

Report di Sostenibilità

DACCOSSA NASCE CASAS

Progetti per vivere il nostro pianeta.



DA COSA NASCE CASA

Report di Sostenibilità 2024

Lettera agli stakeholder	4
La nostra storia	6
 1 CHI SIAMO	
Il nostro modo di abitare il mondo	9
 2 AFFERMARE LA PLURALITÀ	
La casa prende forma dalle Persone	31
 3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI	
Come abitare dentro e fuori casa	59
 4 DECARBONIZZAZIONE	
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa	77
 5 ECONOMIA CIRCOLARE	
Tutto rincasa, niente si perde	99
 6 COMUNITÀ	
Ogni casa è più grande se condivisa	119
 7 APPENDICE	
	143



LETTERA AGLI STAKEHOLDER

Care lettrici, cari lettori,

siamo felici di presentarvi il nostro **Report di Sostenibilità 2024**, un racconto fatto di piccoli gesti quotidiani, impegno condiviso e sogni che prendono forma insieme.

Lo abbiamo intitolato "Da Cosa nasce Casa", perché crediamo che ogni azione, anche la più semplice, possa contribuire a costruire non solo case più belle e accoglienti, ma anche a custodire e rispettare la casa più grande che tutti abitiamo: il nostro pianeta.

Vogliamo **rendere la casa un posto positivo in cui vivere, garantendo ad ogni persona il diritto ad una casa ideale.**

Per questo, siamo impegnati nell'attuazione della nostra **Strategia di Impatto Positivo**, sviluppata nel 2023 e fondata su cinque sfide chiave: Affermare la Pluralità, Sensibilizzazione dei Clienti, Decarbonizzazione, Economia Circolare, e Ingaggio delle Comunità. Un **cammino che percorriamo insieme alle nostre Persone, ai nostri Clienti e ai nostri Partner**, all'insegna dell'ascolto e della responsabilità condivisa.

Crediamo che il cambiamento parta da dentro Casa nostra. Per questo, nel 2024 abbiamo avviato nuovi percorsi formativi per diffondere la cultura della sostenibilità tra le nostre Persone, consapevoli che ognuno, nel proprio ruolo, possa contribuire ad un'azienda più giusta e responsabile. Allo stesso tempo, abbiamo rafforzato il nostro impegno diventando Membri Fondatori di UN Global Compact Network Italia e aderendo al **Manifesto "Imprese per le Persone e la Società"**.

Con i nostri **Partner** abbiamo voluto condividere visioni e obiettivi, organizzando la nostra Convention Fornitori: un momento prezioso di incontro e confronto, in cui abbiamo raccontato le principali iniziative per migliorare insieme la qualità della nostra offerta, l'efficienza e la sostenibilità della nostra supply chain, e l'ambizione comune di accrescere le performance ambientali e sociali dei prodotti.

Con riferimento alle nostre **Persone**, nel 2024 abbiamo definito la **prima Strategia per la Pluralità**, che mira a favorire una trasformazione culturale e organizzativa capace di valorizzare l'unicità di ciascuno, focalizzandosi su **Parità di Genere, Disabilità e Coesione Intergenerazionale** che ha rappresentato un tassello per il rinnovo della Certificazione Top Employer.

Per **sensibilizzare i nostri Clienti** a ridurre l'impatto ambientale delle proprie case, nel 2024 abbiamo lavorato per introdurre anche in Italia l'**Home Index**, lanciato nel marzo 2025: si tratta di uno strumento che valuta e comunica in modo trasparente l'impatto ambientale e sociale dei nostri prodotti lungo il loro ciclo di vita.

Sul piano della **Decarbonizzazione**, nel 2024 ci siamo dedicati in particolar modo all'efficientamento energetico delle nostre attività, ad esempio mediante iniziative di revamping e sostituzione degli impianti di riscaldamento, attraverso cui abbiamo **ridotto i nostri consumi di gas naturale del 20% rispetto al 2023**. Questi interventi ci hanno consentito di mettere le basi per l'ottenimento della **certificazione del nostro Sistema di Gestione dell'Energia in linea con lo standard UNI EN ISO 50001**, rilasciata nei primi mesi del 2025. Non ci siamo fermati neanche sul fronte dell'**Economia Circolare**, rinnovando il nostro impegno nell'integrare i principi dell'ecodesign nei nostri prodotti e nel potenziare i servizi circolari di no-leggio, riparazione e seconda vita. Un traguardo significativo è stato l'avvio della **Casa della Circolarità**, uno spazio pensato per offrire una seconda possibilità ad articoli con packaging danneggiato o difetti estetici. Infine, abbiamo continuato a costruire **legami con le Comunità** con diverse iniziative suddivise su tre filoni: **Abitare il territorio, Educare per fare e Sviluppare il business sociale**. Abbiamo consolidato la nostra collaborazione con **(RI)GENERIAMO**, Società Benefit impegnata nella promozione di un'economia inclusiva basata sulla sostenibilità e sul riconoscimento del valore delle Persone, attraverso l'acquisizione da parte di Leroy Merlin Italia del 40% delle quote nel 2024.

Tutte queste azioni rappresentano per noi i mattoni con cui, ogni giorno, costruiamo un modello di impresa capace di generare valore condiviso per la società e per l'ambiente. Ringraziamo tutte le nostre Persone e i nostri Partner per il loro contributo concreto, che ci aiuta a dare forma a una casa comune più equa, più sostenibile, più bella.

Perché da ogni cosa - ogni gesto, ogni scelta, ogni relazione - può nascere Casa.


