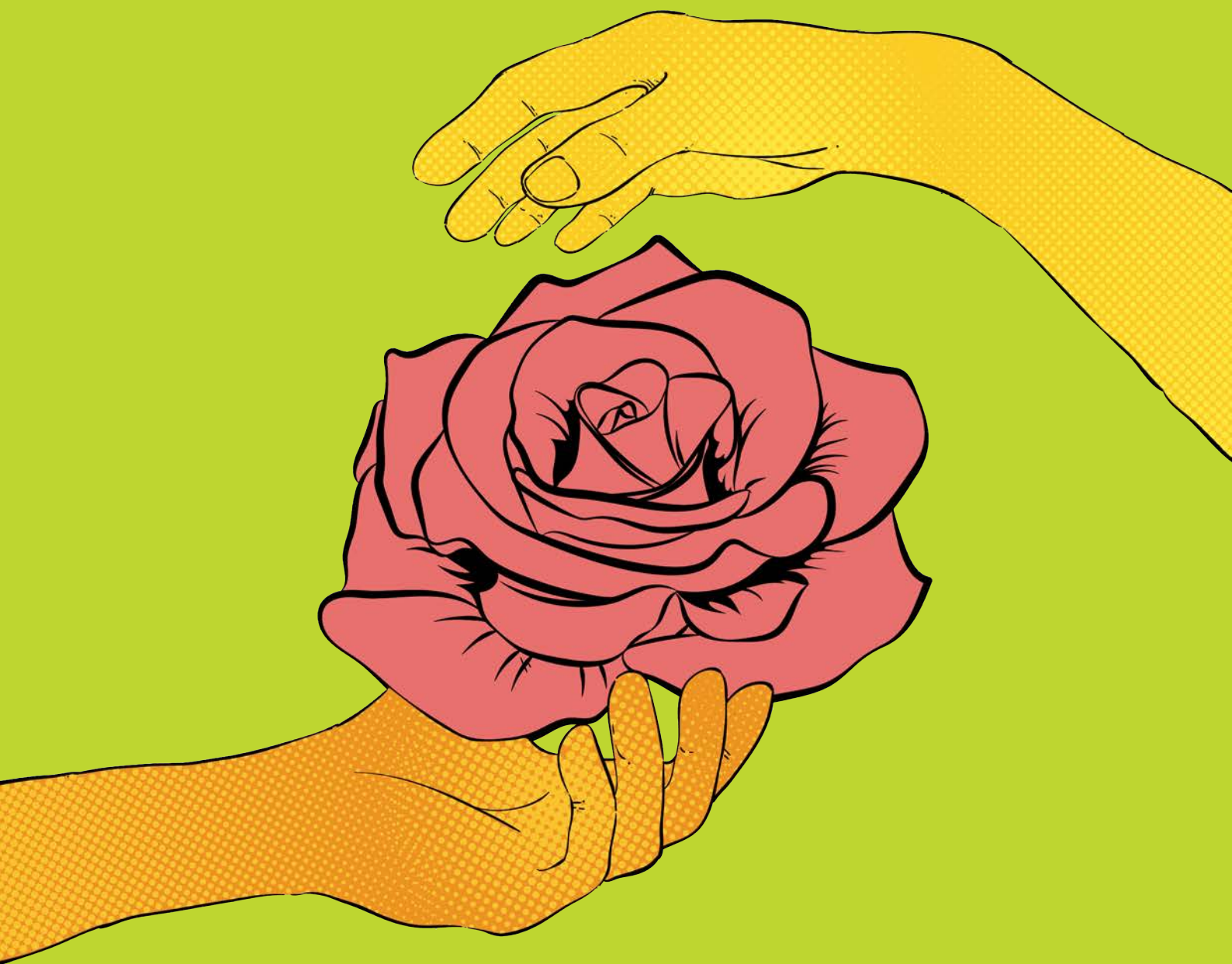


# BILANCIO PARTECIPATO DEI BENEFICI PRODOTTI

ATTIVITÀ 2021



# Indice

Pagina 5  
Capitolo 1  
Introduzione

Pagina 11  
Capitolo 2  
Metodologia

Pagina 25  
Capitolo 3  
Il beneficio prodotto

Pagina 29  
Capitolo 4  
Indicatori GRI IV

Pagina 37  
Capitolo 5  
Noi siamo Leroy Merlin Italia

Pagina 63  
Capitolo 6  
Il nostro Capitale Economico

Pagina 81  
Capitolo 7  
Il nostro Capitale Ambientale

Pagina 111  
Capitolo 8  
Il nostro Capitale Umano

Pagina 143  
Capitolo 9  
Il nostro Capitale Sociale

CAPITOLO 1  
INTRODUZIONE



*“È difficile fare  
le cose difficili:  
parlare al sordo,  
mostrare la rosa al cieco.  
Bambini, imparate  
a fare le cose difficili:  
dare la mano al cieco,  
cantare per il sordo,  
liberare gli schiavi  
che si credono liberi.”*

Gianni Rodari

## 1.1 Lettera agli stakeholder

Mi piace introdurre questo documento ricco di numeri e analisi, soffermandomi su alcune parole. Sinceramente penso che il primo punto, fondamentale per capire le future scelte a azioni è l'essere consapevoli del passaggio da un concetto tradizionale di Sviluppo Sostenibile a un concetto molto più ampio (e impegnativo) di **Sostenibilità integrale**. Non esistono paletti tra questo e quello, tra chi deve pensarci e chi no, tra quali processi richiedono inflessibilità e quali invece consentono deroghe. **La Sostenibilità riguarda tutti**, a ogni livello, senza eccezioni, perché non tocca solo l'Ambiente o l'economia o la società ma **l'umanità nel suo insieme**.

Altro concetto fondamentale è capire che oggi **essere responsabili non è sufficiente. L'Azienda deve essere generativa e contributiva**. Questo concetto è ben sintetizzato dalla casa del "Make it positive" di ADEO: abbiamo una base rappresentata dalle nostre responsabilità che trova compimento nei due pilastri dello sviluppo umano e della valorizzazione dell'Habitat. Il tutto ovviamente finalizzato alla generazione di valore economico, ambientale, sociale e umano. Noi come cerchiamo di concretizzare questi concetti? Abbiamo tre ambiti che ci possono supportare: il nostro MESTIERE, la nostra PARTECIPAZIONE e la nostra volontà di INNOVAZIONE.

Ogni Collaboratore è indispensabile, con il proprio **mestiere**, alla creazione di uno sviluppo contributivo, dagli acquisti alla vendita, dallo sviluppo immobiliare a quello delle risorse umane, dalla finanza alla comunicazione. Non dobbiamo fare nulla in più di quello che facciamo, semplicemente ci è chiesto di farlo diversamente e in un'**ottica contributiva**. Abbiamo un efficace strumento di partecipazione: la nostra **Associazione Bricolage del Cuore** che intende riunire tutte le persone che "hanno voglia di fare" e che possono mettere a disposizione competenze, tempo e manodopera in un'ottica di aiuto e gratuità per progetti di ristrutturazione, manutenzione e decorazione di abitazioni o strutture comunitarie.



Sosteniamo un acceleratore per la nostra innovazione: l'**Impresa Benefit (RI)GENERIAMO**. L'Impresa Benefit (RI)GENERIAMO ha l'obiettivo di GENERARE nuove economie per RIGENERARE PERSONE, PRODOTTI e PERIMETRI promuovendo un'economia inclusiva che valorizzi, in un'ottica imprenditoriale, le persone nella loro diversità e per includere nell'attuale sistema di mercato persone e prodotti, altrimenti esclusi, riconoscendone valore e generando nuovi perimetri.

Tutto questo ci aiuta ad avvicinarci ad un concetto di **Azienda del Sì**, in quanto non dobbiamo solo essere l'Azienda del Non: l'Azienda che non inquina, l'Azienda che analizza i propri impatti, l'Azienda che non consuma risorse naturali. Le pagine che seguono sono la narrazione di questo lavoro quotidiano. Progetti come gli **ecocompattatori Coripet**, **la cessione gratuita delle nostre eccedenze**, **il lancio del progetto FormidAbili**, **l'Energia del bosco**, **la Casa Ideale** o la nostra proposta formativa **AmicoEco** - per fare solo alcuni esempi - sono la testimonianza del nostro **percorso generativo**.

Sono consapevole che non sarà facile (è difficile fare le cose difficili!) ma sono sicuro che la nostra volontà e soprattutto la nostra consapevolezza dell'essere imperfetti e di dover percorrere ancora un lungo percorso, ci aiuteranno giorno dopo giorno a diminuire il divario tra le parole e le azioni.

*Giannalberto Cancemi*

Giannalberto Cancemi  
Amministratore Delegato Leroy Merlin Italia

# CAPITOLO 2

## METODOLOGIA



## 2.1 Premessa metodologica

Il presente documento ha l'ambizione di porsi come strumento propedeutico e di supporto alla redazione e predisposizione del Bilancio preventivo, vuole rappresentare uno strumento concreto di ascolto, relazione e comunicazione, perché permette ai nostri stakeholder di presentare le loro necessità ed esporre le problematiche e di valutare le nostre performance. Il Bilancio è uno strumento di rendicontazione sociale, perché rappresenta un momento di informazione riguardante l'operato di Leroy Merlin Italia, gli investimenti fatti, gli interventi previsti e i benefici prodotti.

## 2.2 Metodologia di rendicontazione



Il seguente Bilancio, relativo all'anno 2021, ha l'obiettivo di calcolare l'impatto materiale e immateriale della nostra Azienda sul rafforzamento o l'impovertimento delle Comunità in cui essa opera, con riferimento alle dimensioni ambientale, sociale-culturale ed economica e in termini di benessere e Sostenibilità nel tempo con ottica di generatività. Rispetto alle pratiche comuni di Bilancio sociale consuntivo, la metodologia definita per la presente rendicontazione, si distingue per alcune caratteristiche fondamentali.

La prima è il fatto che esso non mira solo a dimostrare la coerenza delle operazioni aziendali rispetto alla mission, ma a verificare i benefici prodotti, mancanti o impediti da parte di Leroy Merlin Italia nel rispetto delle quattro dimensioni precedentemente elencate. Ciò che sta al centro di questa stesura è il beneficio prodotto e generato, e non l'Azienda.

La seconda caratteristica, è che la misurazione del "beneficio comune" non deve necessariamente seguire la logica della rendicontazione di Sostenibilità (benché la griglia e i principi siano quelli del GRI IV), in quanto dimensioni, fattori e Indicatori devono rispondere nel modo più efficace possibile alla domanda: che cosa ha fatto l'Azienda per generare un beneficio comune o cosa ha fatto per limitare il proprio impatto negativo?

Per le ragioni esposte si è quindi cercato di procedere nell'individuazione di due livelli di Indicatori:

## Indicatori di output,

possono essere attinenti al beneficio comune e permettere la misurazione dei fenomeni che generano la riduzione degli impatti o la massimizzazione dei benefici previsti dal piano previsto da Leroy Merlin Italia. Il risultato di rendicontazione di questo livello è la dimostrazione che l'Azienda agisce o ha agito in maniera coerente e con una logica di Sostenibilità trasversale a tutte le fasi di creazione di valore.

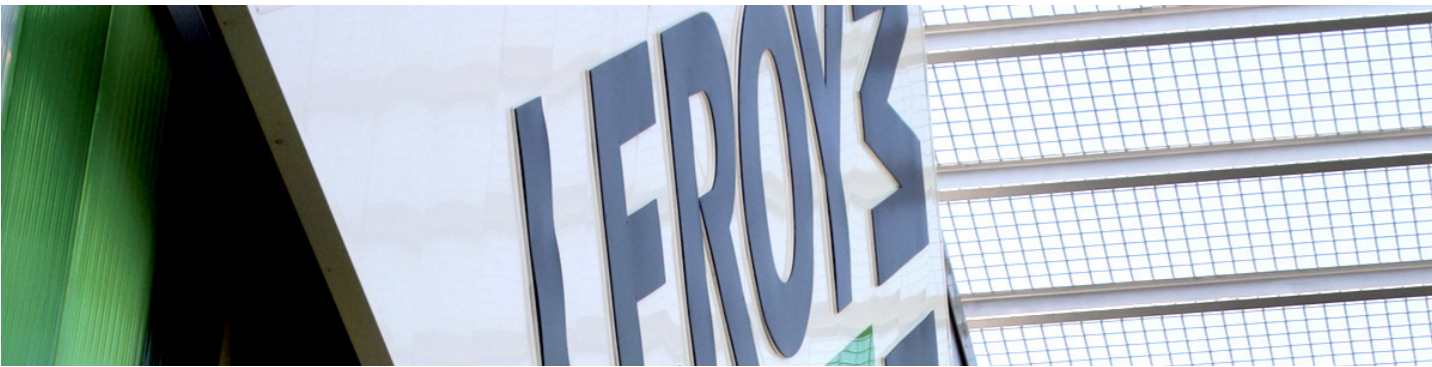
**Obiettivo: garantire trasparenza.**

## Indicatori di outcome,

metrica di misurazione degli effetti generati per la creazione del beneficio comune.

Tali benefici possono essere molteplici e scaturire da fenomeni monitorati mediante gli Indicatori di output. All'aggregazione degli Indicatori di outcome si può giungere all'implementazione di un indice di beneficio comune generato, al pari degli Indicatori finanziari tradizionali.

**Obiettivo: misurare il beneficio comune creato.**



Il documento si struttura quindi in quattro capitoli secondo i **quattro pilastri dello Sviluppo Sostenibile** caratteristici di Leroy Merlin Italia:



Capitale  
Economico



Capitale  
Ambientale



Capitale  
Umano



Capitale  
Sociale

Ogni capitolo presenta:

→ La **descrizione** dell'outcome

→ La **sintesi** delle attività che permettono di generare l'outcome

→ L'**output** prodotto

→ Gli **Indicatori** di misurazione output

## 2.3 Principi GRI IV

Gli Indicatori e principi GRI sono alla base della rendicontazione di output. Nel rapporto sono illustrate le strategie, la politica, gli Indicatori, i valori, le attività di Leroy Merlin Italia. I principi di rendicontazione adottati e gli Indicatori selezionati sono in linea con le Sustainability Reporting Guidelines del Global Reporting Initiative (GRI G4).

## 2.4 Analisi di materialità

Per materialità si intende la rilevanza che alcuni temi hanno sia per l'Azienda, sia per i suoi stakeholder.

L'analisi della materialità consente a Leroy Merlin di identificare le aree di interesse che considera prioritarie sulla base della sua strategia di mercato nel breve e medio-lungo periodo, in relazione alle aspettative degli stakeholder.

I temi considerati costituiscono, dunque, le chiavi significative attorno alle quali l'Azienda sta sviluppando la propria iniziativa. Attraverso l'analisi di materialità, l'Azienda rende trasparente l'intenzionalità nei confronti dei propri interlocutori, e si impegna a concentrarsi maggiormente su questi stessi temi, oltre che dimostrare una crescente capacità di dare coerenza alle sue diverse iniziative, armonizzando non solo le politiche, ma anche le metriche che intende utilizzare nel processo di accountancy.

Questo significativo lavoro dimostra qui la sua rilevanza strategica, poiché esso potrà portare ad una crescente armonizzazione interna ed esterna, in relazione ai principali temi emergenti presso i suoi stakeholder, che possono essere considerati, nella prospettiva qui proposta, degli "alleati" nel percorso generativo di Leroy Merlin Italia, così come rispetto ai parametri di misurazione adottati nella rendicontazione del valore generato.

Al centro dell'analisi di materialità sono state poste le azioni di Leroy Merlin Italia distinte nei diversi Capitali che costituiscono gli asset dell'Azienda. L'ipotesi che ha guidato il processo di analisi è che tempo e risorse vengano investiti nel perseguimento di obiettivi a cui si attribuisce valore.

Detto altrimenti: ciò che è importante per Leroy Merlin Italia si vede da ciò che fa. Per interpretare e dare valore a ogni singola azione sono stati utilizzati vari Indicatori ricondotti ai domini del Benessere Equo e Sostenibile (BES), già da tempo condivisi a livello nazionale ed inseriti in tutti gli obiettivi della materialità.





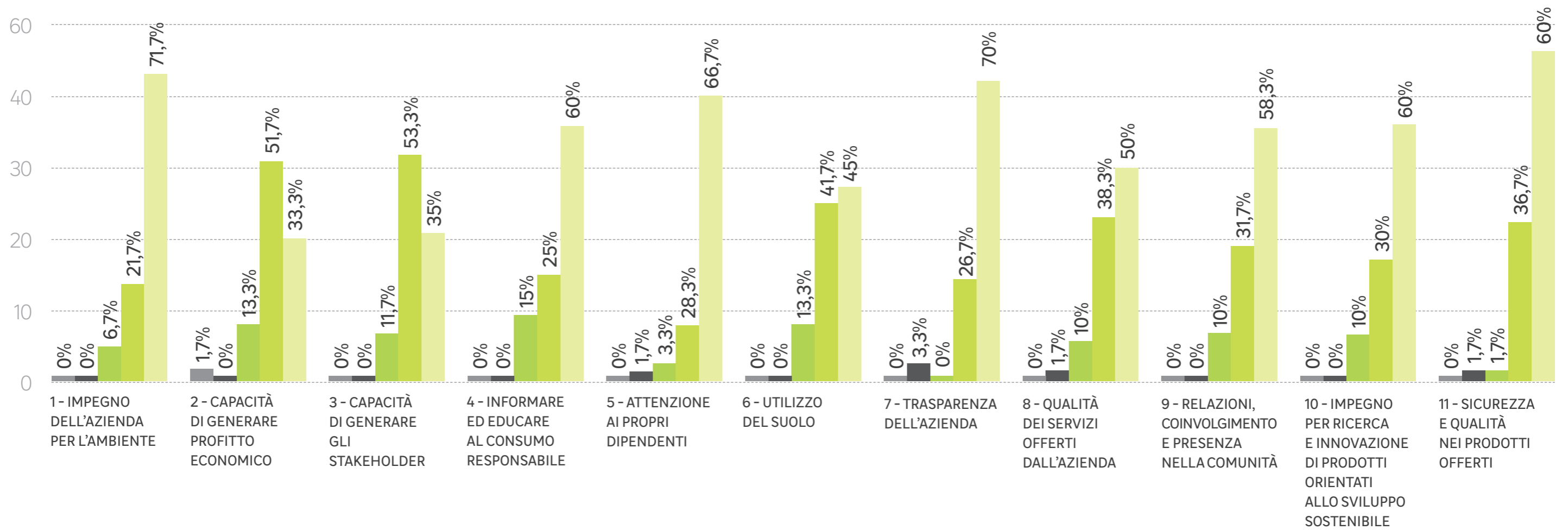
Il BES ci racconta “dove” ogni azione agisce e produce valore, a partire dalla premessa che il progresso di una società debba essere perseguito in modo multidimensionale, coniugando obiettivi economici, sociali ed ambientali. All’interno di questo quadro, outcomes ed azioni del Bilancio di Leroy Merlin Italia sono state rilette ed allocate all’interno di una o più delle 12 aree di sviluppo indicate dal BES, nell’ipotesi che l’Azienda abbia strategicamente identificato un cambiamento (interno e/o esterno) da perseguire in quelle stesse aree di benessere (teoria del cambiamento).

L’analisi di materialità seguente è il risultato dello stakeholder engagement che è stato operato sui principali temi di rilevanza per l’Azienda al fine di evincere le aree di sovrapposizione con gli interessi di tutti i portatori di interesse.

## Temi materiali e SDGs



# Figura 1 - Analisi di materialità



---

## 2.5 Inclusività

Caratteristica premiante del “sistema” Leroy Merlin è il coinvolgimento, in ogni forma e sui differenti livelli, dei propri stakeholder. La mappatura dei nostri stakeholder è stata effettuata sulla base delle relazioni tra Azienda, Collaboratori, Gruppo, Clienti, Partner commerciali, Realtà territoriali e Società Civile. I principali stakeholder sono stati mappati su una matrice di relazione interna - esterna con impatti diretti - indiretti sulla e dalla nostra attività. Per superare alcune “criticità” abbiamo optato, come per alcuni anni, per un formato sintetico e una comunicazione dei principali eventi in “tempo reale” con maggior coinvolgimento e pluralità di voci attraverso il nostro sito dedicato:

**[csr.leroymerlin.it](http://csr.leroymerlin.it)**

---

## 2.6 Contesto di Sostenibilità e completezza

Gli Indicatori conseguiti a livello Economico - Ambientale - Sociale (comprensivo degli Indicatori del Capitale Umano) sono elencati nel capitolo “Indicatori” mentre le informazioni relative alle singole attività sono ripartite nei capitoli Economico – Ambientale – Umano – Sociale.

---

## 2.7 Comparabilità ed equilibrio

Il Bilancio riflette gli aspetti positivi e negativi delle differenti performance su base triennale.



## 2.8 Accuratezza e chiarezza

I dati qualitativi e quantitativi presentati sono verificabili e permettono, attraverso informazioni accurate e dettagliate, una valutazione da parte degli stakeholder. Nel corso del documento sono comunque citate tutte le fonti di riferimento e le metodologie di calcolo. La raccolta dei dati ha previsto due livelli di misurazione: livello unità commerciale (Negozi e Servizi Interni) e un livello aggregato che ha permesso una presentazione semplice e comprensiva delle informazioni raccolte. Taluni dati (evidenziati) sono autocertificati dalle fonti coinvolte.

## 2.9 Tempestività e perimetro del rapporto

La pubblicazione annuale del rapporto permette un'informazione tempestiva e regolare ai nostri stakeholder. Il perimetro di rendicontazione coinvolge tutte le attività commerciali e distributive di Leroy Merlin Italia presenti sul territorio.

## 2.10 Metodologia di valutazione

Per rendere più concreto e condiviso il risultato della rendicontazione è stata elaborata una metodologia di valutazione dei risultati e degli Indicatori presentati. Al fine di creare dei parametri ed una scala di valutazione appropriata è stata adottata una metodologia di stakeholder engagement.

Per ogni output è indicata quindi una valutazione frutto della sintesi del questionario diffuso prima della pubblicazione. Il documento è stato presentato per informativa al Comitato di Direzione di Leroy Merlin Italia.

Al questionario di valutazione, inviato ai rappresentanti dei nostri stakeholder, hanno risposto **60 persone, così ripartite:**



Il Bilancio partecipato Leroy Merlin 2021 è stato coordinato dalla **Direzione Sviluppo**.

Per contatti, informazioni, approfondimenti e chiarimenti:



**Luca Pereno**

luca.pereno@leroymerlin.it

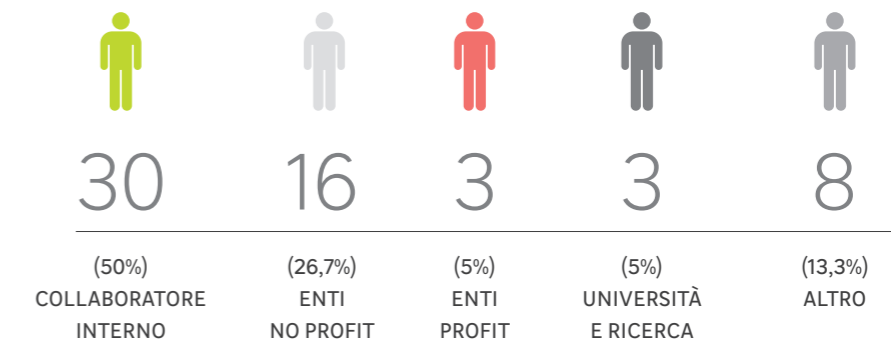
**Mattia Sabbatini**

mattia.sabbatini@leroymerlin.it

**Leroy Merlin Italia**, Milanofiori, Strada 8 Palazzo N, 20089 Rozzano (MI).

Il presente documento è stato redatto grazie al contributo di tutti i Colleghi dei Negozi e dei Servizi Interni che hanno collaborato alla raccolta dei dati e delle informazioni.

Un particolare ringraziamento per l'aiuto a Simona Ceresa, Maria Anna Tumminello e Matteo Cesati.



# CAPITOLO 3

## BENEFICIO PRODOTTO



### 3.1 La valorizzazione del beneficio prodotto

Il presente paragrafo è dedicato alla presentazione del risultato del BES (Beneficio Equo Sostenibile) di Leroy Merlin Italia. Partendo dal risultato operativo raggiunto a fine 2021, è stato possibile ampliare la valutazione delle performance aziendali affinché essa tenesse in considerazione le esternalità generate dall'Azienda in senso più ampio.

A questo fine sono stati identificati, per la loro valorizzazione, una serie di indicatori chiave che misurassero i quattro "capitali" principali, cioè quello economico, ambientale, sociale e umano. Nel caso di attività ad impatto positivo sulla Comunità, gli Individui, l'Ambiente, il valore è stato aggiunto al risultato operativo, come misura del benessere creato. Al contrario, le attività ad impatto negativo hanno comportato una diminuzione di questa misura.

	2019	2020	2021	DELTA
BES LMI	€ 48.065.166	€ 34.965.181	€ 35.781.951	2,34%
<b>CAPITALE ECONOMICO</b>	€ 59.035.397	€ 44.547.403	€ 59.791.321	34,22%
<b>CAPITALE AMBIENTALE</b>	€ - 25.196.745	€ - 21.049.924	€ - 31.131.135	47,89%
<b>CAPITALE UMANO</b>	€ 11.747.293	€ 9.941.593	€ 6.028.424	-39,36%
<b>CAPITALE SOCIALE</b>	€ 2.497.220	€ 1.526.109	€ 1.093.342	-28,36%

#### CAPITALE AMBIENTALE

\*Coripet \*100g bot CO<sub>2</sub> di prod

\*\*9 ton compensate di (R)GENERIAMO

\*\*\*Benefici da vendita prodotti ECO

#### CAPITALE UMANO

\*\*\*\*4.705 persone formazione sost (rifiuti) nel 2021

INDICATORE	MODALITÀ DI CALCOLO	FORTE	RIFERIM. BES	2019	2020	2021	
<b>CAPITALE ECONOMICO</b>							
Risultato operativo	Ricavi - costi operativi - remunerazione dei Collaboratori - ammortamenti svalutazioni - accantonamenti e riserve Per i Negozi: risultato operativo da conto economico	Bilancio LMI 2021	Benessere economico	+	€ 59.035.397,0	€ 44.538.291,01	€ 59.784.848
Impatto economico (R)GENERIAMO	Ricavi - costi operativi - remunerazione dei Collaboratori - ammortamenti svalutazioni - accantonamenti e riserve Per i Negozi: risultato operativo da conto economico	Bilancio (R)GENERIAMO 2021	Benessere economico	+	€ 0	€ 9.112,00	€ 6.473
<b>CAPITALE AMBIENTALE</b>							
Impatto emissioni Cat 1	Emissioni * 0,08€/kg	Inventario di GHG	Ambiente	-	nd	nd	€ 629.120
Impatto emissioni Cat 2*	Emissioni * 0,08€/kg	Inventario di GHG	Ambiente	-	nd	nd	€ 141.760
Impatto emissioni Cat 3	Emissioni * 0,08€/kg	Inventario di GHG	Ambiente	-	nd	nd	€ 29.542.000
Impatto emissioni Cat 4 (escluso impatto prodotti)	Emissioni * 0,08€/kg	Inventario di GHG	Ambiente	-	nd	nd	€ 1.328.320
Emissioni CO <sub>2</sub> per scope 1	Totale emissioni scope 1 * 0,08€/kg	Inventario di GHG	Ambiente	-	479.077	234.044	nd
Emissioni CO <sub>2</sub> consumi idrici	1,3€ * m <sup>3</sup> consumato	Inventario di GHG	Ambiente	-	219.361	156.673	€ 178.491
Emissioni CO <sub>2</sub> energia	Totale emissioni energia * 0,08€/kg	Inventario di GHG	Ambiente	-	373.524	14.212	nd
Emissioni CO <sub>2</sub> Supply Chain	Totale emissioni Supply Chain * 0,08€/kg	Inventario di GHG	Ambiente	-	790.411	849.189	nd
Emissioni CO <sub>2</sub> rifiuti non differenziati	Totale emissioni rifiuti non differenziati * 0,08€/kg	Inventario di GHG	Ambiente	-	733.294	737.899	nd
Altre emissioni CO <sub>2</sub> per scope 3	Totale emissioni * 0,08€/kg	Inventario di GHG	Ambiente	-	23.190.814	19.648.059	nd
Compensazioni CO <sub>2</sub> (R)GENERIAMO**	Totale emissioni * 0,08€/kg	Bilancio (R)GENERIAMO 2021	Ambiente	+	-	415	€ 720
Compensazioni CO <sub>2</sub> LMI***	Totale emissioni compensate * 0,08€/kg	Inventario di GHG	Ambiente	+	554.616	554.616	€ 638.160
Orto Fai da Noi	Totale assegnatari * 360 € (dato Istat: 60€ spesa media mensile) + costo attivazione	Direzione sviluppo	Ambiente	+	35.120	35.120	€ 35.120
EcoCompattatori Coripet	Totale bottiglie raccolte * 100 g CO <sub>2</sub> compensate	Direzione sviluppo	Ambiente	+	nd	nd	€ 15.996
<b>CAPITALE UMANO</b>							
Costo infortuni sul lavoro	Numero ore infortunio * 22€	Controllo gestione HR	Salute e sicurezza	-	526.680	526.240	€ 610.720
Euro condivisi	Valore incentivi erogati	Controllo gestione HR	Lavoro e conciliazione	+	9.201.406	7.404.769	€ 893.439
Investimenti sicurezza	Totale € investiti	Controllo gestione HR	Salute e sicurezza	+	619.364	1.547.034	€ 3.094.575
Investimenti formazione	Totale € investiti	Controllo gestione HR	Istruzione e formazione	+	2.432.083	1.511.630	€ 2.306.072
Ore di formazione Sostenibilità e comitati****	Numero ore * 22€	Direzione sviluppo	Istruzione e formazione	+	21.120	4.400	€ 77.633
Progetti sociali a supporto Collaboratori in difficoltà		Controllo gestione HR	Relazioni sociali	+	0	0	€ 0
AmicoEco	Totale scuole * 3 classi in media * 25€ + investimento CSR	Direzione sviluppo	Relazioni sociali	+	22.975	173.925	€ 267.425
<b>CAPITALE SOCIALE</b>							
Empori Fai da Noi	totale donazioni + prestiti * 20€ + valore cessione demarque	Direzione sviluppo	Relazioni sociali	+	272.822	187.088	€ 523.000
Bricolage del Cuore & Lessons for Good	Totale € investiti + 30% valore merce donata	CSR	Relazioni sociali	+	105.028	0	0
Ore volontariato	Numero ore * 22€	Direzione sviluppo	Relazioni sociali	+	163.328	10.780	10.579
Formazioni Cliente	Totale corsi * 2 ore * 22€	Direzione sviluppo	Istruzione e formazione	+	98.912	17.952	€ 0
Corsi Farò	Totale corsi * 2 ore * 22€	Direzione sviluppo	Istruzione e formazione	+	13.420	4.356	€ 0
Sponsorizzazioni	Totale € investiti	Bilancio	Relazioni sociali	+	1.684.313	952.128	
Liberalità e beneficenze	Totale € investiti	Bilancio LMI 2021	Relazioni sociali	+	73.923	102.220	€ 406.762
Comunicazione e diffusione concetto Sostenibilità	Investimento CSR	Direzione sviluppo	Istruzione e formazione	+	29.500	30.000	€ 30.000
Povertà energetica	Investimento CSR + 100€ di beneficio per i 100 kit donati	Direzione sviluppo	Istruzione e formazione	+	15.000	7.151	€ 0
Impatto sociale (R)GENERIAMO	Totale retribuzioni persone vulnerabili	Direzione sviluppo	Relazioni sociali	+	0	40.510	€ 123.000

# CAPITOLO 4

## INDICATORI GRI IV



Performance ambientale

Table with 11 columns: Indicator, Unit, 2019, 2020, 2021, Ref. SDGS 2030, Ref. GRI 3, Ref. GRI 4, Note. Rows include Energia (Consumo di elettricità totale, Produzione Energia Rinnovabile, etc.) and Acqua (Consumo Acqua, Perdite da circuiti di condizionamento R410a, etc.).

Performance ambientale

Table with 11 columns: Indicator, Unit, 2019, 2020, 2021, Ref. SDGS 2030, Ref. GRI 3, Ref. GRI 4, Note. Rows include Spostamento Clienti, Spostamento Personale, Commuting (casa-lavoro-casa) dipendenti, Home working, Gestione rifiuti, etc.



