso di formazione on-line sui temi sovra esposti, per tutta la rete aziendale.

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%. La fascia d'età che risulta composta dal maggior numero di dipendenti è quella che va dai 30 ai 50 anni (67%) sia per il personale femminile che per quello maschile. Nel corso dell'ultimo esercizio sono state inserite 1.360 risorse, di cui il 43% donne, con una prevalenza della fascia d'età inferiore ai 30 anni (60%).

Si evidenzia, inoltre, che la percentuale di *senior manager* che lavorano e risiedono nella comunità locale assunti nell'esercizio 2021/22 è pari al 50% e che al 28 febbraio 2022 il 72% dei *senior manager* in forza presso Unieuro lavora e risiede nella comunità locale.

Indicatori di *performance*[22]

Dipendenti suddivisi per gruppo di età, genere e livello

Dipendenti	u.m.	28/02/2022			28/02/2021			29/02/2020		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Dirigenti		**28**	**2**	**30**	**27**	1	**28**	**24**	**1**	**25**
età inferiore ai 30 anni		-	-	-	-	-	-	-	-	-
tra i 30 e i 50 anni		10	1	11	11	1	12	15	1	16
età superiore ai 50 anni		18	1	19	16	-	16	9	-	9
Quadri		**53**	**23**	**76**	**45**	**18**	**63**	**39**	**15**	**54**
età inferiore ai 30 anni		-	-	-	-	-	-	-	-	-
tra i 30 e i 50 anni		35	15	50	32	13	45	29	10	39
età superiore ai 50 anni		18	8	26	13	5	18	10	5	15
Impiegati		**2.963**	**2.714**	**5.677**	**2.726**	**2.573**	**5.299**	**2.505**	**2.359**	**4.864**
età inferiore ai 30 anni	*N°*	482	369	851	420	338	758	359	281	640
tra i 30 e i 50 anni		1.943	1.886	3.829	1.835	1.854	3.707	1.762	1.773	3.535
età superiore ai 50 anni		538	459	997	453	381	834	384	305	689
Operai		**-**	**1**	**1**	**-**	**1**	**1**	**70**	**21**	**91**
età inferiore ai 30 anni		-	-	-	-	-	-	7	2	9
tra i 30 e i 50 anni		-	-	-	-	-	-	60	15	75
età superiore ai 50 anni		-	1	1	-	1	1	3	4	7
Totale		**3.044**	**2.740**	**5.784**	**2.798**	**2.593**	**5.391**	**2.638**	**2.396**	**5.034**
età inferiore ai 30 anni		482	369	851	420	338	758	366	283	649
tra i 30 e i 50 anni		1.988	1.902	3.890	1.896	1.868	3.764	1.866	1.799	3.665
età superiore ai 50 anni		574	469	1.043	482	387	869	406	314	720

Dipendenti suddivisi per tipologia di impiego e genere

Dipendenti	u.m.	28/02/2022			28/02/2021			29/02/2020		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Dipendenti full-time		2.152	1.210	**3.362**	2.126	1.193	**3.319**	2.036	1.141	**3.177**
Dipendenti part-time	*N°*	892	1.530	**2.422**	672	1.400	**2.072**	602	1.255	**1.857**
Totale		**3.044**	**2.740**	**5.784**	**2.798**	**2.593**	**5.391**	**2.638**	**2.396**	**5.034**

[22] *I dati relativi all'anno fiscale 2021/22 non considerano i dati relativi ai somministrati; pertanto, si riscontreranno delle variazioni con i dati relativi ai precedenti anni fiscali.*

Proporzione di Senior manager assunti dalla comunità locale[23]

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

Nuovi assunti, per gruppo di età, genere e area geografica

Numero dei nuovi assunti	u.m.	28/02/2022			28/02/2021			29/02/2020		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Nord		**469**	**361**	**830**	**495**	**406**	**901**	**363**	**298**	**661**
età inferiore ai 30 anni		340	230	570	341	272	613	229	180	409
tra i 30 e i 50 anni		118	121	239	147	121	268	111	100	211
età superiore ai 50 anni		11	10	21	7	13	20	23	18	41
Centro		**191**	**162**	**353**	**149**	**131**	**280**	**151**	**103**	**254**
età inferiore ai 30 anni		129	95	224	106	81	187	98	58	156
tra i 30 e i 50 anni		56	59	115	40	50	90	50	45	95
età superiore ai 50 anni		6	8	14	3	-	3	3	0	3
Sud e Isole	*N°*	**113**	**64**	**177**	**97**	**81**	**178**	**72**	**70**	**142**
età inferiore ai 30 anni		27	27	54	38	36	74	29	26	55
tra i 30 e i 50 anni		77	34	111	53	44	97	40	44	84
età superiore ai 50 anni		9	3	12	6	1	7	3	0	3
Totale		**773**	**587**	**1.360**	**741**	**618**	**1.359**	**586**	**471**	**1.057**
età inferiore ai 30 anni		496	352	848	485	389	874	365	264	620
tra i 30 e i 50 anni		251	214	465	240	215	455	201	189	390
età superiore ai 50 anni		26	21	47	16	14	30	29	18	47

[23] *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 che hanno lasciato la società, per gruppo di età, genere e area geografica

Dipendenti che hanno lasciato la società	u.m.	28/02/2022			28/02/2021			29/02/2020		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Nord		**417**	**341**	**758**	**422**	**310**	**732**	**368**	**274**	**642**
età inferiore ai 30 anni		240	173	413	264	210	474	222	187	409
tra i 30 e i 50 anni		156	147	303	145	87	232	129	79	208
età superiore ai 50 anni		21	21	42	13	13	26	17	8	25
Centro		**127**	**103**	**230**	**143**	**109**	**252**	**166**	**132**	**298**
età inferiore ai 30 anni		82	62	144	87	58	145	98	50	148
tra i 30 e i 50 anni		42	36	78	53	50	103	61	78	139
età superiore ai 50 anni	*N°*	3	5	8	3	1	4	7	4	11
Sud e Isole		**64**	**53**	**117**	**64**	**62**	**126**	**63**	**40**	**103**
età inferiore ai 30 anni		20	13	33	19	25	44	26	10	36
tra i 30 e i 50 anni		38	36	74	39	37	76	33	30	63
età superiore ai 50 anni		6	4	10	6	-	6	4	-	4
Totale		**608**	**497**	**1.105**	**629**	**481**	**1.110**	**597**	**446**	**1.043**
età inferiore ai 30 anni		342	248	590	370	293	663	346	247	593
tra i 30 e i 50 anni		236	219	455	237	174	411	223	187	410
età superiore ai 50 anni		30	30	60	22	14	36	28	12	40

Tasso di *turnover*[24]

Tasso di turnover	u.m.	28/02/2022			28/02/2021			29/02/2020		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Tasso di turnover in entrata	*%*	25,4%	21,4%	**23,5%**	26,5%	23,8%	**25,2%**	22,2%	19,7%	**21,0%**
Tasso di turnover in uscita		20,0%	18,1%	**19,1%**	22,5%	18,2%	**20,6%**	22,6%	18,6%	**20,7%**

[24] *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.*

Rapporto di genere tra lo stipendio base medio e la remunerazione media suddiviso per livello[25]

Dipendenti per livello	u.m.	28/02/2022		28/02/2021		29/02/2020	
		Stipendio base	Remunerazione	Stipendio base	Remunerazione	Stipendio base	Remunerazione
Dirigenti	%	130%	132%	189%	256%	192%	256%
Quadri		94%	88%	91%	93%	93%	90%
Impiegati		85%	84%	83%	82%	83%	83%
Operai		-	-	-	-	89%	93%

Il tasso di *turnover* in entrata segnala una lieve riduzione rispetto all'esercizio 2020/21 passando dal 25,2% al 23,5%. Nello specifico, il tasso di *turnover* in entrata, ripartito per area geografica, risulta essere pari al 24% per il nord, 25% per il centro e 20% per sud e isole; con riferimento alla ripartizione per fasce d'età risulta essere pari al 100% per la categoria di età inferiore ai 30 anni, 12% per la categoria di età compresa tra i 30 e i 50 anni e 5% per la categoria di età superiore ai 50 anni.

Anche il tasso di *turnover* in uscita risulta lievemente diminuito rispetto all'esercizio 2020/21 attestandosi al 19,1% rispetto al precedente 20,6%. Nello specifico, il tasso di *turnover* in uscita ripartito per area geografica risulta essere pari al 22% per il nord, 16% per il centro e 13% per sud e isole; con riferimento alla ripartizione per fasce d'età risulta essere pari al 69% per la categoria di età inferiore ai 30 anni, 12% per la categoria di età compresa tra i 30 e i 50 anni e 6% per la categoria di età superiore ai 50 anni.

In particolare, si evidenzia che il tasso di *turnover,* considerando le dimissioni volontarie da parte di personale con contratto a tempo indeterminato, si attesta al 2,7%.

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 63%) 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 e quadri, 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 6% per quanto riguarda il salario base e al 12% per quanto riguarda la remunerazione. Tale divario è principalmente riconducibile ad una presenza femminile pari al 30% 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

[25] *Rispetto alle precedenti rendicontazioni 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 e 2021/22 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.*

rete che sovraintendono. Per la categoria dirigenti, il rapporto di genere relativo alla retribuzione non risulta essere significativo, in quanto oltre il 93% della categoria è rappresentato da uomini e una delle due donne è una dirigente apicale che percepisce un salario base e una remunerazione significativamente superiori alla media. Inoltre, la variazione per la categoria dei dirigenti tra i dati rendicontati per gli esercizi 2020/21 e 2021/22, è riconducibile alle nuove assunzioni.

3.1.3. Formazione del personale e sviluppo delle carriere

L'attività di formazione rappresenta lo strumento sul 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, 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 2019, 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 diposizione vi è il portale dedicato alla formazione, modulo Risorse Umane – Formazione in Zucchetti, tramite il quale è possibile iscriversi ai corsi, 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 format ha una durata di sei mesi, durante i quali i partecipanti vivono un vero e proprio "*training on the job*" all'interno di alcuni negozi-scuola dell'insegna; sono previste oltre 90 ore di formazione in aula, 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; 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. A seguito di un anno di interruzione dovuta all'emergenza Covid-19, l'*Academy* 2021 ha registrato una presenza record, coinvolgendo circa il 24% degli *Store Manager* della rete diretta. Grazie alla fruizione da remoto, i partecipanti hanno

potuto seguire i corsi in totale sicurezza e senza limitazioni. Rispetto alle tradizionali 80 ore, nel 2021 i corsi hanno assorbito 92 ore di aula con l'obiettivo di rendere ancora più completa la formazione.