Giannalberto Cancemi
CEO Leroy Merlin Italia



Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6


CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9


AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31


SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59


DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77


ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99

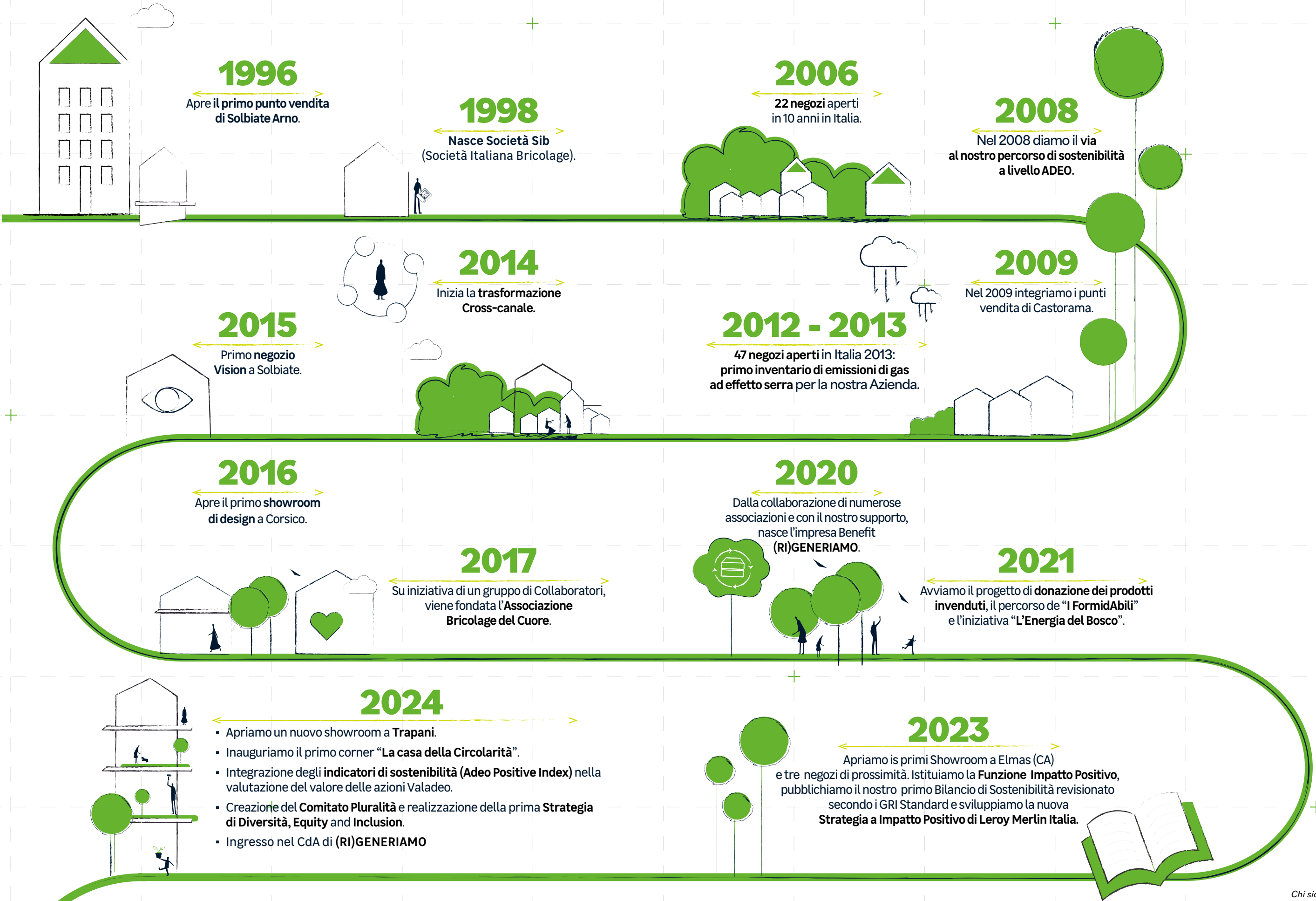

COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119


APPENDICE 143



LA NOSTRA STORIA

LEROY MERLIN ITALIA



Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

1 CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

2 AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31

3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59

4 DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5 ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99

6 COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119

7 APPENDICE 143

LEROY MERLIN

1. La nostra casa
2. Generiamo Impatto Positivo

Una casa non nasce così, di punto in bianco.

Nasce da un'idea, da un bisogno, da una serie di decisioni che si accumulano e prendono forma.

E prima di tutto questo, nasce da un pensiero: voglio uno spazio che mi appartenga.

Allo stesso modo, il nostro pianeta è la casa che condividiamo tutti e prendersene cura richiede lo stesso approccio: attenzione, consapevolezza, scelte sostenibili.

Così come progettiamo, miglioriamo e rendiamo più accoglienti i nostri spazi, Leroy Merlin Italia si impegna a fare in modo che questa stessa cura venga applicata alla casa più grande di tutte: il mondo in cui viviamo.

“Da cosa nasce casa” racconta come Leroy Merlin Italia costruisce giorno dopo giorno un nuovo modo di abitare il mondo.