## Performance ambientale

INDICATORI	UNITÀ DI MISURA	2019	2020	2021	RIF. SDGS 2030	RIF. GRI 3	RIF. GRI 4	NOTE
Attivazione raccolta RAEE 1 contro 1	%	100%	100%	100%	13	N 22 - EN 26		Fonte: Negozi LMI
RAEE Shop Ecolight	nr	20	20	20	13	N 22 - EN 26		Fonte: Negozi LMI
RAEE raccolti con Ecoisole RAEE Ecolight	nr	13.932	9.368	12.469	13	N 22 - EN 26		Fonte: Ecolight
Utenti Ecoisole RAEE Ecolight	nr	nd	16	17	13	N 22 - EN 26		Fonte: Ecolight
Utenti RAEE "uno contro uno"	nr	702	655	692	13	N 22 - EN 26		Fonte: Ecolight
R1 "uno contro uno" (apparecchiature refrigeranti)	nr	61	24	36	13	N 22 - EN 26		Fonte: Ecolight
R2 "uno contro uno" (grandi bianchi)	nr	61	124	66	13	N 22 - EN 26		Fonte: Ecolight
R3 "uno contro uno" (TV e monitor)	nr	-	2	-	13	N 22 - EN 26		Fonte: Ecolight
R4 "uno contro uno" (altro)	nr	176	38	252	13	N 22 - EN 26		Fonte: Ecolight
R5 "uno contro uno" (fonti luminose)	nr	404	467	338	13	N 22 - EN 26		Fonte: Ecolight
<b>Coripet</b>								
Utenti	nr	nd	nd	61.347	13	EN22	EN23	Fonte: Coripet
Conferimenti	nr	nd	nd	1.999.524	13	EN22	EN23	Fonte: Coripet
<b>Consumo materiale</b>								
Consumo carta totale	t	3.460	779,48	912,62	12	EN1	EN1	Fonte: fornitore consumabili uso ufficio
di cui consumo carta per ufficio	t	179	167	157	12	EN1	EN1	Fonte: fornitore consumabili uso ufficio
di cui consumo carta per comunicazioni pubblicitarie	t	3.217	587	706	12	EN1	EN1	Fonte: fornitore consumabili uso ufficio
Consumo carta per scontrini	t	64	26	49	12	EN1	EN1	Fonte: fornitore consumabili uso ufficio
Consumo toner e materiale informatico consumabile da fornitore centralizzato	kg	nd	nd	99	12	EN1	EN1	Fonte: fornitore consumabili uso ufficio
Consumabili film logistica	t	31,38	115,00	219	12	EN1	EN1	Fonte: fornitore consumabili uso ufficio
Peso abbigliamento lavoro	t	nd	nd	11838	12	EN1	EN1	Fonte: fornitore consumabili uso ufficio
<b>Biodiversità</b>								
Numero Negozi adiacenti ad aree protette	nr	9	9	9	15	EN11	EN11	Fonte: Ufficio Sviluppo e Patrimonio LMI
Negozi costruiti su aree precedentemente edificate	%	12,2%	12,2%	12,2%	15	EN11	EN11	Fonte: Ufficio Sviluppo e Patrimonio LMI
<b>Investimenti</b>								
Numero sistemi Pannelli Fotovoltaici Installati	nr	18	19	21	7	EN6	EN6	Fonte: Ufficio Tecnico LMI
Numero Solare Termici per produzione acqua calda	nr	3	3	3	7	EN6	EN6	Fonte: Ufficio Tecnico LMI
Lampadine a Risparmio Energetico	%	100%	100%	100%	7	EN5	EN5	Fonte: Ufficio Tecnico LMI
Insegna con lampadine LED	%	92%	100%	92%	7	EN5	EN5	Fonte: Ufficio Tecnico LMI
Reparti illuminazione con luci led	%	100%	100%	100%	7	EN5	EN5	Fonte: Ufficio Tecnico LMI
Sensori di Presenza negli uffici/toilette	%	80%	80%	100%	7	EN5	EN5	Fonte: Ufficio Tecnico LMI
Installazione colonnine elettriche	nr	nd	18	30	7	EN5	EN5	Fonte: Ufficio Tecnico LMI
<b>Prodotti e Servizi</b>								
Numero referenze attive	nr	120000	120000	148.000	12	PR1	PR1	Fonte: CA LMI
Numero medio teorico referenze PV	nr	40.000	40.000	59.000	12	PR1	PR1	Fonte: CA LMI
Numero prodotti con certificazione ecologica (PEFC™, FSC™)	nr	10.000	10.000	14.863	12	PR1	PR1	Fonte: CA LMI
Percentuale prodotti con certificazione ecologica (FSC™, PEFC™) su prodotti in legno o in base legno.	%	65%	65%	80%	12	PR1	PR1	Fonte: CA LMI
Stima CO <sub>2</sub> risparmiata da vendita di prodotti per risparmio elettrico - idrico - termico	t	9.929	14.274	7.977				
<b>Sanzioni</b>								
Valore monetario delle multe e numero sanzioni non monetarie per mancato rispetto di regolamenti e leggi ambientali	nr	0	0	0	13	EN2858	EN29	Fonte: Ufficio Legale LMI

## Performance economica

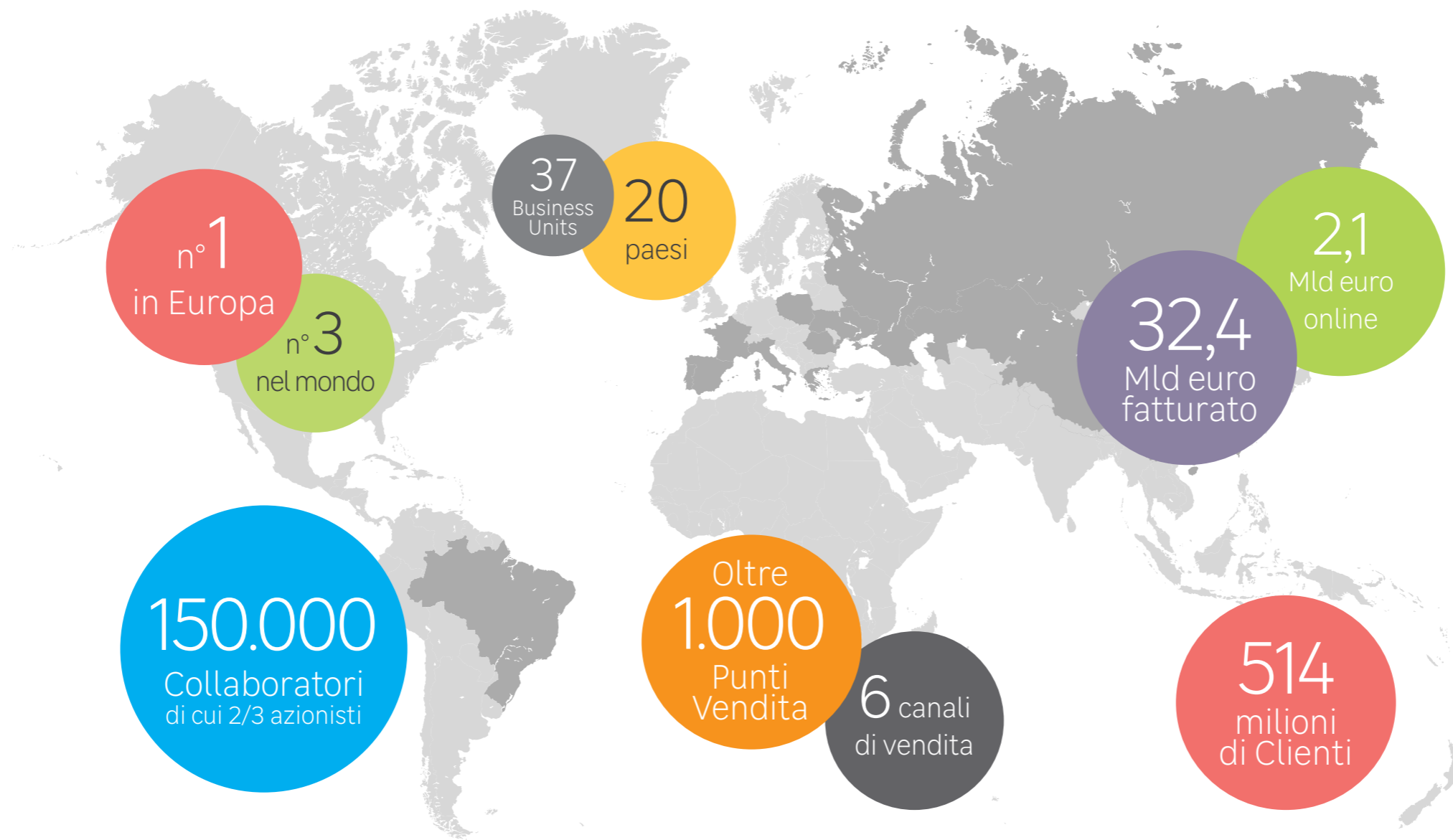
INDICATORI	UNITÀ DI MISURA	2019	2020	2021	RIF. SDGS 2030	RIF. GRI 3	RIF. GRI 4	NOTE
Numero Negozi	nr	49	49	50				
Numero Depositi	nr	3	3	2				114,687
Numero joint venture - controllate - attività di outsourcing	nr	0	0	3				
<b>Valore economico direttamente generato e distribuito</b>								
Valore economico generato	€	1.537.481.441,00 €	€ 1.456.469.008,00	€ 1.671.450.773,00	8	EC1	EC1	Fonte: Bilancio d'esercizio 2021 LMI
Ricavi	€	1.537.571.257,00 €	€ 1.456.216.191,00	€ 1.671.222.272,00	8	EC1	EC1	Fonte: Bilancio d'esercizio 2021 LMI
Proventi finanziari	€	89.816,00 €	€ 252.817,00	€ 228.501,00	8	EC1	EC1	Fonte: Bilancio d'esercizio 2021 LMI
Valore economico distribuito	€	1.457.571.139,00 €	-€ 1.365.970.993,00	-€ 1.566.586.079,00	8	EC1	EC1	Fonte: Bilancio d'esercizio 2021 LMI
Costi operativi	€	1.149.805.927,00 €	-€ 1.107.430.906,00	-€ 1.258.735.601,00	8	EC1	EC1	Fonte: Bilancio d'esercizio 2021 LMI
Remunerazione dei Collaboratori	€	264.429.172,00 €	-€ 250.279.180,00	-€ 286.110.525,00	8	EC1	EC1	Fonte: Bilancio d'esercizio 2021 LMI
Remunerazione dei finanziatori e degli azionisti	€	784.767,00 €	-€ 424.514,00	-€ 328.885,00	8	EC1	EC1	Fonte: Bilancio d'esercizio 2021 LMI
Imposte	€	20.927.332,00 €	-€ 7.836.393,00	-€ 21.411.068,00	8	EC1	EC1	Fonte: Bilancio d'esercizio 2021 LMI
Liberalità	€	315.969,00 €	-€ 244.264,00	-€ 406.762,00	8	EC1	EC1	Fonte: Bilancio d'esercizio 2021 LMI
Valore economico trattenuto	€	64.300.761,00 €	-€ 62.891.878,00	-€ 66.591.298,00	8	EC1	EC1	Fonte: Bilancio d'esercizio 2021 LMI
Ammortamenti e svalutazione	€	58.500.892,00 €	-€ 54.195.885,00	-€ 51.449.041,00	8	EC1	EC1	Fonte: Bilancio d'esercizio 2021 LMI
Accantonamenti e riserve	€	5.799.869,00 €	-€ 8.695.993,00	-€ 15.142.257,00	8	EC1	EC1	Fonte: Bilancio d'esercizio 2021 LMI
<b>Copertura degli obblighi pensionistici</b>								
Esistenza di un Fondo Pensione Aziendale	ok/no	no	no	no	8	EC3	EC3	Fonte: Amministrazione del Personale LMI
Autonomia di gestione del Fondo Pensione Aziendale	ok/no	no	no	no	8	EC3	EC3	Fonte: Amministrazione del Personale LMI
Percentuale di stipendio versata dal Collaboratore	%	0%	0%	0%	8	EC3	EC3	Fonte: Amministrazione del Personale LMI
Livello di partecipazione al Fondo Pensione Aziendale	%	0%	0%	0%	8	EC3	EC3	Fonte: Amministrazione del Personale LMI
<b>Finanziamenti significativi ricevuti dalla Pubblica Amministrazione</b>								
Finanziamenti significativi ricevuti dalla Pubblica Amministrazione	€	0	0	0	17	EC4	EC4	Fonte: Amministrazione LMI
<b>Fornitori</b>								
Numero Fornitori	nr	865	830	822	8	EC6	EC6	Fonte: CdG Acquisti LMI
Provenienza Estero	% su totale	21%	20%	21,05%	8	EC6	EC6	Fonte: CdG Acquisti LMI
Provenienza Italia	% su totale	79%	80%	78,95%	8	EC6	EC6	Fonte: CdG Acquisti LMI
Numero Fornitori locali per Servizio Posa censiti	nr	898	905	989	8	EC6	EC6	Fonte: Marketing - Servizio Posa LMI
Numero personale esterno operante presso i Depositi	nr	320	505	512	8	EC6	EC6	Fonte: Supply Chain LMI
Numero Fornitori servizi censiti	nr	154	154	154	8	EC6	EC6	Fonte: Ufficio tecnico LMI
Numero audit sociali e ambientali effettuati	nr	12	21	33	8	EC6	EC6	Fonte: CdG Acquisti LMI
<b>Clienti e prodotto</b>								
Numero Clienti annuo	nr	29.893.613	26.248.338	29.186.101	9	EC1	EC1	Fonte: CdG LMI
Numero dei controlli qualità prodotto realizzati (interni - esterni - autorità)	nr	53	100	78	12	EC1	EC1	Fonte: Servizio Qualità LMI
Numero totale incidenti per mancata conformità prodotti	nr	25	14	17	12	EC1	EC1	Fonte: Ufficio Legale LMI



CAPITOLO 5  
NOI SIAMO  
LEROY MERLIN  
ITALIA



## 5.1 Groupe ADEO







Leroy Merlin è un'Azienda del gruppo ADEO, leader europeo nel mercato del bricolage e del "fai da te" posizionato al terzo posto nel mondo.

Il gruppo conta più di 150.000 Collaboratori, di cui 2/3 azionisti, 37 B.U. presenti in 20 paesi con oltre 1.000 Punti Vendita fisici e 6 canali di vendita attivi. Nel 2021 tutto ciò ha prodotto un fatturato lordo di 32,4 Mld di euro con più di 500 Milioni di Clienti serviti. ADEO rappresenta l'unione delle forze, delle idee, delle risorse, dell'impegno.

Tutte le imprese si riconoscono nei propri valori umani, nelle proprie competenze e nella condivisione delle esperienze. Aiutiamo gli abitanti di tutto il mondo a dare vita ai loro progetti. Offriamo soluzioni utili e positive per ogni esigenza di miglioramento della casa, dalle riparazioni e ristrutturazioni agli utensili da cucina e alla decorazione della casa. Offriamo anche soluzioni per professionisti del miglioramento della casa.

Per fornire soluzioni adeguate alle esigenze di ogni Cliente, ADEO si articola in **3 settori di attività** diversi e complementari nell'universo "casa".


## Privati

 LEROY MERLIN	 WELDOM	 BRICO CENTER	 AKI
 KBANE	 QUOTATIS	 TIKAMOON	 LIGHTONLINE

## Insegne di decorazione

 ZÔDIO	 ALICE DELICE	 DECOCLICO
--	---	--

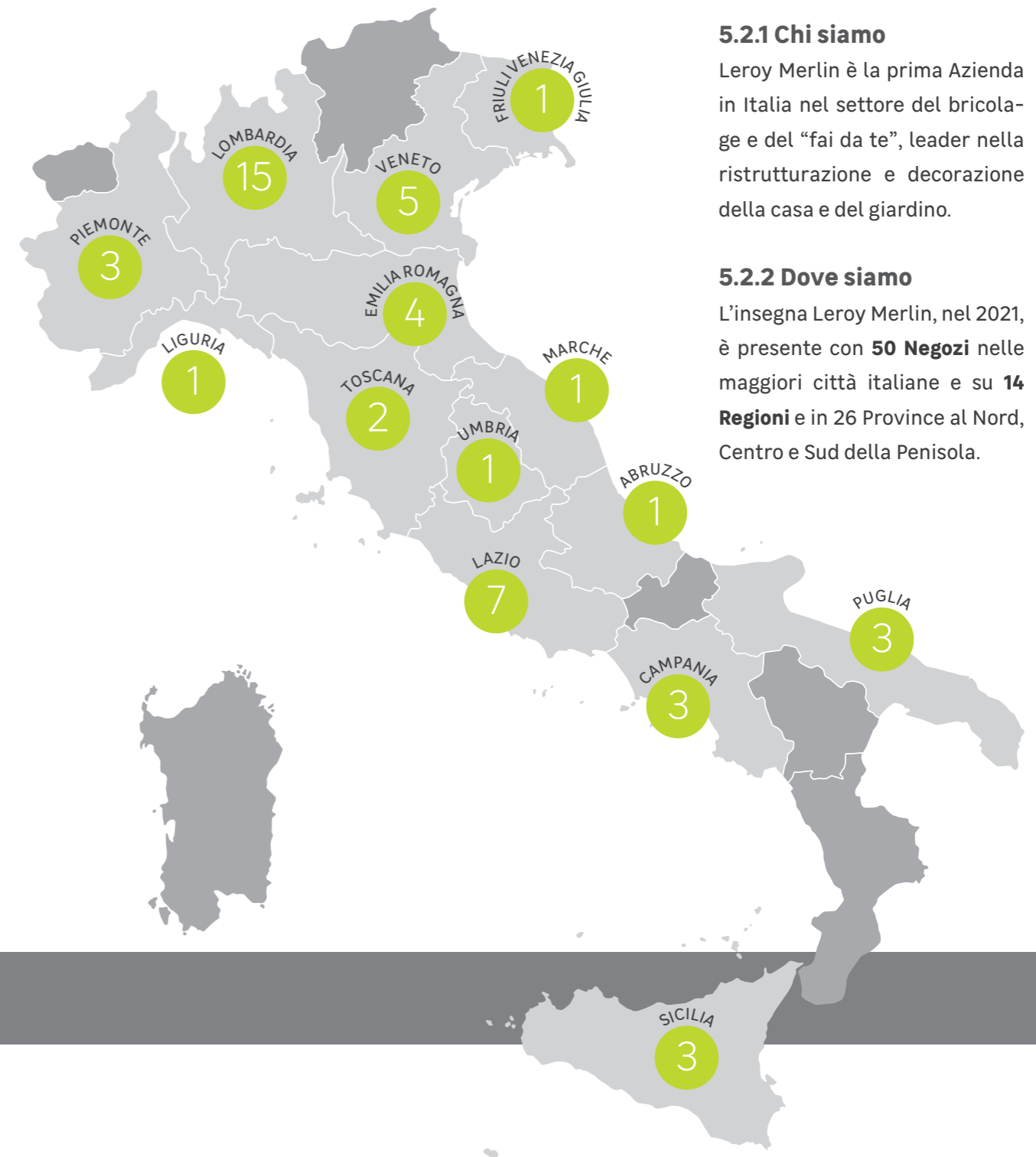
## Professionisti

 TECNOMAT	 DOMPRO
---	---

## Insegne ADEO in Italia

 LEROY MERLIN	 BRICO CENTER	 TECNOMAT
---	---	--

## 5.2 Leroy Merlin Italia



### 5.2.1 Chi siamo

Leroy Merlin è la prima Azienda in Italia nel settore del bricolage e del "fai da te", leader nella ristrutturazione e decorazione della casa e del giardino.

### 5.2.2 Dove siamo

L'insegna Leroy Merlin, nel 2021, è presente con **50 Negozi** nelle maggiori città italiane e su **14 Regioni** e in 26 Province al Nord, Centro e Sud della Penisola.

### 5.2.3 Cosa offriamo

I Punti Vendita Leroy Merlin si compongono di **5 grandi mondi**. Oltre all'offerta commerciale è presente una **gamma di servizi**.

Il **Cliente** è al centro delle attività di Negozio e i nostri servizi rispecchiano questa filosofia: dalla possibilità di restituire la merce alla realizzazione di qualsiasi tonalità colore, dal servizio posa sino a un'offerta di corsi Clienti, dalle consegne domicilio e "clicca e ritira" alle diverse possibilità di pagamento, e agevolazioni fiscali dai prodotti su misura (tende, chiavi, taglio legno e vetro) alla distribuzione gratuita di schede "fai da te".

È inoltre presente un **Servizio Clienti: attivo 7 giorni su 7, via FAQ, email e telefono**.



## 7 tipologie di servizi

- Ristrutturazione e installazione
- Assistenza agli acquisti
- Configuratori
- Agevolazioni fiscali
- Noleggio
- Servizi su misura in Negozio
- Corsi in Negozio e tutorial

### Il nostro social business

Vendiamo i nostri prodotti alle Organizzazioni del terzo settore che si occupano di accoglienza, cittadinanza attiva e inclusione sociale, rinunciando al nostro margine di profitto.

### Partner B2B

Un'offerta in termini di prezzo/qualità, disponibilità e consegna al fianco di chi, per mestiere, costruisce o ristruttura.

### 5.2.4 Come siamo

I valori di Groupe ADEO sono i valori e “l’essere Azienda” di Leroy Merlin Italia: **la persona è al centro** dell’attività di Leroy Merlin, ed è solo con la persona che si sono costruiti i successi passati e presenti e si costruiranno quelli futuri. Il rispetto e la valorizzazione della persona si basa sulla **condivisione e l’applicazione di 7 valori**.



### 5.2.5 Il nostro Progetto d’Impresa

Il Progetto d’Impresa Leroy Merlin Italia raggruppa tutta l’Azienda attorno al Cliente attraverso il lavoro di **Squadra, la professionalità e la performance**.

Alla base del Progetto d’Impresa c’è il sentimento di un’Azienda costruita sulle persone, per le persone, attorno alle persone: il Collaboratore, il Collega, il Cliente. La performance è un aspetto fondamentale della vita di Leroy Merlin: tutti i Collaboratori agiscono come imprenditori che si prefiggono delle sfide per migliorarsi continuamente e raggiungono così risultati significativi e durevoli nel tempo.



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

#### Sfida

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

#### Crescita

è il continuare a crescere e a progredire nei reparti, in Negozio e in tutta l’Azienda, in Italia e in tutto il Mondo.

#### Risultati

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

Nella **Squadra** ognuno è chiamato a essere responsabile del proprio mestiere e a evolvere personalmente e professionalmente con gli altri. La **responsabilità**, il **rispetto dell’altro** e lo **sviluppo personale** sono i pilastri sui quali si basa il lavoro di Squadra:

#### Responsabilità

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

#### Rispetto dell’altro

è la prima condizione per lo sviluppo personale e di tutti i Collaboratori.

#### Sviluppo personale

Leroy Merlin è un’Azienda dove è possibile evolvere sia sotto l’aspetto Personale sia professionale. Lo sviluppo personale è alla base della crescita della Squadra, del Negozio e dell’Azienda.

La **professionalità** si concretizza nella “passione” per il Cliente che viene accolto, ascoltato e consigliato per acquistare il prodotto più adatto al suo bisogno.

La professionalità dei Collaboratori si completa con la conoscenza dei prodotti, la completezza del Negozio e la dinamicità del commercio. L'**accoglienza Cliente**, la **competenza prodotti** e il **dinamismo commerciale** sono i pilastri sui quali si basa la professionalità:

#### Accoglienza Cliente

È il dimostrare considerazione, ascolto, disponibilità nei confronti dei nostri Clienti che accogliamo in un Negozio pieno, pulito e attraente.

#### Competenza prodotti

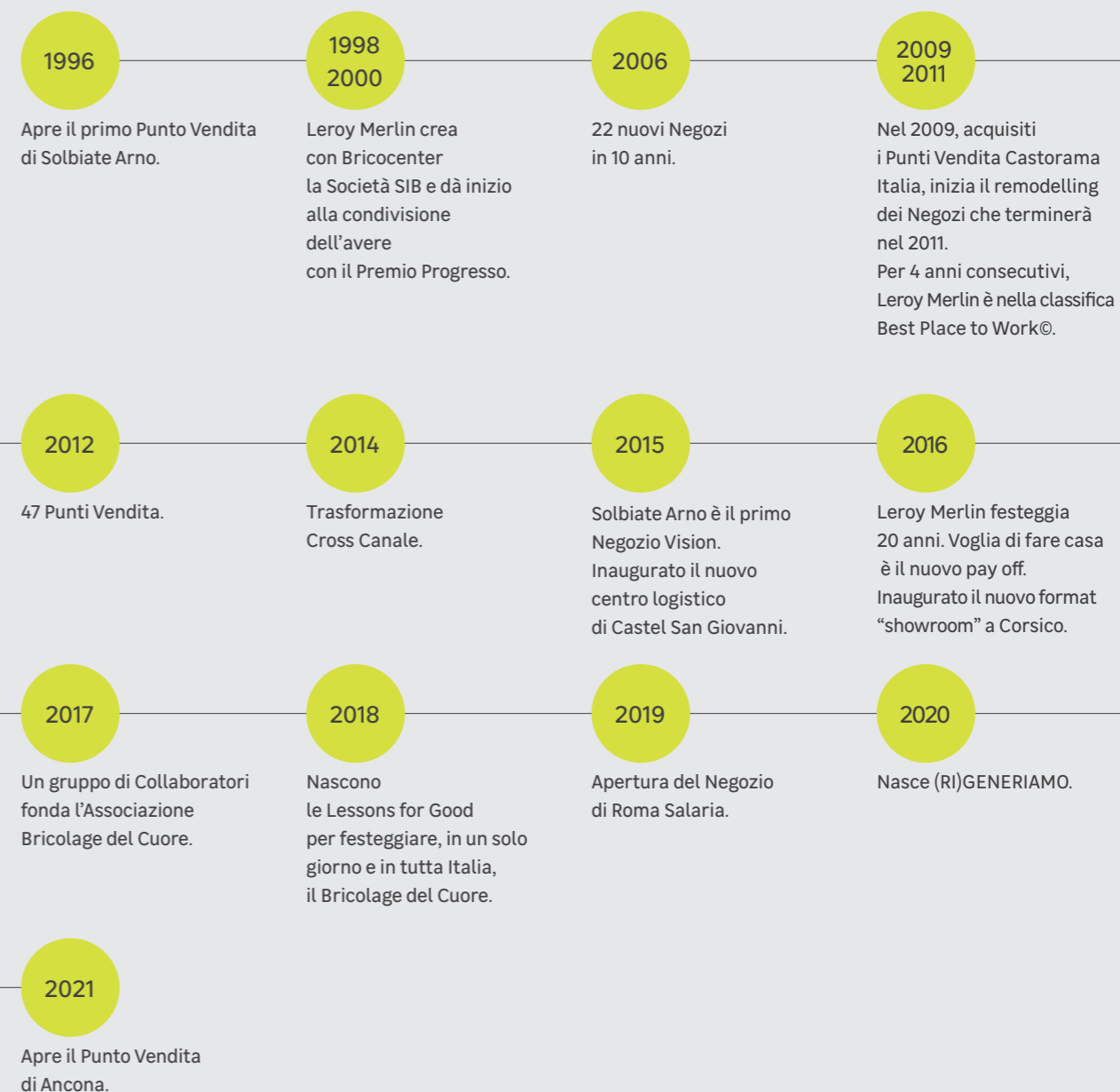
È la conoscenza dei prodotti presenti a banco, del reparto, del settore, dei benefici d'uso e delle modalità di messa in opera.

#### Dinamismo commerciale

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

## 5.2.6 Cosa abbiamo fatto

### In Italia





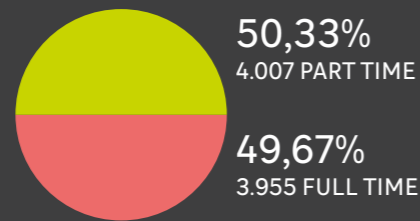
5.2.7 La nostra fotografia

# I nostri Collaboratori

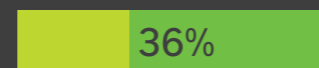
TOTALE COLLABORATORI



7.962



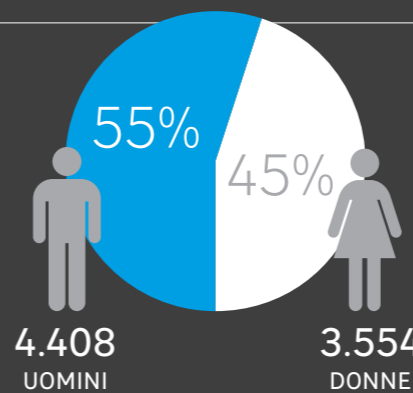
81% → 6.455 COLLABORATORI CON CONTRATTO A TEMPO INDETERMINATO



2.894 COLLABORATORI DI ETÀ INFERIORE A 35 ANNI



327 COLLABORATORI DIVERSAMENTE ABILI



37% DONNE COMITATO DIREZIONE NEGOZIO

8% DONNE DIRIGENTI

2021

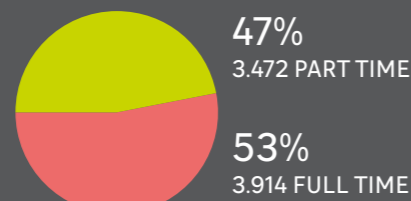


78 NAZIONALITÀ RAPPRESENTATE

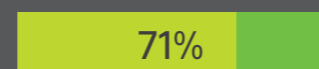
TOTALE COLLABORATORI



7.385



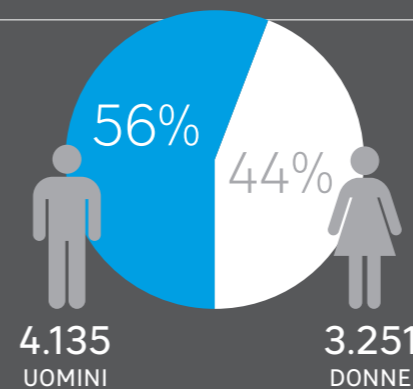
86% → 6.340 COLLABORATORI CON CONTRATTO A TEMPO INDETERMINATO



5.233 COLLABORATORI DI ETÀ INFERIORE A 35 ANNI



330 COLLABORATORI DIVERSAMENTE ABILI



37% DONNE COMITATO DIREZIONE NEGOZIO

10% DONNE DIRIGENTI

2020

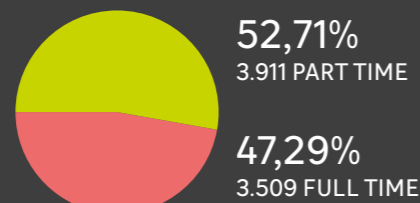


74 NAZIONALITÀ RAPPRESENTATE

TOTALE COLLABORATORI



7.420



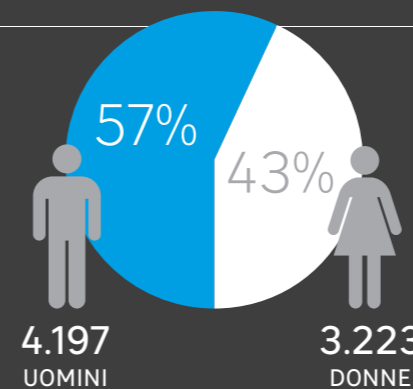
85% → 6.294 COLLABORATORI CON CONTRATTO A TEMPO INDETERMINATO



5.535 COLLABORATORI DI ETÀ INFERIORE A 35 ANNI



310 COLLABORATORI DIVERSAMENTE ABILI



35% DONNE COMITATO DIREZIONE NEGOZIO

10% DONNE DIRIGENTI

2019



50 NAZIONALITÀ RAPPRESENTATE

## 5.2.8 Organizzazione e governance

L'Amministrazione di Leroy Merlin Italia è affidata a un Consiglio di Amministrazione, nominato dal Socio, attualmente composto da quattro membri, di cui uno con la carica di Presidente.

Il Consiglio esercita tutti i poteri di ordinaria e straordinaria Amministrazione fatti salvi i poteri che per legge o per statuto competono all'Assemblea (approvazione Bilancio, nomina Collegio Sindacale, modifiche statuto e oggetto sociale).

Alcuni dei poteri del Consiglio sono da questi delegati a un suo membro (Amministratore Delegato). Attualmente il CDA è così composto: un Presidente Alessandro Di Giovanni, un Amministratore Delegato Olivier Christophe Paul Jonvel\*, due Consiglieri Simona Stefania Annamaria Sanci e Michele Cuoccio.

Quale organo di controllo preposto a vigilare l'operato della società sull'osservanza della legge e dello statuto, sul rispetto dei principi di corretta amministrazione e sull'adeguatezza dell'assetto organizzativo, amministrativo e contabile-civilistico adottato dalla società, è nominato dall'Assemblea il Collegio Sindacale. Il Collegio Sindacale è composto da tre membri che rimangono in carica per tre esercizi. Attualmente il Collegio è così composto: un Presidente, Rag. Andrea Gargiulo, due membri effettivi, dr.ssa Daniela Ortelli e dr.ssa Gilda Fugazza.

La struttura organizzativa di Leroy Merlin Italia è articolata su ruoli istituzionali e operativi propri del settore della grande distribuzione, settore che comporta un coordinamento operativo continuo e l'assunzione di decisioni quotidiane che presuppongono catene di comando corte e flessibili.

Al fine di condividere le scelte di indirizzo della gestione operativa, per meglio perseguire gli scopi della Società, nella Sede centrale, dove prestano la propria attività i cosiddetti Servizi Interni, opera un Comitato di Direzione composto da: Amministratore Delegato, Direttore Sviluppo Immobiliare, Offer Leader, Direttore Marketing, 6 Direttori Regionali, Direttore Risorse Umane, Supply Chain Leader, Finance Leader, Digital Data Innovation Leader, Direttore Controllo Gestione, Leader vendita. Nell'assetto organizzativo della società ogni Punto Vendita è un nucleo aziendale autonomo che, nell'ambito degli indirizzi generali della strategia d'impresa, si presenta ed opera come una vera e propria Azienda, che replica al suo interno il modello organizzativo della Società, con proprie funzioni di staff e autonomia tecnico funzionale e finanziaria, finalizzata in via immediata e diretta allo svolgimento ed all'attuazione dell'attività di impresa.