L'ACADEMY DEI RECORD FORMA GLI STORE MANAGER DEL FUTURO

"Abbiamo creduto nel progetto *Academy* fin dalla sua nascita e oggi questo percorso diventa ancora più strategico per garantire l'acquisizione di professionalità fondamentali nella crescita e nell'espansione della nostra rete vendita. Siamo molto soddisfatti delle numeriche raggiunte e di aver gestito da remoto una proposta formativa ancora più ampia e qualificante, grazie all'accessibilità e alla sicurezza garantite dagli strumenti digitali. Anche in ambito formativo, Unieuro ha dimostrato di sapersi innovare in ottica *digital*, trasformando le sfide del momento in opportunità. La formazione in modalità digitale rappresenterà un pilastro della nostra offerta formativa anche in futuro, specialmente per determinate tipologie di corsi. L'auspicio è comunque di poter tornare quanto prima anche alla presenza in aula, indispensabile per facilitare empatia, confronto e collaborazione tra le persone."

***Paolo Botticelli**, HR Director di Unieuro*

Nel corso dell'esercizio 2021/22 sono state erogate 33.547 ore di formazione, principalmente rivolte ai dipendenti impiegati in funzioni di *business*. Il dato in oggetto mostra un netto aumento rispetto a quello dell'esercizio precedente, penalizzato dalla fase più acuta della pandemia. I dipendenti coinvolti nelle attività di formazione sono stati 6.724[26], registrando una diminuzione del 9% circa rispetto all'esercizio precedente. Tale variazione è in larga parte riconducibile alla ciclicità degli obblighi formativi. Si segnala tuttavia che, in aggiunta alle ore ufficialmente certificate, l'Azienda ha organizzato numerose ore di formazione[27] di prodotto, per il tramite di webinar, in collaborazione con alcuni fornitori. Nell'esercizio 2021/22, oltre ai percorsi di formazione di *routine*, Unieuro S.p.A. e Monclick si sono focalizzate sui temi del lavoro agile o *smart working* e sulle competenze necessarie per affrontare tale organizzazione del lavoro.

[26] *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.*

[27] *Tale formazione è stata erogata al personale del punto vendita.*

Indicatori di *performance*[28]

Ore di formazione erogate

Ore di formazione per genere e funzione	u.m.	28/02/2022			28/02/2021			29/02/2020		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Dipendenti impiegati in funzioni di supporto	*Ore*	2.090	1.872	**3.961**	1.963	2.299	**4.282**	934	196	**1.130**
Dipendenti impiegati in funzioni di business		19.904	9.683	**29.586**	3.835	2.399	**6.233**	34.637	18.296	**52.932**
Totale		**21.993**	**11.554**	**33.547**	**5.818**	**4.698**	**10.515**	**35.571**	**18.491**	**54.062**

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

Partecipazione alle attività formative	u.m.	28/02/2022			28/02/2021			29/02/2020		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Dipendenti impiegati in funzioni di supporto	*N.*	808	815	**1.623**	1.050	1.173	**2.233**	169	59	**228**
Dipendenti impiegati in funzioni di business		3.090	2.011	**5.101**	2.752	2.421	**5.173**	7.889	5.956	**13.845**
Totale		**3.898**	**2.826**	**6.724**	**3.802**	**3.594**	**7.396**	**8.058**	**6.015**	**14.073**

[28] *I dati relativi all'anno fiscale 2021/22 non considerano i dati relativi ai somministrati; pertanto, si riscontreranno delle variazioni con i dati relativi ai precedenti anni fiscali.*

Ore di formazione per tipologia

Ore di formazione per tipologia	u.m.	28/02/2022	28/02/2021	29/02/2020
Prodotti		3.877	554	28.036
Commerciale		4.191	304	3.380
Sviluppo Manageriale		-	-	768
Marketing		127	-	-
Sicurezza (ex. D.Lgs. 81/2008)[29]		9.519	1.314	7.791
Accademy Allievi Direttori		6.085	-	3.297
Apprendistato		5.408	1.396	5.148
Obblighi di legge	*Ore*	680	523	326
Formazione ex D.Lgs 231/2001		71,5	2.157	279
Linguistica		262,5	199	268
Privacy		221	497	4.770
Informatica[30]		1.188	2.842	-
Smart working		1.866	730	-
Corporate Governance[31]		51	-	-
Totale		**33.547**	**10.515**	**54.062**

Ore di formazione medie suddivise per genere, livello e funzione[32]

Ore medie di formazione per genere e categoria di dipendenti	u.m.	28/02/2022			28/02/2021			29/02/2020		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Impiegati in funzioni di supporto	*Ore/N*	9,12	9,45	**9,28**	9,14	12,56	**10,71**	4,77	1,14	**3,08**
Impiegati in funzioni di business		7,07	3,81	**5,52**	1,49	1,00	**1,25**	14,18	8,22	**11,34**
Dirigenti		18,09	4,25	**17,17**	15,22	1,50	**14,73**	11,44	2,00	**11,06**
Quadri		10,94	15,91	**12,45**	6,79	14,17	**8,90**	19,89	8,38	**16,69**
Impiegati		7,06	4,12	**5,65**	1,84	1,72	**1,78**	13,34	7,66	**10,59**
Totale		**7,23**	**4,22**	**5,80**	**2,08**	**1,81**	**1,95**	**13,48**	**7,72**	**10,74**

[29] *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.*

[30] *Nuove categorie formative erogate nell'esercizio 2020/21.*

[31] *Nuove categorie formative erogate nell'esercizio 2021/22.*

[32] *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 all'esercizio 2021/22 non prendono in considerazione la categoria dei somministrati. Per questo motivo i valori non sono paragonabili a quelli riportati nei precedenti esercizi.*

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:

- indirizzarne le prestazioni e lo sviluppo verso gli obiettivi aziendali e i comportamenti professionali verso la cultura organizzativa aziendale;
- evidenziarne le necessità di formazione e svilupparne le potenzialità;
- rafforzarne i punti di forza e intervenire sulle aree di miglioramento;
- sviluppare il senso di appartenenza e di identificazione nella *mission* aziendale;
- costruire una cultura organizzativa basata sui risultati e sul merito;
- raccogliere i suoi *feedback*.

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 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 2021/22, 4.613 persone corrispondenti all'80% della popolazione aziendale (l'80% degli uomini sul totale uomini e l'80% delle donne sul totale donne).

Indicatori di *performance*[33]

Valutazione delle *performance*[34]

Categorie professionali	u.m.	28/02/2022			28/02/2021			29/02/2020		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Dirigenti	%	89	50	**87**	92	100	**92**	88	100	**88**
Quadri		57	87	**66**	100	100	**100**	47	79	**56**
Impiegati		80	79	**80**	84	82	**83**	85	86	**86**
Operai		-	100	**100**	91	87	**90**	87	74	**84**
Totale		80	80	**80**	**84**	**82**	**83**	**85**	**86**	**85**

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.

[33] *I dati relativi all'anno fiscale 2021/22 non considerano i dati relativi ai somministrati; pertanto, si riscontreranno delle variazioni con i dati relativi ai precedenti anni fiscali.*

[34] *Il dato inserito al 28/02/2022 è relativo ai colloqui di valutazione delle performance per il periodo 01/03/2020 - 29/02/2021. Per il periodo 01/03/2021 - 28/02/2022 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 ottobre 2022 (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 lavoro[35]. 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 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 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

[35] *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.*

direttamente connessi alle attività operative, l'Azienda 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 9.519 ore di formazione erogate a 1.322 dipendenti[36], in netto aumento rispetto al precedente esercizio. Dei dipendenti coinvolti il 53% è rappresentato da uomini ed il 47% da donne (appartenenti per il 98% alla categoria "impiegati", per l'1% 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.

[36] *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.*

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

"Con il riacutizzarsi 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[37]

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.

[37] *Per maggiori approfondimenti sulle altre aree prioritarie, indicate nella Dichiarazione annuale 2021 dell'ESMA, si rimanda alla Relazione Finanziaria Annuale 2021/22 e al paragrafo "La tassonomia" della presente DNF.*

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 registrati[38]. L'aumento verificatosi rispetto all'esercizio precedente potrebbe essere riconducibile alla diminuzione dei giorni di chiusura imposti dai *lockdown* e al minor ricorso allo *smart working*.

Nel corso dell'esercizio si segnala che sono stati registrati 7 infortuni sul lavoro da parte di collaboratori esterni.

Per ultimo, si segnala che non sono stati registrati casi di malattie professionali, per i dipendenti del Gruppo e collaboratori esterni, relativamente all'esercizio 2021/22.

PIANO DI SOSTENIBILITÀ 2022-2026
Potenziamento delle iniziative di work life balance

RINNOVO DELL'ACCORDO INDIVIDUALE DI SMART WORKING
per i dipendenti interessati

Il progetto di rinnovo dell'accordo individuale di smart working permette il potenziamento delle iniziative di work life balance.

Indicatori di *performance*[39]

Infortuni dei dipendenti per tipologia e genere

Dipendenti	u.m.	28/02/2022			28/02/2021			29/02/2020		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Infortuni sul lavoro registrabili[40]	N°	60	37	**97**	44	22	**66**	66	44	110
di cui in itinere[41]		*24*	*17*	***41***	*11*	*12*	***23***	*24*	*14*	***38***

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

[39] *I dati relativi all'anno fiscale 2021/22 non considerano i dati relativi ai somministrati; pertanto, si riscontreranno delle variazioni con i dati relativi ai precedenti anni fiscali.*

[40] *Per quanto riguarda la controllata Monclick S.r.l., nel corso degli ultimi due esercizi, non si sono registrati né infortuni sul lavoro né malattie professionali.*

[41] *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[42]	28/02/2022			28/02/2021			29/02/2020		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Tasso di ore di lavoro perse	1,73	1,61	**1,68**	2,00	0,95	**1,55**	1,67	1,75	**1,70**
Tasso di assenteismo	3,36	2,47	**5,83**	3,29	1,18	**4,46**	2,86	2,27	**5,13**
Tasso di malattie professionali	-	-	**-**	-	-	**-**	-	-	**-**
Tasso di infortuni sul lavoro registrabili	12,32	9,65	**11,15**	10,70	7,07	**9,13**	15,36	13,58	**14,59**
Tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze	-	-	**-**	-	-	**-**	-	-	**-**
Tasso di decessi derivanti da infortunio sul lavoro	-	-	**-**	-	-	**-**	-	-	**-**

Infortuni dei collaboratori esterni per tipologia e genere e indici infortunistici

Collaboratori esterni	u.m.	28/02/2022	28/02/2021	29/02/2020
Infortuni sul lavoro registrabili	*N°*	**7**	**-**	**9**
di cui in itinere		5	-	2
Infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (ad esclusione dei decessi)		-	-	**-**
di cui in itinere		-	-	**-**
Decessi derivanti da infortuni sul lavoro		-	-	**-**
di cui in itinere		-	-	**-**
Malattie professionali registrabili		-	-	**-**
Decessi derivanti da malattie professionali registrabili		-	-	

Indici infortunistici dei collaboratori esterni[43]

Indici infortunistici	28/02/2021	29/02/2020
Tasso di infortuni sul lavoro registrabili	-	14,00
Tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze	-	-
Tasso di decessi derivanti da infortunio sul lavoro	-	-

[42] *Gli indici infortunistici tengono conto degli infortuni sul lavoro e degli infortuni in itinere e sono cosi 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*

[43] *Con riferimento agli indici infortunistici dei collaboratori esterni, il "Tasso di infortuni sul lavoro registrabili", non è disponibile per questo anno di rendicontazione. Per maggiori informazioni sull'omission si rimanda al GRI Content Index del presente documento (nello specifico al GRI 403-9).*

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 2021/22 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 dell'Accordo Integrativo Aziendale. I principali punti oggetto del rinnovo sono:

- maggiorazione domenicale;
- protocollo sulle tutele di genere;
- anticipo TFR;
- relazioni sindacali;
- salute e sicurezza;
- diritto di precedenza ai sensi dell'art. 24 D.Lgs. 81/2015 e successive modifiche.