Il nostro modo di abitare il mondo

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

2 AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31

3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59

4 DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5 ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99

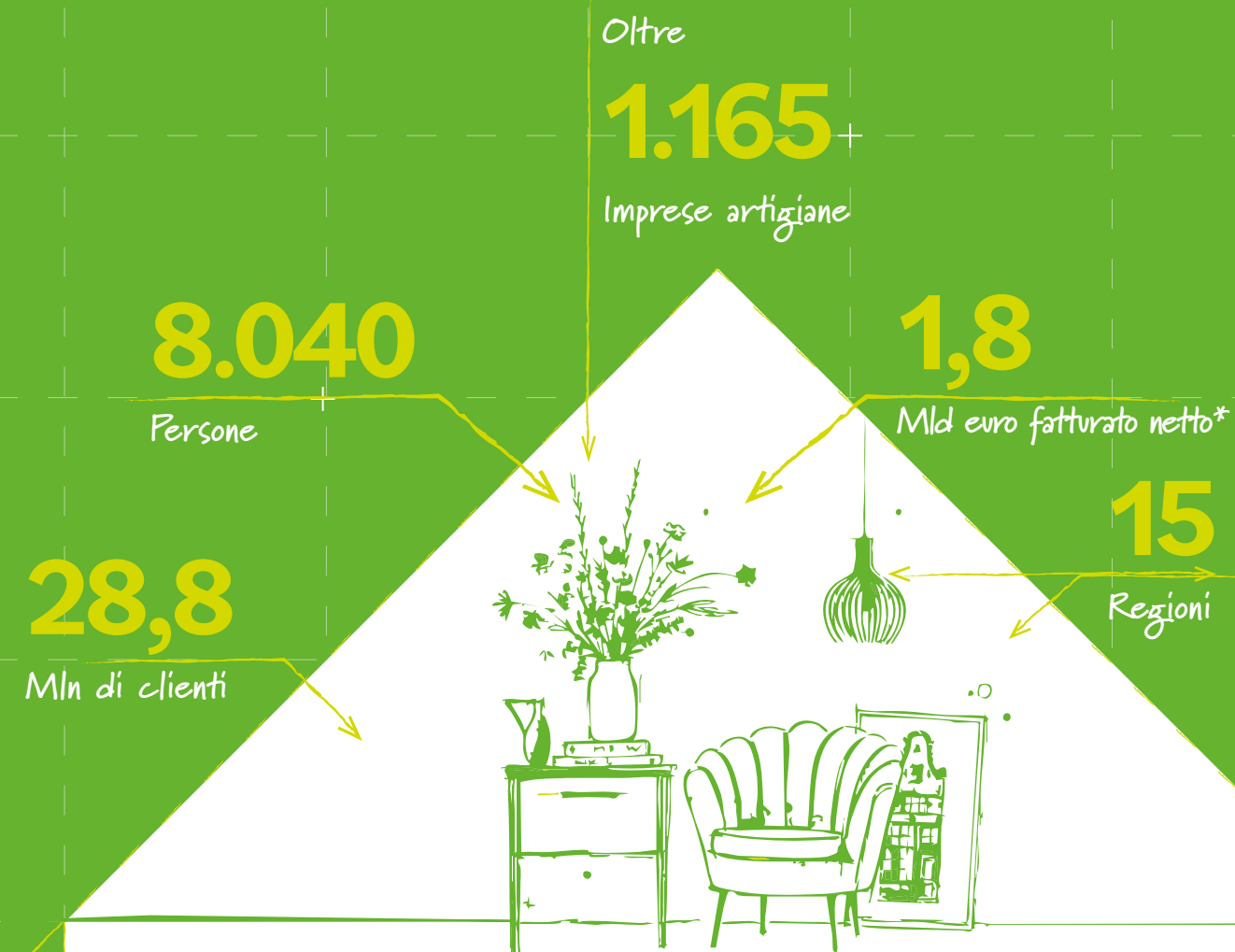
6 COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119

APPENDICE 143



We make home a positive place to live

La nostra Vision



LA NOSTRA CASA

1.1/

In Leroy Merlin Italia ci impegniamo con passione e determinazione a rendere la nostra strategia e le nostre azioni concrete, con l'ambiziosa visione di **trasformare le case di tutte le persone in luoghi positivi in cui vivere**. Così nasce il nostro obiettivo: **essere Leader nei prodotti e nelle soluzioni semplici** per la manutenzione, ristrutturazione e decorazione di Casa e Giardino, diventando l'Azienda di fiducia per la progettazione e la realizzazione di soluzioni "chiavi in mano" e a impatto positivo per il cliente privato.

In linea con quella del Gruppo ADEO, la nostra Vision "**We make home a positive place to live**" è il **principio guida della nostra ragion d'essere**, che ci guida nella **realizzazione di progetti per la casa e la vita degli abitanti, generando un impatto positivo sulle Persone e sul Pianeta**.