Ogni Negozio è diretto da un Direttore di Negozio (Store Leader) che ha il compito e tutte le conseguenti attribuzioni, di gestire qualsiasi aspetto dell'attività del Negozio diretto.

Lo Store Leader è infatti l'Imprenditore del suo Negozio e, in tale sua veste, è motore e garante della soddisfazione del Cliente ed è altresì motore e garante della soddisfazione e dello sviluppo del Collaboratore; applica con senso ed efficacia le politiche sociali aziendali; pratica e favorisce un management responsabilizzante al fine di raggiungere un alto livello di crescita umana.

\*Dall'11 aprile 2022 Giannalberto Cancemi ricopre la carica di Amministratore Delegato



Lo Store Leader è, quindi, attore della crescita dell'Azienda, è motore e garante di performance durevoli, sviluppa il suo Negozio, crea e sviluppa una rete di relazioni radicata nel territorio, ricopre progressivamente missioni trasversali di rilievo regionale e nazionale. Allo Store Leader sono attribuiti, con procura, tutti i poteri per una gestione autonoma del Punto Vendita. Lo Store Leader possiede i requisiti per essere individuato dal Consiglio di Amministrazione come "Datore di Lavoro" ai fini e per gli effetti della normativa antinfortunistica. In qualità di Datore di Lavoro lo Store Leader si impegna a far rispettare le politiche sociali, la sicurezza e l'animazione di tutti gli aspetti legati alla comunicazione, allo Sviluppo Sostenibile, alla politica prezzo e alla dinamica commerciale. Ogni Punto Vendita è un nucleo aziendale autonomo in cui lo Store Leader è una sorta di Amministratore Delegato locale che gestisce in autonomia le relazioni con i Clienti, i Collaboratori e il Territorio.

### 5.2.8.1 Modello organizzativo

Il 3 dicembre 2009 il CDA ha approvato, ai sensi del Decreto Legislativo 8 giugno 2001 n. 231, il Modello di organizzazione, gestione e controllo, più volte aggiornato poi dal CDA stesso.

Il Modello Organizzativo, di cui fa parte integrante il Codice Etico, individua le aree a rischio, in funzione delle fattispecie di reato di cui al decreto legislativo 231/01 e, conseguentemente, prevede principi di condotta generali e specifici, qualora richiesti, in considerazione delle particolari aree di rischio, atti a prevenire la realizzazione dei reati. Il CDA, in data 30 agosto 2021, ha nominato l'attuale Organismo di Vigilanza che è in particolare chiamato a vigilare sull'osservanza del Modello, la sua efficacia ed effettiva attuazione, nonché il suo aggiornamento in relazione a mutamenti della struttura e organizzazione aziendale o del quadro normativo di riferimento.

Ai fini dell'applicazione del Codice Etico, Leroy Merlin si è inoltre dotata di un apposito organismo, il Comitato Etico, con il compito di diffondere il Codice Etico, i principi e le norme di comportamento in esso contenuti, curare la sua attuazione, valutare la conformità della condotta aziendale ai principi del Codice Etico. Il Comitato Etico è stato nominato dal CdA in data 30 agosto 2021.



### 5.3. Il nostro Sviluppo Sostenibile

<p><b>2008</b></p> <p><b>INTEGRAZIONE</b> 1° "Green Day" nazionale, nascita "Green Group".</p>	<p><b>2009</b></p> <p><b>APPROPRIAZIONE</b> Progetto UNO, 100% lampadine a risparmio energetico.</p>	<p><b>2010</b></p> <p><b>PROGETTAZIONE</b> Ecocollection, avvio Vision Sostenibilità.</p>	<p><b>2011</b></p> <p><b>CONCRETIZZAZIONE</b> Manifesto Vision Sostenibilità, Green week nazionale.</p>
<p><b>2012</b></p> <p><b>PARTECIPAZIONE</b> Avvio progetto Eco-gestione rifiuti, arrivano le "Riscatole".</p>	<p><b>2013</b></p> <p><b>COMUNICAZIONE</b> Bricolage del Cuore, accordi con il Ministero dell'Ambiente, compensazione emissioni SC, primo inventario gas GHG, progetto "scuola".</p>	<p><b>2014</b></p> <p><b>CONDIVISIONE</b> Progetto AmicoEco, accordo con il Ministero dell'Ambiente, certificazione inventario GHG, 55 progetti Bricolage del Cuore.</p>	<p><b>2015</b></p> <p><b>INNOVAZIONE</b> "La casa ideale" e il business sociale, Ferriere: progetto di compensazione Supply Chain, "Diritti per la nostra strada", 53 progetti Bricolage del Cuore.</p>
<p><b>2016</b></p> <p><b>SEMPLIFICAZIONE</b> Nasce CSR.leroymerlin.it, i primi 6 Empori Fai da Noi, Cantieri Fai da Noi, Bricolage del Cuore, 4 Agorà dell'Abitare.</p>	<p><b>2017</b></p> <p><b>VALORIZZAZIONE</b> Nascita ed elaborazione BES.</p>	<p><b>2018</b></p> <p><b>(RI)GENERAZIONE</b> Nuova strategia incentrata sui concetti di generatività ed Economia Civile.</p>	<p><b>2019</b></p> <p><b>ACCELERAZIONE</b> Individuazione di tre pilastri di sviluppo su piano triennale per essere utile, innovare e raggiungere gli obiettivi prefissati.</p>
<p><b>2020</b></p> <p><b>INCLUSIONE</b> Nasce (RI)GENERIAMO e partono i primi progetti.</p>	<p><b>2021</b></p> <p><b>MISURAZIONE</b> Nasce il Leroy Merlin Positive Index.</p>		

#### 5.2.8.2 Conformità al code de commerce francese

La Responsabilità Sociale delle imprese ha fatto emergere un nuovo modello di gestione più attento alle persone, maggiormente coinvolto nella prevenzione ambientale e più responsabile nella gestione dell'Azienda. La salvaguardia delle risorse naturali e del Capitale Umano sono un'alternativa credibile nella strategia di crescita dell'Impresa. Per accelerare questo processo, dal 2013 tutte le imprese francesi con più di 500 dipendenti hanno l'obbligo di pubblicare i dati relativi ai tre pilastri: ambientale, sociale ed economico in un documento denominato "Reporting RSE". Il quadro legale, ad oggi, è quello dell'articolo L225-201-1 "code de commerce" che ha trasporto in legge nazionale la direttiva dell'Unione Europea sulla dichiarazione non finanziaria 2014/95/UE. Il legislatore ha previsto inoltre la verifica dell'affidabilità delle informazioni da parte di terzi. Le informazioni ADEO e Leroy Merlin Italia, oggetto di verifica, sono convalidate annualmente da Mazars nel mese di marzo. Nel gennaio del 2022 i dati relativi al 2021 sono stati sottoposti a processo di audit da parte di Mazars. Sono stati controllati i dati riguardanti le aree della logistica, dei consumi di risorse naturali, dei rifiuti e delle risorse umane. L'audit si è concluso a febbraio con esito positivo per tutte le aree interessate.



### 5.3.1 La nostra storia

## 2008

Leroy Merlin Italia inizia il proprio impegno nello Sviluppo Sostenibile nel 2008, e già nel 2009 tutti i Collaboratori, nella lettera d'orientamento, sono stati invitati a riflettere sulle responsabilità individuali e collettive nel diffondere e promuovere nelle proprie Comunità abitudini di "consumo" responsabili.

La nostra è una storia breve ma con un tema conduttore: l'azione.

La nostra volontà infatti, sin dall'inizio, è stata quella del "fare", di creare azioni concrete e condivise con i nostri stakeholder.

Sin dall'inizio i gruppi di Negozio, composti da Collaboratori particolarmente sensibili a tali tematiche, sono stati il motore trainante della strategia della Sostenibilità.

La missione di tali gruppi è ancora oggi quella di stimolare e accompagnare il cambiamento culturale dell'Azienda verso lo Sviluppo Sostenibile, coinvolgendo le persone in Negozio e sul Territorio in un percorso condiviso di apprezzazione e di azione.

## 2012

Dopo una serie di esperienze positive nate dai gruppi, una sempre più crescente manifestazione di interesse alla Sostenibilità di tutta l'Azienda, e l'impulso dato dal progetto "Vision 2020", si è dato avvio al "cantiere Sostenibilità".

Il risultato del lavoro si è concretizzato nella creazione e diffusione ad inizio 2012 del manifesto verde di Leroy Merlin.

## 2013

Poiché tale documento deve vivere ed evolvere con la crescita, i mutamenti e la maturazione dell'Azienda, nell'autunno 2013 abbiamo iniziato un percorso che ci ha portato a redigere una nuova versione, aggiornata ai nuovi sviluppi e alle nuove sfide: la responsabilità del Fare.

In questa fase sono due le parole chiave del nostro percorso: Fare e Comunità. Il tutto proiettato nella concretizzazione della Vision aziendale: Ogni persona ha diritto alla propria Casa Ideale.

## 2016

Nasce il sito CSR.leroymerlin.it con 102.500 visitatori: un Bilancio partecipato online. Sono inaugurati i primi 5 Empori Fai da Noi e realizzati 6 Cantieri Fai da Noi, 45 Bricolage del Cuore, 4 Agorà dell'Abitare.

## 2017

Viene lanciata la metodologia di valutazione dei benefici prodotti dall'Azienda e il calcolo del BES. Gli Empori Fai da Noi arrivano ad essere 16, con 330 prestiti di merce, 600 donazioni e 1300 beneficiari. Il 4 ottobre 2017 viene fondata l'Associazione Bricolage del Cuore.

## 2018

Vengono inaugurate le Lessons for Good, una vera e propria maratona di volontariato, grazie alle quali il 15 dicembre abbiamo realizzato 50 progetti, coinvolgendo 500 volontari, e coniugando l'insegnamento del "fai da te" all'aiuto diretto a persone in difficoltà.



## 2019

A seguito dell'incontro internazionale "It's time" Leroy Merlin Italia ha individuato tre azioni prioritarie per essere utile, innovare e accelerare:

- Certificazione BCorp per rendere "durabili" le azioni di Sviluppo Sostenibile;
- Integrazione degli Indicatori di Sostenibilità all'interno del sistema di condivisione dell'avere per premiare le azioni dei Collaboratori;
- Creazione dell'Impresa Benefit (RI)GENERIAMO per concretizzare la nostra Vision.

(RI)GENERIAMO nasce nel giugno 2020; mentre per la certificazione BCorp l'approfondimento degli Indicatori di Sostenibilità all'interno del sistema di condivisione è stato posticipato all'inizio del 2021 causa emergenza sanitaria.

## 2020

Nasce (RI)GENERIAMO e tutti i Collaboratori Leroy Merlin sono coinvolti dal progetto "USEFUL", il cui obiettivo è di garantire la generazione di valore socialmente orientato. In questo senso, ci sentiamo responsabili verso territori e stakeholder, interni o esterni. Ma ciò che ci permette di andare oltre a questo è il concetto di Negozio Piattaforma, che intendiamo come una moderna piazza capace di attivare, con il supporto dei cittadini, processi generativi sul territorio che coinvolgono l'intera Comunità. Così Leroy Merlin non si limita a elargire semplici donazioni ma attiva veri e propri processi di dono che implicano, secondo il valore più nobile del termine, investimenti nelle relazioni. Tutto questo è esemplificato dalla "Generatività", un modo nuovo di pensare e agire.

Essere generativi per noi significa creare le condizioni perché la Comunità generi qualcosa di nuovo e se ne prenda cura, per farlo fiorire quanto più possibile. Per questo, il nostro modello è inclusivo e legato al territorio.

Nel 2019 Leroy Merlin Italia è entrata a far parte dell'"Alleanza per la generatività sociale": Network di Organizzazioni, grandi e piccole, che raccoglie, condivide, amplifica e dissemina le energie generative sul territorio nazionale [www.generativita.it](http://www.generativita.it).



## 2021

Il 2021 è un anno all'insegna della concretezza. Viene dato il via alla collaborazione con la piattaforma Regusto, un Marketplace della Sostenibilità dove si incontrano le necessità degli enti del terzo settore e i prodotti che possono essere donati da Leroy Merlin. In questo modo si dà una seconda vita a prodotti ancora idonei ad essere utilizzati ma che verrebbero altrimenti gettati per cambi di gamma o piccoli difetti estetici.

Questo piccolo grande gesto fa bene alle Comunità, all'Ambiente e all'economia in un'ottica di generazione di valore verso i diversi assi della Sostenibilità.

Viene poi avviato il percorso de "I Formidabili", che vede protagonisti l'Impresa Benefit (RI)GENERIAMO e la cooperativa AbileJob in un progetto di inclusione lavorativa di persone con disabilità mentale nei Punti Vendita Leroy Merlin. Ad oggi vi sono stati 28 inserimenti in e 6 di questi sono stati già rinnovati con contratto a tempo determinato dopo il periodo di stage.

Con l'iniziativa "L'Energia del bosco", realizzata al fianco di (RI)GENERIAMO, Leroy Merlin si impegna a ridurre ulteriormente il proprio impatto ambientale.

L'obiettivo è ambizioso: promuovere un nuovo modello nell'ambito delle politiche volontarie di neutralizzazione delle emissioni nocive delle aziende in Italia.

"L'Energia del bosco" infatti è il primo progetto in Italia a introdurre un accordo decennale dove la gestione forestale è finalizzata non solo a produrre legname ma anche a sviluppare servizi ecosistemici forestali che hanno come obiettivo la riduzione

delle emissioni di CO<sub>2</sub> e incrementare la biodiversità. L'iniziativa, realizzata in collaborazione PEFC™ Italia, vede Leroy Merlin e (RI)GENERIAMO impegnate in attività legate alla neutralizzazione di CO<sub>2</sub> emessa nei propri Negozi attraverso attività forestali in alcuni boschi italiani, a partire da quelli del Monte Tovo e del Vallone d'Otro in Valsesia (Piemonte).



Infine, nell'ottobre 2021, è cominciata la fase pilota del progetto Leroy Merlin Positive Index. Si tratta della creazione di un sistema di file per tracciare i KPI di Sostenibilità (su Capitale Sociale, Economico, Ambientale) ogni mese sui 50 Negozi dell'Azienda. Grazie a questo complesso lavoro che vede la partecipazione di diverse figure all'interno dell'Azienda si potrà rispondere alla necessità del mondo del commercio, con la sua rapida evoluzione, di poter procedere a passo sicuro verso una Sostenibilità che non sia solo di parole, ma anche di numeri.

### 5.3.2 Strategia dalla CSR alla Generatività

Il nostro impegno nell'ambito della Responsabilità Sociale e Ambientale si traduce nell'essere un'Azienda impegnata nel fare, con l'obiettivo di garantire la generazione di valore socialmente orientato.

Sempre in quest'ottica l'Azienda si muove secondo due linee di intervento, ovvero quella della responsabilità e quella della contribuzione, il tutto volto sempre alla valorizzazione e rispetto dei nostri pilastri: lo sviluppo umano, il miglioramento dell'Habitat e la responsabilità sociale.

In questo senso, ci sentiamo responsabili verso territori e stakeholder, interni o esterni.

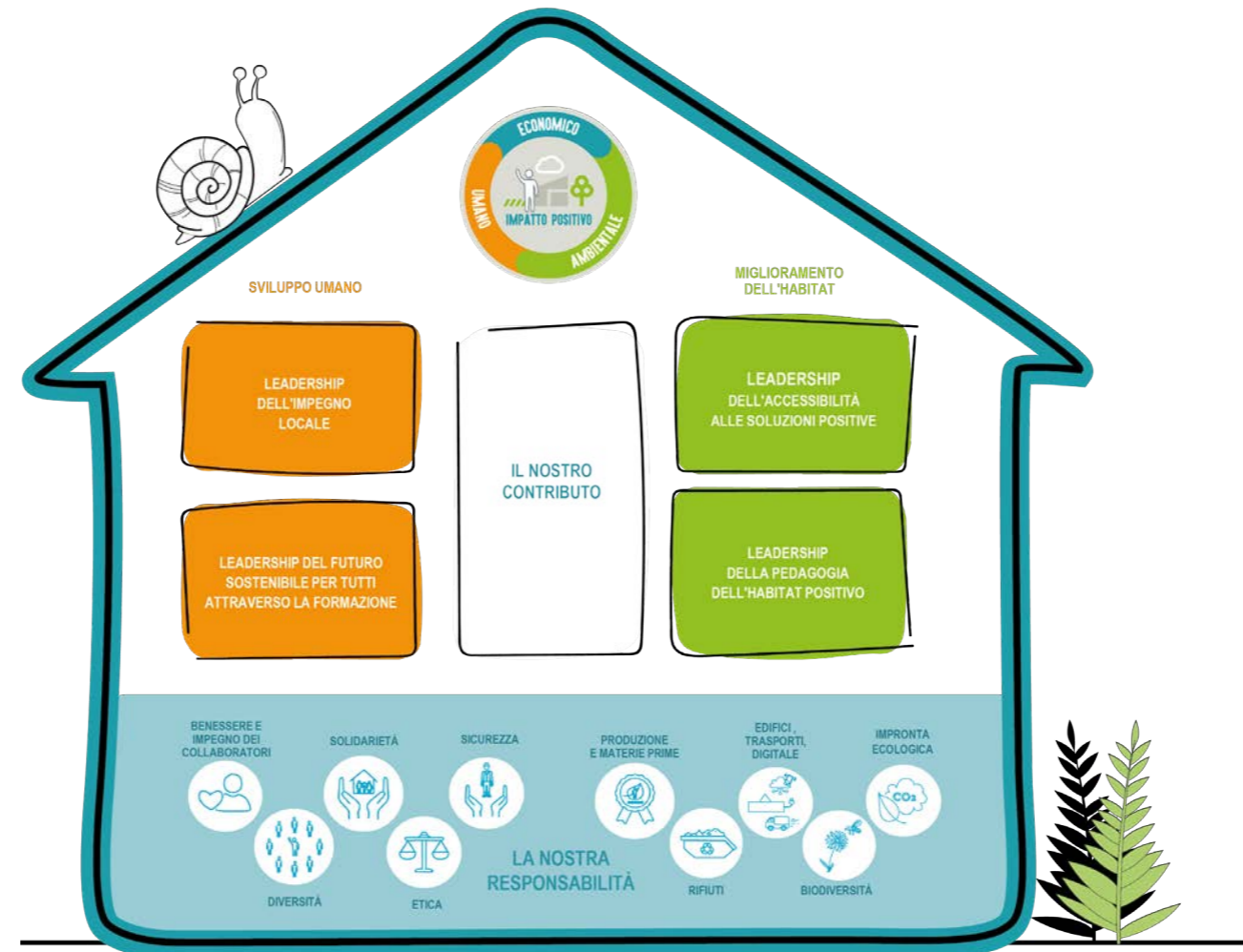
Ma ciò che ci permette di andare oltre a questo è il concetto di contribuzione.

Grazie ad una rete di soggetti, un processo di costituzione, condivisione e realizzazione e un movimento generatore di valore, è possibile creare relazioni, dare e ricevere servizi, condividere know-how ed esperienze.

Inoltre, il concetto a noi caro del "fai da te", si trasforma nel "Fai da Noi" e nel fare insieme.

Così Leroy Merlin passa a una dimensione collettiva del fare, nella Comunità e per la Comunità stessa. In un'ottica di reciprocità, non ci limitiamo a elargire semplici donazioni ma vogliamo attivare veri e propri processi di dono che implicano, secondo il valore più nobile del termine, investimenti nelle relazioni. Crediamo infatti che solo nel mutuo scambio ci sia il significato più profondo del dono.

Tutto questo è esemplificato dalla "Generatività", un modo nuovo di pensare e agire.



Insieme possiamo raccogliere la sfida di dare vita ad azioni socialmente orientate, capaci di creare relazioni, responsabili di un risultato che fa bene a tutti.

Crediamo nella possibilità di creare con i nostri progetti un Benessere Equo Sostenibile che rinnovi e arricchisca i Capitali Economico, Ambientale, Sociale e Umano e il tutto in un'ottica di impatto e non di solo profitto. Andando oltre la Sostenibilità, cerchiamo di raccogliere la sfida di rinnovare forme sociali legate all'abitare, inteso come casa, al bene comune e all'Ambiente. Essere generativi per noi significa creare le condizioni perché la Comunità generi qualcosa di nuovo e se ne prenda cura, per farlo fiorire quanto più possibile. Per questo, il nostro modello è inclusivo e legato al territorio.

Nel 2019 Leroy Merlin Italia è entrata a far parte dell'“Alleanza per la generatività sociale”: Network di Organizzazioni, grandi e piccole, che raccoglie, condivide, amplifica e dissemina le energie generative sul territorio nazionale.

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



CAPITALE ECONOMICO



CAPITALE AMBIENTALE



CAPITALE UMANO



CAPITALE SOCIALE

Benessere equo sostenibile

### 5.3.3 Governance

Ad oggi siamo così organizzati:

#### Green Group Negozio

L'obiettivo è quello di animare e formare i Colleghi e la Comunità sulle tematiche dello Sviluppo Sostenibile. A coloro che sono coinvolti in questa attività è richiesto un impegno sulla gestione dei rifiuti, la comunicazione e formazione sui prodotti "Casa di domani" e l'organizzazione delle attività sociali e, in particolare, del Bricolage del Cuore. Un Capo Settore anima il gruppo composto da almeno 4 componenti che rappresentano le principali aree del Negozio (Logistica, Servizio Clienti, Commercio, Risorse Umane). A dicembre 2019 in occasione delle elezioni del rinnovo dei rappresentanti del Premio di Progresso, come ideato nel corso del Seminario Annuale di Economia Civile, il rappresentante del Green Group è scelto dai colleghi ed è parte del "gruppo di generazione di valore" al quale appartengono anche i rappresentanti del premio progresso, Azionariato e benessere Collaboratore.

#### Un comitato Sviluppo Sostenibile esterno (in fase di lancio)

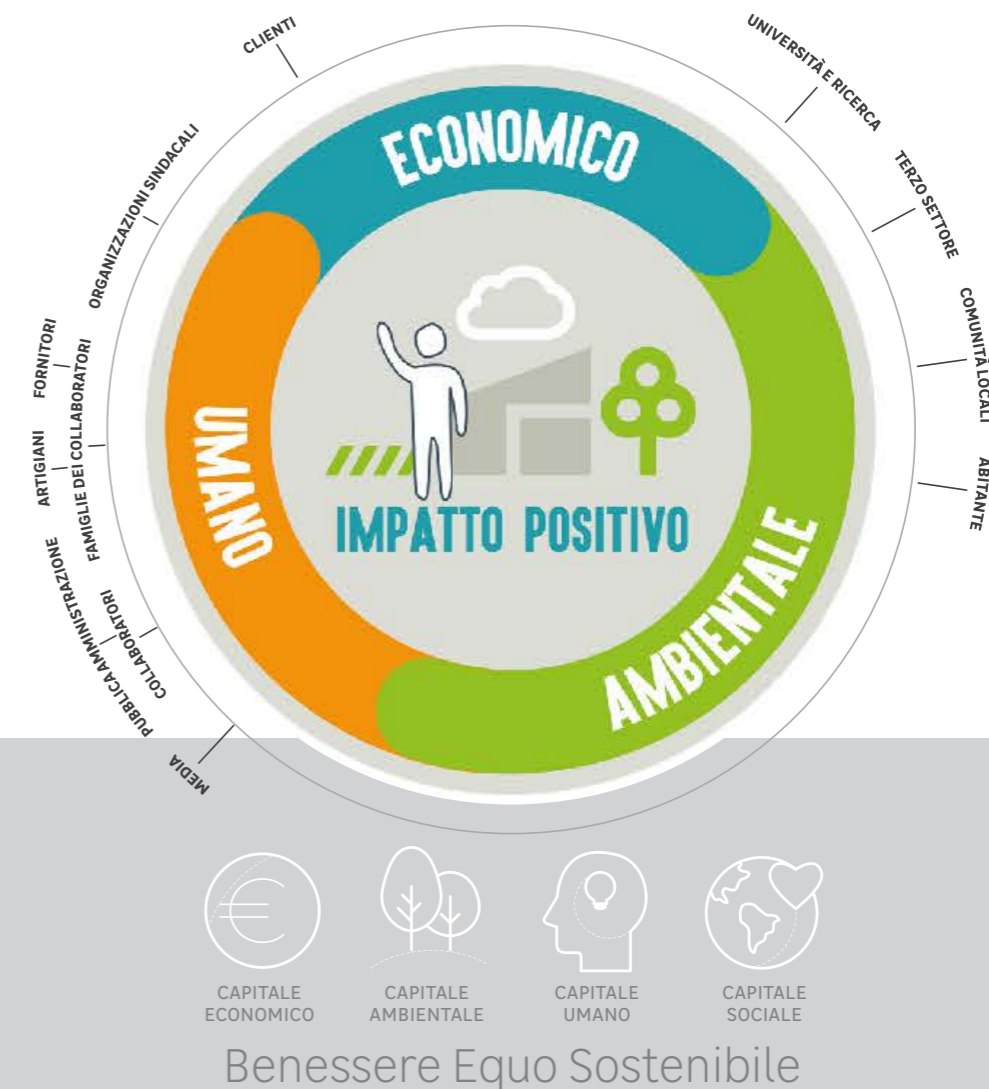
L'obiettivo è quello di condividere il Bilancio annuale e le azioni future. Il Comitato è costituito da differenti rappresentanti dei nostri stakeholder.

#### Sinergia internazionale ADEO

L'obiettivo di questo gruppo di lavoro è quello di condividere le best practice e confrontarsi sulla strategia e progetti CSR. Alla sinergia, organizzata dal Coordinamento Sviluppo Responsabile ADEO, partecipano tutti i referenti delle Business Unit ADEO.

## 5.4. La mappa del beneficio comune

Da questa evoluzione nasce la nuova mappa nella quale sono evidenziati i **benefici prodotti e gli stakeholder coinvolti**.



**Leroy Merlin interagisce, ascolta e coinvolge tutti i suoi interlocutori, interni ed esterni.** I nostri interlocutori sono persone, gruppi di persone, collettività o Istituzioni che sono influenzate o che possono influenzare a loro volta le attività di Leroy Merlin. Questa mappa sintetizza e diventa metafora della volontà di Leroy Merlin di **lavorare e mettere in contatto i propri stakeholder**. La mappa non è stata strutturata con un concetto "aziendacentrico" al cui centro vi è posta l'Azienda e agli estremi le categorie di stakeholder, ma **al centro è stato posto il beneficio comune generato** da Leroy Merlin.

### 5.4.1 I nostri stakeholder

Clienti, Collaboratori, Organizzazioni sindacali, media, Pubblica Amministrazione, artigiani, Fornitori, università e scuole, enti e Associazioni del terzo settore, Comunità e abitanti sono i principali attori con i quali Leroy Merlin entra in contatto.

Il Cliente è al centro di ogni attività: non è solo un Consumatore al quale deve rivolgersi la nostra offerta commerciale ma è ancor prima una persona con la quale interloquiamo.

Il rispetto delle politiche sociali e la tutela dei diritti sono alla base del rapporto di fiducia con i Collaboratori, il cui impegno, spirito imprenditoriale, competenza, professionalità e benessere, sono decisivi per soddisfare al meglio le esigenze e i bisogni dei Clienti.

La nostra responsabilità nei confronti del Cliente deve concretizzarsi nella vendita di merce a basso impatto ambientale, non nociva alla salute e rispettosa dei diritti di chi li ha prodotti.

Come ascolto e soluzione delle problematiche Clienti è attivo il servizio Customer Service che ha gestito nel 2021 n. 4.740.000 segnalazioni. Clienti e Collaboratori non sono entità astratte ma sono parte integrante di Comunità locali con le quali Leroy Merlin ha progetti di sensibilizzazione, iniziative di solidarietà e rapporti istituzionali.

Scuole, Associazioni di volontariato e Amministratori sono gli interlocutori privilegiati.

Questo Progetto d'Impresa non sarebbe possibile senza il contributo dei nostri Fornitori la cui collaborazione è indispensabile nella costruzione di un'offerta sostenibile ovviamente senza dimenticare la connotazione etica dei processi di produzione.



# CAPITOLO 6

## IL NOSTRO CAPITALE ECONOMICO





## 6.1 Introduzione

Operiamo per la creazione di valore economico attraverso scelte consapevoli. Lavoriamo per creare economie partecipative e di condivisione dove la “generazione di valore” sostituisce il semplice profitto in una prospettiva etica e non puramente individualistica.

### INDICE OUTCOME

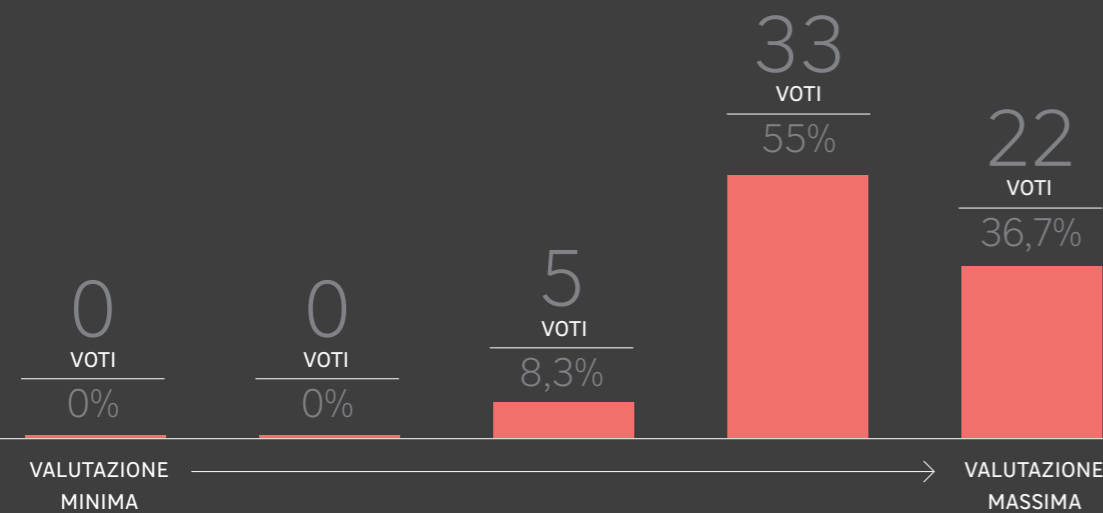
- » Outcome 1: condividiamo i principi di responsabilità sociale e ambientale con i nostri partner (merci e servizi)
- » Outcome 2: rispettiamo gli accordi e valorizziamo le eccellenze made in Italy
- » Outcome 3: creiamo il Negozio piattaforma
- » Outcome 4: generiamo nuove economie
- » Outcome 5: raccontiamo la Sostenibilità con dati concreti e verificabili

L'anno 2021 è stato caratterizzato da una serie di **sfide** di fronte alle quali l'Azienda è stata messa anche a causa della **pandemia da Covid-19**. Le restrizioni dovute alla necessità del contenimento della pandemia hanno, portato ad esempio, il Gruppo a concentrarsi nel **proseguimento degli investimenti per potenziare il canale di vendita online** garantendo, per Leroy Merlin Italia, **oltre 138 mila referenze in vendita**. A giugno è stato anche aperto il **canale di vendita Marketplace** che ha portato un'offerta di **196 mila referenze** ed una **collaborazione con 152 partner venditori**.

Durante il primo trimestre del 2021 l'economia italiana ha segnato un marginale miglioramento rispetto al trimestre precedente con un +0,1% generale. A livello dei singoli settori si è registrato un +5,5% per le costruzioni, +1% per l'industria, +4,3% per i servizi professionali mentre per il commercio si è registrato un -2,3%.

Un segno decisamente positivo è però quello generato dall'aumento degli investimenti per le abitazioni e i fabbricati in generale che si riflette in un incremento dell'attività economica per tutto il 2021. In media il PIL è infatti cresciuto del +4,7% rispetto al 2020, valore trainato soprattutto da domanda interna che avrebbe contribuito per 4,6 punti. Questa fase espansiva è prevista perdurare anche per il 2022 anche grazie all'attuazione delle misure del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR).

A tutto il 2021 si è comunque verificato un incremento dei consumi delle famiglie e delle ISP in termini reali con un +3,6% e tale miglioramento si prevede possa continuare anche per il tutto il 2022, dove il progressivo miglioramento delle condizioni del mercato del lavoro assieme ad una minore propensione per il risparmio dovrebbero portare la crescita ad assestarsi attorno ad un +4,7%.



## Capitale Economico Valutazione della performance

Durante la fase di redazione del Bilancio di Sostenibilità abbiamo chiesto ai nostri stakeholder di valutare il nostro operato per il 2021 in relazione ad una serie di Indicatori chiave per i quattro Capitali di rilevanza. Il giudizio sulla performance dell'Azienda prevedeva un voto da 1 a 5 in base a quanto fosse valutato positivamente l'operato in senso crescente.