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. 170 del CCNL che garantisce un preavviso per iscritto di 45 giorni ovvero di 70 giorni per coloro che abbiano familiari a carico.

Indicatori di *performance*[44]

Dipendenti coperti da contratti collettivi di contrattazione

Dipendenti	28/02/2022	28/02/2021	29/02/2020
Numero dipendenti coperti da contratti collettivi di contrattazione	5.784	5.391	5.034
Totale dipendenti	5.784	5.391	5.034
Tasso di copertura	**100%**	**100%**	**100%**

[44] *I dati relativi all'anno fiscale 2021/22 non considerano i dati relativi ai somministrati; pertanto, si riscontreranno delle variazioni con i dati relativi ai precedenti anni fiscali.*

3.2. Clienti

Unieuro è stata premiata dall'Associazione degli Art Directors Italiani per la campagna "**The Best Worst Social Media Manager Ever**".

Unieuro ha vinto il **Key Award** per il miglior contenuto sui social media

Unieuro è stata premiata nella 10° edizione dei **NetComm Award** per il miglior progetto di omnicanalità

Unieuro ha presentato a settembre 2021 il progetto "**Revolution**": un nuovo sito e una nuova app distintivi

Nello scenario in continua evoluzione del retail, reso ancora più complesso dall'emergenza sanitaria, 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, oramai prossimi ai 550 punti vendita, 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 ha presentato a settembre 2021 i risultati del 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*.

PROGETTO "REVOLUTION"

"Il progetto *Revolution* fa di Unieuro il trend setter dell'*e-commerce* italiano. La nostra ossessione per il cliente, per i suoi bisogni e per le sue abitudini, ci ha portati a sviluppare una piattaforma dall'interfaccia davvero unica e sempre più integrata nell'ecosistema omnicanale che stiamo costruendo e rafforzando giorno dopo giorno e che ci aspettiamo faccia ancora una volta la differenza in vista dell'importante *peak season*."

***Antonio Lapesa**, Chief Omni-Channel Officer di Unieuro*

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 quasi 480 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.

IL PREMIO "MIGLIOR PROGETTO"

Nel 2021 Unieuro, nell'ambito dell'omnicanalità, ha ricevuto il premio per il miglior progetto durante la cerimonia di consegna dei *Netcomm Award*. La decima edizione del riconoscimento dedicato all'eccellenza italiana nel commercio elettronico, organizzato dal Consorzio Netcomm Italia con il supporto di Oney e Publitalia '80, ha premiato l'insegna "per aver integrato ottimamente una rete di oltre 270 negozi e per aver risposto in maniera tempestiva alle nuove esigenze derivanti dall'emergenza sanitaria".

In risposta alla crisi pandemica, Unieuro S.p.A. aveva prontamente avviato un importante progetto volto a ripensare la *customer experience* dei clienti in prospettiva omnicanale, per supportare il *drive-to-store* sfruttando le opportunità di ingaggio generate dal canale *e-commerce* e cogliendo con tempestività le opportunità offerte dalla "nuova normalità", in termini di abitudini di acquisto, canali di vendita e processi *in-store*. I primi due servizi, gratuiti e attivati in tutti i punti vendita a partire da giugno 2020, erano stati pensati per razionalizzare i flussi di clientela in negozio, in un momento storico in cui il distanziamento sociale era necessario:

- **aTUperTU** offre la possibilità di prenotare, tramite sito e app, un appuntamento dedicato con un addetto per una consulenza personalizzata;
- **CIAOfila** invece, attivabile sia tramite sito e app che davanti al punto vendita tramite apposito QR *Code*, consente di prenotare il primo orario di ingresso disponibile, evitando attese e assembramenti.

In parallelo, era stata creata la figura dello *steward*, appositamente formato per gestire con metodo e cortesia l'accesso al negozio e il traffico al suo interno, così da garantire la totale conformità alle misure di sicurezza alla luce dei limiti di capienza di ciascun reparto e, in generale, del punto vendita.

Nel proseguire la propria strategia di adeguamento della *customer experience*, nel luglio del 2020 la Società aveva inoltre presentato il servizio digitale "AUTOritiro", mediante il quale i clienti potevano ritirare gli acquisti effettuati *online* presso il punto vendita più vicino, senza bisogno di scendere dal proprio veicolo. Una volta selezionato sul sito il prodotto desiderato e finalizzato

l'acquisto, occorreva scegliere il negozio dove recarsi e segnalare la propria presenza direttamente dall'area di ritiro merci, dove, un addetto Unieuro, caricava tutto nel bagagliaio dell'auto.

Nel corso del 2021, a seguito delle minori restrizioni connesse all'evoluzione della pandemia, tali servizi sono cessati, eccezion fatta per aTUperTU che continua ad essere a disposizione della clientela.

IL PREMIO "MIGLIOR PROGETTO DI OMNICANALITÀ"

"Siamo felici di aver ricevuto questo prestigioso premio che attesta il nostro impegno nell'avvicinare il mondo fisico, rappresentato dai nostri negozi, alle opportunità offerte dal digitale. La crisi causata dall'emergenza ha accelerato il nostro percorso di presidio di singoli *touchpoint* in una presenza costante e coerente su tutti i canali. Il cliente così può cercare il suo preferito e scegliere in assoluta libertà il "*journey*" per lui più appagante. L'award rappresenta anche un riconoscimento speciale al lavoro svolto dai nostri team omnichannel che hanno contribuito, in un periodo difficile, al lancio e al successo di queste iniziative."

***Antonio Lapesa**, Chief Omni-Channel Officer di Unieuro*

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*[45] in ingresso, tempo di gestione/risoluzione dei *ticket* in entrata, numero di chiamate in ingresso e *backlog*.

Tramite il *Customer Care*, appartenente alla funzione *Customer Relationship Management* (CRM), il Gruppo effettua 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. Unieuro gestisce con puntuali *war room* interfunzionali eventuali problematiche relative all'evasione degli ordini e ha sviluppato un piano di azioni correttive che si è concretizzato in un progetto di gestione degli ordini per ottimizzare le scorte di magazzino e rispondere alle richieste dei clienti in maniera rapida ed efficace. Inoltre, il *Customer Care* effettua periodicamente delle analisi sulla difettosità delle singole categorie merceologiche messe in commercio, sulla base dei reclami ricevuti e dei dati storici, in modo da informare il *Category Manager* referente sugli eventuali fornitori che potrebbero presentare un alto tasso di difettosità.

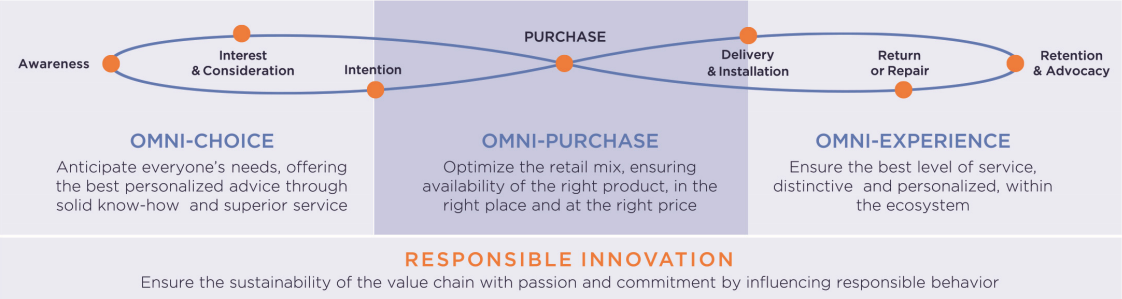
Per quanto riguarda Monclick, il *Care Team* monitora costantemente la soddisfazione della clientela tramite *report* elaborati dalla figura responsabile del supporto clienti. Viene analizzata la *performance* in termini di contatti ricevuti, *e-mail*, telefonate e messaggi su *social network*. Viene monitorato nello stesso modo tutto il ciclo passivo in termini di pratiche gestite, quali ad esempio anomalie di trasporto, guasti e recessi. Vengono monitorate e gestite, in termini di *customer satisfaction,* le opinioni dei clienti e 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%

[45] *Strumento di comunicazione con il cliente attraverso la compilazione di una scheda online disponibile sul sito della Società.*

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. Il trattamento è riservato a tutte le piattaforme annesse (vendite private, *partner* esterni, eBay, Meta, ecc.).

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 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, Omini-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.

Un'importante tappa nella costruzione di un eco-sistema omnicanale sempre più completo ed integrato è rappresentata dal lancio, nel mese di settembre 2021, del nuovo sito di commerce unieuro.it e della nuova App, che arricchiscono la user experience grazie a un'interfaccia innovativa ("*desktop last*"), fortemente ispirata allo stile di navigazione e di fruizione tipico dei social network. 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. Il processo di invio del questionario avviene, inoltre, 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". 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".

3.2.2. 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.

Per quanto riguarda i prodotti non a marchio Electroline la fiducia nel prodotto è tutelata innanzitutto 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 segnalano i seguenti casi:

1. nel mese di marzo 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 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.

2. Nel mese di ottobre 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. Dalle prime analisi presso il laboratorio IMQ è emerso che il prodotto sarebbe non conforme al Regolamento Delegato UE 65/2014 Allegato II in quanto, la classe energetica riportata sia sull'etichetta che nella documentazione allegata al prodotto, risulta essere più favorevole rispetto a quella misurata (classe B). Il laboratorio IMQ ha chiesto di effettuare accertamenti e prove su ulteriori tre unità del prodotto al fine di verificare le non conformità sostanziali relative ai valori determinati.