*Fatturato al netto IVA

Chi siamo 11

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

2 AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31

3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59

4 DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5 ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99

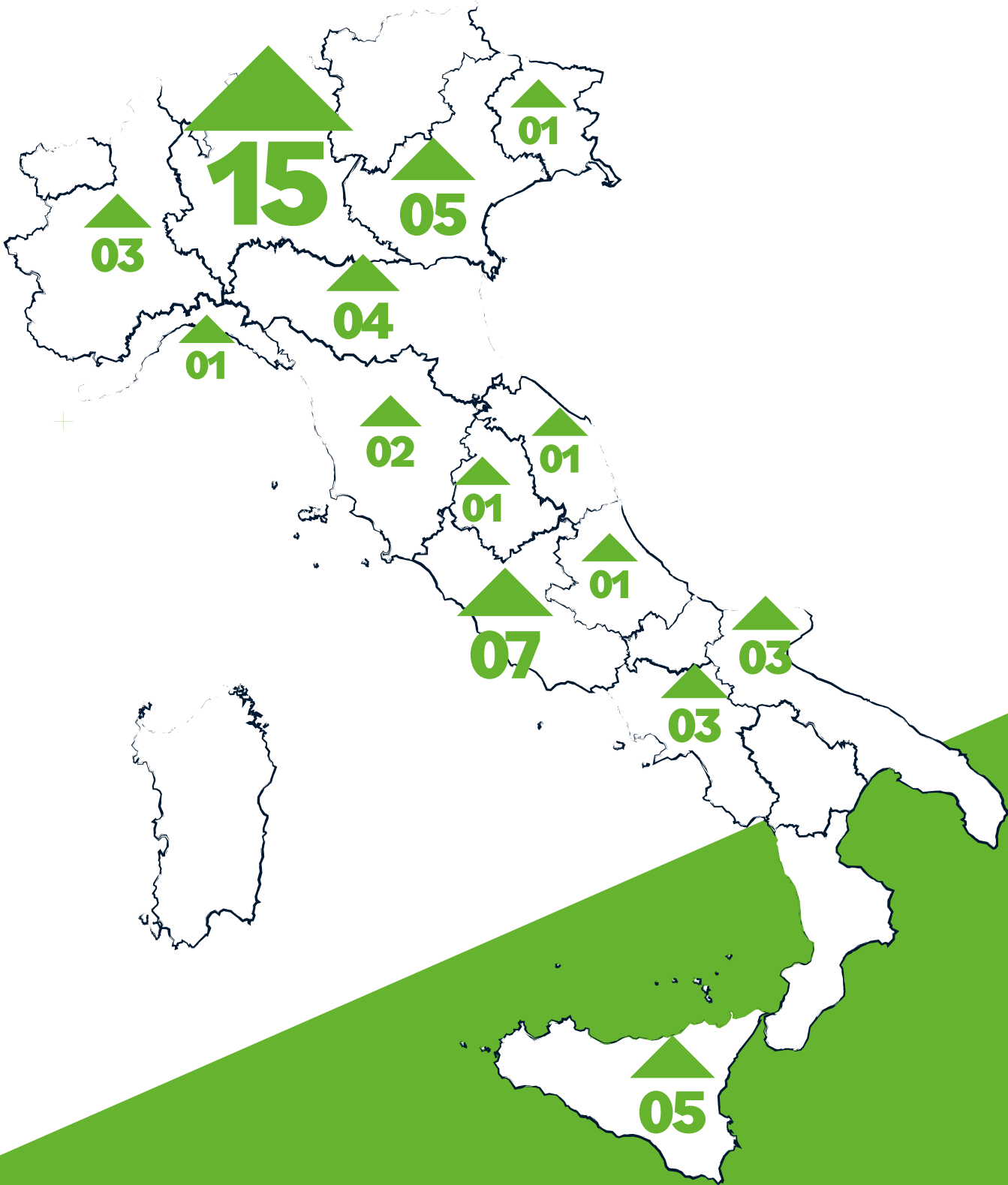
6 COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119

APPENDICE 143

LEROY MERLIN

DOVE SIAMO

Nel 2024 la nostra presenza si è concentrata nelle maggiori città italiane con **51 negozi, 1 format Garden e 8 showroom in 15 regioni diverse**, nel Nord, nel Centro e nel Sud della Penisola. Nel 2024 abbiamo anche aperto un nuovo showroom Casa a Trapani.



I NOSTRI PRODOTTI E SERVIZI

Ogni giorno aiutiamo i nostri Clienti a **costruire la propria casa ideale**, sicura, confortevole e sempre più sostenibile. Per questo, ci impegniamo costantemente per sviluppare la nostra offerta di **Prodotti** al fine di **soddisfare le esigenze dei nostri clienti**, adattandola ai cambiamenti in corso nel settore retail. In particolare, ci concentriamo su **cinque settori merceologici**: bagno, tecnico, decorativo, progetto, giardino e edilizia.

All'interno della nostra offerta, oltre ai brand più noti del settore, proponiamo anche una selezione di **prodotti a marchio proprio**, che acquistiamo direttamente dalla Capogruppo ADEO. Tali prodotti, definiti a **Marchio dell'Abitante (MDH)**, sono pensati per **offrire soluzioni** volte a limitare gli impatti ambientali, integrando principi di **ecodesign** ottimizzando l'uso delle risorse e riducendo i consumi energetici durante il loro impiego.



5 SETTORI MERCEOLOGICI

- ### 1 MONDO TECNICO

 - Elettricità e domotica
 - Utensileria
 - Idraulica e comfort
 - Ferramenta
 - Antinfortunistico
- ### 2 MONDO DECORATIVO

 - Decorazione
 - Illuminazione
 - Vernici
- ### 3 MONDO PROGETTO

 - Falegnameria
 - Sistemazione
 - Cucina
 - Pavimenti e rivestimenti
- ### 4 MONDO GIARDINO E EDILIZIA

 - Edilizia
 - Giardino e terrazzo
- ### 5 MONDO BAGNO

 - Sanitari

Lettera agli stakeholder	4
La nostra storia	6
CHI SIAMO	
Il nostro modo di abitare il mondo	9
2 AFFERMARE LA PLURALITÀ	
La casa prende forma dalle Persone	31
3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI	
Come abitare dentro e fuori casa	59
4 DECARBONIZZAZIONE	
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa	77
5 ECONOMIA CIRCOLARE	
Tutto rincasa, niente si perde	99
6 COMUNITÀ	
Ogni casa è più grande se condivisa	119
7 APPENDICE	
	143



GLI SERVIZI

Ogni casa nasce da un progetto, e ogni progetto ha bisogno dei giusti punti di appoggio. Per questo offriamo 8 servizi pensati per accompagnare i nostri clienti a costruire la propria casa ideale.

1 Servizi su misura

Offriamo servizi di personalizzazione dei prodotti (tra cui l'adattamento delle misure e la modifica dei colori).



2 Ritiro e Consegna

Offriamo diverse modalità di consegna, dal ritiro in negozio al servizio a domicilio e ancora al ritiro nei locker, su tutto il territorio nazionale.



3 Posa e Installazione

Garantiamo una posa qualificata e specializzata dei prodotti acquistati da noi, grazie ad un team di Artigiani e Partner qualificati.



4 Pagamenti e Finanziamento

Offriamo ai Clienti diverse opzioni di pagamento e soluzioni di finanziamento personalizzate.