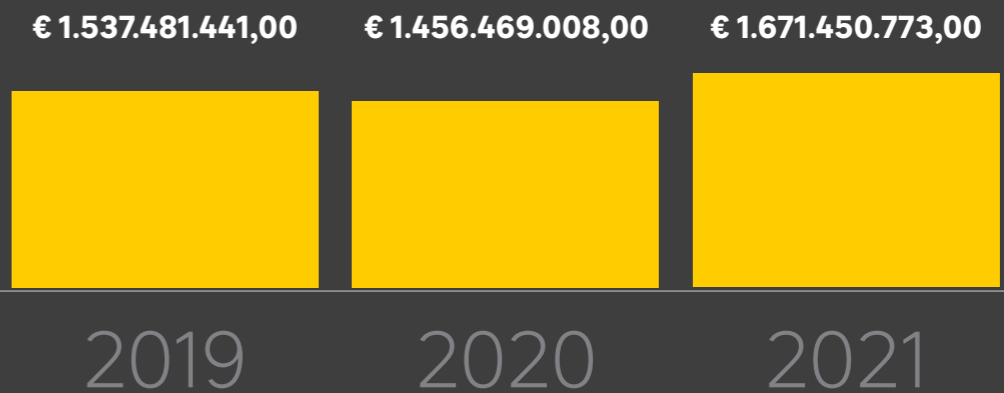
## 6.2 Valore generato per gli stakeholder

Nel 2021 Leroy Merlin Italia ha distribuito ai propri stakeholder un valore di € 1.566.586.079, in aumento del 14,7% rispetto al 2020, a fronte di un valore economico generato di 1.671.450.773 €.

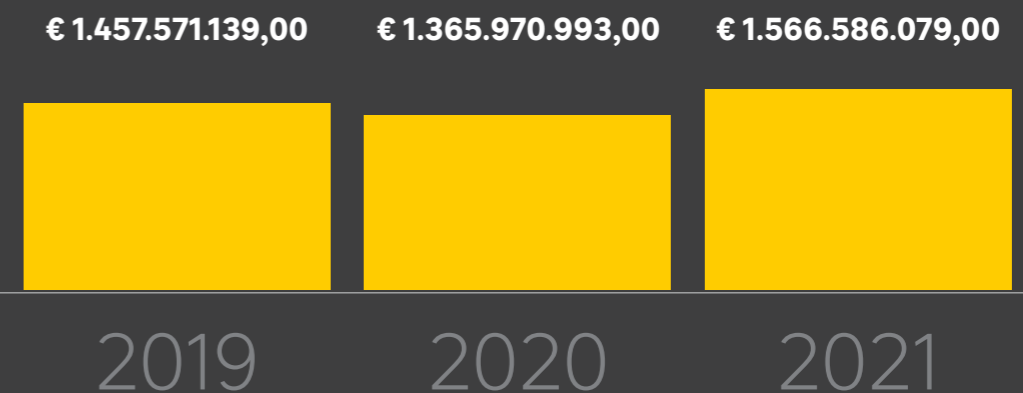
VALORE ECONOMICO DIRETTAMENTE GENERATO E DISTRIBUITO	2019	2020	2021
<b>Valore economico generato</b>	<b>€ 1.537.481.441,00</b>	<b>€ 1.456.469.008,00</b>	<b>€ 1.671.450.773,00</b>
Ricavi	€ 1.537.571.257,00	€ 1.456.216.191,00	€ 1.671.222.272,00
Proventi finanziari	€ 89.816,00	€ 252.817,00	€ 228.501,00
<b>Valore economico distribuito</b>	<b>€ 1.457.571.139,00</b>	<b>€ 1.365.970.993,00</b>	<b>€ 1.566.586.079,00</b>
Costi operativi	€ 1.149.805.927,00	€ 1.107.430.906,00	€ 1.258.735.601,00
Remunerazione dei Collaboratori	€ 264.429.172,00	€ 250.279.180,00	€ 286.110.525,00
Remunerazione dei finanziatori e degli azionisti	€ 784.767,00	€ 424.514,00	€ 328.885,00
Imposte	€ 20.927.332,00	€ 7.836.393,00	€ 21.411.068,00
Liberalità	€ 315.969,00	€ 244.264,00	€ 406.762,00
<b>Valore economico trattenuto</b>	<b>€ 64.300.761,00</b>	<b>€ 62.891.878,00</b>	<b>€ 66.591.298,00</b>
Ammortamenti e svalutazione	€ 58.500.892,00	€ 54.195.885,00	€ 51.449.041,00
Accantonamenti e riserve	€ 5.799.869,00	€ 8.695.993,00	€ 15.142.257,00

Fonte: Direzione amministrazione e Finanza - Bilancio

### Valore economico generato



### Valore economico distribuito



## 6.3 Outcome 1

### CONDIVIDIAMO I PRINCIPI DI RESPONSABILITÀ SOCIALE E AMBIENTALE CON I NOSTRI PARTNER (MERCÌ E SERVIZI)



Sustainable Development Goals (SDGs)

#### OUTPUT

- » Rispetto dei diritti umani
- » Diminuzione degli impatti ambientali
- » Qualità e rispetto della salute del Consumatore
- » Legalità
- » Occupazione

#### 6.3.1 Codice di condotta

Il nostro Progetto d'Impresa non potrebbe concretizzarsi senza la collaborazione con i nostri Partner commerciali: i Fornitori.

La collaborazione intesa come confronto costruttivo e la comunicazione tra le parti sono i punti fondamentali che garantiscono il corretto funzionamento delle attività operative e il raggiungimento degli obiettivi prefissati.

Al fine di migliorare e ottimizzare la comunicazione con i Fornitori è in uso un "portale Fornitori" che è il principale mezzo di comunicazione con i nostri Partner commerciali, uno strumento che permette la tracciabilità delle comunicazioni e delle azioni effettuate da entrambe le parti: gestione degli ordini, invio delle fatture (quindi non cartacee), monitoraggio dei pagamenti e degli storici, commenti, indagine di soddisfazione e news. In tale contesto si è inserito il processo di qualificazione e referenziamento che permette a Leroy Merlin di verificare l'idoneità dei Fornitori in ambito di qualità, solidità economica e tecnico-organizzativa.

A tale attività si affianca un lavoro di monitoraggio nel corso dell'anno che ha lo scopo di verificare il livello di servizio e il rispetto degli impegni contrattuali.

A tutti i Fornitori di merce è sottoposto per accettazione il Codice di condotta. Attraverso la sottoscrizione del Codice, è richiesta ai Fornitori l'adesione a valori e principi comuni a quelli che ispirano l'azione di Leroy Merlin Italia, nonché l'impegno a far rispettare ai propri sub-Fornitori tali principi fondamentali. Creando questo documento, Leroy Merlin Italia ha desiderato dimostrare concretamente il proprio impegno nei confronti della salvaguardia ambientale e dei diritti umani, in particolare nella lotta contro il lavoro minorile, il lavoro forzato e la schiavitù.

Leroy Merlin Italia è determinata a migliorare il benessere dei propri Clienti e in linea con questo principio, si impegna a mettere in atto una gestione più rispettosa dell'Ambiente e dei diritti delle persone, capace di integrare tutti gli attori coinvolti, dalla progettazione iniziale del prodotto e dell'imballaggio, alla distribuzione e a tutto il ciclo di vita.

Leroy Merlin Italia ritiene quindi fondamentale che tutti i propri Partner commerciali nonché tutti i propri Fornitori siano ispirati dai medesimi valori e rispettino le regole previste dal Codice di condotta. In quest'ottica, il documento si ispira e fa riferimento alle "Linee guida OCSE destinate alle imprese multi-nazionali", alla "Dichiarazione dei Diritti Fondamentali dei Lavoratori dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro (ILO)" - emanata nel corso della Conferenza dell'ILO del giugno 1998 - e alle otto Convenzioni core dell'ILO, alla "Dichiarazione dei diritti umani universali delle Nazioni Unite" e alla "Convenzione Europea sui diritti umani".

Nell'ambito dei Fornitori di servizi è attivo il monitoraggio della sottoscrizione del relativo Codice di Condotta da parte degli intermediari e dei Partner commerciali nell'ambito della Direzione Sviluppo Immobiliare.

#### MISURATORE DI OUTPUT

A dicembre 2021 più del 99% dei Fornitori merce, pari a quasi il 100% del volume di acquisti, ha firmato il Codice di condotta.

#### 6.3.2 Audit Fornitori

Per garantire il rispetto del codice di condotta nel 2017 è stata avviata una campagna di autovalutazione e analisi rischi sull'intero parco Fornitori merce, con l'obiettivo di:

- mappare i Fornitori rispetto al Paese di produzione, individuando potenziali rischi, per una
- programmazione mirata di auditing;
- individuare le best practice, per valorizzarle e promuoverle.

#### MISURATORE DI OUTPUT

Nel 2021, sono stati fatti 22 audits qualità, 23 audits sociali e 10 audits ambientale per un totale di 55.

### 6.3.3. La fotografia dell'impatto ambientale dei nostri partner

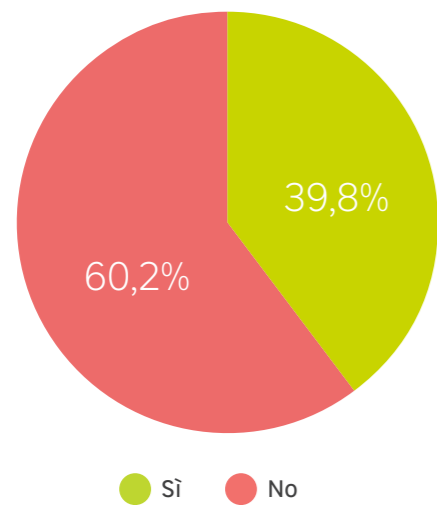
Ad inizio 2022 è stato proposto un questionario ai nostri partner circa le loro **performance in tema di Sostenibilità ambientale** nell'anno 2021.

Alle domande hanno risposto oltre **200 Fornitori** esprimendosi sulle caratteristiche dei loro **systemi di trasporto, utilizzo di energia ed impegni per il futuro** in tema di responsabilità verso il mondo naturale che ci circonda e del quale siamo tutti abitanti.

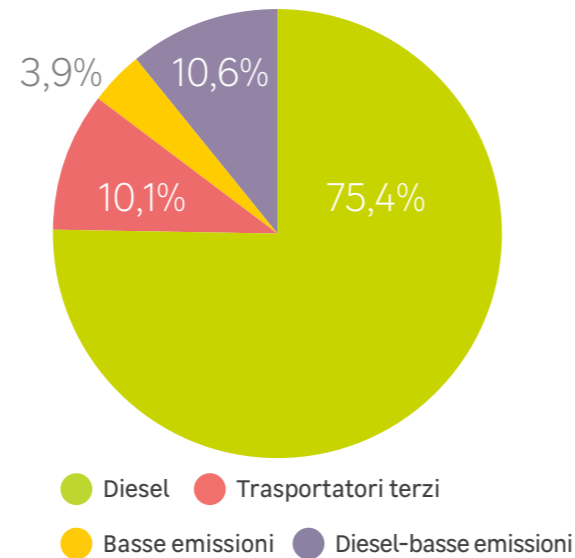
Da questa importante fotografia sono emersi i seguenti dati:

- Su un campione di 206 Fornitori il 39,8% utilizza già energia proveniente da **fonti rinnovabili**.
- In ambito trasporto merci la tipologia di mezzi vede il **diesel** come l'alimentazione più usata con il 75,4%.
- Sul campione analizzato il 31,1% ha già una **politica inerente i cambiamenti climatici**. Di questi gli aspetti sui quali maggiormente si concentrano le azioni sono "quantificazione delle emissioni GHG" e "azioni di riduzione delle emissioni".
- Il 2,9% calcola la **carbon footprint** dei prodotti che vende a Leroy Merlin Italia e l'8,3% effettua già un **inventario GHG** sulla propria organizzazione.
- Infine il 58,3% intende **intraprendere in futuro azioni di riduzione della CO<sub>2</sub>, analisi della propria carbon footprint e del proprio impatto sull'Ambiente**.

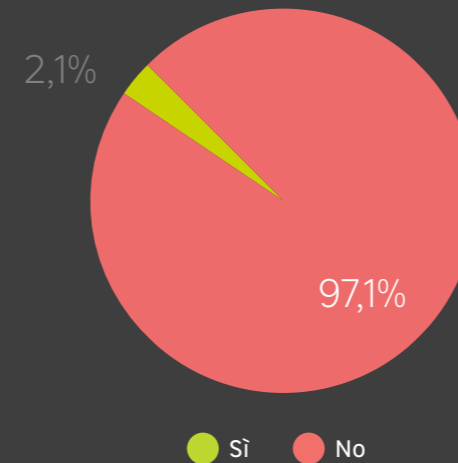
Utilizzate energia proveniente da fonti sostenibili?



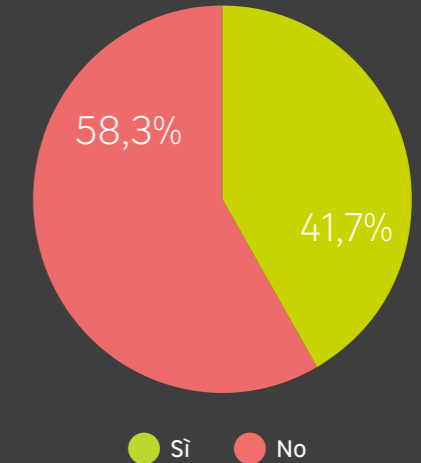
Che tipo di mezzi utilizzate per il trasporto delle merci?



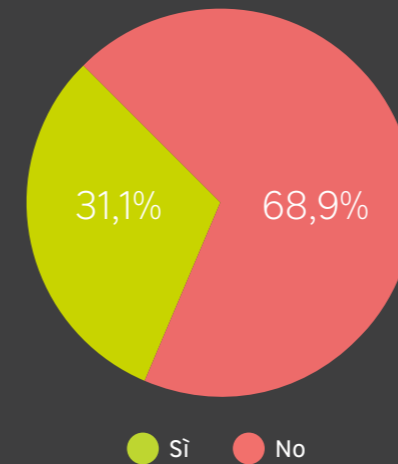
Avete calcolato la CF dei vostri prodotti venduti presso i Punti Vendita di Leroy Merlin Italia?



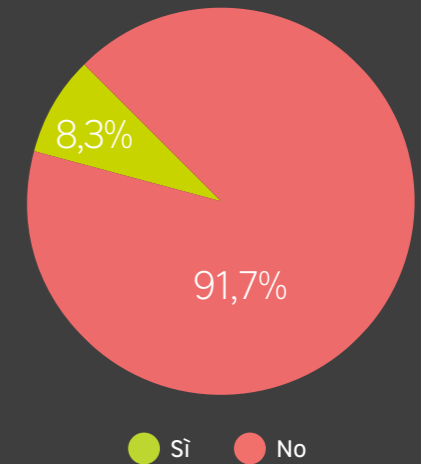
Avete intenzione di intraprendere in futuro azioni di riduzione della CO<sub>2</sub>e, analisi della CF o di GHG?



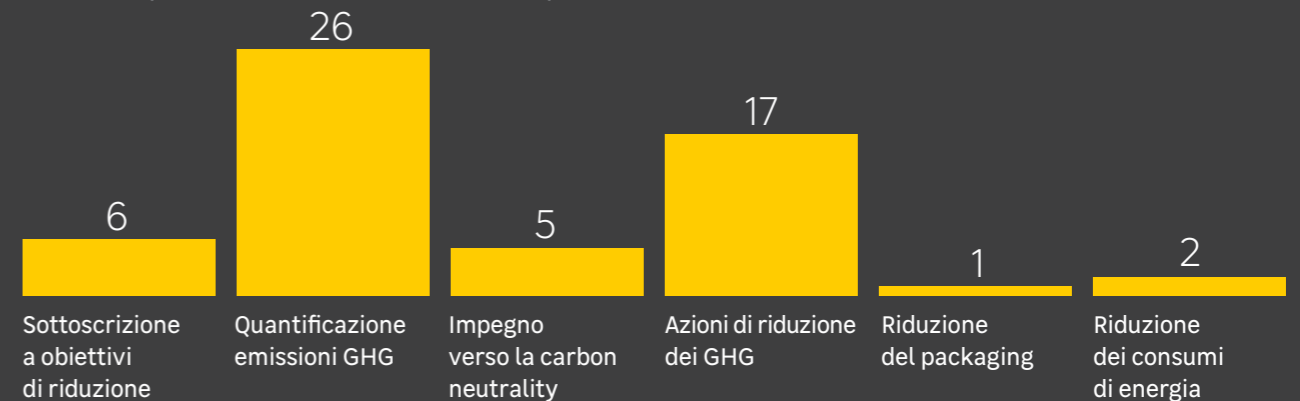
Avete una politica aziendale inerente i cambiamenti climatici?



Avete sviluppato un inventario GHG di organizzazione?



Che aspetti include la vostra politica inerente i cambiamenti climatici?



## 6.4 Outcome 2

### RISPETTIAMO GLI ACCORDI E VALORIZZIAMO LE ECCELLENZE MADE IN ITALY



Sustainable Development Goals (SDGs)

#### OUTPUT:

- » Valorizzazione dell'economia locale
- » Occupazione

#### 6.4.1 Rispetto dei termini di pagamento

Il rispetto dei termini di pagamento sanciti dagli accordi commerciali è fondamentale al fine di garantire la sicurezza economica dei Partner commerciali con innegabili ricadute positive sui propri dipendenti, famiglie e Comunità di appartenenza.

##### MISURATORE DI OUTPUT

La percentuale di rispetto dei pagamenti comunicata dalla Direzione Finanza LMI è del 98%.

#### 6.4.2 Localizzazione degli acquisti e valorizzazione delle economie locali.

Obiettivo Vision dell'Azienda è quello di ridurre le distanze di produzione e distribuzione.

Proprio in quest'ottica si è dato avvio a un processo di "localizzazione degli Acquisti" e valorizzazione delle eccellenze Made in Italy.

Favorendo una strategia Fornitore che porta ad un aumento della quota di mercato dei produttori verso i distributori.

##### MISURATORE DI OUTPUT

Il 80% dei Fornitori di LMI ha sede legale in Italia, da essi abbiamo acquistato il 79,5% del valore del 2021. Dall'analisi effettuata nel corso del 2021 sui valori acquistati si evidenziano i seguenti dati per le regioni italiane.



REGIONE SEDE DEL FORNITORE	VALORE TOTALE DI ACQUISTO DAI FORNITORI DELLA REGIONE	NUMERO DI FORNITORI
Abruzzo	€ 260.448	4
Basilicata	€ 124.982	2
Calabria	€ 17.979	1
Campania	€ 11.031.205	16
Emilia Romagna	€ 270.164.695	162
Friuli Venezia Giulia	€ 16.055.692	19
Lazio	€ 72.476.425	37
Liguria	€ 13.336.165	11
Lombardia	€ 378.103.337	433
Lombardia	€ 3.718.434	3
Marche	€ 38.818.614	44
Piemonte	€ 54.274.304	68
Puglia	€ 13.945.763	9
Sardegna	€ 11.600.630	4
Sicilia	€ 2.526.130	10
Toscana	€ 36.347.141	48
Trentino Alto Adige	€ 7.130.164	15
Umbria	€ 1.027.102	3
Valle d'Aosta	€ 3.546.940	1
Veneto	€ 108.779.344	133
	<b>€ 1.043.285.494</b>	<b>1.023</b>

Direzione acquisti Leroy Merlin Italia

Il totale degli artigiani censiti nel 2021 è di 989 per un totale di 69.171 cantieri chiusi.

## 6.5 Outcome 3

GENERIAMO NUOVE ECONOMIE, ACCELERIAMO IL PROCESSO DI INNOVAZIONE SOCIALE E INCLUSIONE ATTRAVERSO NUOVE ATTIVITÀ ECONOMICHE.



Sustainable Development Goals (SDGs)

### OUTPUT

- » Miglioramento delle condizioni abitative
- » Inclusione lavorativa di categorie deboli
- » Creazione di valore non solo economico

### 6.5.1 (RI)GENERIAMO

Nel corso del 2019 abbiamo dato avvio alla definizione di un piano di accelerazione che, a seguito delle indicazioni di ADEO “it’s time”, ci ha permesso di individuare tre assi prioritari quali la valutazione per l’inserimento di KPI relativi ai Capitali Umano, Sociale e Ambientale all’interno del sistema di condivisione (in fase di studio una nuova metodologia di calcolo P3), l’avvio della certificazione BCORP e la costituzione di un’Impresa Benefit che permetta l’attivazione e sviluppo di attività imprenditoriali improntate sui principi della Sostenibilità e circolarità.

Il primo obiettivo si concretizza nel 2020 con la nascita di (RI)GENERIAMO, Impresa Benefit. L’Impresa Benefit (RI)GENERIAMO nasce dalla collaborazione tra la Cooperativa Sociale Agricoltura Capodarco, l’Associazione Bricolage del Cuore, l’impresa sociale ConVoi Lavoro, la Cooperativa Liberitutti con il sostegno di Leroy Merlin Italia. L’obiettivo comune è GENERARE nuove economie per RIGENERARE PERSONE, PRODOTTI e PERIMETRI promuovendo un’economia inclusiva che valorizzi, in un’ottica imprenditoriale, le persone nella loro diversità e per includere nell’attuale sistema di mercato persone e prodotti, altrimenti esclusi, riconoscendone valore e generando nuovi perimetri. Gli articoli primo e terzo della Costituzione italiana sono i principi ispirativi e fondanti di (RI)GENERIAMO in quanto vogliamo dare risposte concrete agli obiettivi ONU 1, 8, 10, 12 e 13 attraverso il lavoro e l’inclusione.



### La voce dei nostri stakeholder

*(RI)GENERIAMO è un affondo verticale sul tema dello Sviluppo locale nella sua accezione economica, di opportunità di protagonismo socio economico per le fasce di povertà grigia e per gli esclusi dal mondo del lavoro causa marginalità culturale che da molto è nel nostro dna di impresa sociale, opera nella prospettiva economica, per costruire un’alleanza con soggetti diversi da noi ma con la stessa visione della platea economica.*

*L’obiettivo perseguito nella partnership tra no profit evoluto e aziende profit è co-realizzare una democrazia economica partecipativa, generativa di valore nell’inclusione socio-lavorativa. Siamo fermamente convinti che le riflessioni a livello macro debbano essere declinate in micro-progetti per generare benessere e cambiamento, e Rigeneriamo è un campione perfetto di questo agire.*



Di Daniele Caccherano  
Cooperativa Liberitutti



*La mission di Liberitutti in questo contesto è realizzare utile sociale, destinando l’utile economico prodotto al miglioramento delle condizioni di lavoro dei propri soci e delle Comunità in cui opera. Questo è per noi “impatto sociale di vicinanza”, un impatto estremamente concreto, fatto di piccoli percorsi di inclusione, di piccoli redditi, a favore di soggetti marginali.*

*Occorre relazionarsi da una parte con gli stakeholder e le istituzioni che facilitano e accompagnano un percorso di questo tipo, dall’altra con i beneficiari, rappresentati dai singoli membri o dai piccoli gruppi portatori d’interesse.*

*Siamo attori di economia sociale soprattutto grazie alla capitalizzazione delle esperienze, delle risorse materiali ed immateriali, delle conoscenze delle persone, in sintonia e condivisione con le Comunità di riferimento.*

## I progetti di (RI)GENERIAMO

NOME PROGETTO	DESCRIZIONE	DETTAGLIO	DATA INIZIO	DATA FINE
GENERATELIER	Una rete di sartorie sociali realizza shopper o prodotti per l'arredo tessile casa partendo anche dal recupero di scarti di tessuti.	Shopper porta storie	marzo 2021	novembre 2021
		Decorazioni Natale	novembre 2021	dicembre 2021
		PIANO 2022		
		→ Cuscini	ottobre 2022	dicembre 2022
		→ Deco bambino	luglio 2022	settembre 2022
		→ Riparazioni sociali	da aprile 2022 (test Torino)	
TERRA INCLUSIVA	Obiettivo è la produzione di piante aromatiche attraverso l'integrazione di persone fragili con disabilità mentali e psichiche.	Produzione succulente Capodarco	da gennaio 2022	
		Verifica fattibilità con altre cooperative	da giugno 2022	
		PIANO 2022		
		→ Inserimento delle attività di agricoltura sociale nel contratto di rete per il progetto "Dal bosco alla terra per un'ecologia integrale"	presentazione giugno 2022	
I FORMIDABILI	Fornitura di servizi per la cura del verde, la manutenzione e l'accoglienza attraverso l'inclusione e la valorizzazione di persone con disabilità.	Completamento store Leroy Merlin per progetto a supporto della vendita	gennaio 2022	dicembre 2022
		Cura del verde: Piemonte, Lazio, Lombardia, Emilia Romagna, Veneto, Umbria, Marche	contratti da gennaio 2022	
		Makers Café: inserimenti Tirocini Assago e Carugate	gennaio 2022	dicembre 2022
		PIANO 2022		
		→ nuovi inserimenti Makers Caffè	da aprile 2022	dicembre 2022
		→ proposta attività BricoCenter	da maggio 2022	dicembre 2022
ENERGIA DEL BOSCO	Per la produzione di crediti di Sostenibilità di origine forestale in boschi del territorio italiano. L'obiettivo è generare un'economia trasparente, inclusiva e sostenibile in territori montani a economia marginale e perpetuare valore ambientale attraverso la valorizzazione delle risorse e delle tradizioni del territorio.	Monte Tovo	ottobre 2021	dicembre 2032
		Vallone D'Otro	ottobre 2021	dicembre 2032
		Comunelli di Ferriere	ottobre 2021	dicembre 2025
		PIANO 2022		
		→ Comunalie Parmensi	aprile 2022	dicembre 2025
		→ Monte Tovo II	settembre 2022	dicembre 2033
		→ Consorzio Canavese	giugno 2022	dicembre 2033
		→ Consorzio Valli di Lanzo	valutazione dicembre 2022	
→ Inserimento delle attività di valorizzazione forestale ed ecosistemiche nel contratto di rete per il progetto "Dal bosco alla terra per un'ecologia integrale"	presentazione giugno 2022			
NUOVE PROGETTUALITÀ		Accademia artigiani	in fase di creazione per lancio autunno 2022	
		Accademia del bosco	in fase di creazione per lancio autunno 2022	
		Accademia per il contrasto alla povertà energetica	in fase di creazione per lancio primavera 2023	
		Sementi per impollinatori	aprile 2022	dicembre 2022
		Regali Natale	giugno 2022	dicembre 2022



Abbiamo scelto una chiocciola per rappresentarci. La chiocciola è lenta e per questo rappresenta il procedere con gradualità ma sicurezza verso l'obiettivo.

La chiocciola, attraverso il proprio procedere a contatto con la terra, diventa un simbolo di concretezza. La spirale del guscio, metafora di rinascita e creazione, rappresenta graficamente la nostra strategia e i due livelli di intervento, uno complementare all'altro: la responsabilità e la generatività che convergono entrambe verso la generazione di valore economico, ambientale, umano e sociale.

(RI)GENERIAMO nasce come Azienda piattaforma che vuole riunire, sotto il comune obiettivo delle generatività sociale, i soggetti che intendono lavorare per questo fine.

Ad oggi è previsto che nessun utile sia ripartito tra i soci e che sia completamente reinvestito per finanziare nuovi progetti.

Tutti i componenti del CDA non percepiscono remunerazioni e gli enti fondatori partecipano alle attività mettendo a disposizione le proprie risorse umane e non solo.

La sfida più grande, oltre a quella di aver accomunato in un'unica gestione esperienze del terzo settore ed esperienze for profit, è quella di creare un nuovo modello di fare impresa che consente ai singoli soggetti di lavorare con molta più efficienza attraverso la costruzione di una Community collaborativa.

L'obiettivo è quello di creare un nuovo modello, che attiva percorsi di generazione di valore non lineari a beneficio di coloro che partecipano alle attività in forma attiva e di coloro che ne entrano in contatto come Fornitori o "utilizzatori".

## 6.6 Outcome 4

### RACCONTIAMO LA SOSTENIBILITÀ CON DATI CONCRETI E VERIFICABILI



Sustainable Development Goals (SDGs)

#### OUTPUT

» Condivisione del concetto di CSR e generazione di benefici

#### 6.6.1 Attività sito e account twitter CSR

La nostra missione di distributori ci pone in una posizione privilegiata ma ricca di responsabilità, essendo infatti l'anello di congiunzione tra il mondo produttivo e i Consumatori finali. Tale responsabilità ci vede impegnati in azioni di sensibilizzazione ed educazione verso i due settori, al fine di assumerci degli impegni nei confronti delle principali categorie di stakeholder con i quali collaboriamo. Vogliamo lavorare per lo sviluppo delle conoscenze, delle abilità, delle competenze e della salute degli Individui che supportano la creazione del benessere individuale, sociale ed economico. Per diffondere questa cultura abbiamo deciso, a partire dal 2016, di costruire un sito dedicato alle nostre attività di CSR. Il sito nasce nell'aprile del 2016 essenzialmente con la finalità di offrire ai nostri stakeholder uno strumento rapido, semplice e immediato per avere tutte le informazioni necessarie sul nostro impegno, sui nostri obiettivi, sulle nostre attività. Nel 2021 il sito CSR è stato completamente rivisto e ridisegnato in un'ottica di trasparenza e chiarezza delle informazioni.

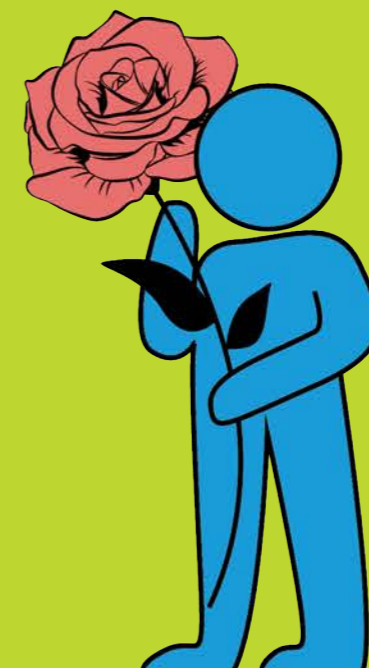
#### MISURATORE DI OUTPUT

Follower account Twitter: 2.010 (account @CSR\_LeroyMerlin).

Visitatori sito 2021: 98.226



CAPITOLO 7  
IL NOSTRO  
CAPITALE  
AMBIENTALE



## 7.1 Introduzione

Rispettiamo e valorizziamo i Territori dove siamo presenti con i nostri processi di approvvigionamento, trasporto e vendita. Lavoriamo con una dimensione rigenerativa a favore di luoghi e Habitat.

### INDICE OUTCOME

- » Outcome 1: selezioniamo acquisti con materie prime provenienti da risorse gestite in maniera sostenibile
- » Outcome 2: riduciamo le emissioni di GHG causate dai trasporti di merce (inbound e outbound)
- » Outcome 3: riduciamo le emissioni di GHG causate dai consumi energetici dei nostri Negozi
- » Outcome 4: riduciamo l'impatto ambientale della gestione dei nostri rifiuti e del ciclo di vita dei prodotti
- » Outcome 2, 3, 4: monitoriamo l'impatto ambientale della nostra organizzazione attraverso l'inventario GHG
- » Outcome 5: riduciamo la plastica nei nostri processi
- » Outcome 6: forniamo delle soluzioni ai consumi energetici
- » Outcome 7: guidiamo il Cliente verso scelte consapevoli e responsabili

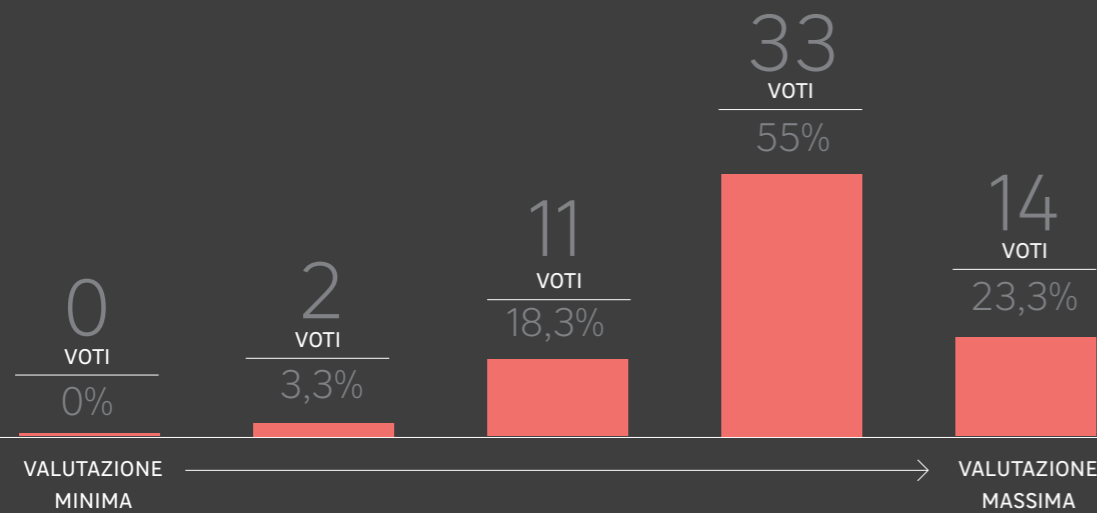
## 7.2 Outcome 1: SELEZIONIAMO ACQUISTI CON MATERIE PRIME PROVENIENTI DA RISORSE GESTITE IN MATERIA SOSTENIBILE



Sustainable Development Goals (SDGs)

### OUTPUT

- » Riduzione degli impatti ambientali
- » Legalità
- » Rispetto diritti umani
- » Valorizzazione delle economie locali



## Capitale Ambientale Valutazione della performance

Durante la fase di redazione del Bilancio di Sostenibilità abbiamo chiesto ai nostri stakeholder di valutare il nostro operato per il 2021 in relazione ad una serie di Indicatori chiave per i quattro Capitali di rilevanza. Il giudizio sulla performance dell'Azienda prevedeva un voto da 1 a 5 in base a quanto fosse valutato positivamente l'operato in senso crescente.