Si ricorda, inoltre, che sono in corso due casi già rendicontati nella Dichiarazione Non Finanziaria 2020/2021 di cui, di seguito, si condividono alcuni aggiornamenti.

- Nel corso dell'esercizio 2020/2021 è stato avviato un procedimento amministrativo da parte della Camera di Commercio di Milano Monza Brianza[46] 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). In data 12 gennaio

[46] Vedasi precedente DNF.

2021 la Camera di Commercio di Forlì ha notificato 7 ordinanze per ingiunzioni nel mese di ottobre 2021 per complessivi 84.000 euro. Unieuro ha impugnato innanzi al Tribunale di Forlì le 7 ordinanze e l'udienza successiva si è tenuta il 7 aprile 2022. All'esito dell'udienza del 7 aprile 2022, il Tribunale di Forlì, in parziale accoglimento del ricorso di Unieuro, ha ridotto la sanzione da 12.000 euro a 8.000 euro, per ciascuna ordinanza di ingiunzione.

- Nel mese di febbraio 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.

Come già indicato nel paragrafo "Principali rischi ESG e modalità di gestione", 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.

3.2.3. 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 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.

IL PREMIO "MIGLIOR CONTENUTO VIDEO SUI SOCIAL MEDIA"

"Il premio che abbiamo ricevuto è un importante riconoscimento alla creatività e all'impegno costante del nostro team nella costruzione di un linguaggio divertente e scanzonato, che è diventato il *tone of voice* distintivo dell'insegna. La scelta di realizzare una comunicazione dallo stile irriverente ha favorito l'empatia con i nostri consumatori, rendendo memorabili le nostre campagne. Un risultato che ha premiato la nostra intuizione e la capacità di Unieuro di distinguersi nel vasto panorama della comunicazione online."

***Enzo Panetta**, Digital Marketing & Innovation Director di Unieuro*

Nel 2021 Unieuro ha ottenuto il premio "*Key Award & Radio Key Award*", istituito dal gruppo editoriale *Media Key* e dedicato alla pubblicità su stampa, affissione, tv, cinema, radio, web ed eventi promozionali. Lo spot *"Video Her*o", realizzato dall'insegna in occasione del lancio del nuovo sito di *e-commerce* e della nuova App nell'ambito della campagna *digital* e *social* dal titolo "Un sito MARAviglioso", è stato eletto vincitore per la categoria *"W2 – Social Media Video Content"*. La Società è stata inoltre premiata dall'Associazione degli Art Directors Italiani per la campagna *"The Best Worst Social Media Manager Ever"* con un oro e due argenti.

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.

PIANO DI SOSTENIBILITÀ 2022-2026

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.

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.

Unieuro, nell'esercizio 2020/21[47], ha ricevuto una sanzione da 6.000 euro per aver posto all'incasso un assegno di un cliente privo della clausola di non trasferibilità. Unieuro non ha pagato la sanzione ed ha proposto scritti difensivi. Si attende l'esito del procedimento. Nel mese di marzo e giugno 2021 Unieuro ha ricevuto due sanzioni da 6.000 euro cadauna (di cui una per una pretesa violazione commessa nel 2020) per aver posto all'incasso due assegni privi della clausola di non trasferibilità. Unieuro non ha pagato le sanzioni ed ha proposto scritti difensivi. Si attende l'esito del procedimento.

Inoltre, sempre nel corso dell'esercizio 2020/21,[48] Unieuro ha ricevuto due sanzioni per aver venduto prodotti non consentiti per le restrizioni Covid-19 presso i punti vendita di Novara. 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 amministrativa ed ha preso contatti con la Prefettura per segnalare l'errore. Poiché la Prefettura ha ritenuto di non poter archiviare il procedimento, Unieuro ha proposto ricorso giudiziale al Tribunale di Novara chiedendo la revoca e/o l'annullamento della sanzione accessoria di chiusura. Si attende la fissazione dell'udienza.

[47] *Vedasi precedente DNF.*

[48] *Vedasi precedente DNF.*

Infine, con riferimento alle due contestazioni rimaste pendenti riguardanti le attività di comunicazione e *marketing* per vendite "sottocosto" ritenute irregolari, si segnala che ad oggi una è ancora in fase amministrativa presso il comune di Osimo e l'altra è stata impugnata presso il Tribunale di Messina ed è in attesa di sentenza. Per l'esercizio 2021/22 non si registrano ulteriori episodi di non conformità a norme di legge e/o regolamenti interni riguardanti le attività di comunicazione e *marketing*.

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

3.2.4. 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 ai trattamenti 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 legati ad eventuali incidenti di sicurezza che, in astratto, potrebbero derivare da: malfunzionamenti e/o attacchi informatici; errori umani; fatti illeciti ed eventi delittuosi; eventi di forza maggiore. Inoltre, come Responsabile del trattamento dei dati personali, Unieuro potrebbe incorrere in rischi connessi alla raccolta dei dati personali dei consumatori. Ove i suddetti rischi si avverassero, in astratto, le conseguenze pregiudizievoli per Unieuro potrebbero essere: a) sanzioni amministrative per violazioni delle disposizioni in materia di protezione dei dati personali; b) richieste risarcitorie da parte degli interessati/consumatori che assumono violati i propri diritti; 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.

Nel corso del 2021 Unieuro ha aggiornato, ove necessario, 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 autorizzati al trattamento e dei responsabili del trattamento.

Nella *intranet* aziendale vengono pubblicate le procedure nell'ultima versione aggiornata

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, ove necessario, le informative *privacy*.

Alcune delle Procedure in ambiti rilevanti per la protezione dei dati personali di cui Unieuro si è dotata richiedono da parte dei dipendenti, e in particolar modo dei direttori di funzione, la collaborazione e il contributo alla manutenzione del sistema di conformità alla normativa in materia *privacy*. Pertanto, al fine di garantire l'efficacia di queste Procedure, Unieuro ha conferito specifiche deleghe a coloro che ricoprono ruoli di responsabilità, impulso e coordinamento nelle rispettive

funzioni o divisioni aziendali. Inoltre, Unieuro S.p.A., ha rinnovato il proprio processo di rilascio dell'autorizzazione al trattamento dei dati personali e le istruzioni al trattamento di dati personali.

Nell'estate 2021, Unieuro S.p.A. ha portato a termine la seconda fase del progetto di campagna di aggiornamento dati, avviata a fine settembre 2019 con la finalità di perseguire l'applicazione del principio di esattezza della propria base dati (ai sensi dell'art. 5, par. 1, lett. d) del GDPR) e di garantire la correttezza dei dati personali dei clienti registrati nei propri sistemi[49].

Oltre all'impianto di sistemi e procedure volti a prevenire la perdita di dati e informazioni dei clienti, anche con il supporto del DPO, Unieuro svolge attività di informazione, formazione e sensibilizzazione del personale in materia *privacy*. Compatibilmente con l'emergenza sanitaria affrontata, Unieuro ha altresì continuato il programma di formazione in materia di protezione dei dati personali rivolto *a*i propri dipendenti di sede e, per Unieuro S.p.A. anche di rete vendita, attraverso un corso online (su piattaforma *e-learning*) e per alcuni dipendenti della rete vendita (c.d. *Academy*) anche in presenza. Inoltre, per i dipendenti della rete vendita di Unieuro S.p.A. è stato creato un corso di formazione specifico per la gestione delle carte fedeltà che, entro il 2022 verrà reso disponibile sulla piattaforma *e-learning*.

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

Le segnalazioni, i reclami e le richieste dei clienti in merito al trattamento dei dati personali possono essere inviate a Unieuro S.p.A. tramite *e-mail* agli indirizzi privacy@unieuro.com (canale ufficiale pubblicato sul sito *corporate* della Società) e dpo@unieuro.com (dato di contatto del DPO) o tramite posta cartacea. Inoltre, alcune segnalazioni possono essere ricevute anche presso i punti vendita, telefonicamente tramite *call center*, all'indirizzo PEC della Società o all'indirizzo info@unieuro.it, pubblicato sul sito *corporate* della Società. Relativamente a Monclick, le segnalazioni e/o le richieste di esercizio dei diritti in materia privacy vengono ricevute agli indirizzi *e-mail* privacy@monclik.it o dpo@monclick.it (dato di contatto del DPO).

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 28/02/2021 e il 28/02/2022 ne sono state registrate circa n. 8.000. Tra queste, in soli due casi, nell'esercitare i propri diritti, l'interessato ha coinvolto, solamente per conoscenza, l'Autorità Garante per la protezione dei dati personali; dette richieste sono state puntualmente riscontrate sempre tenendo a conoscenza l'Autorità, che non ha ritenuto opportuno avviare alcun procedimento. Al 28/02/2022 Unieuro non ha avuto notizia di alcun reclamo ex art. 77 del GDPR.

[49] *Vedasi precedente DNF.*

Tuttavia, tra il 28/02/2021 e il 28/02/2022, a seguito di alcune richieste degli interessati e di alcune segnalazioni ricevute da Ufficio *Privacy*, Assistenza Clienti o Punto Vendita, Unieuro ha riscontrato diversi incidenti di sicurezza che hanno comportato la perdita di riservatezza e di integrità dei dati personali, per i quali è risultato improbabile che la violazione presentasse un rischio per i diritti e le libertà delle persone fisiche, pertanto non vi è mai stata notifica della violazione dei dati personali all'Autorità Garante per la protezione dei dati personali né comunicazione agli interessati (ex artt. 33 e 34 del GDPR).

Unieuro S.p.A. sta lavorando all'implementazione di un sistema informatico che risponda all'esigenza di migliorare il processo di gestione delle richieste degli interessati e degli incidenti di sicurezza.

Si segnala infine che, nell'ultima parte dell'anno 2021, nell'ambito dell'ordinario programma ispettivo del Garante Privacy, Unieuro S.p.A. è stata sottoposta ad ispezione da parte della predetta Autorità; tale procedimento non si è ancora concluso.

Per quanto riguarda Monclick, invece, anche nell'esercizio 2021/22, non sono pervenuti reclami ex art. 77 del GDPR.