Il nostro obiettivo non è solo quello di fornire ai Clienti prodotti di cui hanno bisogno, ma vogliamo anche **garantire un'esperienza di acquisto unica**, supportandoli **nelle fasi che precedono e seguono l'acquisto**, fornendo assistenza e servizi dedicati durante tutto il processo di costruzione della loro casa ideale. Per questo, offriamo loro diversi **servizi**, strutturati su **otto tipologie**¹:

Nel 2024 abbiamo inoltre introdotto la possibilità per i nostri Clienti di stipulare polizze assicurative che coprono guasti, danni accidentali e furti.

Tra i servizi che offriamo, il nostro **Marketplace**, attivo dal 2021, consente ai **venditori terzi di offrire i loro prodotti sul nostro sito**, andando incontro alle diverse necessità di ognuno. Attivo a livello Europeo, questo servizio consente ai venditori italiani di estendere la loro offerta anche su altre piattaforme gestite dalle Società del Gruppo ADEO.

A luglio 2024, abbiamo inoltre organizzato il nostro primo **Seller Day**, un evento in cui il nostro team del Marketplace ha incontrato i seller della nostra piattaforma per discutere la **visione strategica** futura della nostra Azienda.

2,5 milioni
di referenze attive sul servizio Marketplace a fine 2024

5 Post vendita

Siamo al fianco dei nostri Clienti anche dopo l'acquisto, per soddisfare tutte le loro esigenze e allungare la vita dei loro prodotti.



6 Bonus e agevolazioni fiscali

Supportiamo i nostri Clienti ad accedere a bonus e agevolazioni fiscali per realizzare progetti per le loro case.



7 Noleggio

Mettiamo a disposizione attrezzi per il noleggio, con possibilità di prenotazione online e ritiro in negozio. Grazie alla nostra partnership con Hertz, è possibile noleggiare anche furgoni.



8 Progettazione e Ristrutturazione

Offriamo servizi di consulenza per realizzare progetti di ristrutturazione, con il supporto di un architetto.



LEROY MERLIN ITALIA

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

2 AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31

3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59

4 DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5 ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99

6 COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119

7 APPENDICE 143





IL GRUPPO ADEO

Leroy Merlin Italia fa parte del Gruppo ADEO, leader europeo e terzo a livello mondiale nel mercato del Fai da Te e del miglioramento della casa, con un fatturato lordo di € 31,5 miliardi.

Il Gruppo è presente in 20 Paesi e 4 continenti, con oltre 800 punti vendita e può contare sull'operato di oltre 110.000 collaboratori.

ADEO condivide con tutte le sue società missione, valori, competenze ed esperienze, promuovendo una forte cultura aziendale orientata ad aiutare le persone a migliorare le proprie case con soluzioni concrete, nel rispetto del pianeta e con un impatto sociale positivo.

La strategia del Gruppo agisce su due livelli: responsabilità, per garantire credibilità al progetto aziendale, e contributo, attraverso azioni sostenibili per ridurre i propri impatti. L'offerta di ADEO si sviluppa in tre settori di attività distinti, tutti integrati nel mondo "casa", per rispondere alle diverse esigenze di ogni Cliente.

1°
In Europa

20
Paesi

3°
nel mondo

31,5
Mld euro fatturato

Oltre **800**
Punti Vendita

Oltre **110.000**
persone



Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

2° AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31

3° SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59

4° DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5° ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99

6° COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119

APPENDICE 143

LEROY MERLIN

1.2 /

GENERIAMO IMPATTO POSITIVO

La nostra organizzazione

La nostra strategia si concentra nel rafforzare la nostra posizione di leadership come **piattaforma omnicanale**, capace di raggiungere i Clienti attraverso una rete integrata di canali sia fisici che digitali, garantendo così un'esperienza coerente in ogni punto di contatto, per avere un impatto positivo sulle persone e l'habitat.

Tra gli organi principali su cui si basa la nostra organizzazione aziendale figura il **Comitato di Direzione (CO-LEAD)**, comitato operativo composto da 10 leader che lavorano in stretta collaborazione con le squadre di ADEO Services per il raggiungimento degli obiettivi delle relative funzioni.



Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

2 AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31

3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59

4 DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5 ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99

6 COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119

APPENDICE 143



La nostra Strategia di Impatto Positivo

In Leroy Merlin Italia la sostenibilità è al centro della nostra strategia e del nostro impegno quotidiano. Condividiamo con il gruppo ADEO l'obiettivo di **trasformare ogni casa in un ambiente positivo in cui vivere**, con uno sguardo rivolto al futuro, per costruire un domani migliore per le nuove generazioni.

Ci impegniamo a sviluppare soluzioni abitative innovative, aiutando le Persone a realizzare i loro progetti e contribuendo alla creazione di spazi sostenibili e inclusivi.

Nel 2023 siamo entrati a far parte di United Nations Global Compact Italia come associati e, a ulteriore riprova del nostro impegno per la sostenibilità, nel 2024 siamo diventati **Membri Fondatori di United Nations Global Compact**, il patto mondiale dell'ONU che promuove l'integrazione della sostenibilità nei modelli di business aziendali. Questa adesione testimonia la nostra ferma volontà di contribuire attivamente ai 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite.

Nel 2024, abbiamo dato il via all'implementazione della nostra **Strategia di Impatto Positivo**, con l'obiettivo di **affrontare 5 sfide chiave**. Attraverso il coinvolgimento attivo di tutti gli attori della nostra filiera, vogliamo generare un cambiamento concreto e duraturo, creando valore per le persone, l'ambiente e la società.