## La voce dei nostri stakeholder

### Ecopackaging e Sviluppo Sostenibile - BBLIne

Dal 2012 siamo costantemente impegnati nella ricerca di nuove soluzioni per il confezionamento dei nostri prodotti, l'obiettivo è quello di valorizzare la Sostenibilità ambientale dei packaging. Da allora abbiamo già apportato 8 significativi interventi valutati, certificati e premiati dal CONAI. Riteniamo che il packaging sia un elemento strategico per l'economia delle aziende da un lato e per le politiche di Sostenibilità ambientale dall'altro. Lo sviluppo risulta reale solo se migliora la qualità della vita in modo duraturo, un IMPEGNO COSTANTE NEL TEMPO è il requisito fondamentale per chi vuole intraprendere un percorso di Sviluppo Sostenibile. Difatti, già nel 2000, tra le nostre prime innovazioni introdotte figura il nostro sistema di verniciatura ecologico VibroEcoPaint®, risolvendo così problematiche relative alla gestione di vernici.

Abbiamo, poi scelto di investire ancora più fermamente in Sostenibilità ambientale e da ottobre 2007 possiamo vantarci di aver ottenuto la certificazione FSC® per i nostri prodotti in legno, contribuendo così ad una gestione sostenibile delle foreste.

Siamo convinti che il valore di un'Azienda e dei suoi prodotti stia anche nel rispetto dei rapporti umani e della relazione tra le persone e l'Ambiente in cui vivono, ci siamo quindi orientati sia verso una gestione sostenibile dei prodotti, sia verso la creazione di un giusto equilibrio tra vita e lavoro. Questo ci ha portato a dotarci di un CODICE ETICO, che rappresenta la sintesi dei valori aziendali e la precisa scelta di un nuovo concetto di futuro. Durante i primi anni abbiamo riscontrato non poche difficoltà nel cercare di trasmettere questi nostri valori aziendali.

Nell'ultimo periodo però, a sostegno della nostra Vision, abbiamo ottenuto molti riconoscimenti da parte di Organizzazioni particolarmente sensibili alle tematiche ambientali e sociali.

La responsabilità sociale e la tutela dell'Ambiente sono ormai parte integrante dei nostri piani di crescita aziendale per garantire a noi stessi e alle generazioni future uno sviluppo economico ed ecologico e una qualità della vita migliore.



Di Alberto Bettinelli  
BBLIne

### 7.2.1 Ottimizzazione del packaging

Consapevoli degli impatti ambientali della nostra attività, abbiamo la volontà di creare una “cultura diffusa dello Sviluppo Sostenibile” che coinvolga tutti i nostri Fornitori affinché intervengano sui propri asset e si impegnino in un percorso di miglioramento continuo delle performance ambientali per trovare il miglior equilibrio tra aspetti ecologici e redditività. Il progetto è un work-in-progress che prevede **10 linee guida per un “packaging eco”**:

- **Ridurre la quantità di materiale alla fonte** scegliendo lavorati con processi di produzione a ridotto impatto, riducendo gli scarti di produzione dell'imballaggio, progettando in relazione alle dimensioni/peso del semilavorato, riducendo le dimensioni e lo spessore del packaging valutando scenari realistici per la protezione del prodotto.
- **Ridurre le tipologie di materiale** scegliendo confezioni di più facile smaltimento.
- **Usare materiale riciclato.**
- **Progettare il trasporto** riducendo il peso e le dimensioni degli imballaggi che devono essere proporzionati al prodotto e scegliere una flotta di distribuzione che utilizzi mezzi ad alta efficienza, ibridi o alimentati da energia rinnovabile (autostrade del mare, trasporto ferroviario) e soprattutto preferire operazioni di Cross Docking.
- **Progettare secondo le regole**, ovvero redigere un documento di obiettivi interni per ridurre al minimo l'uso di sostanze pericolose utilizzate e piani di prevenzione dell'inquinamento, adottando sistemi a ciclo chiuso per recuperare o riciclare i prodotti chimici di processo, acqua ed energia.
- **Progettare con materiali rinnovabili** scegliendo Fornitori che certifichino il materiale come proveniente da fonti rinnovabili.
- **Attenzione alla chimica del packaging**, ovvero tenere sotto controllo gli additivi dal punto di vista della composizione.
- **Adottare strategie di eco design**, tenendo ben presente in fase di progettazione la Sostenibilità a esempio di plastificanti, stabilizzanti termici, coloranti, riempitivi, inchiostri e rivestimenti.
- **Progettare per il riuso e per il riciclo** allungando la vita del packaging, consentendogli di essere riempito o riutilizzato più volte da Consumatori, distributori, venditori o produttori (riuso) e progettare imballaggi facili da smontare per facilitare il recupero dei materiali.
- **Progettare per il compostaggio**, preferendo materiali a base organica come carta, cartone e biopolimeri: l'impiego di questi materiali rende l'imballaggio quasi a emissioni zero, in quanto il materiale ritorna quasi completamente a far parte del ciclo biologico; il compostaggio poi recupera il valore nutritivo di materiali organici tramite il processo di biodegradazione artificialmente riprodotto in condizioni ottimali e le sostanze nutritive risultanti dal compostaggio della materia organica possono essere restituite alla terra come fertilizzante.

MISURATORE DI OUTPUT

Non disponibile.

## 7.2.2 Tracciabilità del legno



### La voce dei nostri stakeholder

#### Il Forest Stewardship Council® (FSC®) Italia

FSC® Italia nasce nel 2001 come Associazione no-profit, in armonia con gli obiettivi del Forest Stewardship Council Internazionale fondato nel 1994 per promuovere la gestione responsabile di foreste e piantagioni in tutto il mondo.

FSC® si propone come punto di riferimento nella legalità e Sostenibilità della filiera legno-carta, in accordo con i più attuali standard di gestione responsabile della risorsa forestale.

#### Le foreste certificate FSC® in Italia

Sono oltre 75.000 gli ettari di foreste gestite oggi secondo gli standard FSC® nel nostro Paese, con distribuzione prevalente al nord, al centro e in Sardegna.

Le aree sono molto diverse tra loro per posizione geografica, popolazione di specie arboree, estensione e proprietà.

Anche gli usi che si fanno di queste aree, infine, sono diversi: alcune vengono sottoposte a regimi di conservazione; altre ancora impiegate per fini turistico-ricreativi o culturali; altre ancora per la produzione di legname o dei cosiddetti prodotti forestali non legnosi.

Negli ultimi anni molta attenzione è stata posta alla valorizzazione dei servizi naturali o ecosistemici, definiti come la serie di beni immateriali quali aria pulita, acqua potabile; conservazione della biodiversità e del terreno; cattura e stock della CO<sub>2</sub> e servizi di interesse culturale, turistico o ricreativo che si ottengono naturalmente dalle aree forestali.

#### Le filiere

Oltre alla parte di gestione forestale, la certificazione si applica a tutti i prodotti derivanti dal bosco, siano essi legnosi (legno, carta o cartone) o non legnosi (funghi, cortecce, ecc.). Il nostro paese è molto virtuoso in questo senso: in Italia, infatti, sono attivi oltre 3.200 certificati di filiera, per un totale di più di 4.000 siti produttivi, che comprendono categorie come il packaging, l'arredo, l'editoria e la stampa, il tessile (viscosa).



Di Diego Florian  
Direttore FSC® Italia



### La voce dei nostri stakeholder

#### Certificazione forestale PEFC™ come strumento di difesa e promozione delle foreste

Nel corso degli ultimi anni è cresciuta enormemente la sensibilità dell'opinione pubblica mondiale verso i temi della salvaguardia ambientale, in tutti i suoi aspetti, e nel contempo sono aumentati l'interesse e la domanda dei consumatori per l'acquisto di beni e servizi rispondenti a precisi criteri di qualità ambientale ed etica, certificati secondo standard internazionali.

Tra questi anche i prodotti di origine forestale (legnosi o cartacei), anche in considerazione degli alti tassi di deforestazione illegale presenti in vari Paesi del Mondo.

Sia gli operatori della filiera foresta-legno che i consumatori hanno nel frattempo acquisito la consapevolezza che la commercializzazione di un prodotto non è più la semplice transazione, ma comprende valori che coinvolgono una pluralità di fattori, quali ad esempio i criteri di produzione, gli impatti ambientali, sociali ed economici del processo produttivo specifico.

La certificazione forestale PEFC™ rappresenta una delle sintesi di questo processo di "dialogo" tra mondo della produzione e Società Civile, anche grazie alla sua crescita a partire dal 2001, anno dell'inizio attività in Italia.

Oggi, infatti, la certificazione PEFC™ interessa e coinvolge 892.760 ettari di foreste certificate, oltre 1.270 aziende di trasformazione e migliaia di cittadini e consumatori che, "votando con il portafoglio", ogni giorno scelgono e premiano imprese rispettose dell'Ambiente e di valori sociali oggi più che mai non negoziabili.



Di Antonio Brunori  
PEFC™ Italia

Nel 2014 abbiamo definito una “politica gestione legno”. Il documento è stato presentato a tutti i Fornitori e ne è stata chiesta la firma a produttori di merce in legno o a base legnosa. Il legno è un materiale naturale e rinnovabile spesso utilizzato in bio-edilizia perché avendo eccellenti proprietà isolanti e una bassa conduzione termica consente bassi consumi energetici (sia per il riscaldamento che per il raffrescamento); utilizzato con determinate tecniche è particolarmente adatto per costruzioni anti-sismiche, attutisce i rumori, regola l’umidità dei locali garantendo un clima abitativo sano e privo di polveri. È decisamente positivo un suo ampio utilizzo, purché nelle scelte di acquisto e di utilizzo si prestino alcune attenzioni. La principale è quella di verificare che il legname provenga da foreste gestite secondo criteri di Sostenibilità.

La nostra attività si declina su questi punti:

- garantire al consumatore finale che i prodotti di origine forestale derivino da foreste gestite in maniera legale e sostenibile, quindi che non provengano da tagli illegali o da interventi irresponsabili che possono portare all’impoverimento o alla distruzione delle risorse forestali;
- proporre al consumatore finale soluzioni e prodotti a base di legno proveniente da boschi gestiti in maniera corretta, sia da un punto di vista ecologico, sia economico e sia sociale, il tutto attraverso una gamma completa e accessibile;
- informare e guidare il consumatore finale verso scelte d’acquisto sostenibili e rispettose dell’Ambiente e dei diritti umani;
- formare e condividere la nostra strategia e politica sulla gestione forestale con i nostri Partner commerciali. A partire da gennaio 2017 il 100% dei nostri acquisti deve seguire i valori definiti dalla politica di gestione legno e l’insieme dei nostri prodotti in legno tropicale dovrà essere tracciata. Per il legno non tropicale, la volontà è di avere il 100% di legno certificato FSC® o PEFC™; in mancanza di certificazione è comunque necessaria la documentazione che ne attesta la provenienza e la gestione legale della foresta. Tutti i prodotti devono avere almeno un certificato che attesta la legalità della provenienza del legno e rispettare la norma sulle informazioni obbligatorie sull’etichetta (origine, essenza e % di legno). La nostra catena di approvvigionamento di carbonella deve essere tracciata con precisione al fine di poter garantire la gestione responsabile della foresta di origine (no deforestazione). Richiediamo quindi ai nostri Fornitori di essere certificati. Partner del progetto sono FSC® e PEFC™.

#### MISURATORE DI OUTPUT

A dicembre 2021: 92,4% di referenze conformi alla policy, 80% con certificati FSC®/PEFC™ e 18,4% con Analisi rischi NEPCON.

### 7.2.3 Dematerializzazione dei documenti cartacei

Leroy Merlin per ridurre il consumo di carta, già da alcuni anni ha dato avvio ad alcuni progetti:

- riduzione stampe da Back Office;
- dematerializzazione delle fatture Fornitori tramite invio informatico (utilizzo del portale EDITA);
- accesso on line di tutta la documentazione amministrativa del personale (busta paga, Valadeo, ferie e permessi).

Prosegue l’attività di sperimentazione, nei Punti Vendita, per **digitalizzazione** della maggior parte della documentazione cartacea che viene consegnata in copia al Cliente. Promettenti sono i primi test della firma digitale con la nuova app ecosign.

#### MISURATORE DI OUTPUT

La dematerializzazione delle fatture amministrazione Fornitori merce ha raggiunto il 99% e quella delle spese generali il 99,5%.

Il 100% delle comunicazioni relative all’Amministrazione del Personale è stato dematerializzato.

L’impiego della carta nelle pubblicazioni pubblicitarie non è quantificabile in quanto nel 2020 il perimetro di misurazione è stato esteso a tutta l’attività di comunicazione. Il 100% della carta è certificato PEFC™ proviene dalle foreste svedesi di Sundsvall e trasportata in Italia in modalità multimodale.

## 7.3 Outcome 2: RIDUCIAMO LE EMISSIONI DI GHG CAUSATE DAI TRASPORTI DI MERCE (INBOUND E OUTBOUND)



Sustainable Development Goals (SDGs)

### OUTPUT

» Riduzione degli impatti ambientali

#### 7.3.1 Ottimizzazione dei trasporti

Il trasporto è una delle fasi a maggior impatto economico e ambientale per Leroy Merlin, considerando le esigenze di movimentazione dei prodotti fra le piattaforme e i Punti Vendita. Per questo sono stati messi in atto progetti e interventi specifici.

A gennaio 2016 è entrato in operatività il deposito di Castel San Giovanni, strategico per la sua localizzazione, progettato per accompagnare l'Azienda nella crescita Cross Canale e nel pieno rispetto ambientale. A seguito di ciò, per ottimizzare ulteriormente la rete logistica LMI e servire meglio i nostri Negozi e Clienti, a giugno 2020 è stato aperto il nuovo deposito di Colleferro. Questa scelta strategica ha garantito maggiore prossimità ai Negozi del centro-sud Italia e allo stesso tempo ha permesso al deposito di Castel San Giovanni di assicurarsi un ruolo strategico e centrale per i Negozi del centro-nord.

Con il **progetto Cross Docking** l'Azienda ha ridotto le consegne dirette dai Fornitori ai Negozi dal 90% al 15% dell'acquistato totale dell'Azienda.

A partire dal 2018, la Squadra Trasporti LMI, ha promosso e messo in campo una nuova strategia con l'obiettivo di creare un sistema di trasporto maggiormente efficiente e meno impattante razionalizzando mezzi ed ottimizzando i km percorsi. Con il termine "roundtrip" si va ad identificare l'organizzazione operativa dei servizi per e da i Negozi e per e da i depositi utilizzando i camion stradali al massimo della loro capacità di servizio. Ciò significa che le macchine vengono organizzate per poter effettuare nella stessa giornata una pluralità di servizi, diminuendo quindi la quantità tradizionale di trasporto gomma su strada e contribuendo conseguentemente alla decongestione del traffico e alla diminuzione di sostanze inquinanti.

Il servizio ferroviario intermodale resta un canale utilizzato, ma, in virtù della nascita del deposito di Colleferro (che di per sé è elemento che influisce nella diminuzione km percorsi "a valle" in quanto avvicina il deposito di partenza ai PDV del centro sud di destino) connette esclusivamente il deposito di Castel San Giovanni con i Negozi della regione Puglia.

L'impegno verso una mobilità maggiormente sostenibile è stata condivisa con i vettori partner, con i quali si pianificherà sinergicamente una road map di avvicinamento a nuove fonti di alimentazione pulita, come ad esempio il Gas Naturale Liquefatto (LNG) o il Biometano (gas rinnovabile), primi "rappresentanti" della decarbonizzazione dei trasporti (OKR 2022 15% trasporti green).

A partire da aprile 2014 è attivo il **servizio LDD** (Livraison Directe à Domicile) con il quale, su alcuni prodotti selezionati, è possibile consegnare la merce direttamente al Cliente senza farla transitare dal Negozio. Per il Punto Vendita si potranno ridurre rischi di rotture, giorni di rotazione dello stock, le operatività del ricevimento merci legate alla gestione di un ordine Cliente, oltre a recuperare spazio, sempre molto prezioso nei nostri Negozi.

Per diminuire ulteriormente l'impatto del passaggio su Negozio ed aumentare il livello di servizio per il Cliente finale, a maggio 2020 è stato attivato il nuovo circuito di consegna diretta al Cliente denominato Dropshipping: aumento della gamma offerta e diminuzione ulteriore del lead time.

Inoltre i prodotti vengono ritirati presso i Fornitori e consegnati dal partner logistico ultimo miglio che andrà direttamente a casa dei nostri Clienti, eliminando passaggi intermedi e quindi percorrendo meno chilometri, ulteriore contributo al nostro progetto di Eco Sostenibilità.

A partire da gennaio 2012, Leroy Merlin utilizza il sistema di noleggio bancali (pallet pooling) per distribuire ai Negozi i prodotti. L'operatore che fornisce i supporti è LPR – La Palette Rouge, il secondo a livello europeo.

**LPR** è l'unica Azienda nel settore del pallet pooling ad essere stata certificata PEFC™ a garanzia di pallet che provengono da foreste gestite in maniera sostenibile.

**La Palette Rouge**, oltre alla riduzione di costi di acquisto, smaltimento e amministrativi e alla qualità del prodotto offre indubbi benefici ambientali: mezzi saturi, utilizzo di componenti in legno certificati, possibilità di ripararli e ciclo di vita più lungo, diffusione locale.

#### MISURATORE DI OUTPUT

	u.m.	2019	2020	2021
Distanza deposito - Negozio totale	km	9.518.632	9.018.804	10.196.934
Distanza deposito - Negozio gomma	km	4.295.133	6.490.303	8.703.476
Distanza deposito - Negozio treno	km	3.608.830	1.145.446	285.730
Distanza deposito - Negozio nave	km	1.614.669	1.383.055	1.207.728

### 7.3.2 Energia del Bosco



#### La voce dei nostri stakeholder

“Energia del bosco” è un progetto innovativo perché non utilizza le foreste quale mezzo per ottenere uno scopo, ma le pone al centro dell’attenzione: la foresta è il fine.

Parliamo quindi di gestione del bosco, con un forte impulso alla pianificazione e alla certificazione forestale, secondo lo schema PEFC.

È un approccio importante perché pone finalmente in evidenza, remunerandoli, anche molti dei servizi ecosistemici propri del bosco: l’assorbimento di CO<sub>2</sub>, la fruizione, l’incremento della biodiversità, creando un valore condiviso a beneficio del territorio e delle comunità locali; difficilmente questi aspetti trovano normalmente una economicità per essere sostenuti.

Importante è la filiera locale circolare, in cui il territorio viene mantenuto, il legname prodotto in valle resta in valle, in particolare il castagno che difficilmente trova valorizzazione e può invece essere impiegato come biomassa nelle caldaie a cippato.

Dal punto di vista professionale, sia per il tecnico forestale che per l’impresa boschiva, questa rappresenta una sfida stimolante, in quanto si vuole dimostrare che di fianco alla natura produttiva, imprescindibile, il bosco può sviluppare altri prodotti, non fisici ma comunque economici per il gestore.

Ora è necessario rendere stabile questo progetto, a cui non servono finanziamenti esterni, e soprattutto renderlo esportabile in contesti simili.



A cura di Associazione Monte Rosa Foreste



L’iniziativa, realizzata in collaborazione PEFC™ Italia, vede Leroy Merlin e (RI)GENERIAMO impegnate in attività legate alla neutralizzazione di CO<sub>2</sub> emessa nei propri Negozi attraverso attività forestali in alcuni boschi italiani, a partire da quelli del Monte Tovo e del Vallone d’Otro in Valsesia (Piemonte). Grazie al supporto di (RI)GENERIAMO saranno attivate una serie di attività per incrementare l’assorbimento di anidride carbonica delle foreste o la sua non emissione. Tra le varie attività: l’allungamento dei tempi di taglio del bosco, l’individuazione di aree destinate alla libera evoluzione delle specie animali e vegetali o la prevenzione degli incendi boschivi. Il progetto, oltre ad avere un impatto positivo sugli ecosistemi delle foreste e sul cambiamento climatico, ha come ulteriore obiettivo la creazione di opportunità economiche e sociali per i territori coinvolti e le loro Comunità locali. Un bosco sano, curato e gestito in modo consapevole e sostenibile può creare opportunità a livello professionale e turistico, dando vita a un indotto di cui può beneficiare l’intero territorio, soprattutto quelli a economia marginale.

#### MISURATORE DI OUTPUT

N° PROGETTI ATTIVATI	N° PARTNER COINVOLTI	M² COINVOLTI NELLA GESTIONE SOSTENIBILE	TON/ANNO CO <sub>2</sub> STIMATI
3, → Monte Tovo (VC)	4, → Monte Rosa Foreste	5.310 ettari totali, Monte Tovo (VC)	10.000 ton/CO <sub>2</sub> totali, Monte Tovo (VC)
→ Vallone D’Otro, Alagna (VC)	→ Consorzio d’Otro	→ 170 ettari (1.700.000 m <sup>2</sup> ) Vallone D’Otro, Alagna (VC)	→ 1.500 Ton/anno CO <sub>2</sub> Vallone D’Otro-Alagna (VC)
→ Comunelli di Ferriere (PC)	→ Faggio Rosso	→ 80 ettari (800.000 m <sup>2</sup> ) Comunelli di Ferriere (PC)	→ 500 Ton/anno CO <sub>2</sub> Comunelli di Ferriere (PC)
	→ Consorzio dei Comunelli	→ 5.060 ettari (50.600.000 m <sup>2</sup> )	→ 8.000 Ton/anno CO <sub>2</sub>

L’obiettivo è ambizioso: promuovere un nuovo modello nell’ambito delle politiche volontarie di neutralizzazione delle emissioni nocive delle aziende in Italia.

“L’Energia del Bosco” infatti è il primo progetto in Italia a introdurre un accordo decennale dove la gestione forestale è finalizzata non solo a produrre legname ma anche a sviluppare servizi ecosistemici forestali che hanno come obiettivo la riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub> da parte delle aziende oltre che promuovere il turismo sostenibile e incrementare la biodiversità, creando un valore condiviso a beneficio del territorio e delle comunità locali.

## 7.4 Outcome 3

### RIDUCIAMO LE EMISSIONI GHG CAUSATE DAI CONSUMI ENERGETICI DEI NOSTRI NEGOZI



Sustainable Development Goals (SDGs)

#### OUTPUT

» Riduzione degli impatti ambientali e consumi energetici

#### 7.4.1 Consumo di risorse naturali

A livello energetico, la nostra azione si focalizza su diversi punti.

Autosufficienza energetica da rinnovabili attraverso l'installazione di pannelli fotovoltaici sui tetti dei Punti Vendita. Il primo sistema è stato realizzato a fine 2012 presso il Negozio di Lissone (MB) per giungere nel 2021 a 23 Negozi con impianti fotovoltaici (che equivalgono al 100% delle superfici disponibili). Riduzione dei consumi energetici, attraverso l'ottimizzazione dei consumi destinati all'illuminazione. Il progetto "Relamping", inizialmente diviso su 3 anni, prevedeva il rifacimento dell'impianto di illuminazione dell'area di vendita con tecnologia a LED. Ad oggi 45 Negozi hanno l'insegna con lampadine LED. Il 100% dei Punti Vendita è dotato di crepuscolare e sensori di presenza in ufficio e toilette.

Diminuzione emissioni CO<sub>2</sub> attraverso l'utilizzo di energia verde. Nel 2019 abbiamo raggiunto, a livello aziendale, il 100% di utilizzo di energia "verde" fornita dal consorzio Idroenergia Scrl. Questo consorzio è classificato "di autoproduzione da fonte rinnovabile" in quanto ha per oggetto principale la produzione, tramite le proprie centrali idroelettriche, di energia "pulita".

Per quanto riguarda il gas è in fase di studio l'ottimizzazione degli attuali sistemi di riscaldamento. Si segnala la presenza di impianti a solare termico per la produzione di acqua calda presso i Negozi Roma La Romanina, Palermo Forum e Torino Giulio Cesare.

A livello idrico la nostra azione si focalizza sull'autosufficienza per usi non potabili. L'utilizzo della risorsa idrica presso i Negozi è legato all'utilizzo igienico. Presso la quasi totalità dei Punti Vendita sono stati installati scarichi differenziati e miscelatori d'acqua che ne permettono il risparmio. E, per un uso più consapevole di tale risorsa, alcuni siti hanno installato presso le sale pausa appositi water dispenser.



Il piano Vision a 10 anni prevede un progressivo efficientamento idrico dei Punti Vendita attraverso l'autosufficienza per usi non potabili. Ad oggi i Negozi di Torre Annunziata, Torino Giulio Cesare e Collegno (Edilizia) hanno installato un sistema di recupero dell'acqua.

#### MISURATORE DI OUTPUT

Negozi certificati e classe energetica: il numero di Negozi con certificazione energetica nel 2021 è di 34. La produzione di energia rinnovabile è stata di 8.118.278 kwh.

	u.m.	2019	2020	2021
Consumo di elettricità totale	kWh	84.319.640	69.945.144	75.673.555
Consumo Gas Naturale	m <sup>3</sup>	1.755.876	1.423.581	2.363.225
Consumo Acqua	m <sup>3</sup>	168.740	120.518	137.301



## 7.5 Outcome 4

### RIDUCIAMO L'IMPATTO AMBIENTALE DELLA GESTIONE DEI NOSTRI RIFIUTI E DEL CICLO DI VITA DEI PRODOTTI



Sustainable Development Goals (SDGs)

#### OUTPUT

» Riduzione degli impatti ambientali

#### 7.5.1 Gestione dei rifiuti

La maggior parte dei rifiuti derivanti dall'attività dei Negozi è da ricondurre agli imballaggi (carta, cartone) dagli scarti in legno e dagli inerti.

Leroy Merlin si impegna quotidianamente affinché la raccolta differenziata sia svolta in modo corretto, soprattutto attraverso un processo di sensibilizzazione dei Collaboratori: gran parte della separazione dei materiali di scarto avviene in Negozio presso gli spazi logistici; alcuni Punti Vendita hanno inoltre attrezzato le aree ristoro Clienti con appositi raccoglitori, utilizzando quindi lo spazio stesso come veicolo di informazione e sensibilizzazione. Un'ulteriore gestione, soprattutto finalizzata allo smaltimento di rifiuti pericolosi, è effettuata da Società specializzate.

Per la sicurezza ambientale i Negozi sono dotati di:  
vasche di ritenzione molto resistenti in acciaio con finitura in galvanizzato che permettono la resistenza dei prodotti anche se stoccati in esterno;  
contenitori per rifiuti taglio legno e vetro;  
cassette per lo stoccaggio esterno di combustibile liquido.

Ad oggi siamo lontani dall'obiettivo finale di raccolta indifferenziata e un riciclo e valorizzazione dei rifiuti; la media di raccolta differenziata per i Punti Vendita Leroy Merlin nel 2021 è del 69,52%



#### MISURATORE DI OUTPUT

	u.m.	2019	2020	2021
Massa totale rifiuti	t	28.254	26.845	27.627
Percentuale rifiuti differenziati	%	66%	64%	69%
Peso rifiuti carta - cartone	t	3.505	3.513	3.961
Peso rifiuti plastica	t	447	390	480
Peso rifiuti legno	t	5.489	6.198	8.381
Peso imballaggi materiali misti	t	10.582	10.844	9.382
Peso rifiuti elettronici RAEE (apparecchiature, ecc...)	t	96	83	96
Peso Inerti - Peso rifiuti misti di costruzione e demolizione	t	7.126	5.285	4.998
Peso rifiuti pitture e vernici di scarto - tubi fluorescenti - sanitari	t	254	118	87
Peso rifiuti ferro e acciaio	t	505	217	243

### 7.5.2 Ecoisole RAEE

Il Consorzio Ecolight, Fornitore con il quale Leroy Merlin Italia ha un accordo quadro per la raccolta dei rifiuti di tipo RAEE (climatizzatori, frigoriferi, tv, monitor, pc, stampanti, lampade), insieme al gruppo HERA (municipalizzata che lavora con diversi comuni in Emilia Romagna) ha avviato alla fine del 2013 un progetto europeo cofinanziato dall'Unione Europea per incrementare la raccolta dei rifiuti elettronici introducendo degli innovativi metodi di raccolta che garantiscano una completa tracciabilità dei rifiuti RAEE e che rendano i nostri Clienti autonomi in fase di conferimento.

Durante le fasi del progetto sono state studiate e progettate due tipologie di cassonetti intelligenti che possono essere posizionate nelle aree esterne e nei parcheggi dei Negozi dove poter conferire rifiuti elettronici di piccole o grandi dimensioni. Il funzionamento è semplicissimo: il Cliente attraverso la sua tessera sanitaria si autentica e a quel punto il cassonetto chiede di indicare il tipo di rifiuto elettronico che si vuole gettare.

A seconda della scelta effettuata la macchina indica quale portellone aprire ed al Cliente non resta che gettare il rifiuto nel bocchettone indicato. La macchina è anche in grado di pesare il rifiuto conferito. Al termine viene rilasciata una ricevuta che attesta l'avvenuto conferimento del rifiuto con indicati i dati del Cliente.



### 7.5.3 Ecocompattatori bottiglie di plastica

A fine 2020 è stato siglato un accordo nazionale con CORIPET per l'installazione di ecocompattatori di bottiglie in plastica che si è concretizzato con le prime installazioni ad aprile 2021. Leroy Merlin è stato così il primo player della GDO Non Food ad aderire alla mission "bottle to bottle" del consorzio Coripet e, attraverso gli ecocompattatori i Clienti possono riciclare le proprie bottiglie in PET ricevendo in cambio sconti collegati al programma di fedeltà IDEAPIÙ. Questa partnership rafforza l'impegno di Leroy Merlin per l'economia circolare e la salvaguardia dell'Ambiente, è incentiva il processo "bottle to bottle", attraverso il quale le bottiglie usate possono generare un RPET (PET riciclato), idoneo al diretto contatto alimentare, per realizzare nuove bottiglie. Il meccanismo di raccolta è associato al programma di fedeltà Leroy Merlin IDEAPIÙ: i Clienti, dopo aver scaricato sul proprio smartphone l'app CORIPET e compilato, oltre ai propri dati personali, il codice di 17 cifre della propria carta IDEAPIÙ, potranno accedere all'ecocompattatore e inserire le bottiglie, che dovranno essere vuote, non schiacciate, con tappo, etichetta e codice a barre leggibile. Per ogni bottiglia "donata", i Clienti guadagneranno 1 punto. Al raggiungimento della soglia di 150 punti, i Clienti troveranno sulla propria app Leroy Merlin un coupon di 10 € per i possessori di carta IDEAPIÙ Easy e di 15 € per i Clienti IDEAPIÙ Premium e IDEAPIÙ Professional su una spesa minima di 50 €.

#### MISURATORE OUTPUT

	u.m.	2019	2020	2021
Attivazione raccolta RAEE 1 contro 1	%	100%	100%	100%
RAEE Shop Ecolight	nr	20	20	20
RAEE raccolti con Ecoisole RAEE Ecolight	nr	13.932	9.368	12.469
Utenti Ecoisole RAEE Ecolight	nr	nd	16	17
Utenti RAEE "uno contro uno"	nr	702	655	692
R1 "uno contro uno"	nr	61	24	36
(apparecchiature refrigeranti)				
R2 "uno contro uno" (grandi bianchi)	nr	61	124	66
R3 "uno contro uno" (TV e monitor)	nr	-	2	-
R4 "uno contro uno" (altro)	nr	176	38	252
R5 "uno contro uno" (fonti luminose)	nr	404	467	338

#### MISURATORE OUTPUT

CORIPET	u.m.	2019	2020	2021
Utenti	nr	nd	nd	61.347
Conferimenti	nr	nd	nd	1.999.524

### 7.5.4 Riparazione prodotti

Consapevoli dell'impatto ambientale delle nostre attività e della responsabilità che come Azienda abbiamo nei confronti dell'Habitat e dell'Abitante abbiamo identificato come uno dei pilastri principali del Servizio Post Vendita il contribuire a diminuire l'impatto sul nostro Ambiente. Le nostre azioni e i nostri pensieri nascono nel rispetto della nostra Strategia 0 Waste. Il processo di riparazione dei nostri prodotti impatta in modo sostanziale su questo aspetto e l'utilizzo di SAVEO (Il nostro gestionale POST VENDITA) ha permesso di non distruggere tutti quei prodotti che possono essere riparati. I dati disponibili dall'anno 2020 fanno emergere in modo chiaro i risultati e in particolar modo il potenziale prospettico.

#### MISURATORE DI OUTPUT

	u.m.	2019	2020	2021
Numeri di riparazioni	nr	6.179	7.412	27.400
Stima peso non immesso nell'Ambiente	kg	43.253	51.884	191.800

### 7.5.5 Cessione demarque e Regusto - riduzione dei rifiuti attraverso un'economia circolare

Gli Empori Fai da Noi sono un progetto innovativo attraverso il quale Leroy Merlin Italia rende operativi i principi dell'economia circolare aumentando il grado di utilizzo dei beni e minimizzando gli scarti.

L'economia di condivisione e la generatività sono alla base di questo progetto.