3.2.5. 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. Nel mese di gennaio 2021 è stato avviato un procedimento da parte dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) a seguito dell'inoltro, da parte di diversi consumatori e associazioni dei consumatori, di segnalazioni (circa 180) riguardanti i disservizi generati dai siti di *e-commerce* di Unieuro e Monclick. Il procedimento è volto a indagare sulla presenza di pratiche commerciali scorrette consistenti nell'annullamento di ordini online nonostante sia stata confermata l'accettazione degli stessi e nonostante sia stato incassato il prezzo dei prodotti acquistati; eccessivi ritardi nella consegna dei prodotti e nel rimborso delle somme pagate a seguito dell'annullamento degli ordini; insufficienza o inadeguatezza del servizio *call center* rispetto al numero di richieste di assistenza dei clienti che, in ultima analisi, ha causato anche difficoltà, per alcuni consumatori, nell'esercizio del diritto di recesso. Unieuro ha risposto precisando che le cause principali dell'incremento di tali casistiche rispetto a quanto verificatosi in occasione del procedimento di *Moral Suasion*[50] sono riconducibili alla pandemia di Covid-19 che ha fatto aumentare a dismisura gli acquisti online sovraccaricando

[50] Vedasi precedente DNF.

improvvisamente la struttura esistente. In ogni caso Unieuro ha risposto compiutamente ed entro le scadenze alle richieste di informazioni dell'AGCM inviando altresì le proprie argomentazioni difensive ed ha proposto un elenco di impegni e misure correttive. In data 23 dicembre 2021 l'AGCM ha notificato il provvedimento di chiusura del procedimento che, pur dando atto del rigetto, da parte dell'AGCM stessa, degli impegni presentati da Unieuro e Monclick, ne tiene comunque conto nella quantificazione della sanzione che è stata comminata per complessivi 4.300.000 euro (di cui 4.000.000 euro a Unieuro e 300.000 euro a Monclick), al netto della riduzione di 1.600.000 euro in considerazione degli impegni assunti dalle società. Unieuro e Monclick hanno pagato la sanzione e in data 21 febbraio 2022 hanno inviato una relazione di ottemperanza, illustrando le misure implementate per rimuovere le condotte sanzionate. Le Società hanno contestualmente depositato ricorso presso il TAR Lazio contro il provvedimento sanzionatorio. L'AGCM ha chiesto di effettuare una ulteriore audizione in data 21 marzo 2022 al fine di discutere sulla congruità delle misure implementate da Unieuro e Monclick.

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 acquisiti avviene tramite distributori presenti sul territorio italiano.

Tramite 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 privato di origine UE/extra-UE (circa il 2,9% del fatturato totale aziendale, al netto IVA). Tutti gli articoli extra-UE rispondono alle normative europee vigenti (come, ad esempio, la Direttiva 2002/95/CE o Direttiva RoHs - *Restriction of Hazardous Substances Directive*) e, pertanto, sono soggetti ad analisi e successiva certificazione da parte di enti terzi. I certificati sono disponibili su un portale accessibile da parte di Unieuro e presso il suo intermediario presente sul mercato italiano. 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 si basa esclusivamente su criteri economici, seppur per i prossimi anni si voglia introdurre un sistema che tenga in considerazione anche aspetti sociali e ambientali.

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 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.

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 costantemente con i propri fornitori tramite incontri diretti e *call* telefoniche. 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: la capacità produttiva e/o di mantenere gli impegni presi in precedenza, gli impatti dei costi logistici sul valore dei beni e, più in generale, i temi relativi all'intero ciclo di vita del prodotto. Da tali momenti di confronto 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 contratti) a selezionare *vendor* che rispettino elevati standard qualitativi e siano conformi alle normative vigenti sul territorio cinese, dove avviene la produzione.

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*

Percentuale di spesa per fornitori locali (fornitori diretti di prodotti a marchio Unieuro)[51]

Spesa per approvvigionamento da fornitori	u.m.	28/02/2022	%	28/02/2021	%	29/02/2020	%
Locali (Italia)	€	3.230.000		3.000.000	12%	3.000.000	11%
Esteri		14.078.000		22.800.000	88%	24.500.000	89%
Totale		**17.308.000**		**25.800.000**	**100%**	**27.500.000**	**100%**

Il volume di acquisto (totale spesa per approvvigionamento da fornitori) relativo all'esercizio 2021/22 è in diminuzione rispetto all'esercizio precedente, a causa dell'effetto della pandemia Covid-19 sul percorso di sviluppo di prodotti a marchio proprio. La crisi pandemica ha, infatti, determinato oggettive difficoltà relazionali con i principali fornitori, determinando un rallentamento nello sviluppo e nell'importazione di prodotti a marchio proprio.

Relativamente a Monclick, si segnala che, a seguito del progressivo aumento della percentuale di *drop ship*[52] da Unieuro (con una media, nel corso dell'esercizio 2021/22 dell'85%), gli acquisti di merce effettuati dalla società in maniera indipendente, in cui si aggiungono altri fornitori, impattano in misura minore. Tra il novero di fornitori diversi da Unieuro si segnalano Esprinet, Techdata e 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 locali) ammonta a circa 64,3 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. 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.

[51] *Per il FY 2021-22, i dati fanno riferimento a Unieuro S.p.A., con riferimento esclusivamente ai brand Electroline e Joiahome.*

[52] *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 ed 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 corre nessun rischio del genere.*

3.4. Comunità

Dopo il successo dei primi due libri, è stato presentato il terzo volume "#cuoriconnessi - il coraggio di alzare lo sguardo"

Unieuro ha partecipato come Platinum Sponsor alla mostra "Dante, la visione dell'arte" nella città di Forlì

Unieuro ha scelto di impegnarsi nel progetto **PRIME CENTER** (prevenzione Riabilitazione Integrazione in Medicina), un centro multifunzionale dedicato alla prevenzione alla riabilitazione e alla medicina integrativa

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 dell'azienda 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.

Il progetto, partito nei primi anni con una serie di incontri nelle scuole e nei teatri di tutta Italia, nel 2021 è passato dal palco al web a causa della pandemia, che non ha però fermato la voglia di incontrare le nuove generazioni. In occasione del *Safer Internet Day* l'azienda ha organizzato un evento in *live streaming* che ha raggiunto più di 265 mila studenti e insegnanti, collegati da tutta Italia.

Nell'esercizio 2021/22 #Cuoriconnessi ha consolidato il suo percorso di crescita con una serie di attività che lo pongono oggi come la piattaforma informativa e divulgativa di riferimento a livello nazionale sul cyberbullismo e su tutte le forme di uso distorto della rete: dal canale YouTube dedicato, al sito cuoriconnessi.it, a una serie di docufilm con le storie vissute da alcuni adolescenti che hanno avuto il coraggio di condividere le loro esperienze, fino ai tre libri in distribuzione gratuita – sia in versione cartacea sia online con i racconti dei ragazzi e delle loro famiglie.

Il sito cuoriconnessi.it è il cuore della piattaforma. Qui, infatti, sono presenti tutti i contenuti che possono essere utilizzati, scaricati o visionati dagli insegnanti. In particolare, è possibile ottenere informazioni sulle diverse attività, scaricare i tre libri che sono stati pubblicati, ascoltare le audio storie, visualizzare i docufilm o iscriversi agli eventi. Tutti i contenuti di #Cuoriconnessi sono a disposizione gratuita degli studenti, dei docenti e dei genitori.

Molteplici sono state le attività realizzate nel corso dell'anno:

- incontri virtuali con le scuole (Virtual Tour): si tratta di un'esperienza unica, realizzata con il supporto della Polizia di Stato, che ha permesso a #Cuoriconnessi di incontrare oltre decine di migliaia di studenti delle scuole secondarie di primo grado e secondo grado di tutta Italia. Questi incontri, della durata di circa 50 minuti, sono stati realizzati con la collaborazione degli insegnanti, durante le ore di lezione, con ampio spazio agli studenti che potevano confrontarsi con domande specifiche con gli psicologi della Polizia di Stato.

- Pagina dedicata su YouTube - #Cuoriconnessi WebTv: ogni martedì alle 14.00 nel canale dedicato a #Cuoriconnessi, sono proseguite le interviste e gli approfondimenti sul tema.

- Libri: sono tre i libri di #Cuoriconnessi, basati su storie vere vissute dagli adolescenti e dai genitori. I libri, tutti a firma di Luca Pagliari, sono oggi testi didattici utilizzati in centinaia di scuole. La seconda pubblicazione "*Tu da che parte stai*", uscita a febbraio 2021 è stata distribuita gratuitamente in 200.000 copie presso tutti i punti vendita Unieuro in Italia e presso i compartimenti della Polizia Postale e delle Telecomunicazioni nei capoluoghi di regione. La versione digitale del libro è scaricabile gratuitamente dal sito www.cuoriconnessi.it e dai principali eBook store. La terza pubblicazione "*Il coraggio di alzare lo sguardo*", uscita a febbraio 2022, si articola in tre parti. La prima, 'Storie', dedicata alle testimonianze di giovani che hanno voluto condividere le proprie esperienze, il 'Taccuino di Viaggio' con i racconti di persone legate a #Cuoriconnessi e le 'Storie del Dopo' con la voce dei protagonisti che, in passato, hanno fatto parte di questo grande progetto.

- Meeting di Rimini: #Cuoriconnessi ad agosto 2021, ha partecipato al Meeting di Rimini, con un proprio stand all'interno del quale i visitatori potevano leggere e ascoltare le storie di #Cuoriconnessi, una esperienza molto importante che ha permesso di avvicinare il progetto ad un'audience molto sensibile a questa tematica.

- Evento nazionale #Cuoriconnessi 2022: l'8 febbraio 2022 in occasione del *Safer Internet Day* l'azienda ha organizzato, per il secondo anno consecutivo, l'incontro in diretta streaming con le scuole italiane trasmessa dal Teatro della Garbatella a Roma. All'incontro in diretta streaming, hanno partecipato assieme agli oltre 270.000 studenti collegati, il Capo della Polizia Direttore Generale della Pubblica Sicurezza, il Capo Dipartimento Risorse Umane Strumentali e Finanziarie del Ministero dell'istruzione e l'Amministratore delegato di Unieuro.

TOUR VIRTUALE #CUORICONNESSI

"La straordinaria partecipazione a questo evento conferma il valore del progetto "Cuoriconnessi" e rafforza la nostra scelta di continuare sul percorso intrapreso 5 anni fa con Polizia di Stato. Informare e sensibilizzare i ragazzi a un utilizzo più consapevole e corretto della tecnologia, contrastando ogni forma di distorsione della rete è il nostro impegno nel divulgare quei valori su cui deve basarsi una società moderna e soprattutto civile."