Il nostro piano strategico si propone di coinvolgere attivamente tutte le Persone all'interno dell'organizzazione attraverso la creazione di una cultura aziendale inclusiva e stimolante, che **afferma le pluralità**, incoraggi la partecipazione e valorizzi le competenze individuali. Allo stesso tempo, in stretta collaborazione con i nostri Partner, lavoriamo sulla nostra offerta per **sensibilizzare i nostri Clienti** ad adottare abitudini di consumo più responsabili, preferendo prodotti e soluzioni a minor impatto ambientale e sociale. Il nostro agire è guidato dalla volontà di contribuire alle sfide ambientali del nostro tempo, ponendoci come obiettivi la **decarbonizzazione** delle nostre attività, attraverso la riduzione delle emissioni di gas a effetto serra lungo l'intera catena del valore, e l'adozione dei principi dell'**economia circolare** promuovendo un consumo consapevole delle risorse naturali. Infine, animati dalla nostra responsabilità nei confronti dei territori che ci ospitano, ci impegniamo a coinvolgere nel nostro percorso le **comunità locali**, con il fine di contribuire al loro benessere collettivo attraverso la creazione di valore condiviso.

Inoltre, rafforziamo la **nostra comunicazione interna ed esterna**, sensibilizzando e coinvolgendo gli stakeholder **sui temi legati alla creazione di un Impatto Positivo**, allineando così tutte le nostre azioni e strategie, agli obiettivi di sostenibilità condivisi. Per rendere la nostra strategia ancora più concreta, abbiamo identificato in ogni punto vendita un **referente Impatto Positivo**, che ha il compito di promuovere e condividere le nostre iniziative con il resto della squadra e raccontare ai Clienti il nostro impegno verso la sostenibilità. Inoltre, con cadenza mensile, condividiamo nella nostra intranet aziendale una **newsletter digitale** a tutte le nostre Persone, nella quale raccontiamo i principali progetti di sostenibilità del mese. Allo stesso tempo, informiamo i nostri stakeholder esterni sull'avanzamento della strategia, sulle iniziative e sulle novità direttamente sulla sezione di sostenibilità del nostro sito.

Per favorire una conoscenza ed un coinvolgimento sempre più profondo delle nostre Persone sulle tematiche di sostenibilità, abbiamo sviluppato **corsi formativi** mirati. Nel 2024, abbiamo lanciato due corsi in modalità e-learning, "Impatto Positivo" e "Home Index", progettati per potenziare le competenze interne e allineare tutte le squadre di Leroy Merlin Italia alla nostra strategia di Impatto Positivo.

WE SUPPORT



LE 5 SFIDE DI LEROY MERLIN

Quando il progetto è tracciato e le fondamenta tengono, si comincia a costruire.
Le cinque sfide di Leroy Merlin Italia danno forma a una Casa più sostenibile e inclusiva.

3 ECONOMIA CIRCOLARE



4 DECARBONIZZAZIONE



5 INGAGGIO DELLE COMUNITÀ



1 AFFERMARE LA PLURALITÀ



2 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI



Lettera agli stakeholder	4
La nostra storia	6
CHI SIAMO Il nostro modo di abitare il mondo	9
2 AFFERMARE LA PLURALITÀ La casa prende forma dalle Persone	31
3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI Come abitare dentro e fuori casa	59
4 DECARBONIZZAZIONE Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa	77
5 ECONOMIA CIRCOLARE Tutto rincasa, niente si perde	99
6 COMUNITÀ Ogni casa è più grande se condivisa	119
APPENDICE	143

LE NOSTRE PRIORITÀ: L'ANALISI DI MATERIALITÀ

L'analisi di materialità effettuata nel 2024 è frutto di un lavoro a 360 gradi che ha visto il coinvolgimento delle nostre Persone e dei nostri stakeholder esterni.

1. Comprensione del contesto esterno

È stata svolta un'analisi di benchmark per comprendere i temi di sostenibilità su cui stanno lavorando i nostri peer, i principali trend nel settore retail, nonché eventuali aspetti rilevanti emersi dall'analisi delle principali testate giornalistiche.

4. Validazione finale dei risultati

Attraverso la validazione finale da parte del nostro Comitato di Direzione, è stata ottenuta la lista definitiva dei temi materiali.

A conclusione dell'analisi, sono **emersi come materiali 14 temi**, di seguito riportati in ordine alfabetico, i quali costituiscono le fondamenta della rendicontazione inclusa all'interno del nostro Bilancio di Sostenibilità:

1. Attrazione, formazione e sviluppo dei talenti
2. Benessere delle Persone
3. Biodiversità
4. Catena di fornitura responsabile
5. Decarbonizzazione
6. Economia Circolare
7. Gestione dei rifiuti
8. Iniziative a supporto della comunità
9. Innovazione e digitalizzazione
10. Partner locali
11. Pluralità
12. Prodotti a maggior risparmio energetico e minor impatto ambientale
13. Salute e Sicurezza
14. Sensibilizzazione dei clienti

Rispetto alla lista dei temi materiali del 2023, alcune tematiche tra loro affini sono state accorpate, in ottica di maggior razionalizzazione nella rendicontazione (in particolare gli aspetti legati a logistica ed efficientamento energetico all'interno del tema "Decarbonizzazione", e gli aspetti legati a formazione ed attrazione dei talenti nel tema "Attrazione, formazione e sviluppo dei talenti"). Infine, il precedente tema "Diritti dei dipendenti e pari opportunità" è stato rinominato in "Pluralità" per un maggiore allineamento alla nostra Strategia di Impatto Positivo (cfr. Nota Metodologica per ulteriori dettagli sul processo di analisi di materialità e per le descrizioni degli impatti materiali).

2. Identificazione e valutazione di impatti e temi

Sulla base del lavoro svolto lo scorso anno, sono stati individuati e valutati gli impatti positivi e negativi, attuali e potenziali, generati dalla nostra Azienda su ambiente e persone, ricondotti poi in temi materiali.

3. Coinvolgimento degli stakeholder

Attraverso il coinvolgimento delle nostre Persone e di una selezione di stakeholder esterni, è stato richiesto il loro riscontro sulla rilevanza dei temi di sostenibilità emersi dalle fasi precedenti, ottenendo la loro prioritizzazione.