Gli Empori Fai da Noi sono luoghi di condivisione di materiale dove le persone o le famiglie in difficoltà che necessitano di effettuare lavori di manutenzione di base, piccole ristrutturazioni o lavori di decorazione possono utilizzare gratuitamente – come presso una biblioteca – gli utensili necessari.

A chi ne ha bisogno l'Emporio fornisce anche prodotti consumabili. In questo progetto Leroy Merlin collabora con Last Minute Market, impresa sociale e spin off dell'Università di Bologna. LMM affianca inoltre Leroy Merlin nelle fasi di attivazione dei recuperi della merce invenduta e della demarque nelle fasi di monitoraggio e valorizzazione delle attività basate sui concetti di economia circolare e della condivisione. Dal 2021 è inoltre partito il progetto Regusto.

Tramite questo Marketplace della Sostenibilità per i Negozi è possibile donare a costo zero prodotti ancora perfettamente utilizzabili, ma fuori dalla nuova gamma, ad Associazioni ed enti no profit che possono trarre la maggiore utilità possibile da questi prodotti. I Negozi caricano sulla piattaforma web i prodotti per i quali gli enti possono prendere appuntamento per il ritiro.

Questo progetto, oltre alla forte logica di generatività, è teso alla valorizzazione economica, ambientale e sociale di prodotti che fino a ieri erano considerati solamente come scarti ed oggi donano valore a chi ne ha bisogno.

#### MISURATORE DI OUTPUT

Nel corso del 2021 tramite i 36 Empori fai da Noi sono stati donati 17.000 prodotti e prestati 1.850.

Tramite la piattaforma Regusto una prima stima teorica rivela donazioni per 95.500 kg di prodotti per un risparmio stimato di 38.000 kg di CO<sub>2</sub>e e un valore di quasi 200.000€.



### La voce dei nostri stakeholder

La piattaforma Regusto è il primo portale per la gestione delle donazioni. Questa è basata su un modello di sharing for charity innovativo che sfrutta la tecnologia blockchain per garantire trasparenza e tracciabilità nella gestione dei flussi di denaro e merci. La tecnologia blockchain fornisce trasparenza e garanzie a tutti i soggetti coinvolti, tracciando i prodotti e certificando gli impatti positivi generati grazie al mancato smaltimento.

La collaborazione tra Leroy Merlin Italia e Regusto nasce nel febbraio 2021 con l'obiettivo comune di contribuire alla lotta contro lo spreco a vantaggio dell'Ambiente.

Leroy Merlin è la prima Azienda nella grande distribuzione a sposare la mission di Regusto e l'azione congiunta ha permesso di tracciare tutte le donazioni di prodotti a rischio spreco, monitorando allo stesso tempo gli impatti ambientali generati.



A cura di Regusto

Ad oggi, marzo 2022, Leroy Merlin ha donato e tracciato attraverso la piattaforma di sharing for charity di Regusto oltre 177 tonnellate di prodotto a favore di 60 enti non profit presenti sul territorio nazionale. Gli impatti positivi generati a favore dell'ambiente hanno permesso di risparmiare 100 tonnellate di CO<sub>2</sub> immessa nell'aria e 533.000 m<sup>3</sup> di acqua grazie al mancato rifiuto del prodotto donato. La partnership virtuosa tra Leroy Merlin e Regusto continua nel 2022 con l'obiettivo di superare il traguardo raggiunto giorno dopo giorno a beneficio della Comunità e del Pianeta.

## 7.6 Outcome 2 - 3 - 4

### MONITORIAMO L'IMPATTO AMBIENTALE DELLA NOSTRA ORGANIZZAZIONE ATTRAVERSO L'INVENTARIO GHG



Sustainable Development Goals (SDGs)

#### OUTPUT

» Monitoraggio delle emissioni GHG e relative diminuzioni



### La voce dei nostri stakeholder

Leroy Merlin a partire dal 2012 ha deciso di sviluppare il proprio inventario di gas ad effetto serra (di seguito GHG) a livello di organizzazione al fine di identificare e rendicontare le proprie emissioni di GHG di Scope 1, 2 e 3 in accordo con i requisiti dello standard ISO di riferimento (ISO 14064-1).

Nel 2021, in seguito alla revisione della norma, Leroy Merlin ha aggiornato il proprio inventario secondo il nuovo approccio adottato dallo standard.

Nello specifico, la nuova ISO 14064-1:2018 facilita e meglio dettaglia l'inclusione delle emissioni GHG indirette, provvedendo a colmare il divario tra quanto richiesto in modo vincolante nella precedente edizione (emissioni derivanti dagli Scope 1 e 2) e le crescenti esigenze di mercato di uno spettro molto più ampio di Organizzazioni (Scope 3).

L'inventario in accordo alla nuova norma sarà pertanto più esteso rispetto a quello previsto dall'edizione precedente (2006), spingendo allo sviluppo di inventari delle emissioni GHG sempre più orientati lungo l'intera "value chain", per arrivare ad una sorta di concetto di "ciclo di vita" in grado di descrivere la vera e propria Carbon Footprint dell'Organizzazione.

Sebbene Leroy Merlin abbia esteso fin da subito il proprio inventario GHG alle emissioni indirette (es. commuting dei dipendenti, mezzi di



Di Daniele Pernigotti  
Aequilibra

### 7.6.1 Inventario GHG

Leroy Merlin calcola dal 2013 annualmente il proprio inventario delle emissioni di gas ad effetto serra (GHG), in accordo allo standard internazionale UNI EN ISO 14064-1. Dal 2021 si è invece adattata al nuovo standard UNI EN ISO 14064-1:2018 che riscrive la metodologia di rendicontazione passando dai 3 "scope" a 6 "categorie" per meglio definire le aree. Tale norma volontaria prevede che siano contabilizzate le emissioni dirette, quelle indirette legate all'uso dell'energia e le altre emissioni indirette.

In alcuni casi essi sono generati da studi effettuati una tantum per fotografare la situazione aziendale (es. trasferimento casa - lavoro - casa dei dipendenti); altre volte sono frutto di una modellizzazione basata su serie di dati noti di partenza (es. trasferimento dei Clienti presso i Punti Vendita o consegna della merce dei Fornitori alla prima Sede di Leroy Merlin) e altre ancora dal sistema di rendicontazione interno (es. trasferimento merci nei vari Punti Vendita e trasferte di lavoro dei dipendenti). Il presente inventario ha considerato tutte le tipologie di GHG previste dalla UNI EN ISO 14064-1:2018 in grado di fornire un contributo significativo all'inventario complessivo. Riguardo i risultati dell'inventario di GHG Leroy Merlin del 2021 questi devono essere letti facendo una premessa.

*trasporto dei Clienti), l'applicazione della versione 2018 della norma, ha permesso a Leroy Merlin di estendere ulteriormente i confini di organizzazione andando a mappare in maniera più precisa le emissioni indirette, includendo anche quelle legate alla produzione dei beni commercializzati nei Punti Vendita. Lo sviluppo dell'inventario così dettagliato permette anche di identificare le aree maggiormente impattanti al fine di poter individuare dove poter realizzare azioni di riduzione di tali emissioni. L'inventario è, quindi, un primo passo per l'implementazione e definizione di target di riduzione delle emissioni che saranno definite in accordo ai requisiti di Science Based Target initiative.*

Da quest'anno, grazie alla nuova metodologia di rendicontazione, è stato possibile calcolare, seppur facendo una stima, l'impatto dovuto al ciclo di vita dei prodotti che l'Azienda vende all'interno dei propri Punti Vendita. L'ammontare è risultato essere di 1.137.690 ton di CO<sub>2</sub>e, pari al 75% del totale di emissioni dell'intero anno. Questo risultato, pur non essendo positivo, non stupisce data l'attività di una Azienda di DMO come Leroy Merlin. Tale dato è comunque il risultato di una stima che vuole essere il punto di partenza per una misurazione da implementare anno dopo anno tramite una precisa raccolta dati finalizzata al calcolo di tale sottocategoria che nel tempo verrà implementata. A tale numero è comunque stato sottratto l'ammontare dovuto al trasporto della merce poiché già conteggiata nell'apposita sottocategoria 3.2 in modo più preciso ed affidabile.

Riguardo le altre fonti di emissioni, va segnalato come nell'ambito dei consumi di energia elettrica Leroy Merlin acquisti i certificati di Garanzia d'Origine del GSE già da diversi anni.

Attenendosi alle indicazioni della norma ISO, questa categoria è stata indicata sia in un'ottica location based che market based, dalla quale si può desumere come l'Azienda compensi la quasi totalità delle emissioni grazie ai certificati di energia verde.



Le emissioni totali di Leroy Merlin per il 2021 sono risultate essere di **1.533.205** in ottica **market base**.

Tale numero non è propriamente confrontabile con quello degli anni precedenti per i motivi sopracitati, ma l'aver impostato un livello di rendicontazione così dettagliato ed onnicomprensivo vuole essere la baseline per il continuo miglioramento della misura dell'impatto ambientale che l'Azienda esercita nei territori in cui essa opera al fine di poter perseguire nel miglior modo possibile l'obiettivo di una riduzione reale e concreta.

L'inventario di GHG di Leroy Merlin è stato sottoposto a verifica di parte terza da parte di **Bureau Veritas** nel mese di maggio.

Alla fine di tale verifica è stato rilasciato il certificato numero IT315553 - 1 in data 26 maggio 2022.

## MISURATORE DI OUTPUT

Emissioni	Totale tCO <sub>2e</sub>	Categoria	Totale tCO <sub>2e</sub>	Emissioni	Totale tCO <sub>2e</sub>
Emissioni dirette	7.492	Categoria 1	7.492	Scopo 1	7.492
Emissioni indirette	1.549.784	Categoria 2	18.125	Scopo 2	18.125
		Categoria 3	369.275	Scopo 3	1.557.276
		Categoria 4	1.162.384		
		Categoria 5			
		Categoria 6			

Emissioni	2021	2021	2021
	Totale location based	Totale market based	Totale
	tCO <sub>2e</sub>	tCO <sub>2e</sub>	%
<b>Categoria 1: emissioni e rimozioni dirette di GHG</b>	<b>7.864</b>	<b>7.864</b>	<b>1%</b>
1.1 Emissioni da combustione di impianti stazionari	5.057	5.057	0%
1.2 Emissioni da combustione di impianti mobili	1.495	1.495	0%
1.3 Emissioni di processo			
1.4 Emissioni fuggitive	1.311	1.311	0%
1.5 Emissioni dall'uso del suolo (LULUCF)			
<b>Categoria 2: emissioni indirette di GHG da energia importata</b>	<b>18.125</b>	<b>1.772</b>	<b>1%</b>
2.1 Emissioni indirette da produzione e consumo di energia elettrica importata	18.125	1.772	1%
2.2 Emissioni da produzione di energia importata, esclusa l'energia elettrica			
<b>Categoria 3: emissioni indirette di GHG dal trasporto</b>	<b>369.275</b>	<b>369.275</b>	<b>24%</b>
3.1 Emissioni derivanti dal trasporto upstream e distribuzione di merci			
3.2 Emissioni derivanti dal trasporto downstream e distribuzione di merci	20.966	20.966	1%
3.3 Emissioni derivanti dai dipendenti nel tragitto casa-lavoro	11.583	11.583	1%
3.4 Emissioni derivanti dal trasporto di Clienti/visitatori	335.546	335.546	22%
3.5 Emissioni derivanti dai viaggi di lavoro	1.180	1.180	0%
<b>Categoria 4: emissioni indirette di GHG derivanti dai prodotti utilizzati dall'organizzazione</b>	<b>1.154.294</b>	<b>1.154.294</b>	<b>74%</b>
4.1 Emissioni da beni acquistati	1.137.690	1.137.690	73%
4.2 Emissioni da beni strumentali	16.386	16.386	1%
4.3 Emissioni da smaltimento di rifiuti (liquidi o solidi)	218	218	0%
4.4 Emissioni dall'uso di apparecchiature in leasing			
4.5 Emissioni dall'uso di servizi non inclusi nelle categorie precedenti			
<b>Categoria 5: emissioni indirette di GHG da prodotti realizzati dall'organizzazione</b>			
5.1 Emissioni derivanti dalla fase d'uso del prodotto			
5.2 Emissioni dal downstream di beni in leasing			
5.3 Emissioni derivanti dalla fine vita del prodotto			
5.4 Emissioni derivanti da operazioni finanziarie			
<b>Categoria 6: emissioni indirette di GHG da altre fonti</b>			
	<b>1.549.557</b>	<b>1.533.205</b>	

## 7.7 Outcome 5

### FORNIAMO DELLE SOLUZIONI AI CONSUMI ENERGETICI



Sustainable Development Goals (SDGs)

#### OUTPUT

- » Miglioramento delle condizioni abitative
- » Risparmio dei consumi energetici
- » Risparmio economico sui consumi energetici

#### 7.7.1 Lotta alla povertà energetica



#### La voce dei nostri stakeholder

Banco dell'energia, nato nel 2016, è una onlus che dona sostegno alle persone in situazione di vulnerabilità economico-sociale, attraverso il meccanismo della solidarietà indiretta con particolare attenzione alla povertà energetica. A fronte della crisi scaturita dalla pandemia con relativo rincaro delle tariffe energetiche, l'impegno di Banco si intensifica e assume sempre più importanza. Oggi, infatti, propone un innovativo modello d'intervento, non circoscritto al mero assistenzialismo, ma focalizzato sia sulla promozione d'iniziativa formative per ridurre i consumi sia sulla creazione di partnership. In tale contesto, il 14 dicembre 2021, il Banco ha presentato il Manifesto "Insieme per contrastare la povertà energetica", un documento – in linea con l'obiettivo dell'Agenda 2030 dell'ONU di garantire l'accesso a sistemi di energia convenienti, sicuri, sostenibili e moderni – che rappresenta la volontà di contrastare la povertà energetica tramite la creazione di una rete di organizzazioni pubbliche, private e del terzo settore, associazioni di categoria e altri stakeholder sensibili al tema. Con il "Manifesto" nasce un network il cui obiettivo è quello di sensibilizzare l'opinione pubblica e contrastare la povertà energetica con azioni concrete: Banco e tutti i firmatari s'impegheranno a promuovere progetti finalizzati a rendere accessibili strumenti d'efficientamento energetico, aumentare la consapevolezza sui consumi energetici e sostenere persone vulnerabili.



A cura di Banco dell'energia Onlus

Nel 2017 Leroy Merlin Italia ha intrapreso un progetto di "lotta alla povertà energetica", con il fine di individuare e sperimentare l'installazione di dispositivi per il risparmio energetico a basso costo ed azioni di educazione degli utenti in grado di contenere il fenomeno della "povertà energetica", ossia la difficoltà delle famiglie a basso reddito di pagare le bollette relative ai consumi di energia. Con la collaborazione del **Politecnico di Torino**, la rete Caritas piemontese e il comitato promotore S-nodi, è stato possibile strutturare tutte le attività. La prima fase è stata quella dell'individuazione delle famiglie e di alcuni volontari. Questi ultimi, nel mese di maggio 2017, hanno ricevuto una formazione sia sul tema generale della povertà energetica, sia su alcuni aspetti pratici riguardanti i kit di dispositivi. Nel mese di dicembre sono stati distribuiti i kit da parte di Leroy Merlin a 60 famiglie residenti nei territori di Torino, Aosta, Novara, Biella, Alessandria e Casale Monferato. Gli stessi volontari si sono occupati poi di installare i dispositivi e di formare a loro volta gli utenti sulle varie pratiche da mettere in atto al fine di risparmiare energia e di ottimizzare le proprie spese. Come stimato dal Comitato promotore del progetto il risparmio medio per i nuclei coinvolti è stato di almeno 100 €.

Nel 2019 abbiamo dato avvio a un'evoluzione del progetto.

- **Prima fase: analisi prodotti.** Con il supporto del Politecnico di Torino sono stati individuate tre tipologie di kit suddivisi sui tre temi: idrico – termico – energetico. Per ogni prodotto individuato è stato quindi calcolato il potenziale risparmio (per edificio multifamiliare e monofamiliare).
- **Seconda fase: individuazione TED.** Su ogni Punto Vendita è stato individuato un Collaboratore, denominato TED (Tutor per l'Energia Domestica) che ha la funzione di formare i Colleghi dei reparti coinvolti, formare i Clienti, essere di supporto per progetti di risparmio energetico, animare la vendita di tali prodotti. Il TED è anche a supporto delle realtà locali impegnate nell'ambito della lotta alla povertà energetica.
- **Terza fase: formazione TED.** A gennaio 2019 i 50 TED sono stati formati per mezzo di una formazione online definita e realizzata con il supporto del Politecnico di Torino.

Nel 2021 non si è svolta la giornata della Lampadina Sospesa a causa della pandemia.

Nel 2021, inoltre, è stato firmato il **Manifesto "Insieme per contrastare la Povertà energetica"**, promosso dal Banco dell'energia. Lo scopo dell'iniziativa è sensibilizzare l'opinione pubblica e i referenti istituzionali e mettere in campo azioni concrete per fronteggiare le situazioni di vulnerabilità sul tema attraverso la creazione di una rete di stakeholder che condividono la missione del Banco.

Al Manifesto hanno già aderito Associazioni di consumatori e ambientaliste, Organizzazioni del terzo settore, le principali multiutility Italiane e le imprese impegnate nella lotta alla povertà energetica, quali A2A, Acquedotto Pugliese, Adiconsum, Adoc, AISFOR, Comunità di Sant'Egidio, Croce Rossa Italiana, ENEA, Federconsumatori, Fondazione Utilitatis, Fratello Sole, Gruppo Hera, Iren, Lega Consumatori, Legambiente, Leroy Merlin, Metropolitana Milanese SPA, NextEnergy Foundation, Osservatorio Italiano sulla Povertà Energetica OIPE, (RI)GENERIAMO, RSE, Signify Philips, Utilitalia.

## 7.8 Outcome 6

### GUIDIAMO IL CLIENTE VERSO SCELTE CONSAPEVOLI E RESPONSABILI



Sustainable Development Goals (SDGs)

#### OUTPUT

» Riduzione degli impatti ambientali

#### 7.8.1 Orto Fai da Noi

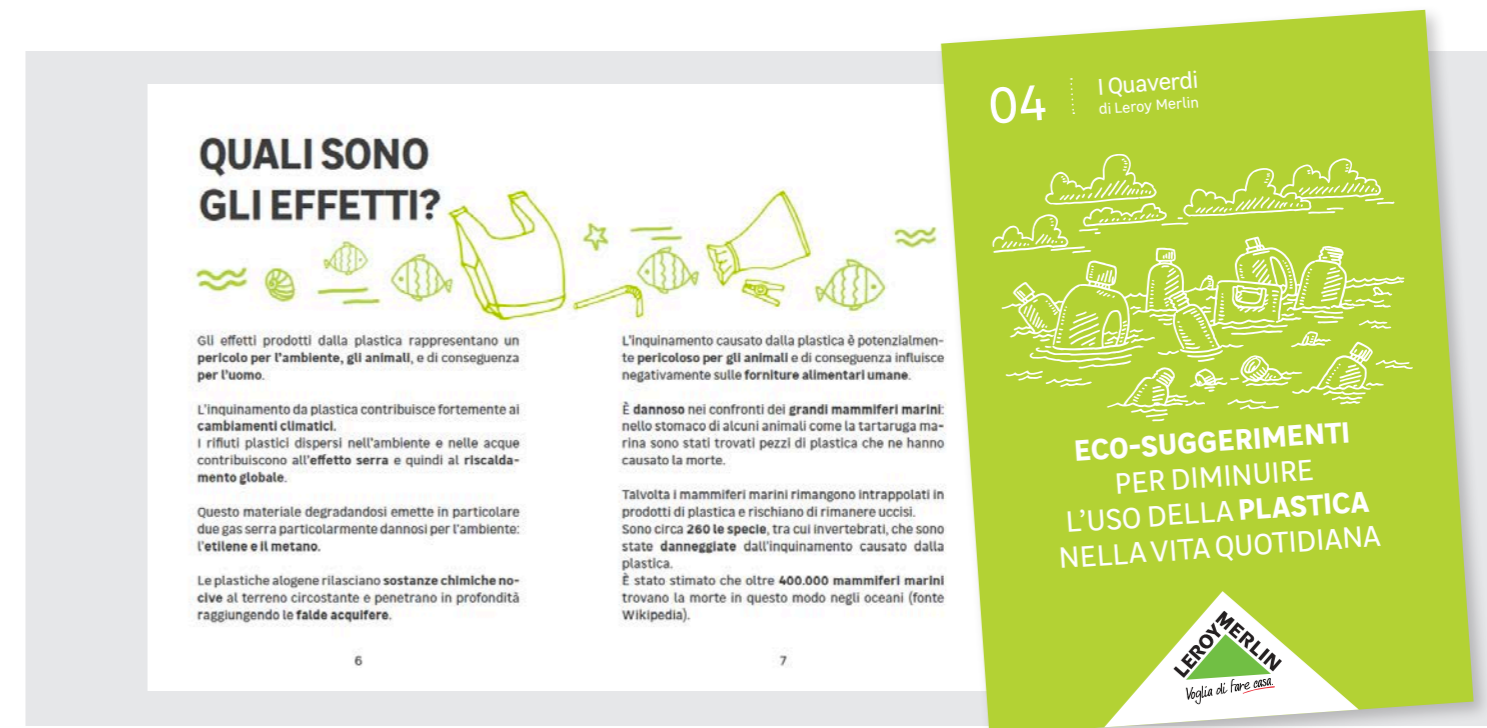
Nel 2017 abbiamo dato vita al primo orto di Comunità di Leroy Merlin, presso il Negozio di Torino Giulio Cesare. L'idea è nata dalla possibilità di sfruttare un ampio terreno incolto, di pertinenza del Negozio, per generare una dinamica sociale di incontro e di scambio, valorizzando il Territorio con un'iniziativa sostenibile, che fosse anche in grado di avere ricadute positive su coloro i quali hanno più bisogno. In maniera simile, nel 2018 è nato il primo orto di Comunità di Leroy Merlin a Roma, presso il Negozio di Roma Tiburtina. Anche qui, un ampio terreno incolto è diventato un grande orto di Comunità, suddiviso fra 19 famiglie. Grazie alla collaborazione fra la Cooperativa Agricola Capodarco, Superelectric S.r.l e la Cooperativa sociale CEAS, gli "ortolani" sono in grado di sperimentare la bellezza della filiera a km zero, monitorare con precisione le proprie coltivazioni e condividere i frutti del proprio lavoro donando una parte dei prodotti a famiglie in difficoltà. Un'altra parte dell'orto è infine destinata ad attività didattiche e di formazione con scuole e famiglie. Nel 2019 il Negozio di Verona, non avendo un terreno a disposizione ha lanciato il progetto "Corti Fai da Noi" destinato ai bambini della scuola primaria per insegnare il rapporto con la natura e l'autoproduzione. Il progetto ha coinvolto 335 bambini. A fine 2020 è stato definito il progetto per l'Orto Fai da Noi di Ancona il cui bando è stato lanciato ad inizio 2021.



#### 7.8.2 Educazione al consumo responsabile e ai corretti stili di vita

Presso il sito CSR Leroy Merlin, oltre al già citato Quaverde sul tema plastica, sono disponibili le seguenti pubblicazioni:

- I Quaverdi semplici eco-suggerimenti su come cambiare il mondo senza essere supereroi;
- I Quaverdi piccoli azioni per grandi risparmi;
- I Quaverdi semplici eco-suggerimenti per combattere l'inquinamento e vivere sani.



In merito alle formazioni destinate alle nuove generazioni si rimanda al Capitolo sul Capitale Umano.

#### MISURATORE DI OUTPUT

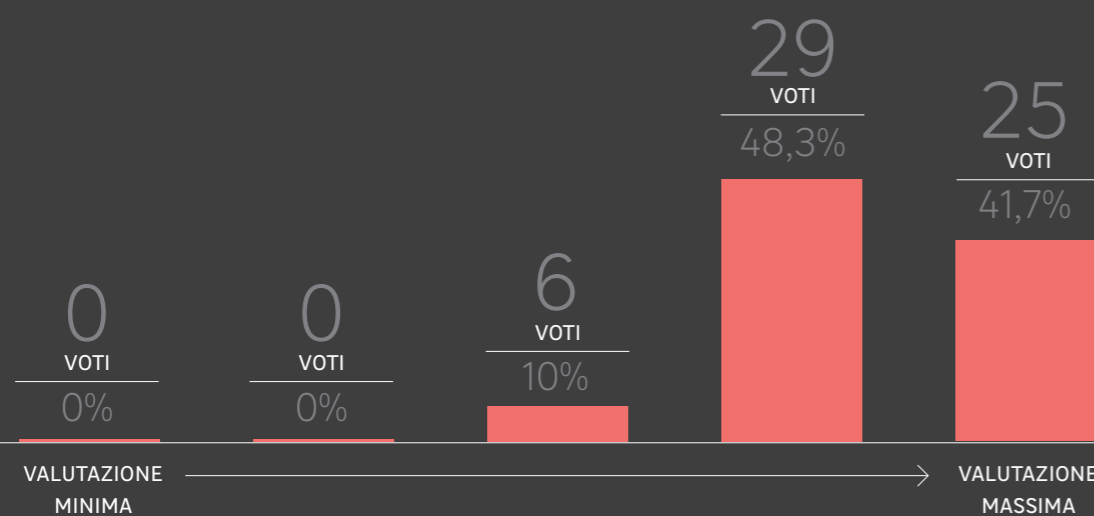
Realizzazione dell'orto e condivisione dei prodotti.

# CAPITOLO 8

## IL NOSTRO CAPITALE UMANO







## Capitale Umano Valutazione della performance

Durante la fase di redazione del Bilancio di Sostenibilità abbiamo chiesto ai nostri stakeholder di valutare il nostro operato per il 2021 in relazione ad una serie di Indicatori chiave per i quattro Capitali di rilevanza. Il giudizio sulla performance dell'Azienda prevedeva un voto da 1 a 5 in base a quanto fosse valutato positivamente l'operato in senso crescente.



### 8.1 Introduzione

Valorizziamo le Persone e le diversità garantendo i diritti. Creiamo e proponiamo percorsi di vita e di educazione attraverso strumenti e progetti che stimolino la “voglia di fare”.

#### INDICE OUTCOME

- » Outcome 1: formiamo i Collaboratori per svolgere un ruolo di ambasciatori di Sostenibilità verso la Comunità
- » Outcome 2: garantiamo il benessere, la sicurezza e la serenità dei Collaboratori
- » Outcome 3: garantiamo, coinvolgiamo e diffondiamo la Sostenibilità a tutti i processi aziendali
- » Outcome 4: concretizziamo e diffondiamo a ogni livello il valore della condivisione
- » Outcome 5: formiamo le nuove generazioni sui temi del Fare e della Sostenibilità
- » Outcome 6: sviluppiamo le competenze e la voglia di fare dei nostri Clienti
- » Outcome 7: valorizziamo e integriamo le diversità

## 8.2 Outcome 1

FORMIAMO I COLLABORATORI PER SVOLGERE UN RUOLO DI AMBASCIATORI DI SOSTENIBILITÀ VERSO LA COMUNITÀ



Sustainable Development Goals (SDGs)

### OUTPUT

- » Riduzione degli impatti ambientali
- » Coinvolgimento e partecipazione dei Collaboratori

### 8.2.1 USEFUL

A novembre 2020 è stato presentato a tutti i manager il video USEFUL: una sintesi degli impegni presi da ADEO in ambito umano, sociale, ambientale ed economico. Il target è stato il 100% dei Collaboratori attraverso la condivisione del video e l'organizzazione di atelier partecipativi che hanno permesso, oltre all'approfondimento della strategia ADEO, di contribuire con idee e progetti agli obiettivi di Leroy Merlin Italia.

#### MISURATORE DI OUTPUT

Coinvolgimento 100% Collaboratori.



## 8.3 Outcome 2

GARANTIAMO IL BENESSERE, LA SICUREZZA E LA SERENITÀ DEI COLLABORATORI



Sustainable Development Goals (SDGs)

### OUTPUT

- » Benessere e salute Collaboratori

### 8.3.1 Sistema di gestione e sicurezza

Il sistema di gestione Sicurezza prevede ad oggi un'organizzazione nazionale e una locale per ogni singolo Punto Vendita. A livello nazionale sono stati nominati un Responsabile Sicurezza Sistema di Gestione, un RSPP Responsabile Servizio Prevenzione e Protezione, e un Coordinatore medici nazionale.

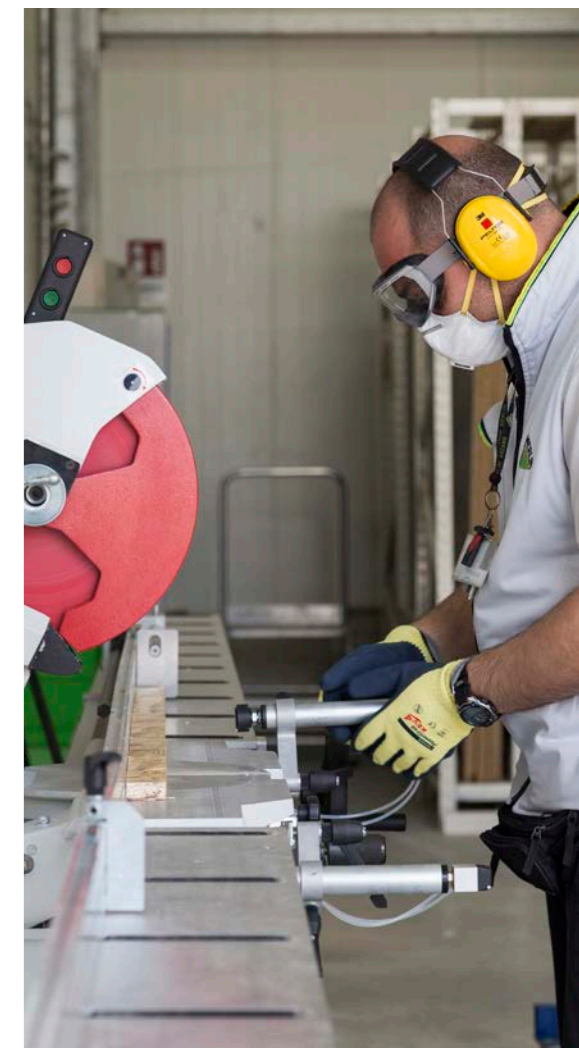
A livello locale, per ogni Punto Vendita sono previsti:

- il Datore di lavoro, ruolo ricoperto dal Direttore del Punto Vendita,
- due addetti al Servizio Prevenzione e Protezione per la sicurezza sul lavoro, ruolo ricoperto dal Controllore di Gestione e dal Responsabile Risorse Umane,
- un RSPP e un medico del lavoro,
- una serie di preposti rappresentati dai Capi Settore,
- un RLS Responsabile per la Sicurezza che è eletto o nominato dai Collaboratori di Negozio.

#### MISURATORE DI OUTPUT

Applicazione del sistema di gestione: 100%

Numero di raccomandazioni a seguito di audit sicurezza: 7



### 8.3.2 Salute e sicurezza Collaboratori

Le azioni si declinano in base ai seguenti punti:

- valorizzazione delle persone;
- Ambiente confortevole, accogliente e ospitale, nonché adeguato dal punto di vista della salute e della sicurezza, per i Clienti, per i Collaboratori e per chiunque, a qualunque titolo, frequenti i luoghi della Società;
- aggiornamento delle procedure aventi l'obiettivo di garantire una gestione efficace della sicurezza e della salute dell'Ambiente di lavoro;
- dotazione di dispositivi di sicurezza per la protezione fisica dei Collaboratori;
- promozione della qualità della vita lavorativa dei propri Collaboratori, sviluppando azioni che favoriscano il benessere della persona;
- formazione dei Collaboratori;
- realizzazione di Negozi sicuri, con particolare attenzione ai Clienti.

A partire dal 2011 Leroy Merlin Italia ha ottenuto la certificazione OHSAS 18001 e dal 2020 la certificazione è stata aggiornata alla ISO 45001.

#### MISURATORE DI OUTPUT

	2019	2020	2021
Infortuni	237	143	156
Giorni infortunio	5.584	2.990	3.470
Ore lavorate	10.475.831	9.432.763	10.980.273
Tasso di frequenza	22,6	15,2	14,2
Tasso di gravità	0,5	0,3	0,3

### 8.3.3 Benessere dei Collaboratori

#### Gestione dei trasferimenti

ADEO ha diffuso "la carta della mobilità": un documento che definisce i principi generali di mobilità all'interno delle filiali e tra le filiali del Gruppo.

### 8.3.4 Attività ludiche di animazione

In tutti i Negozi e nei Servizi Interni (Sede) sono previsti momenti di aggregazione e condivisione che è uno dei valori fondanti della nostra Azienda. Abbiamo molti momenti di aggregazione formale che diventano spazio di condivisione come:

- plenarie generazione di valore in cui una squadra di Collaboratori dedicati e designati per ogni Negozio e sede coinvolgono tutte le squadre in progetti e attività di evoluzione
- serata Valadeo
- apertura dei nostri Punti Vendita come l'ultimo quello di Ancona
- webinar di animazione della lettera vision (costruzione degli obiettivi)

### 8.3.5 Servizi

- servizio mensa presso i Servizi Interni (sospeso nel 2020 causa Covid)
- sportello medico interno presso i Servizi Interni;
- assistenza fiscale per la compilazione del modello 730;
- convenzioni con una banca e un istituto di credito;
- sconto dipendenti del 10% per gli Acquisti presso i Negozi a insegna Leroy Merlin e Bricocenter presenti sul Territorio nazionale con una App a disposizione di tutti i Collaboratori Leroy Merlin Italia e Bricocenter
- agevolazione tariffe auto a noleggio.
- supporto psicologico sempre operativo dal 2020

"Per Noi" è un programma specifico di convenzioni destinato a tutti i Collaboratori Leroy Merlin Italia che si suddivide in:

- Per noi salute;
- Per noi tempo libero;
- Per noi risparmio.