***Marco Titi**, Direttore Marketing di Unieuro*

SAFER INTERNET DAY 2022: LA DIRETTA STREAMING DI CUORICONNESSI

"Le storie di #Cuoriconnessi riescono a trasmettere messaggi che altrimenti resterebbero inascoltati, perché abbiamo sperimentato che i ragazzi si aprono alla verità solo se arriva da storie raccontate da chi le ha vissute in prima persona. Le testimonianze a volte drammatiche dei ragazzi raccolte in questi anni e tutti coloro che hanno visto nella nostra attività uno spunto di riflessione per avviare un percorso diverso, bastano a giustificare il nostro impegno, perché tutti possono e devono avere l'opportunità di trovare una via d'uscita. Le relazioni sono la cosa più importante: per questo la "tecnologia buona" è quella che permette di ampliare gli orizzonti ed abbattere le barriere, perché rappresenta il progresso che conta. La "tecnologia buona" è conoscenza e consapevolezza e ci deve permettere di diventare persone migliori".

***Giancarlo Nicosanti**, Amministratore Delegato di Unieuro*

PIANO DI SOSTENIBILITÀ 2022-2026
Mantenimento e sviluppo del progetto NoCyberbullismo

CONTINUARE A PROMUOVERE INIZIATIVE DI SENSIBILIZZAZIONE ED EDUCAZIONE DIGITALE

Il progetto permette di aumentare i contatti raggiunti con l'iniziativa #Cuoriconnessi, riuscendo ad essere ancora più vicini alla comunità per generare valore condiviso.

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 2021/22, Unieuro S.p.A., infatti, ha sostenuto alcune squadre protagoniste dello sport locale. In particolare, la squadra di basket, in qualità di *sponsor* principale, e la squadra di pallavolo. Unieuro, inoltre, ha sponsorizzato il palazzetto dello sport della città di Forlì, denominato Unieuro Arena.

Nel 2021 Unieuro ha sostenuto una nuova importante iniziativa volta a promuovere la città di Forlì e ha partecipato come "*Platinum Sponsor*" alla mostra "Dante, la visione dell'arte" realizzata presso

i Musei San Domenico dalla Fondazione Cassa di Risparmio di Forlì in *partnership* con la Galleria degli Uffizi di Firenze. L'evento, simbolo di riscatto e rinascita del mondo dell'arte in un contesto complesso e difficile che tutto il mondo vive, consente alla Società di ribadire la sua vicinanza alla città di Forlì e al suo territorio. La partecipazione scelta da Unieuro prevede infatti il supporto ai progetti solidali di Mediafriends Onlus – La Fabbrica del Sorriso, dedicati ai bambini meno fortunati. Il tributo della mostra a Forlì ben si concilia con il forte legame di Unieuro alla città che l'ha vista crescere e impegnarsi per la sua valorizzazione sia in sport come il basket e la pallavolo che in numerose iniziative a sostegno della collettività.

La nuova sede di Palazzo Hercolani a Forlì, inaugurata ufficialmente a maggio 2021, sarà inoltre un punto di riferimento e di positivo scambio per tutta la cittadinanza, in un continuo e positivo flusso di crescita per tutta la comunità.

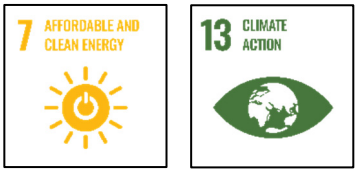
Indicatori di *performance*

Investimenti per la comunità

Investimenti per la comunità	u.m.	28/02/2022	28/02/2021	29/02/2020
Sponsorizzazioni	€	329.490	388.010	310.000
Donazioni		-	81.355	-

Unieuro, in aggiunta, ha scelto di impegnarsi nel progetto PRIME CENTER (Prevenzione Riabilitazione Integrazione in Medicina), un centro multifunzionale dedicato alla prevenzione alla riabilitazione e alla medicina integrativa. Il Centro nasce dalla riqualificazione di un edificio in disuso situato a Cesena e 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 imparare a comportarsi in modo che la malattia venga prevenuta. Il PRIME CENTER, oltre ad accogliere attività su alimentazione, nella cucina didattica, percorsi di Medicina integrativa e di attività fisica e riabilitativa presso la palestra e gli spazi all'aperto dell'area verde, vuole diventare centro progettuale del team di prevenzione formato da biologhe e psicologhe che ad oggi si occupa della prevenzione nelle scuole della Romagna ma anche uno spazio operativo, un luogo fisico, dedicato a bambini e ragazzi.

4. PERFORMANCE AMBIENTALI



Circa il 99,8%
dei rifiuti è soggetto
ad **operazioni di recupero, riciclo o riutilizzo**

Unieuro ha implementato un sistema di **Buiolding Automation** che ha permesso di **ridurre l'energia consumata del 20%**

Unieuro ha installato **12 colonnine** per la ricarica di veicoli elettrici presso i punti vendita diretti, **4** sono in fase di attivazione e installazione ed ulteriori **9** sono in fase di lavorazione e permitting

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.

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.

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 dimensioni[53] 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 e 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

[53] *Per RAEE di piccole dimensioni si intendono quelli con dimensione del lato più lungo inferiori a 25 cm.*

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 e 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 cui è possibile consultare manuali e altre informative necessarie.

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 registrati dai dipendenti Unieuro.

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 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).

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 smaltiti[54]

Rifiuti RAEE smaltiti	u.m.	28/02/2022	28/02/2021	29/02/2020
Smaltimento	*ton*	21.038	17.377	14.556
Totale		**21.038**	**17.377**	**14.556**

La variazione della quantità di rifiuti RAEE smaltiti tra gli esercizi 2020/21 e 2021/22 è principalmente riconducibile al maggior quantitativo di RAEE raccolto e gestito da Gruppo, a seguito all'aumento dei punti vendita e delle vendite web.

Peso totale dei rifiuti, suddivisi per tipologia e per metodo di trattamento[55]

Rifiuti prodotti	u.m.	28/02/2022	28/02/2021
Totale rifiuti non pericolosi	*ton*	3.403	2.816
Totale rifiuti pericolosi		5	5
Totale rifiuti prodotti	***ton***	**3.408**	**2.821**

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

[54] *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.*

[55] *Alla luce dell'aggiornamento dello standard sui rifiuti (GRI 306 Rifiuti versione 2020), si è ritenuto opportuno aggiornare i dati per il FY 2020-21 secondo i nuovi requirements. I dati si riferiscono a Unieuro S.p.A e sono forniti dall'azienda incaricata al ritiro dei rifiuti la quale rilascia un documento presso ciascun punto vendita in cui dichiara il peso dei rifiuti ritirati. Per quanto riguarda la controllata Monclick S.r.l., nel periodo di riferimento, è stata stimata una produzione di circa 0,72 tonnellate di rifiuti non pericolosi trattate attraverso operazioni di smaltimento tutte in loco, ad eccezione di 0,15 ton smaltite presso sito esterno.*

Rifiuti non destinati a smaltimento	u.m.	28/02/2022	28/02/2021
Rifiuti non pericolosi			
Altre operazioni di recupero	*ton*	2.956	2.815
Riciclo		438	-
Preparazione per il riutilizzo		4	-
Totale rifiuti non pericolosi	***ton***	**3.398**	**2.815**
Rifiuti pericolosi			
Altre operazioni di recupero	*ton*	4	-
Totale rifiuti pericolosi	***ton***	**4**	**-**
Totale rifiuti non destinati a smaltimento	***ton***	**3.402**	**2.815**

Nel corso dell'esercizio 2021/22, la quantità di rifiuti prodotti, pari a 3.408 tonnellate è aumentata del 21% rispetto al precedente anno, seppur il 99,8% sia destinato ad operazioni di recupero, riciclo o riutilizzo. La quasi totalità dei rifiuti prodotti da Unieuro appartiene alla categoria dei rifiuti non pericolosi (99,9%). Questi ultimi, in gran parte, non sono destinati a smaltimento: circa l'87% dei rifiuti è stato recuperato, mentre il restante 13% è soggetto a riciclo o riutilizzo. Allo stesso modo, anche i rifiuti pericolosi sono per di più destinati ad essere recuperati. Tutte le operazioni di trattamento dei rifiuti avvengono presso un sito esterno.

PIANO DI SOSTENIBILITÀ 2022-2026
Economia circolare: riduzione della plastica

Al fine di promuovere un'economia circolare in cui sia disincentivato l'utilizzo dei prodotti in plastica, Unieuro si è posta l'obiettivo di agire in merito, rispondendo ai dettami normativi (cosiddetta "Plastic Tax"), tramite una graduale riduzione della plastica per il packaging di Electroline e Teklio (Private Label).
In coerenza con quanto indicato nel Piano di Sostenibilità, Unieuro svilupperà nel corso del FY 2022-23 un sistema di misurazione ad hoc in grado di rilevare i quintali di plastica *eco-friendly* utilizzata.

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 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/o incrementare il risparmio economico. Ciò viene

perseguito tramite diverse azioni di efficientamento energetico, tra cui l'estensione delle istallazioni 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[56]. L'installazione dei sistemi di efficientamento ha consentito, dunque, una riduzione dei consumi di circa il 20%. Oltre a ciò, si è proceduto alla sostituzione degli impianti di illuminazione obsoleti, con apparecchi a led che consentono un risparmio energetico stimato in circa il 50% e alla sostituzione degli impianti di climatizzazione con macchine ad alta efficienza.

La seconda iniziativa invece ha per oggetto l'acquisto di energia elettrica con certificazione di produzione "green" alla fonte. Nell'anno fiscale 2021/22, tali acquisti, hanno coperto il 58% del totale con l'obiettivo di arrivare al 100% entro l'esercizio in corso. Entrambe queste azioni sono incluse all'interno del Piano di Sostenibilità 2022-2026.

Si fa inoltre 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.

INIZIATIVE DI EFFICIENTAMENTO ENERGETICO

Unieuro S.p.A. ha proseguito il progetto di efficientamento energetico con Enel-X con l'installazione di colonnine per la ricarica di veicoli elettrici presso i punti vendita diretti. Ad oggi sono attive 12 colonnine, 4 sono in fase di attivazione e installazione ed ulteriori 9 sono in fase di lavorazione e *permitting*.
La Società sta poi valutando la possibilità di estendere il progetto al fine di contribuire, seppur in maniera indiretta, alla diffusione della mobilità elettrica con benefici in termini di abbattimento di emissioni, ma anche di fidelizzazione di nuova clientela (possessori di veicoli elettrici).

Come riportato nelle tabelle che seguono, il consumo di energia elettrica (pari a 249.396 GJ) è aumentato di circa il 7% rispetto all'esercizio precedente in seguito alla ripresa post Covid-19, che ha visto prima, una parziale, e poi la completa riapertura dei negozi. Tuttavia, a fronte di maggiori consumi, le relative emissioni, pari a 15.502 tCO2e (calcolate secondo l'approccio *location-based*), sono risultate in diminuzione del 54% rispetto all'esercizio precedente grazie al maggiore utilizzo di energia elettrica derivante da fonte rinnovabile (certificata con GO) che, per sua natura, ha emissioni nulle. Tali acquisti certificati, iniziati nel corso del FY 2020/21, continueranno nell'esercizio corrente al fine di coprire l'intero fabbisogno.