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

2. AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31

3. SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59

4. DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5. ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99

6. COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119

7. APPENDICE 143



Siamo convinti che la costruzione di un futuro più sostenibile sia una sfida che possiamo affrontare e vincere solo lavorando insieme.

Generiamo valore per i nostri Stakeholder

Non esiste una soluzione singola per costruire un futuro più sostenibile, ma piuttosto una serie di azioni strategiche interconnesse che coinvolgono tutti i nostri interlocutori. Come retailer, rappresentiamo un anello chiave all'interno della filiera, e consideriamo un nostro dovere facilitare il **dialogo tra i diversi attori** che la compongono.

Ci impegniamo pertanto a **coinvolgere attivamente i nostri stakeholder lungo tutta la catena del valore**, attuando iniziative di ingaggio orientate alla **trasparenza** e alla **sensibilizzazione** e utilizzando i canali di comunicazione più efficaci per ciascuna categoria, con il fine ultimo di creazione e condivisione di valore.



Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

1 CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

2 AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31

3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59

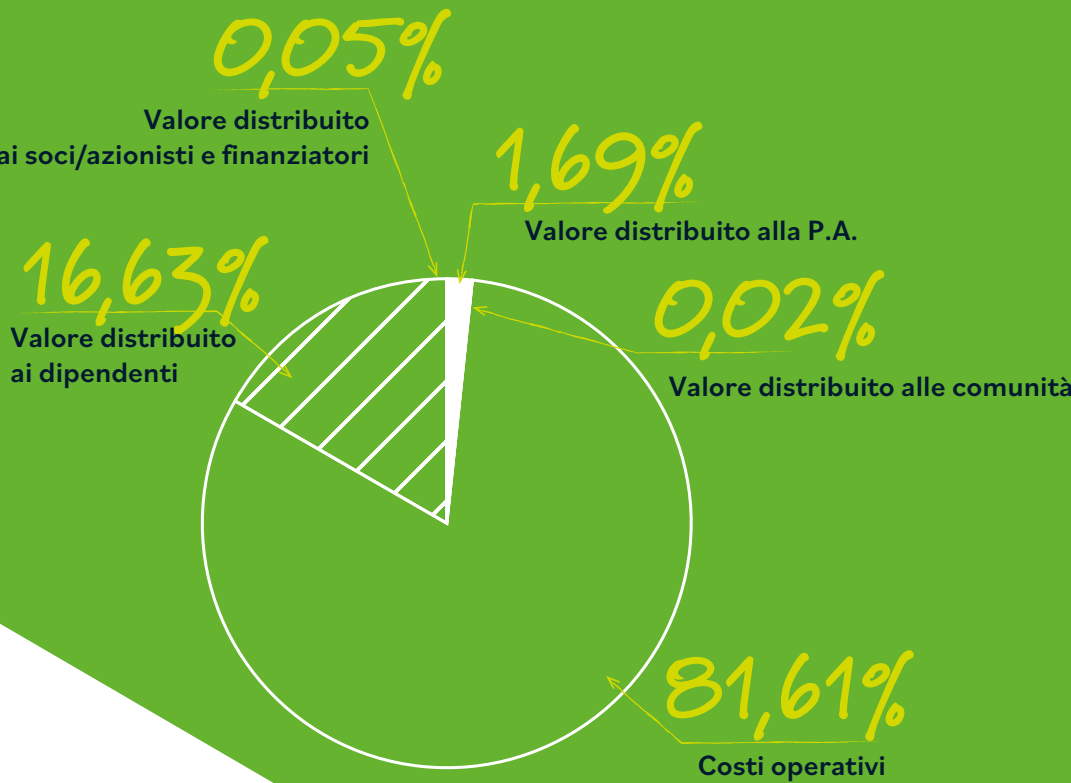
4 DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5 ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99