#### Attività per i bambini in Azienda

Nei momenti significativi dell'anno, per permettere ai genitori di non doversi organizzare autonomamente con il babysitting, l'Azienda organizza una serie di feste per bambini nei giorni in cui non c'è presidio scolastico. Nel 2020 e 2021 le attività non sono state organizzate.

#### MISURATORE DI OUTPUT

A partire dal 2018 abbiamo basato il nostro ascolto del Collaboratore attraverso un supporto di ascolto sistematizzato il progetto ADEO "EXI" (Employee Experience Index).

Si tratta di un'indagine di sentimento trimestrale che misura la percezione individuale legata al "sentirsi al centro dell'impresa".

Da giugno 2020 è rivolto a tutti i Collaboratori ADEO, prima era solo a campione, la partecipazione è sempre molto alta intorno all'80%. Il questionario è uno strumento di misurazione psicometrica statisticamente valido che misura percezioni (normalmente le indagini raccolgono opinioni); utilizza una metodologia di campionamento (3% in grandi BU, 15% in piccole BU), che garantisce risultati significativi con una piccola porzione di partecipanti e ci consente di riproporre l'indagine più volte l'anno e misurare quindi l'andamento nel tempo. Il questionario ha anche una sezione in cui tutti i Collaboratori si possono esprimere con punti di forza o di miglioramento nel trimestre e grazie a questi molte iniziative a livello nazionale e locale sono state implementate per fare evolvere l'Azienda e migliorare il benessere dei Collaboratori.

L'obiettivo è di avere un NPS medio Italia di 50 punti, e attualmente, in base alla rilevazione di fine 2021, la media risulta essere di 37 punti.

## 8.4 Outcome 3

### GARANTIAMO, COINVOLGIAMO E DIFFONDIAMO LA SOSTENIBILITÀ A TUTTI I PROCESSI AZIENDALI



Sustainable Development Goals (SDGs)

#### OUTPUT

» Condivisione a tutti i livelli delle tematiche CSR

#### 8.4.1 Co-costruzione del piano Sostenibilità

Ad oggi siamo così organizzati:

**Green Group Negozio** - L'obiettivo è quello di animare e formare i Colleghi e la Comunità sulle tematiche dello Sviluppo Sostenibile.

A coloro che sono coinvolti in questa attività è richiesto un impegno sulla gestione dei rifiuti, la comunicazione e formazione sui prodotti "Casa di domani" e l'organizzazione delle attività sociali e, in particolare, del Bricolage del Cuore. Un Capo Settore anima il gruppo composto da almeno 4 componenti che rappresentano le principali aree del Negozio (Logistica, Servizio Clienti, Commercio, Risorse Umane).

A dicembre 2019 in occasione delle elezioni del rinnovo dei rappresentanti del Premio di Progresso, come ideato nel corso del Seminario Annuale di Economia Civile, il rappresentante del Green Group è scelto dai colleghi ed è parte del "gruppo di generazione di valore" al quale appartengono anche i rappresentanti del premio progresso, Azionariato e benessere Collaboratore.

**Un comitato Sviluppo Sostenibile esterno** - L'obiettivo è quello di condividere il Bilancio annuale e le azioni future. Il Comitato è costituito da differenti rappresentanti dei nostri stakeholder.

**Sinergia internazionale ADEO** - L'obiettivo di questo gruppo di lavoro è quello di condividere le best practice e confrontarsi sulla strategia e progetti CSR.

Alla sinergia, organizzata dal Coordinamento Sviluppo Responsabile ADEO, partecipano tutti i referenti delle Business Unit ADEO.

#### MISURATORE DI OUTPUT

Realizzazione piano CSR a tre anni: 95%.

## 8.5 Outcome 4

### CONCRETIZZIAMO E DIFFONDIAMO A OGNI LIVELLO IL VALORE DELLA CONDIVISIONE



Sustainable Development Goals (SDGs)

#### OUTPUT

» Coinvolgimento, benessere e "benavere" dei Collaboratori

**Condivisione** vuol dire creare un'Azienda nella quale i Collaboratori sono felici di lavorare, è la voglia di trasparenza nel rendere partecipi tutti della vita aziendale, è l'opportunità di costruire un Ambiente lavorativo dove ogni Collaboratore, come un vero imprenditore, può prendere iniziative e decisioni, è condividere i guadagni tra Azionisti e Collaboratori.

La condivisione si basa su **quattro pilastri**:

- CONDIVISIONE DELL'AVERE
- CONDIVISIONE DEL POTERE
- CONDIVISIONE DEL SAPERE
- CONDIVISIONE DEL VOLERE

Ci piace aggiungere un quinto: CONDIVISIONE DEL FARE ATTIVITÀ

#### 8.5.1 La condivisione dell'avere: condividere i frutti

Ogni Collaboratore, coerentemente con il Progetto d'Impresa, con i valori e la filosofia del Gruppo, beneficia dei frutti che lui stesso ha contribuito a creare. A ognuno è riconosciuto, anche economicamente, il ruolo di attore principale nel progresso e nelle performance dell'Azienda e del Gruppo. Questi obiettivi si concretizzano in: Premio di Progresso, Partecipazione ai Risultati e Azionariato.

Nel 2021 sono stati condivisi 893.439 €

#### Il Premio di Progresso

Il Premio di Progresso è mirato alla condivisione delle performance a breve termine: ogni Collaboratore partecipa alla progressione dell'evoluzione commerciale, gestionale e di redditività del Negozio. Infatti, tramite un sistema di calcolo, questo strumento permette la distribuzione, ogni tre mesi, di un premio in

denaro legato ai risultati economici positivi del Negozio. Il Premio di Progresso viene erogato sotto forma di un importo lordo in euro, calcolato con cadenza trimestrale (il valore non potrà essere superiore al 25%).

### La Partecipazione ai Risultati

Il Collaboratore condivide il risultato finale annuale dell'Azienda in una logica di creazione di capitale e in un'ottica di condivisione a medio termine. È un sistema di condivisione di una parte dei risultati ottenuti dall'Azienda grazie all'impegno e al coinvolgimento di tutti: il 20% del risultato economico viene suddiviso tra tutti i Collaboratori. L'ammontare della Partecipazione ai Risultati per ciascun Collaboratore può raggiungere un tasso massimo raggiungibile pari al 7,14%.



## La voce dei nostri stakeholder

### L'Azionariato diffuso: la mia Azienda è differente

*L'Azionariato è una realtà diffusa nel Gruppo ADEO; nasce in Leroy Merlin Francia nel 1986 e oggi la maggioranza dei Collaboratori di Francia, Spagna, Italia, Polonia possiede azioni di ADEO.*

*Con l'Azionariato il Collaboratore esprime volontariamente la scelta di diventare Azionista dell'Azienda che lui stesso ha contribuito e contribuisce a costruire nel tempo.*

*L'Azionariato consente quindi al Collaboratore di condividere il valore creato nel lungo periodo dalla nostra Azienda, seguendone l'andamento, positivo o negativo.*

*Quando parliamo di azioni si pensa subito alla Borsa e ai rischi che ne conseguono a causa delle frequenti oscillazioni dei mercati; in realtà il nostro Azionariato aziendale è un Azionariato diffuso, non quotato in borsa, nato con l'obiettivo di permettere ad ogni Collaboratore ADEO di trasformarsi da "semplice" Collaboratore a vero imprenditore della propria Azienda che, oltre a poter investire consapevolmente acquistando azioni, partecipa alla condivisione di una fetta dei risultati ricevendo annualmente azioni gratuite.*

*Questo è il valore/senso del nostro Azionariato, l'aspetto umano e relazionale che deriva dall'essere parte e partecipe in prima persona del "tutto".*



Di Marina Liggeri, Alessia Schilirò,  
Manuela Rimondi

### Azionariato

Ragionando in un'ottica di condivisione a lungo termine il Collaboratore sceglie di diventare Azionista del Gruppo e condividere il suo valore nel tempo. Con l'Azionariato il Collaboratore esprime volontariamente la scelta di diventare Azionista dell'Azienda che lui stesso ha contribuito e contribuisce a costruire nel tempo. Il valore del Gruppo, e quindi dell'azione, è valutato da una Commissione di esperti indipendenti ed esterni all'Azienda una volta all'anno nel mese di aprile. La procedura è approvata dalla Commissione per le operazioni di Borsa Francese, dove ha sede la casa madre del Gruppo. Nella valutazione si tiene conto sia degli elementi finanziari sia degli elementi qualitativi come lo sviluppo delle attività, gli investimenti, il mercato e la concorrenza. Dal 2005 anche i Collaboratori italiani hanno la possibilità di diventare azionisti di Groupe ADEO.

### MISURATORE DI OUTPUT

Percentuale Azionariato d'Azienda: 77,5%

### 8.5.2 La condivisione del potere: responsabilizzazione e autonomia

La condivisione del potere, attraverso l'autonomia e la responsabilità, si traduce quotidianamente in iniziative e decisioni in merito alla nostra attività commerciale o al servizio del commercio. La crescita di ogni Collaboratore e il suo evolvere in responsabilità e autonomia, passano attraverso tre momenti fondamentali: il colloquio di sviluppo, il Bilancio Umano e la costruzione degli obiettivi.

### EDP: il colloquio di sviluppo e valutazione

Il colloquio di sviluppo è uno strumento fondamentale della politica di valutazione e un momento privilegiato della vita aziendale. L'EDP deve essere un momento di scambio, di motivazione e di progresso. Non si tratta solo di fare il bilancio di quanto realizzato nel corso dell'anno ma soprattutto di definire gli obiettivi individuali (quantitativi e qualitativi) per l'anno successivo, declinandoli in azioni concrete con dei criteri di misura e delle tempistiche di realizzazione.

### Il Bilancio Umano

È un momento collegiale e privilegiato per fare il punto sul potenziale umano di ogni Negozio, Servizio e di tutta l'Azienda, in coerenza con gli obiettivi qualitativi e quantitativi di ognuno. Il Bilancio Umano è inoltre lo strumento che ci deve portare a individuare e valorizzare tutte le persone con potenziale, per le quali dobbiamo mettere in atto piani di formazione e accompagnamento mirati.

### La costruzione degli obiettivi

Il processo obiettivi è la somma di due movimenti che si esprimono da un lato nel lancio delle priorità da parte del Management, dall'altro nell'individuazione dei propri obiettivi da parte delle squadre. La forza di questa collaborazione favorisce l'appropriazione da parte di tutti degli obiettivi e garantisce un

coinvolgimento comune verso il loro raggiungimento. Ogni Collaboratore partecipa alla costruzione degli obiettivi della propria Squadra, li conosce, se ne sente responsabile, agisce per il loro raggiungimento durante tutto l'anno, appoggiandosi a colleghi e a Responsabili che li condividono.

#### MISURATORE DI OUTPUT

Collaboratori coinvolti: 100%.

Numero avanzamenti carriera: 22

### 8.5.3 La condivisione del sapere: formare

La condivisione del sapere avviene attraverso la formazione e l'informazione che tutti i giorni ci permettono di sviluppare le nostre capacità personali e professionali. Il nostro comportamento – il saper fare – viene arricchito di doti che potenziano la nostra capacità di agire per il Cliente e di stare in Squadra. La nostra professionalità – il saper fare – ci permette di essere commercialmente più efficaci e reattivi di fronte alle esigenze del Cliente e alla gestione del reparto. In Leroy Merlin il percorso formativo accompagna la crescita di ogni Collaboratore attraverso:

- la personalizzazione dello sviluppo,
- l'autoformazione e la formazione digitale, esperienziale e d'aula,
- l'accompagnamento manageriale individuale e collettivo,
- i percorsi di accompagnamento e affiancamento nella crescita dei Collaboratori;
- la realizzazione dei progetti.

I fattori di successo dell'offerta formativa sono molteplici:

- co progettazione dei moduli con gli interlocutori aziendali di riferimento,
- l'animazione in aula a cura di esperti: Direttori, Capi Settore, Consiglieri di Vendita specializzati sul prodotto, formatori interni ed esterni,
- percorsi formativi strutturati,
- un modello formativo blended,
- inserimento di nuovi elementi di misurazione della formazione.

#### Formazione digitale

Tutti i Collaboratori di Leroy Merlin, gli artigiani e gli architetti partner hanno accesso alla piattaforma on-line "FormAzione" in cui trovano sia la formazione e-learning sempre accessibile, sia la possibilità di iscriversi alle aule virtuali o in presenza. È uno strumento che aiuta i nostri Collaboratori a formarsi direttamente on-line. Sulla piattaforma è possibile accedere a tutti i contenuti formativi. È uno strumento di autoformazione rapido, fruibile da qualsiasi device (desktop, smartphone e tablet, con app dedicata), gratuito e in linea con il nostro impegno di Eco Sostenibilità (riduzione dei trasporti e dell'impiego di carta).

#### Formazione Prodotto

La Formazione Prodotto si declina in differenti proposte: corsi e percorsi digitali, webinar, corsi esperienziali, corsi coi Fornitori, corsi sulle tecniche di vendita, eventi centrati su progetti dei Clienti.

#### Formazione Mestiere

La Formazione Mestiere prevede per ogni missione e filiera (Commercio, Supply Chain, Relazione Cliente, Controllo di Gestione, Libero Servizio) un'offerta formativa specifica per sviluppare la propria professionalità. Inoltre sono proposti dei percorsi ad hoc.

**Talentiamo:** percorso d'aula e on-line di approfondimento e sviluppo della missione dei futuri manager di Comitato di LM, destinato ai Collaboratori interni individuati come evolutivi e ai neo-laureati assunti dall'esterno.

**Percorso Presa di Missione** che accompagna i manager durante il primo anno di missione e fornisce metodi e strumenti per lavorare nel quotidiano. **Leader di Leader:** percorso di sviluppo per i nostri futuri Direttori di Negozio e responsabili di servizio.

**Percorso Tutor:** un nuovo percorso destinato ai manager che hanno voglia di candidarsi per diventare Tutor certificati e riconosciuti in LM per accompagnare lo sviluppo e la formazione dei colleghi che si trovano in un percorso di crescita verso ruoli manageriali (Talentiamo).

**Leader di leader:** percorso destinato allo sviluppo del talento, della consapevolezza e della leadership. Utile ad approfondire il mestiere e i gesti utili al muoversi correttamente nel contesto di lavoro al fine di accompagnare il cambiamento delle squadre e della organizzazione delle stesse per stimolare la capacità di essere efficienti e concreti giorno dopo giorno.

#### Formazione Manageriale

La Formazione Manageriale ha l'obiettivo di preparare e sviluppare i nostri Manager con uno stile manageriale al fine di intraprendere le sfide future. Dall'anno scorso alimentato dal Modello di Leadership ADEO, un modello costruito su 4 assi (autentico, aperto, interdipendente, impattante) e su due dimensioni (io-gli altri e essere-fare) che orienta le azioni del manager-leader.

#### MISURATORE DI OUTPUT

	u.m.	2019	2020	2021
Numero ore di formazione	h	68.389	11.898	349.224
Numero medio di ore di formazione per Collaboratore	h	9	2.1	44

	u.m.	2019	2020	2021
Investimenti formazione	€	2.432.083	1.511.630	2.306.072
% Collaboratori che hanno frequentato almeno una formazione	%	66%	70%	96%

#### 8.5.4 La condivisione del sapere: essere informati e partecipare alla vita aziendale

La Comunicazione interna e Corporate in Leroy Merlin si propone di:

- contribuire all'efficacia dell'Azienda, della sua strategia e delle sue sfide, attraverso un'informazione interna rapida, affidabile e adattata a tutti i Collaboratori;
- favorire la soddisfazione delle aspettative individuali: bisogno di sapere, di comprendere, di esprimersi, di essere riconosciuto e considerato attraverso lo sviluppo di una Comunicazione interna adeguata a tutti i Collaboratori;
- passare dall'informazione alla partecipazione, dal mettere le persone in relazione ai fatti al mettere le persone in relazione tra loro.

In particolare, per il periodo 2020-2022, la comunicazione Interna e Corporate ha come obiettivo che Leroy Merlin sia riconosciuta, nel contesto italiano, come Azienda in cui è desiderabile lavorare (per chi ancora non ne fa parte) e continuo motivo di orgoglio (per chi già ne fa parte).

Condividiamo il senso del nostro lavoro all'interno di un ecosistema comunicativo in cui:

- tutti i Collaboratori partecipano alla condivisione dell'informazione;
- tutti i Collaboratori sono ambasciatori dell'Azienda..

I contatti informali e i momenti istituzionali quali la co-costruzione degli obiettivi, le riunioni periodiche, le plenarie e i momenti di aggregazione, sono alcuni degli strumenti utilizzati come supporto all'attività quotidiana di comunicazione e informazione che consentono il sostegno alla strategia.

Da novembre 2019 il grosso della comunicazione di Leroy Merlin Italia e di tutto il gruppo ADEO si svolge sulla piattaforma social Workplace by Meta. Da giugno 2020, invece, gli strumenti di collaborazione e comunicazione sono passati da Microsoft alla suite Google "Google Workspace", sempre comune a tutto il Gruppo. Questo permette di condividere informazioni, messaggi istantanei, documenti, informazioni in modo più agile, veloce, digitale e senza barriere di linguaggio.

Alcuni messaggi di portata strategica e di rilevanza speciale vengono contrassegnati su Workplace come "importanti" dal Wall LMI e tutti i Collaboratori vengono notificati via app e mail della notizia. La Comunicazione Interna si è strutturata con un piano editoriale di programmazione di questi post.

#### La social collaboration in Leroy Merlin Italia

Sono molteplici le iniziative svolte per assicurare la giusta appropriazione degli strumenti di comunicazione e collaborazione da parte di tutti i Collaboratori.

**Dicembre 2020/Gennaio 2021:** costruzione di un programma di assessment comune a tutti i Collaboratori ADEO, per valutare la conoscenza dei nuovi strumenti Google e Workplace rispetto a delle competenze repute indispensabili per lavorare in ADEO. Costruzione di un Google Site interno di raccolta di consigli, tutorial, formazioni.

**Giugno 2021:** nuova campagna per l'assessment, chiamato "Test Formativo". Risultato: 54% dei Collaboratori ha partecipato, con un risultato medio di 15 risposte giuste su 20. Aree da migliorare: Contattare qualcuno, Scambiare con una Community, lavorare sugli stessi documenti.

Workshop dedicati ai manager (ca. 260 persone) per comprendere le nuove logiche di comunicazione in Azienda e gli strumenti a supporto.

Co-costruzione coi manager partecipanti ai workshop di 10 linee guida fondamentali da diffondere a tutti i Collaboratori.

Costruzione di un sito interno "Portale Collaboratori" che raccoglie: link utili, tutti i Google Site interni, i gruppi Workplace consigliati a seconda di missione, appartenenza, interesse tematico e come utilizzare gli strumenti di collaborazione aziendali a seconda dello scopo.

8 aule sull'uso di Workplace per sviluppare competenze di networking per 59 tutor (CS, SL, RRUN, Capi progetto).

#### Gli LM Reporter

In linea con i valori aziendali, la Comunicazione interna non è curata esclusivamente dai Collaboratori della sede centrale, ma si avvale dell'importante contributo dei colleghi dei vari Negozi e Servizi Interni. Gli articoli e le news condivise su tutti i canali interni (la piattaforma social ADEO Workplace by Meta, siti interni, video per eventi) sono infatti co-costruite insieme ai "giornalisti" di Negozio e dei Servizi Interni, gli LM Reporter: Collaboratori di ogni missione (Consiglieri Vendita, Hostess Relazione Cliente, Responsabili Reparto, Logistica, Capi Progetto) che, al di là del lavoro quotidiano, si impegnano a diffondere notizie e a raccogliere le storie dei loro Negozi e Servizi, rendendo così partecipe l'intera Azienda.

Nel 2020 è stata creato un nuovo profilo di queste figure e una nuova ricerca interna: diventano "brand journalist" in grado di creare contenuti professionali e giornalistici di approfondimento sui temi strategici dell'anno per l'Azienda.

Ad oggi abbiamo 96 LM Reporter fra Negozi (82) e Sede (13).

#### Strategia condivisa

La strategia di Leroy Merlin Italia viene costruita, condivisa e monitorata in completa trasparenza con tutti i Collaboratori. La Comunicazione Interna si occupa di facilitare il passaggio delle informazioni e il

coinvolgimento di tutti gli attori e l'appropriazione dei Manager.

Il Leader Team Leroy Merlin Italia incontra tutti gli anni alcuni Collaboratori in diverse tappe di quello che viene chiamato "Ascolto tour", incontri dove i membri del board raccolgono spunti, idee, difficoltà, punti di forza perché sono i feedback di qualità dei nostri Collaboratori a permettere la costante crescita della nostra Azienda. In base ad essi, vengono costruiti gli assi della strategia aziendale per l'anno successivo. A fine ottobre è stato creato su Workplace un evento in streaming di due mezze giornate dedicato a tutti gli 800 manager di Leroy Merlin Italia ma visibile da tutti i Collaboratori interessati. È stata condivisa la strategia dei prossimi 3 anni e gli obiettivi per il 2022 ("Mappa Obiettivi 2022"). Durante l'evento, sono state raccolte domande e considerazioni da parte dei manager, raccolti in gruppi di lavoro, tramite due diverse survey su Google e Workplace. A tutte quelle domande sono state date risposte in real time.

Durante l'anno, abbiamo coperto con dirette Workplace e reportage tutti i **6 grandi appuntamenti** degli obiettivi dell'anno selezionati dall'AD. Tramite questi appuntamenti, abbiamo raccontato gli obiettivi principali e come li stavamo raggiungendo, evidenziando le best practice e/o i motivi di orgoglio. Lo abbiamo fatto attraverso il lavoro capillare degli LM Reporter aziendali.

- Deploy di "Relex", nuovo algoritmo di approvvigionamento collaborativo, che gestisce tutti i nostri ordini
- Apertura del 50° Negozio di Ancona
- Nuovo sito web
- Creazione del Marketplace di Leroy Merlin Italia
- Piattaforma B2C: rivoluzione della preparazione della maggioranza degli ordini dei Clienti e ordini web
- Celebrazione dei 25 anni di Leroy Merlin Italia
- La diretta streaming per i 25 anni (5 ottobre) ha registrato la più alta partecipazione annuale, con 11243 visualizzazioni del post, 4279 utenti unici che hanno visualizzato il video, 2460 commenti, 963 reaction (like, love, hug...) e un sentiment positivo (0.6 su una scala da -1 a +1).

A metà e fine anno, prevediamo sempre un punto di avanzamento degli OKR che ci siamo dati come obiettivo strategico dell'anno.

#### LM Ambassador

Con l'iniziativa degli LM Ambassador l'Azienda vuole costruire una strategia di Employer Branding basata su uno storytelling aziendale ben definito, che racconti a 360° quella che è la realtà lavorativa delle persone di Leroy Merlin Italia. I portavoce più credibili sono i Collaboratori stessi, attraverso il loro vissuto, la loro crescita, le loro esperienze. Si è perciò strutturato un percorso di formazione per supportare 15 LM Ambassador di differenti missioni e direzioni a raccontare su LinkedIn la loro quotidianità lavorativa a tutti i professionisti della rete.

#### Generazione di Valore

Il progresso è uno dei temi centrali per la nostra Azienda. In supporto è stato creato un gruppo trasversale fondato nel 2019 con l'obiettivo di animare e contribuire con il comitato di ogni Negozio alla co-costruzione

di iniziative, idee, piani d'azione per l'evoluzione del proprio business.

I focus di questo gruppo gravitano principalmente attorno a 4 temi: Premio di Progresso, Azionariato, benessere e Sostenibilità.

Attualmente sono circa 400 i colleghi dei Negozi e dei Servizi Interni coinvolti nel gruppo.

#### MISURATORE DI OUTPUT

##### Workplace

Il 100% dei Collaboratori ha accesso a Workplace e Workchat.

##### Piano editoriale Workplace:

- post contrassegnati come importanti: 102
- Media visualizzazioni: 1717
- Media commenti: 51
- Media reazioni: 166
- Media condivisioni: 9
- Engagement rate del Wall LMI: 3,6% (calcolato nel rapporto fra visualizzazioni dei post del Wall rispetto alle relative reazioni e commenti)

##### Google Workspace

- 54% dei Collaboratori (4.000) ha completato l'assessment delle competenze di collaborazioni fondamentali per lavorare in ADEO.
- 15/20 media delle risposte esatte.
- 2 campagne di animazione per l'assessment.

Documenti creati: 49.390

Presentazioni create: 35.837

Fogli creati: 138.528

Form creati: 1.842

Google Site creati: 195

#### 8.5.5 La condivisione del volere: partecipazione alla costruzione del futuro

Il Collaboratore Leroy Merlin partecipa alla costruzione della visione dell'Impresa attraverso lo sviluppo delle sinergie e delle trasversalità di mestiere. L'obiettivo è quello di voler condividere l'impegno sul rispetto dei valori e sul raggiungimento dei risultati in cambiamento. In questo ambito è nato e si sta sviluppando il progetto Vision iniziato nel 2020. Vision significa proiettarsi nel futuro per guidare meglio il presente. È un progetto condiviso che ha coinvolto tutti i Collaboratori dell'Azienda. Attraverso Vision



ciascuno è stato chiamato a immaginare la propria Azienda, il proprio Negozio/ Servizio, il proprio mestiere. Vision è la proiezione di un futuro ideale per noi, per i nostri Clienti, per i nostri Collaboratori e per i nostri azionisti. È un percorso di immaginazione e di creatività. Vision ci permette di mettere in pratica i valori della condivisione del potere e del volere. Vision 2020 nasce nel 2009, si sviluppa nel 2010 attraverso l'avvio della seconda e terza fase del progetto e si è diffuso a tutti i livelli nel 2011 con la quarta fase. Nel 2014 tutti i Negozi e le filiere hanno concluso il percorso Vision rappresentato da 22.882 giornate di progettazione che hanno coinvolto il 100% dei Collaboratori.

#### **La bandiera VISION: contenuti, lettura e metodo**

Da sempre una bandiera rappresenta un simbolo, una guida, un segno. La sintesi dei temi è la seguente.

#### **Rivoluzionare la casa**

Essere un incubatore per nuove idee. Inventare le risposte ai bisogni della Casa di domani. Creare nuovi prodotti, servizi, nuovi funzionamenti d'Azienda. Trovare nuove soluzioni per rendere ogni idea di casa accessibile e realizzabile. La casa come la vediamo oggi sarà rivoluzionata dall'innovazione, che diventa lo stile di Leroy Merlin. In un contesto che vede case sempre più piccole, non confortevoli, buie e insane, diamo la speranza di avere case accessibili, economiche, illuminate e sane.

Concetti chiave: esplorare i modi di vivere e abitare, siamo incubatori di nuove idee, creiamo i prodotti della Casa di domani, rendiamo ogni idea di casa accessibile e realizzabile.

#### **Vivere il progetto di ogni Abitante**

Per ogni Abitante e per ogni casa, una soluzione unica. La conoscenza delle fasi di vita degli abitanti, grazie alla tecnologia, arricchisce la nostra relazione che diventa sempre più personalizzata e umana. Ogni Abitante può scegliere di entrare in contatto con Leroy Merlin come, quando e dove vuole.

In qualsiasi tappa del suo processo di acquisto potrà contare su persone che vivono il suo progetto, ossia lo accompagnano con passione, capaci di mettersi nei suoi panni e sempre al suo fianco.

Concetti chiave: Cross Canale, relazione, conoscenza, da prodotto a soluzione nel tempo.



#### **Liberare il piacere di fare**

Realizzare qualcosa dà un grande piacere. Divulghiamo il piacere di fare con le mani, in un modo che diventa sempre più virtuale. Siamo noi i primi bricoleur, i primi a fare, i primi a passare all'azione. Siamo impregnati della cultura prodotto.

Rendiamo il bricolage facile e piacevole e aiutiamo anche chi non vuole o può fare in prima persona, rendendo la realizzazione dei progetti facile e piacevole. Valorizziamo gli abitanti, i Collaboratori e tutte le persone che fanno, che passano all'azione.

Concetti chiave: siamo tutti bricoleur, valorizzare il fare con le mani, realizzarsi nel fare, valorizzare le persone che siamo e passano all'azione, rendiamo il bricolage facile e piacevole.

#### **Costruire la Società del "CO"**

Rompiamo le barriere e apriamo l'Azienda. Coinvolgiamo gli esperti, gli appassionati, i Collaboratori e i Clienti in un ecosistema che crea del valore e riduce le distanze. Siamo tutti connessi, grazie alla tecnologia e alla prossimità. Le risposte sono più accessibili, migliori e più veloci. L'intera Comunità sa mettersi al servizio del bisogno di una persona. La molteplicità porta ricchezza.

Andiamo oltre il nostro stile partecipativo di oggi, la collaborazione e la co-costruzione sono le modalità di funzionamento dell'Azienda.

Concetti chiave: l'Azienda è aperta, non ci sono barriere, una Comunità di esperti, co-costruzione ed ecosistema, la collaborazione è la modalità, siamo tutti connessi, la risposta è più accessibile, buona velocità, la molteplicità porta ricchezza.

#### **Potenziare un ecosistema sostenibile**

Noi pensiamo sia possibile agire per aumentare il benessere del Territorio, riducendo le distanze di produzione, promuovendo nuovi modi di consumo, favorendo il risparmio energetico, il riuso dei prodotti e il riciclo. Sosteniamo il patrimonio di case ed edifici locali e accompagniamo le Comunità locali nell'abitare. Ci prendiamo cura degli edifici di cui beneficia la collettività.

Concetti chiave: ridurre le distanze della produzione, sostenere il patrimonio di case locali, promuovere nuovi modi di consumo, accompagnare le Comunità locali.

#### **MISURATORE DI OUTPUT**

Il 100% dei Collaboratori ha partecipato al progetto Vision



### 8.5.6 La condivisione del fare: la nascita dell'Associazione Bricolage del Cuore

Nell'ottobre 2017 è stato firmato, da un gruppo di Collaboratori di Leroy Merlin Italia, l'atto costitutivo dell'Associazione Bricolage del Cuore.



L'Associazione nasce sul concetto del "Fai da Noi": un andare oltre al semplice "fai da te".

Non si tratta solo di una capacità di realizzare con le proprie mani e competenze ma è un fare in Comunità e per la Comunità stessa. È un andare oltre all'assistenzialismo: ricevo per dare ad altri.

È un andare oltre al concetto di "NO": il trasformare la voglia di fare in impegno e azione, non è un semplice dire "no alla povertà" ma è cercare soluzioni semplici, condivise e concrete.

Le periferie, geografiche o esistenziali sono l'obiettivo privilegiato del nostro intervento, che si concretizza attraverso azioni semplici e condivise: i **cantieri "Bricolage del Cuore"**, realizzati in sinergia con i Negozi Leroy Merlin o proposti dai nostri associati, il **progetto "il Secondo Sogno"**, un progetto finalizzato all'accompagnamento verso l'autonomia domestica di persone con disabilità o le **"Lessons for Good"**, un evento annuale nato per imparare, fare e aiutare.

Causa emergenza sanitaria, attività storiche dell'Associazione come i "cantieri Bricolage del Cuore" o le "Lessons for Good" non sono state organizzate nel 2021.



Il 2021 purtroppo è stato il secondo anno segnato dalla pandemia COVID, e le restrizioni a fini sanitari hanno impedito all'Associazione di effettuare il regolare svolgimento delle proprie attività. Malgrado tutto, l'Associazione ha cercato di mantenere fede al proprio obiettivo intervenendo attraverso il supporto ad alcune attività.

#### In sintesi le attività di supporto sono state le seguenti:

- Sostegno alle **borse lavoro ENAIP** presso il Carcere Minorile Beccaria di Milano
- Supporto all'attività di **ristrutturazione della Sede della Fondazione Cervelli Ribelli**
- Collaborazione con Homo Faber per la **fornitura di bastoni da passeggio** utilizzati in occasione dell'evento di lancio del progetto "Energia del bosco" di (RI)GENERIAMO
- Supporto all'Associazione il Nodo per le **attività scolastiche** presso il quartiere Barriera di Milano in Torino
- Supporto all'Associazione NOI SCS per la **costruzione di una sala di registrazione** presso il quartiere San Salvario in Torino
- Maratona **"Sotto lo stesso albero"**
- Attività di **(RI)GENERIAMO Impresa Benefit**

## 8.6 Outcome 5

### FORMIAMO LE NUOVE GENERAZIONI SUI TEMI DEL FARE E DELLA SOSTENIBILITÀ



Sustainable Development Goals (SDGs)

#### OUTPUT

- » Miglioramento delle abilità manuali e creative
- » Sensibilizzazioni sui temi della Sostenibilità

#### 8.6.1 AmicoEco – Educazione scuole



#### La voce dei nostri stakeholder

NeXt Nuova Economia Per Tutti APS ETS lavora da circa 5 anni al fianco di Leroy Merlin Italia in alcuni percorsi, progetti ed eventi dedicati alla promozione di una Nuova Economia, più inclusiva, sostenibile ed equa.