Dall'altro lato, a fronte di un aumento delle giornate di apertura del negozio di Roma Settebagni, con conseguente incremento di ore di funzionamento dell'impianto di generazione di corrente, il consumo di gasolio è aumentato del 17% rispetto all'esercizio precedente, registrando emissioni pari a 349 tCO2e. Con l'obiettivo di ridurre l'impatto negativo sull'ambiente, Unieuro sta valutando la realizzazione di una cabina di trasformazione, seppur sono intervenuti rallentamenti dovuti al protrarsi della situazione pandemica.

[56] *Per maggiori approfondimenti, si rimanda alla Relazione Finanziaria Annuale 2021/22 e al paragrafo "La tassonomia" della presente DNF.*

Infine, la ripresa dell'attività di business post-pandemia ha portato ad un incremento negli spostamenti del personale, evidenziato da un aumento del 52% dei chilometri percorsi. Ciò ha fatto sì che le emissioni relative ai consumi di combustibile per gli spostamenti del personale di Unieuro S.p.A., siano più che raddoppiate rispetto all'esercizio precedente.

Indicatori di *performance*

Consumi indiretti di energia[57]

Energia elettrica per il funzionamento degli uffici	u.m.	28/02/2022	28/02/2021	29/02/2020
Energia elettrica	*kWh*	69.276.642	64.612.473	67.550.741
	GJ	249.396	232.605	243.183
di cui da fonti ***non-rinnovabili***	%	43%	100%	100%

Emissioni generate dai consumi indiretti di energia[58]

Emissioni indirette – Scope 2	u.m.	28/02/2022	28/02/2021	29/02/2020
Location-based approach Emissioni da consumi di energia elettrica	*t CO2e*	15.502	33.405	22.697
Market-based approach Emissioni da consumi di energia elettrica	*t CO2e*	13.762	29.657	31.479

Consumo diretto di combustibile per il funzionamento degli uffici e dei punti vendita[59]

Combustibile da fonti non-rinnovabili	u.m.	28/02/2022	28/02/2021	29/02/2020
Gasolio	*Litri*	139.000	118.995	119.103
	GJ	4.996	4.534	4.544

[57] *I dati Unieuro S.p.A. sono stati ottenuti accedendo al portale del fornitore di energia. Per la controllata Monclick il calcolo si è basato sui consumi reali dei mesi relativi al 2021, mentre per i mesi del 2022 è stata effettuata una stima dato il cambio di sede della società.*

[58] *Come suggerito dallo standard, si è attuato il calcolo secondo le metodologie market-based e location-based utilizzando rispettivamente le fonti European Residual Mixes "AIB" Agg. 31.05.2021 (valore MB) e Terna Confronti internazionali 2019-2020 (Valore LB). Pertanto, anche i dati relativi al FY 2020/21 e FY 2019/20 sono stati rettificati coerentemente alle richieste dello standard.*

[59] *Dati desunti dalle bollette inviate dal fornitore. Il dato esclude la controllata Monclick S.r.l. in quanto non consuma combustibili.*

Emissioni generate dai consumi diretti di combustibile[60]

Emissioni dirette – Scope 1	u.m.	28/02/2022	28/02/2021	29/02/2020
	t CO2e	349	303	309

Chilometri percorsi per spostamenti del personale[61]

Km percorsi per spostamenti del personale	u.m.	28/02/2022	28/02/2021	29/02/2020
Con auto private	*km*	295.686	232.333	728.772
Con auto aziendali		3.380.385	2.178.262	3.758.756
Totale chilometri percorsi		**3.676.071**	**2.410.595**	**4.487.528**

Emissioni generate dai consumi diretti e indiretti di combustibile[62]

Emissioni dirette e indirette – Scope 3	u.m.	28/02/2022	28/02/2021	29/02/2020
Emissioni indirette per consumi con auto private	*t CO2e*	52	41	132
Emissioni dirette per consumi con auto aziendali	*t CO2e*	955	383	679
Emissioni totali per spostamenti del personale	***t CO2e***	**1.007**	**424**	**811**

4.3. Consumi di risorse

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 2021/22 sono state distribuite sul territorio nazionale circa 26 milioni di copie di materiale pubblicitario, facendo registrare una riduzione del 43% rispetto all'esercizio precedente (46 milioni).

La Società, infatti, ha deciso di implementare una serie di attività volte a favorire la riduzione dei consumi di materiali: durante il periodo di emergenza sanitaria legata al Covid-19, è proseguita l'iniziativa di Unieuro sul taglio delle copie cartacee, attraverso il lancio di 3 campagne promozionali in modalità ottimizzata carta/digitale, con obiettivo di riduzione dell'utilizzo di carta al 60%. Le

[60] *Per il calcolo delle emissioni sono stati utilizzati i fattori di conversione del Department for Environment, Food and Rural Affairs (DEFRA) 2021.*

[61] *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 2021/22, 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.*

[62] *Per il calcolo delle emissioni sono stati utilizzati i fattori di conversione del Department for Environment, Food and Rural Affairs (DEFRA) 2021.*

restanti campagne promozionali sono state erogate esclusivamente in modalità *full digital*, al netto delle campagne di nuova apertura, *relocation* e *refurbishment* che utilizzano ancora la stampa tradizionale.

Indicatori di *performance*

Consumi di risorse[63]

Consumi di carta	u.m.	28/02/2022	28/02/2021	29/02/2020
Consumi di carta	*q*	5.720	10.733	69.300

PIANO DI SOSTENIBILITÀ 2022-2026

Iniziative volte alla riduzione dei consumi di risorse

In coerenza con quanto indicato nel Piano di Sostenibilità, Unieuro ha proseguito nel 2022 il progetto di recupero pallet per riutilizzo relativamente al "circuito HUB" (Piattaforme Logistiche Territoriali che gestiscono le *Home Delivery*).

L'obiettivo di Unieuro per i prossimi anni sarà quello di recuperare il 60% dei pallet totali acquistati (rispetto ad un 35% nel FY 2021/22) e di acquistare il 50% dei pallet in plastica riciclata. Anche per quanto riguarda le linee di prodotto, Unieuro si è posto l'obiettivo di riduzione graduale nell'utilizzo di plastica per il packaging di Electroline e Teklio (Private Label) con lo sviluppo, entro la fine del 2023, di un relativo sistema di misurazione.

[63] *Il calcolo dei consumi di carta è stato stimato moltiplicando il numero di copie acquistate e distribuite (26 milioni) per il peso medio di 22 grammi.*

5. 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" definiti dal Global Reporting Initiative[64] (GRI), secondo l'opzione *"in accordance Core"*. 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 2021.

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 stati considerati rilevanti in quanto in grado di riflettere gli impatti sociali e ambientali delle attività del Gruppo o di influenzare le decisioni dei suoi *stakeholder*.

A partire dal FY 2020/21, 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.

Per informazioni sulla DNF è possibile scrivere a investor.relations@unieuro.it. Il documento è disponibile anche sul sito istituzionale www.unieurospa.com, nella sezione "Sostenibilità".

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.

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 2022.

[64] *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.*

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 2022. 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 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
Sicurezza dei prodotti in commercio	**Gruppo**	**Fornitori**
Lotta alla corruzione	**Gruppo**	**-**
Tutela della *privacy* dei consumatori	**Gruppo**	**Clienti**
Salute e sicurezza dei dipendenti e collaboratori	Gruppo	Cooperativa logistica
Trasparenza delle informazioni sui prodotti e sulle offerte ai clienti	Gruppo	Fornitori
Diversità e pari opportunità	Gruppo	-
Formazione del personale e sviluppo delle carriere	Gruppo	-
Selezione e gestione dei fornitori	Gruppo	Fornitori
Gestione dei rifiuti	Gruppo	-
Consumi di risorse ed emissioni	Gruppo	-
Sostegno alle comunità locali	Unieuro S.p.A.	-
Resilienza ed equilibrio economico	Gruppo	-
Customer centricity ed innovazione	Gruppo	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 Sustainability Reporting Guidelines.

Aspetti del D.Lgs. 254/2016	Tematiche materiali	Perimetro delle tematiche materiali	Numero e titolo dell'informativa GRI	GRI Standards
Ambiente	Consumi di risorse ed emissioni	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
	-	Gruppo Unieuro	GRI 307: *Compliance* Ambientale (2016)	GRI 307-1
Società	Selezione e gestione dei fornitori	Gruppo Unieuro	GRI 102: Informativa Generale (2016)	GRI 102-9
			GRI 308: Valutazione ambientale dei fornitori (2016)	GRI 308-1
			GRI 414: Valutazione sociale dei fornitori (2016)	GRI 414-1
	Tutela della *Privacy* dei consumatori	Gruppo Unieuro	GRI 418: *Privacy* 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	Unieuro S.p.A.	GRI 413: Comunità locali (2016)	GRI 413-1
		Gruppo Unieuro	GRI 207: Imposte (2019)	GRI 207-1 GRI 207-2 GRI 207-3 GRI 207-4
	Trasparenza delle informazioni sui prodotti e sulle offerte ai clienti	Gruppo Unieuro	GRI 417: Marketing e etichettatura (2016)	GRI 417-1 GRI 417-2 GRI 417-3
	-	Gruppo Unieuro	GRI 206: Comportamento Anticoncorrenziale (2016)	GRI 206-1
	-	Gruppo Unieuro	GRI 419: Compliance Socio-economica (2016)	GRI 419-1
	Resilienza ed equilibrio economico	Gruppo Unieuro	GRI 201: Valore economico generato e distribuito (2016) GRI 207: Tax (2019)	GRI 201-1 GRI 207-1 GRI 207-2 GRI 207-3 GRI 207-4
	Customer centricity ed innovazione	Gruppo Unieuro	GRI 103: management approach Progetto NPS (per maggiori dettagli si rimanda alla Relazione Finanziaria Annuale 2021/22)	GRI 103
Personale	Diversità e pari opportunità	Gruppo Unieuro	GRI 102: Informativa Generale (2016)	GRI 102-8
			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 404-3
	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 GRI 403-5 GRI 403-6 GRI 403-7 GRI 403-9 GRI 403-10
Diversità degli organi di governo e di controllo	Diversità e pari opportunità	Gruppo Unieuro	GRI 102: Informativa Generale (2016)	GRI 102-22
			GRI 405: Diversità e pari opportunità (2016)	GRI 405-1
Lotta alla corruzione	Lotta alla corruzione	Gruppo Unieuro	GRI 205: Anticorruzione (2016)	GRI 205-1 GRI 205-2 GRI 205-3
Diritti Umani	-	Gruppo Unieuro	GRI 406: Non discriminazione (2016)	GRI 406-1

6. GRI CONTENT INDEX

La tabella che segue riporta le informazioni di Gruppo basate sui GRI Standards opzione "*in accordance* Core". 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.