Nello specifico, per l'anno scolastico 2021-22, è stato elaborato un percorso di educazione civica e progettazione sociale dedicato alle scuole superiori italiane in modalità totalmente digitale, con il supporto tecnico e tecnologico di Civicamente.

Il tema dell'educazione civica nelle scuole superiori è uno degli obiettivi specifici dello statuto di NeXt e per questo la collaborazione con Leroy Merlin Italia è stata da subito vista con entusiasmo, anche per testare lo sviluppo di un percorso totalmente digitale, che raggiungesse il maggior numero di studenti e docenti italiani.

La piattaforma ha ottenuto 3.455 risposte individuali di studenti - da settembre 2021 - al questionario iniziale di test dei contenuti di educazione civica e cittadinanza attiva globale digitale, che restano il livello iniziale dei giovani su questi temi e alla data di marzo 2022 sono più della metà gli studenti che hanno ultimato il percorso, rispondendo allo stesso questionario test 'in uscita'.



Di Next Nuova Economia Per Tutti

“Gli AmicoEco” è un originale percorso didattico pluriennale, dedicato alle scuole primarie e secondarie di primo grado, finalizzato all'informazione e alla sensibilizzazione dei più piccoli sul tema della Sostenibilità ambientale. Obiettivi dell'attività sono quelli di sensibilizzare le giovani generazioni ad un uso consapevole delle risorse, educarli alla Sostenibilità intesa sotto molteplici punti di vista, focalizzare la loro attenzione sulla sicurezza e sulla salute dell'Ambiente domestico.

I moduli presenti e disponibili gratuitamente per le scuole sono:

- **Clima ed energia**
- **Sostenibilità domestica e buone prassi**
- **Gestione sostenibile delle foreste**
- **Consumo responsabile**
- **Risparmio energetico**
- **PlasticAlt**
- **Costruttori di Futuro**
- **Che bello essere unici**

*I giovani hanno assimilato bene i contenuti proposti nel percorso, attraverso video, materiali di approfondimento e un project work finale, gli argomenti di Economia Civile e progettazione sociale dedicata ai territori appaiono più chiari e definiti.*

*Già a inizio percorso, era oltre il 60% degli studenti in possesso di informazioni di base sui temi affrontati, dei quali quasi il 50% interessato a progetti di volontariato attivo sul proprio territorio.*

*I bisogni principali evidenziati da questo ben nutrito gruppo di adolescenti italiani ruotano attorno alla mancanza di aree verdi dove svolgere attività sportive all'aperto e luoghi di aggregazione giovanile e co-studying dove condividere conoscenze e competenze e aprirsi a nuove forme di inclusione sociale.*

*A giugno verranno poi corretti e visionati i Canvas di Nuova Economia proposti da NeXt per l'analisi della Benefit (RI)GENERIAMO e il grande fermento del team di NeXt ruota attorno alla curiosità di scoprire quanto questi giovani siano pronti ad affrontare i propri territori con il 'filtro' della progettazione sociale e dell'analisi dei bisogni reali locali.*

*Il futuro dell'economia sostenibile è nella promozione di buone pratiche come quelle sostenute da LMI e da molte altre realtà italiane, che hanno a cuore le persone. Questi giovani hanno bisogno di essere orientati verso professionalità e competenze trasversali, che li mettano in contatto con queste realtà e li stimolino verso un miglioramento generativo continuo, aperto all'altro e alle 'buone' idee partecipate dal basso.*



	Scuole dell'infanzia	Scuole primarie (I-III classe)	Scuole primarie (IV e V classe)	Scuole secondarie di primo grado	Scuole secondarie di secondo grado
Clima ed energia					
Sostenibilità domestica e buone prassi, realizzato in sinergia con il Ministero dell'Ambiente al fine di far conoscere alle giovani generazioni il regolamento REACH					
Gestione sostenibile delle foreste, realizzato in sinergia con FSC® Italia					
Consumo responsabile, realizzato grazie alla collaborazione con Next Nuova Economia per Tutti e PCN OCSE presso il Ministero per lo Sviluppo Economico					Biennio
Risparmio energetico					Triennio
PlasticAlt					
Costruttori di Futuro					Biennio e triennio
Che bello essere unici					

#### MISURATORE DI OUTPUT

Iscritti per Gli AmicoEco dal 2014 al 2021:

- 4.015 Docenti iscritti
- 3.299 Scuole iscritte
- 189.311 Studenti iscritti

#### 8.6.2 PCTO (ex alternanza scuola-lavoro)

Dal 2017 si è dato avvio ad un progetto ampio, rivolto alle scuole secondarie di II grado italiane, che si basa sui principi della nuova economia, l'etica nel fare Impresa e il consumo responsabile: tre elementi fondamentali per la politica CSR di Leroy Merlin. Il primo modulo presentava un percorso sul tema del consumo responsabile che focalizzava l'attenzione su tre aspetti:

- prodotto;
- consumo;
- responsabilità sociale dell'impresa.

Nell'anno scolastico 2018/2019 è stato proposto il **modulo TED** (Tutor per l'Economia Domestica) che per l'anno scolastico 2019/2020 si è evoluto in LabEnergia, un percorso strutturato in collaborazione con il Politecnico di Torino, incentrato sul tema del risparmio e della povertà energetica.

Per l'anno scolastico 2021/22, Leroy Merlin rinnova il suo impegno nell'ambito formativo, in particolare relativamente ai PCTO, proponendo oltre all'iniziativa **"Sportello Energia"**, dedicata al tema del risparmio energetico e della lotta alla povertà energetica, il **nuovo progetto "Economia Civile"**.

La formazione in e-learning, fornita attraverso Sportello Energia durante la scorsa annualità, ha consentito la formazione di quasi 40.000 studenti, contribuendo alla sensibilizzazione delle future generazioni sulla natura e sul valore dell'energia, una risorsa da intendere sempre di più in un'ottica solidale, condivisa e socialmente responsabile. Il percorso, realizzato in collaborazione con il Politecnico di Torino, prevede infatti 13 lezioni, che analizzano l'energia in tutti i suoi aspetti: dalla produzione, alla distribuzione ed utilizzazione, e un project work attraverso cui gli studenti possono analizzare le abitudini e il comportamento delle famiglie in tema di efficientamento energetico, e promuovere attivamente la lotta allo spreco.

La novità introdotta quest'anno "Economia Civile", nata dalla collaborazione con **Next Nuova Economia per Tutti**, mira, non solo ad avviare una riflessione sull'importanza di porsi degli obiettivi di Sostenibilità, ma anche a proporre una metodologia concreta che possa tradurli in un modello economico alternativo, che generi valore e sia orientato al raggiungimento del benessere collettivo.

A tale scopo, **il progetto si articola in due fasi**:

- la **formazione in e-learning**, composta da 10 unità che includono videolezioni, approfondimenti teorici e pratici, utili per trasformare le proprie idee in una progettualità reale;
- il **project work**, che chiederà a ragazzi e ragazze di individuare un problema del territorio, ideare una soluzione innovativa e pianificarne la realizzazione attraverso un business model canvas, al fine di porre le basi per un'azione rilevante che possa essere sostenibile economicamente e contribuire concretamente allo sviluppo della società.

#### MISURATORE DI OUTPUT

Studenti iscritti: 56.705

## 8.7 Outcome 6 SVILUPPIAMO LE COMPETENZE E LA VOGLIA DI FARE DEI NOSTRI CLIENTI



Sustainable Development Goals (SDGs)

### OUTPUT

Miglioramento delle abilità manuali

#### 8.7.1. I corsi “fai da te”

I corsi gratuiti “fai da te” sono organizzati periodicamente nei Punti Vendita di Leroy Merlin di tutta Italia, sono aperti a tutti e sono dedicati al fare. Con la guida preziosa di esperti, i corsisti imparano come dare vita ai propri progetti per la casa e l’Habitat.

Causa emergenza sanitaria i corsi non si sono tenuti nel 2021.

#### 8.7.2 Community Leroy Merlin Italia

La Community Leroy Merlin è nata a luglio 2016 con l’obiettivo di mettere in relazione i Clienti, Collaboratori e qualsiasi utente voglia farne parte in uno spazio di condivisione di idee, consigli e news. L’obiettivo è infatti quello di ispirare tutti coloro che utilizzano i prodotti Leroy Merlin alla costruzione di soluzioni innovative, sostenibili e intelligenti, che sappiano valorizzare al meglio gli spazi abitativi, rispondendo al tempo stesso alle necessità individuali.

A questo scopo gli utenti hanno accesso ad una sezione in cui blogger ed esperti pubblicano articoli e consigli e hanno la possibilità di porre domande e ricevere risposte qualificate per bisogni specifici.

Infine la Community connette gli utenti con i Negozi, le cui esperienze vengono raccontate dai LM Reporter, con la possibilità di tenersi sempre aggiornati sulle nuove iniziative.

### MISURATORE DI OUTPUT

Numero visite alla Community: 2.000.000.

Numero iscritti alla Community: 65.000.

Numero contenuti totali (idee – articoli – domande) pubblicati sulla Community: 1.700.

## 8.8 Outcome 7 VALORIZZIAMO E INTEGRIAMO LE DIVERSITÀ



Sustainable Development Goals (SDGs)

### OUTPUT

Integrazione e valorizzazione delle differenze

#### 8.8.1 Il progetto Design Thinking Talent for Refugees

Il progetto Design Thinking Talent for Refugees si basa sull’analisi dei risultati delle edizioni progettuali precedenti realizzate da Fondazione Adecco e UNHCR nel 2017–2018 a favore di rifugiati (DOMUS – incentrato sulla promozione di percorsi di inclusione attraverso la mobilità geografica e la sperimentazione di una metodologia specifica per donne rifugiate) e 2019 (MEP – finalizzato alla creazione di strumenti per l’identificazione del livello di occupabilità dei rifugiati e alla formazione degli operatori dei centri di accoglienza sulle metodologie per l’inclusione nel mercato del lavoro di donne rifugiate).

La nuova progettualità 2020 Design Thinking Talent for Refugees, che ha coinvolto il Negozio di Tiburtina, ha avuto come obiettivo principale quello di accrescere e diversificare le opportunità di occupazione per i rifugiati, promuovendo, da un lato, il rafforzamento delle competenze degli operatori dell’accoglienza attraverso un training mirato e, dall’altro, coinvolgendo sempre più aziende nei percorsi di inclusione dei rifugiati, in sinergia con l’iniziativa di UNHCR #Welcome – Working for refugee integration: un riconoscimento rivolto alle aziende ed alle Organizzazioni che si distinguono maggiormente per le politiche di inclusione di successo di rifugiati.



## 8.8.2 I FormidAbili



### La voce dei nostri stakeholder

Il progetto I FormidAbili attraverso la sensibilizzazione del personale di Negozio permette di facilitare l'inserimento lavorativo di persone autistiche e persone con la sindrome di Down grazie alla rete con alcune Associazioni specializzate. Per il progetto è indispensabile il contatto con il territorio, sia per la popolazione aziendale che per gli abitanti. Questo progetto ha permesso ai dipendenti di conoscere le persone con disabilità e di superare gli stereotipi e i pregiudizi. Per i beneficiari è stato importante riconoscere le proprie competenze e valorizzarle nel mondo del lavoro, ragazzi/e hanno imparato a riconoscere ed affrontare i propri difficoltà, spesso relazionali, per costruire insieme ai colleghi un mondo del lavoro più inclusivo.



Di Laura Ciardello,  
Fondazione Adecco

I FormidAbili è un progetto sull'inclusione lavorativa di persone con disabilità intellettive all'interno dei Negozi Leroy Merlin Italia condotto in collaborazione con AbileJob.

Un progetto impegnativo e sfidante, in cui Leroy Merlin e (RI)GENERIAMO hanno definito un approccio sartoriale per ogni fase e con ogni tirocinante coinvolto, con delicatezza e sensibilità, per produrre un vero beneficio sull'indotto, familiare e associativo, di queste persone e consentire ai propri Collaboratori di acquisire nuove competenze nell'ambito della Diversity & Inclusion, un differente e più costruttivo punto di vista.

Per valorizzare le potenzialità di questo progetto, Leroy Merlin e (RI)GENERIAMO hanno avviato un dialogo con Associazioni di respiro nazionale attive nell'ambito della disabilità, con l'obiettivo di creare reti tra i Negozi, le Associazioni sul territorio e gli enti istituzionali. L'iniziativa rappresenta un modello di innovazione inclusiva che vuole ribaltare lo schema culturale tradizionale di molte aziende: non è più il singolo che si deve adattare all'organizzazione, ma è l'impresa stessa che cambia mettendosi al servizio della persona, concentrandosi non più sui suoi limiti, ma sulle sue abilità che possono emergere in un contesto adeguato.

Contaminando positivamente le logiche di una grande Azienda come Leroy Merlin, si creano opportunità per persone fragili e si sperimentano azioni concrete per contribuire al raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibili contenuti nell'Agenda ONU 2030.

Punto di forza del progetto è il percorso formativo e culturale che vede protagonisti "I FormidAbili": da un lato, i tirocinanti e, dall'altro, i tutor, Collaboratori del team del Punto Vendita che si sono candidati spontaneamente a rivestire l'importante ruolo di "accompagnatori" nell'ambito di questo progetto.



Sono le abilità, le passioni, le inclinazioni e gli interessi di ogni persona a guidare i tutor e i comitati di direzione di ogni Punto Vendita coinvolto, supportati a livello formativo da Fondazione Paideia in un percorso della durata di circa 8 mesi, nell'individuare i ruoli più indicati che ciascun tirocinante può svolgere in una situazione lavorativa cosiddetta "non protetta", cioè al di fuori del proprio ambito familiare o associativo, come un grande Negozio.

Il vero valore diventa quindi ciò che ognuno sa fare e il contributo che può dare non solo alle dinamiche lavorative del Punto Vendita, ma anche ai propri colleghi e all'Azienda, in un'ottica di scambio e di crescita interna.

I tirocinanti sono coinvolti nella vita quotidiana del Punto Vendita, occupandosi di attività come l'accoglienza e il servizio al Cliente presso le casse self check-out, la messa in sistemazione dei reparti e la gestione differenziazione rifiuti in logistica.

Dal perimetro tradizionale del Punto Vendita, l'esperienza de "I FormidAbili" si espande anche verso nuovi spazi, per coniugare l'inclusione delle persone più fragili alla valorizzazione delle realtà del territorio. In una quindicina di Negozi Leroy Merlin è stato avviato anche un progetto di cura del verde degli store affidata a cooperative che integrano persone con disabilità, con attività quali lo sfalcio dell'erba, la potatura degli alberi e la manutenzione delle aiuole, con l'obiettivo di estenderlo a tutti i 23 Punti Vendita della rete italiana che hanno a disposizione delle aree verdi. In partenza in queste settimane, infine, anche i primi inserimenti nei bar Makers Caffè nei Punti Vendita Leroy Merlin di Carugate e Assago (MI) grazie alla partnership con Fondazione Adecco e AGPD Onlus-Associazione Genitori e Persone con Sindrome di Down: "I FormidAbili" coinvolti si occuperanno dell'accoglienza della clientela, ma anche della preparazione di caffè e bevande e del servizio ai tavoli.

#### MISURATORE DI OUTPUT

N° NEGOZI COINVOLTI NEL PROCESSO FORMIDABILI	N° TIROCINI "SUPPORTO ALLA VENDITA"	N° CONFERME	% CONFERME SU TOTALE TIROCINI	N° TUTOR INTERNI FORMATI	N° CAPI SETTORE LEROY MERLIN ITALIA FORMATI
28	20	TD 5, TI 1	100%	102	226
N° PERSONE IN SITUAZIONE DI FRAGILITÀ INSERITE NELLE ATTIVITÀ DI CURA DEL VERDE	N° PERSONE IN SITUAZIONE DI FRAGILITÀ INSERITE NELLE ATTIVITÀ DI CAFFETTERIA	BENEFICIO SOCIALE DA RETRIBUZIONE DI PERSONE IN SITUAZIONE DI FRAGILITÀ			
	11	2	€ 88.939		

### 8.8.3 Tutorial for Change

Nel 2021 Leroy Merlin ha rafforzato il proprio impegno nel promuovere l'inclusione lavorativa attraverso un nuovo progetto digitale che valorizza il talento e l'abilità. L'iniziativa "Tutorial for Change" consiste in una serie di video tutorial dedicati alla realizzazione di progetti "do-it-yourself" che, per la prima volta, vedranno nelle vesti di "coach" ragazzi affetti da disabilità.

La passione per il fare diventa il filo conduttore che unisce la grande Community di Leroy Merlin, per generare un beneficio per le persone, le Associazioni locali e l'Azienda stessa. Con il progetto "Tutorial for Change", l'abilità diventa il valore aggiunto che guida nella realizzazione di un progetto creativo. Protagonisti dei cinque video tutorial, realizzati in collaborazione con il Negozio di Leroy Merlin di Collegno (TO) sono stati alcuni ospiti della onlus "Il Margine", cooperativa sociale che opera in ambito sociosanitario, educativo e di inclusione sociale per persone con disabilità fisiche, psichiche e sensoriali con sede a Collegno.

Con il supporto dei loro educatori, i ragazzi disabili, come dei veri e propri insegnanti, hanno condiviso con gli utenti il proprio talento e le proprie abilità nella realizzazione di cinque progetti "do-it-yourself" per decorare e personalizzare la casa in occasione del Natale: un calendario dell'avvento, una ghirlanda, un albero di Natale in legno, dei pacchetti regalo e una box per i doni da mettere sotto l'albero.

I video tutorial sono stati pubblicati sul canale Youtube di Leroy Merlin Italia durante il periodo delle festività natalizie, e sono stati presentati in occasione di 4 Weeks 4 Inclusion, la maratona intercompany dedicata ai temi dell'inclusione e della valorizzazione delle diversità con oltre 200 aziende e 700 mila dipendenti partecipanti. L'Azienda, nello specifico, ha partecipato alla manifestazione il 19 novembre durante un live event. Valorizzare le diversità sul luogo di lavoro è infatti uno dei pilastri della strategia di Sostenibilità di Leroy Merlin che ha visto nella realizzazione di questo progetto un importante passo in avanti nell'ottica dell'inclusione e nella creazione di benefici per la Comunità.



CAPITOLO 9  
IL NOSTRO  
CAPITALE  
SOCIALE





## 9.1 Introduzione

Interveniamo in maniera concreta sulla problematica dell'abitare. Lavoriamo su case e strutture comunitarie attraverso progetti che uniscano Azienda, Collaboratori, Comunità e Beneficiari, perché migliorare la casa migliori la vita.

### INDICE OUTCOME

- » Outcome 1: garantiamo a ogni persona il diritto a una casa ideale attraverso un processo di rete, CSR condivisa e coinvolgimento diretto dei Collaboratori con azioni prioritarie sulla lotta alla povertà abitativa

## 9.2 Outcome 1

GARANTIAMO A OGNI PERSONA IL DIRITTO A UNA CASA IDEALE ATTRAVERSO UN PROCESSO DI RETE, CSR CONDIVISA E COINVOLGIMENTO DIRETTO DEI COLLABORATORI CON AZIONI PRIORITARIE SULLA LOTTA ALLA POVERTÀ ABITATIVA



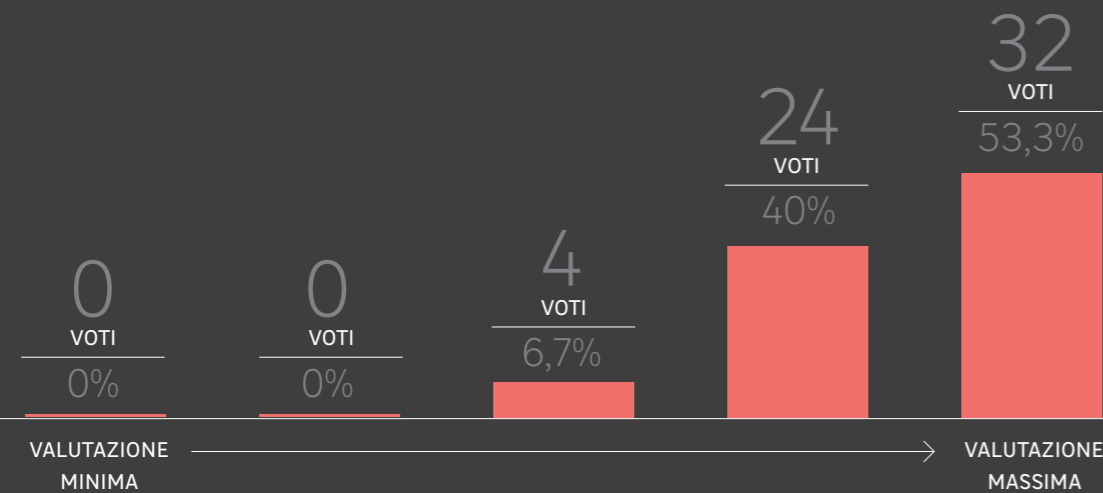
Sustainable Development Goals (SDGs)

### OUTPUT

- » Miglioramento delle condizioni abitative
- » Valorizzazione dei luoghi e delle persone

### 9.2.1 “La casa ideale”

Leroy Merlin si configura come la prima Azienda profit in Italia che ha proposto alle Organizzazioni No-Profit, soprattutto a quelle impegnate sul tema casa e accoglienza, un progetto di business sociale: “La Casa Ideale”. Peculiarità di tale iniziativa è supportare tutte quelle Organizzazioni che hanno un impatto positivo sulla Società. In “La Casa Ideale” Leroy Merlin Italia vende i propri prodotti ad alcune Organizzazioni del terzo settore, selezionate tramite bando, rinunciando al proprio margine di profitto. In questo modo le Organizzazioni selezionate accederanno ai prodotti a prezzo ridotto e potranno quindi destinare tale rispar-



# Capitale Sociale Valutazione della performance

Durante la fase di redazione del Bilancio di Sostenibilità abbiamo chiesto ai nostri stakeholder di valutare il nostro operato per il 2021 in relazione ad una serie di Indicatori chiave per i quattro Capitali di rilevanza. Il giudizio sulla performance dell'Azienda prevedeva un voto da 1 a 5 in base a quanto fosse valutato positivamente l'operato in senso crescente.

mio al finanziamento delle proprie iniziative in favore della Comunità e dell'accoglienza dei più vulnerabili. Inoltre, tra i tanti modi in cui LMI si impegna sul fronte dell'Habitat e dell'abitare ideale c'è anche il progetto "Bricolage civico". Tramite l'esperienza della Casa Ideale, Leroy Merlin ha messo in atto una modalità di aiuto dei cittadini o dei gruppi di cittadinanza attiva che si occupano di valorizzazione dei beni comuni.

#### MISURATORE DI OUTPUT

Nel 2021 sono stati portati a conclusione 33 progetti per un valore di oltre 23.000€

### 9.2.2 Empori Fai da Noi



#### La voce dei nostri stakeholder

##### **Emporio Fai da Noi "da Nando" Mentana Roma**

##### **Storie di ordinario demarque**

*Il nostro Emporio Fai da Noi "da Nando" convive con una rete di Imprese Sociali che da oltre 40 anni gestiscono servizi e progetti per la costruzione di Comunità inclusive e solidali.*

*Durante il suo cammino di crescita il nostro piccolo EFdN ci ha fatto incontrare il Negozio Leroy Merlin di Tiburtina. È stato amore a prima vista. Siamo partiti subito con tante iniziative: il banco della verdura delle nostre fattorie sociali davanti all'ingresso del Negozio, supporto alla realizzazione degli Orti Fai da Noi vicino al Negozio, la ristrutturazione del nostro Emporio Solidale di Mentana e molte altre che per brevità non vi raccontiamo. Così abbiamo conosciuto il mondo interno di Leroy Merlin e anche in questo caso abbiamo scoperto tante affinità. Da questo incontro è scaturita così tanta creatività e passione per la rigenerazione, che mai avremmo potuto immaginare di arrivare così in alto nella sfera dell'innovazione sociale. Ecco come è nato il nostro Demarque di Leroy Merlin nel territorio dell'area metropolitana di Roma. Ritiro dopo ritiro si è costruita una prassi che ci ha consentito di aprire un Magazzino Solidale dove gestire il deposito delle merci e la successiva distribuzione ad altre Organizzazioni del terzo settore, a cittadini o ad enti pubblici. Abbiamo iniziato a rifornire i nostri Empori Solidali anche con prodotti per il contrasto delle povertà abitative, portando l'idea della casa ideale anche nelle fasce meno agiate della popolazione.*



Di Mauro Giardini  
Società Cooperativa C.E.A.S. S.r.l.

Gli Empori Fai da Noi sono un progetto innovativo attraverso il quale Leroy Merlin Italia rende operativi i principi dell'economia circolare aumentando il grado di utilizzo dei beni e minimizzando gli scarti. L'economia di condivisione e la generatività sono alla base di questo progetto. Gli Empori sono luoghi di condivisione di materiale dove le persone o le famiglie in difficoltà che necessitano di effettuare lavori di manutenzione di base, piccole ristrutturazioni o lavori di decorazione possono utilizzare gratuitamente – come presso una biblioteca – gli utensili necessari. A chi ne ha bisogno l'Emporio fornisce anche prodotti consumabili. In prevalenza i beni dell'Emporio vengono destinati a persone segnalate dai servizi sociali e/o da centri d'ascolto, o persone in difficoltà seguite direttamente dall'ente gestore.

#### MISURATORE DI OUTPUT

Nel corso del 2021 tramite i 36 Empori fai da Noi sono stati donati 17.000 prodotti e prestati 1.850.

*Le nostre forniture arrivano principalmente da 4 Negozi dell'area di Roma e i quantitativi sono sempre stati di un certo rilievo.*

*Dal 2017 ad oggi abbiamo costruito un sistema di interventi e servizi socio educativi che attraverso il recupero dei materiali invenduti dai Negozi di Leroy Merlin di Roma ha modificato l'impatto che il nostro lavoro genera nelle Comunità territoriali e con l'avvento di Regusto riusciamo anche ad avere dei parametri di misurazione.*

*Ad esempio abbiamo rigenerato una ex cabina elettrica, all'interno di un parco pubblico a Mentana, per realizzarci un chiosco bar biologico chiamato "Un Posto Buono".*

*Il chiosco è gestito da 9 ragazzi con disabilità che oltre a servire al bar, si occupano del decoro del parco e degli allestimenti per gli eventi. Abbiamo rigenerato due vecchi container per creare un area pic nic nella sabina romana dove fare un punto di sosta del Cammino di Francesco, oltre che l'area per il turismo agricolo giornaliero della nostra fattoria nella Sabina Romana.*

*L'area è gestita da giovani del comune di Montelibretti insieme a giovani con disagio psichico e/o in regime di detenzione alternativa.*

*Grazie ai materiali recuperati dai Negozi e la creatività degli operatori stiamo coinvolgendo i cittadini nel recupero degli spazi gioco per i bambini nei quartieri dove vivono ogni giorno. I nostri utenti sono le persone invisibili, quelli che non hanno accesso al benessere sociale e che a volte ne sono anche le vittime. Una parte importante del nostro lavoro quotidiano consiste nel cercare l'equità sociale, che consenta loro di sentirsi parte di una società che progredisce senza lasciare indietro nessuno.*

*Ecco cosa fanno insieme Leroy Merlin e le nostre Organizzazioni: permettono agli ultimi di partecipare attivamente alla riduzione dell'inquinamento del nostro pianeta.*

*Perché anche se povera o disabile o emarginata ogni persona può esercitare il diritto di contribuire a rendere il mondo un luogo migliore dove vivere.*

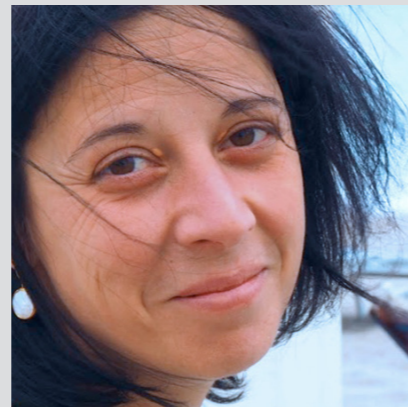
*"Se hai i materiali e gli attrezzi giusti, il Mondo può diventare un meraviglioso laboratorio a cui tutti possono partecipare".*

### 9.2.3 Sotto lo stesso albero



#### La voce dei nostri stakeholder

Dicembre è un mese che porta con sé il Natale, la frenesia delle feste ma anche molta solidarietà. E lo scorso dicembre il nostro Natale si è illuminato grazie anche a Leroy Merlin. Siamo stati coinvolti come partner territoriale storico di Leroy Merlin di Corso Giulio Cesare, per ospitare l'iniziativa "Sotto lo stesso albero", che ci ha permesso di posizionare nel salone d'attesa del servizio docce pubbliche della Casa del quartiere di via Agliè, un bellissimo albero di Natale che è stato donato, ma che soprattutto è stato montato ed addobbato coinvolgendo tutta la nostra Comunità: persone senza fissa dimora, lavoratori, frequentatori. Le persone che animano questo spazio tutti i giorni e che affettuosamente chiamiamo "Bagnanti", insieme ai Collaboratori del Punto Vendita di Corso Giulio Cesare. Molte persone nella nostra città non hanno un focolare domestico dove vivere questo periodo dell'anno, abitano per strada, o in case degradate. L'esperienza è stata così bella, che abbiamo trovato la disponibilità di Leroy Merlin di poter estendere l'iniziativa anche ad altre realtà con cui collaboriamo, e che potevano trovare beneficio da una iniziativa di questo tipo. L'ospedale Giovanni Bosco, dando così un clima diverso alle persone che anche sotto le feste sono in una sala d'attesa del Pronto Soccorso. E la Comunità dell'Eremo del Sermig, abitata da famiglie e bambini in difficoltà. Portare la luce e la magia del Natale anche a chi non ha una casa, a chi è momentaneamente senza casa, a chi è in ospedale è stato il "nostro" Natale.



Di Erika Mattarella  
Membro del consiglio di amministrazione  
di ((RI)GENERIAMO e LiberiTutti SCS

Con il progetto "**Sotto lo stesso albero**" Leroy Merlin ha voluto portare in tutta Italia la magia del Natale nel territorio e nelle sue Comunità.

Per celebrare la ricorrenza più attesa dell'anno, l'Azienda si è affidata ai suoi 50 Negozi in Italia per rinnovare il legame con le realtà locali all'insegna del "fare insieme", supportandole nel rendere le proprie strutture più accoglienti e nell'offrire agli ospiti calore e vicinanza in un momento così speciale, in una grande festa da creare e costruire insieme.



Dal 30 novembre all'8 dicembre, ogni Punto Vendita italiano di Leroy Merlin ha donato degli alberi di Natale, decorati con addobbi e luci, a realtà del territorio tra Associazioni, case-famiglia, carceri, residenze per anziani e ospedali. Sono stati donati oltre 300 alberi grazie all'impegno di oltre 1.000 Collaboratori dei Negozi Leroy Merlin che hanno donato volontariamente il proprio tempo per partecipare a un'iniziativa umana e sociale di grande valore, insieme al personale sanitario, ai volontari e agli ospiti delle strutture coinvolte: una grande Comunità che ha messo insieme la propria creatività e la propria dedizione per illuminare questi luoghi di cura, dopo un lungo periodo di restrizioni e distanziamento, con lo spirito e la gioia del Natale.



### 9.2.4 World Cleanup Day

Il 18 settembre 2021 è stata la ricorrenza del World Cleanup Day, un'iniziativa sociale di livello globale il cui obiettivo consiste nell'organizzare azioni di individuazione e pulizia dei rifiuti abbandonati o smaltiti in modo illecito per combattere il problema dell'inquinamento mondiale.

Per il World Cleanup Day del 2021 i Collaboratori di Leroy Merlin Italia sono stati coinvolti anche in azioni di pulizia digitale, al fine di ridurre l'impatto delle attività di smartphone e pc aziendali sull'Ambiente.

Da inizio anno, in affiancamento con i rappresentanti green dei gruppi di generazione di Valore e gli ambasciatori digitali, tutti gli 8.000 leader hanno potuto accrescere la propria consapevolezza riguardante gli sprechi digitali, le attività energeticamente onerose di server e connessioni ad alta velocità e, l'ingombrante presenza, sui vari devices, di file e documenti spesso inutili e obsoleti. Ecco perché, durante World Cleanup Day del 2021, è stata promossa anche un'azione collettiva di cleaning della propria casella elettronica e del proprio disco drive al fine di eliminare, definitivamente, tutto ciò che non è necessario, mettendo ordine anche nel proprio mondo digitale.

Leroy Merlin Italia Srl  
Sede legale Strada 8 Palazzo N - 20089 Rozzano (MI) Italia  
Registro Imprese Milano / CF e P.IVA 05602710963  
REA 1833923  
Capitale Sociale Euro 50.000.000,00 i.v.  
Soggetta all'attività di Direzione e Coordinamento di S.I.B.  
Società Italiana Bricolage S.p.A.  
[www.leroymerlin.it](http://www.leroymerlin.it)

Progetto grafico: Simona Ceresa  
Illustrazioni: Maria Anna Tumminello

Pubblicazione maggio 2022

[csr.leroymerlin.it](http://csr.leroymerlin.it)