GRI Standard	Descrizione	Riferimenti	Note/Omissioni
	General Standards		
102	Informativa generale (2016)		
	Profilo dell'organizzazione		
102-1	Nome dell'organizzazione	p. 18	
102-2	Attività, marchi, prodotti o servizi	pp. 18-21	
102-3	Luogo della sede principale	p. 18	
102-4	Luogo delle attività	pp. 18-21	
102-5	Proprietà e forma giuridica	pp. 18-21	
102-6	Mercati serviti	pp. 18-21 Relazione Finanziaria Annuale al febbraio 2022	
102-7	Dimensione dell'organizzazione	pp. 18-21; 88-90; Relazione Finanziaria Annuale al febbraio 2022	
102-8	Informazioni sui dipendenti e gli altri lavoratori	pp. 58-59; 61-63	
102-9	Catena di fornitura	pp. 88-90	
102-10	Modifiche significative all'organizzazione e alla sua catena di fornitura	pp. 103-104; 88-90	
102-11	Principio di precauzione	pp. 40-41	
102-12	Iniziative esterne	pp. 91-94	
102-13	Adesioni ad associazioni	pp.18-21	
	Strategia		
102-14	Dichiarazione di un alto Dirigente	Lettera agli *stakeholder* Relazione Finanziaria Annuale al febbraio 2022 (*Lettera del Presidente agli azionisti, Lettera del CEO agli azionisti)*	
102-15	Impatti chiave, rischi e opportunità	pp. 42-49; Relazione Finanziaria Annuale al febbraio 2022	
	Etica e Integrità		
102-16	Valori, Principi, s*tandard* e norme di comportamento	pp. 18-19; 40-42	
	Governance		
102-18	Struttura della g*overnance*	pp. 34-39	
102-22	Composizione dei massimi organi di governo e relativi comitati	pp. 34-39	
102-24	Nomina e selezione del massimo organo di governo	pp. 35-37	

GRI Standard	Descrizione	Riferimenti	Note/Omissioni
102-30	Efficacia dei processi di gestione del rischio	pp. 37-39; 56	
	Coinvolgimento degli *stakeholder*		
102-40	Elenco dei gruppi di *stakeholder*	pp. 21-23	
102-41	Accordi di contrattazione collettiva	p. 56	
102-42	Processo di identificazione e selezione degli *stakeholder* da coinvolgere	pp. 21-23	
102-43	Modalità di coinvolgimento degli *stakeholder*	pp. 21-23	
102-44	Temi e criticità chiave sollevati	pp. 21-23	
	Pratiche di rendicontazione		
102-45	Elenco incluse nel bilancio consolidato	pp. 103-104	
102-46	Definizione del contenuto del *report* e perimetri dei temi	pp. 104-105	
102-47	Elenco dei temi materiali	pp. 28; 104-105	
102-48	Revisione delle informazioni	pp. 103-105	
102-49	Modifiche alla rendicontazione	pp. 103-105	
102-50	Periodo di rendicontazione	pp. 103-105	
102-51	Data del *report* più recente	pp. 103-105	
102-52	Periodicità di rendicontazione	pp. 103-105	
102-53	Contatti per richiedere informazioni riguardanti il *report*	pp. 103-105	
102-54	Dichiarazione sulla rendicontazione di conformità ai GRI Standards	pp. 103-105	
102-55	Indice dei contenuti GRI	pp. 106-111	
102-56	*Assurance* esterna	Relazione Indipendente KPMG	

GRI Standard	Descrizione	Riferimenti	Note/Omissioni
Topic Specific Standards			
200	**Economico (2016)**		
103	Modalità di gestione	pp. 49; 60	
201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	pp. 49-50	
202	**Presenza sul mercato (2016)**		
103	Modalità di gestione	p. 60	
202-2	Proporzione di senior manager assunti dalla comunità locale	p. 62	
203	**Impatti economici Indiretti (2016)**		
103	Modalità di gestione	pp. 91-94	
203-1	Investimenti infrastrutturali e servizi finanziati	pp. 91-94	

GRI Standard	Descrizione	Riferimenti	Note/Omissioni
204	**Pratiche di Approvvigionamento (2016)**		
103	Modalità di gestione	pp. 88-89	
204-1	Proporzione di spesa verso fornitori locali	p. 90	
205	**Anti Corruzione (2016)**		
103	Modalità di gestione	pp. 40-42	
205-1	Operazioni valutate per i rischi legati alla corruzione	pp. 41-42	
205-2	Comunicazione e formazione in materia di politiche e procedure anticorruzione	pp. 40-42	
205-3	Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	pp. 41-42	
206	**Comportamento Anticoncorrenziale (2016)**		
103	Modalità di gestione	pp. 87-88	
206-1	Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, *antitrust* e pratiche monopolistiche	pp. 87-88	
207	**Imposte (2019)**		
103	Modalità di gestione	p. 50	
207-1	Approccio alla fiscalità	p. 50	
207-2	*Governance* fiscale, controllo e gestione del rischio	p. 50	
207-3	Coinvolgimento degli *stakeholder* e gestione delle preoccupazioni in materia fiscale	p. 50	
207-4	Rendicontazione Paese per Paese	N/A	Le Società del Gruppo hanno sede esclusivamente all'interno della giurisdizione fiscale italiana, pertanto la rendicontazione Paese per Paese non risulta essere applicabile ad Unieuro.
300	**Ambiente**		
301	**Materiali (2016)**		
103	Modalità di gestione	pp. 95; 101-102	
301-1	Materiali utilizzati per peso o volume	pp. 101-102	
302	**Energia (2016)**		
103	Modalità di gestione	pp. 95; 98-100	
302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	p. 100	
305	**Emissioni (2016)**		
103	Modalità di gestione	pp. 95; 98-100	
305-1	Emissioni dirette di GHG (*Scope* 1)	pp. 100-101	
305-2	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (*Scope* 2)	p. 100	
305-3	Altre emissioni indirette di GHG (*Scope* 3)	p. 101	

GRI Standard	Descrizione	Riferimenti	Note/Omissioni
306	**Rifiuti (2020)**		
103	Modalità di gestione	pp. 95-96	
306-1	Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti	pp. 95-96	
306-2	Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	pp. 95-96	
306-3	Rifiuti prodotti	pp. 97-98	
306-4	Rifiuti non destinati a smaltimento	pp. 97-98	
306-5	Rifiuti destinati a smaltimento	pp. 97-98	
307	**Compliance Ambientale (2016)**		
103	Modalità di gestione	p. 95	
307-1	Non conformità con leggi e normative in materia ambientale	-	Nel corso dell'esercizio 2021/22 non si sono rinvenute sanzioni in ambito ambientale.
308	**Valutazione dei fornitori in base a criteri ambientali (2016)**		
103	Modalità di gestione	pp. 88-90	
308-1	Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali	pp. 88-90	
400	***Performance* Sociale**		
401	**Occupazione (2016)**		
103	Modalità di gestione	pp. 55-57	
401-1	Nuove assunzioni e *turnover*	pp. 58-63	
402	**Gestione delle relazioni industriali (2016)**		
103	Modalità di gestione	p. 76	
402-1	Periodo minimo di preavviso per cambiamenti operativi	p. 76	
403	**Salute e Sicurezza sul Lavoro (2018)**		
103	Modalità di gestione	pp. 70-75	
403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	pp. 70-75	
403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	pp. 70-75	
403-3	Servizi di medicina del lavoro	pp. 70-75	
403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	pp. 70-75	
403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	pp. 70-75	
403-6	Promozione della salute dei lavoratori	pp. 70-75	

GRI Standard	Descrizione	Riferimenti	Note/Omissioni
403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	pp. 70-75	
403-9	Infortuni sul lavoro	pp. 70-75	Il numero totale di ore lavorate dei lavoratori non dipendenti per l'anno fiscale 2021/22 non è disponibile in quanto le ore di presenza dei tirocinanti vengono monitorate attraverso registri cartacei presenti sul punto vendita.
403-10	Malattie professionali	pp. 74-75	
404	**Formazione e Istruzione (2016)**		
103	Modalità di gestione	pp. 65; 69	
404-1	Ore medie di formazione annua per dipendente	p. 68	
404-2	Programmi di formazione e sviluppo dei dipendenti	pp. 66; 68	
404-3	Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle *performance* e dello sviluppo professionale	p. 70	
405	**Diversità e Pari Opportunità (2016)**		
103	Informazioni sulle modalità di gestione	pp. 34-35; 59-60	
405-1	Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	pp. 37-39; 59-65	Nel corso dell'esercizio 2021/22 l'informazione relativa ai dipendenti appartenenti a categorie protette non risulta disponibile. Unieuro si impegna a rendicontare tale informativa nei futuri esercizi.
405-2	Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	p. 64	
406	**Non Discriminazione (2016)**		
103	Modalità di gestione	pp. 59-60	
406-1	Episodi di discriminazione e misure correttive adottate		Nel corso dell'esercizio 2021/22 non si sono verificati episodi di discriminazione.
413	**Comunità Locali (2016)**		
103	Modalità di gestione	pp. 91-94	
413-1	Attività che prevedono il coinvolgimento delle comunità locali, valutazioni d'impatto e programmi di sviluppo	pp. 91-94	
414	**Valutazione sociale dei fornitori (2016)**		
103	Modalità di gestione	pp. 88-90	

GRI Standard	Descrizione	Riferimenti	Note/Omissioni
414-1	Nuovi fornitori che sono stati sottoposti a valutazione attraverso l'utilizzo di criteri sociali	pp. 88-90	
416	**Salute e Sicurezza dei consumatori (2016)**		
103	Modalità di gestione	pp. 81-82	
416-2	Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi	pp. 81-82	
417	**Etichettatura dei prodotti e servizi (2016)**		
103	Modalità di gestione	pp. 82-85	
417-1	Requisiti in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	pp. 82-85	
417-2	Casi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	pp. 82-85	
417-3	Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di *marketing*	pp. 82-85	
418	**Privacy dei consumatori (2016)**		
103	Modalità di gestione	pp. 85-88	
418-1	Denunce comprovate riguardanti le violazioni della *privacy* dei clienti e perdita di dati dei clienti	pp. 85-88	
419	**Compliance Socio-economica (2016)**		
103	Modalità di gestione	pp. 84-85	
419-1	Non conformità con leggi e normative in materia sociale ed economica	pp. 84-85	

Unieuro S.p.A.
Palazzo Hercolani
Via Piero Maroncelli, 10
47121 Forlì (FC)
unieurospa.com