6 COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119

7 APPENDICE 143

Valore distribuito nel 2024

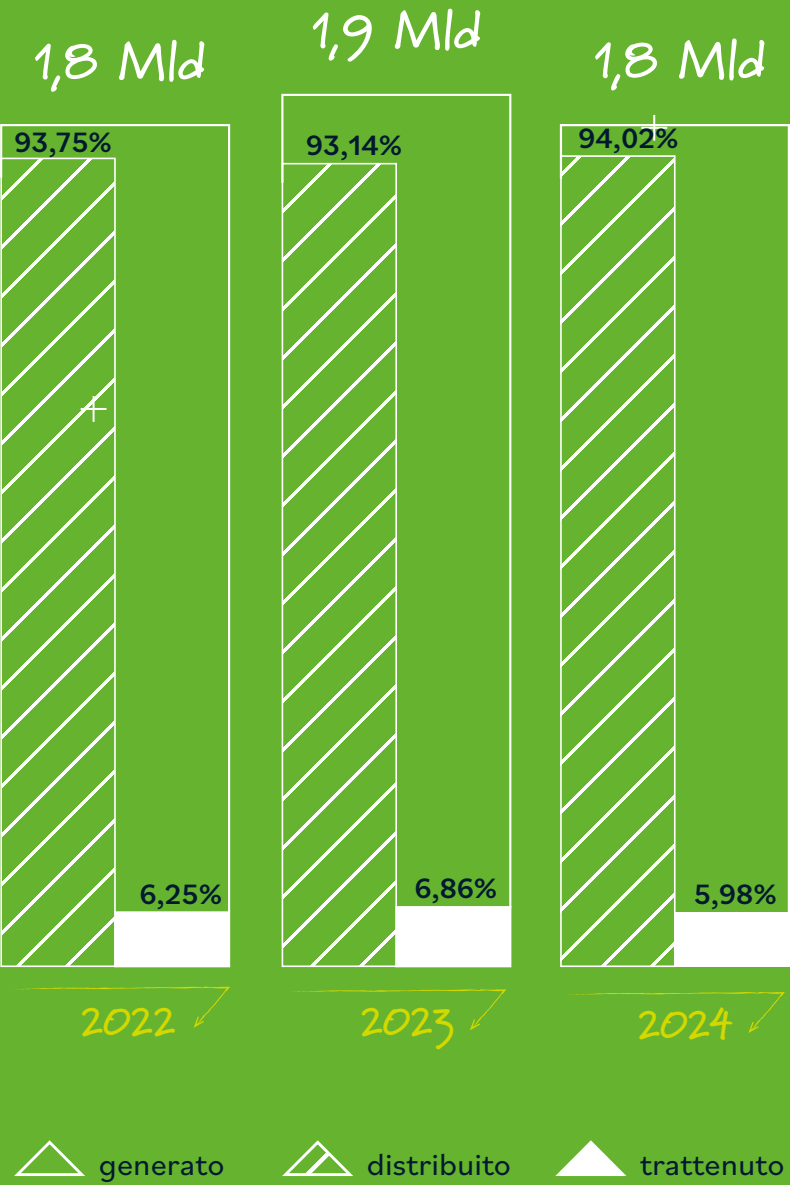


La relazione con i nostri stakeholder, che **coltiviamo quotidianamente** per rafforzarla e aumentare costantemente la loro fiducia, rappresenta la **base per il successo** di Leroy Merlin Italia. Questo approccio, orientato alla comprensione e soddisfazione delle esigenze dei nostri stakeholder, ci permette di costruire fondamenta solide per una crescita sostenibile e duratura che sia condivisa tra tutti gli attori della nostra filiera, creando così **valore economico condiviso**. Ci impegniamo infatti a generare e distribuire valore, promuovendo economie partecipative e collaborative orientate sulla redistribuzione del valore a chi ha contribuito alla sua creazione, tra cui ad esempio il nostro azionariato diffuso “Valadeo”, tramite il quale ogni Persona del Gruppo Adeo può scegliere di diventare azionista dell’azienda, in un’ottica di condivisione a lungo termine del valore (cfr. 2. Affermare la Pluralità).

Nel 2024 abbiamo generato **valore economico per oltre 1 miliardo e 800 mila euro²**, in leggero decremento rispetto al valore generato nel 2023. Di questo, il **94% è stato distribuito** agli stakeholder, sotto forma di pagamenti ai fornitori, stipendi, oneri finanziari, imposte e liberalità, il **6% è stato trattenuto** in Azienda. Tali valori si confermano sostanzialmente allineati ai risultati del 2023.

² Fatturato al netto IVA
28 Report di Sostenibilità 2024

Valore Economico Generato, distribuito, trattenuto (€)



Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

2. AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31

3. SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59

4. DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5. ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99

6. COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119

APPENDICE 143



1. Le nostre Persone
2. Sosteniamo la leadership di ogni persona
3. Rispettiamo e valorizziamo le unicità di ciascuno di noi

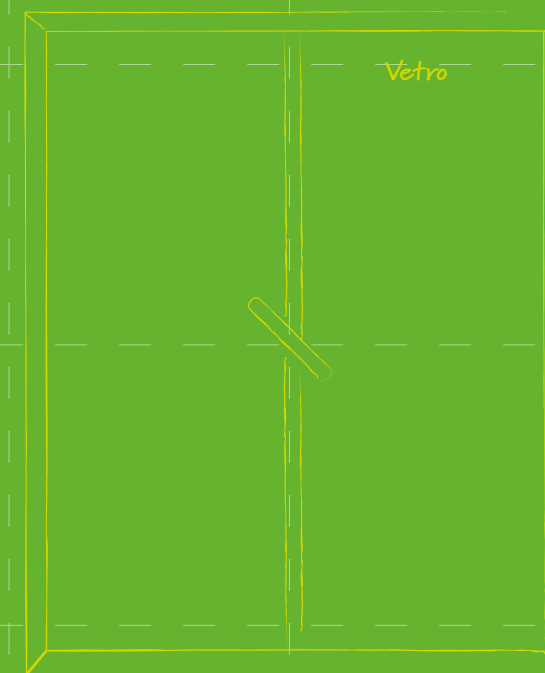
A casa, nessuno dovrebbe sentirsi fuori posto. Dopo aver gettato le fondamenta, arriva il momento di immaginare come viverla: disegnare gli spazi, scegliere i colori. È la fase in cui ogni persona comincia a rendere propria la sua stanza. In una casa ben pensata, ci sono spazi personali per coltivare la propria identità e luoghi comuni dove imparare a convivere. Ogni spazio è unico ma mai isolato; tutti possono starci comodi senza restringersi né occupare più del necessario. Per Leroy Merlin Italia, valorizzare la pluralità significa proprio questo: progettare ambienti in cui le Persone possano esprimersi e crescere in relazione con gli altri. Nel 2024 abbiamo rafforzato il nostro impegno per uno spazio di lavoro inclusivo e partecipativo.

Lo abbiamo fatto ascoltando le nostre Persone, promuovendo una leadership aperta, investendo in percorsi di formazione che mettono al centro talenti e unicità. Abbiamo sostenuto con convinzione la parità di genere, l'inclusione delle persone con disabilità e la coesione tra generazioni. Perché solo in un ambiente che accoglie ogni unicità possiamo davvero crescere, insieme.

2 AFFERMARE LA PLURALITÀ

100cm

La casa prende forma dalle Persone



Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

1 CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

2 AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31

3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59

4 DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5 ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99

6 COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119

7 APPENDICE 143

Ambiente di lavoro sano in grado di valorizzare ogni persona

In Leroy Merlin Italia, la **centralità delle Persone** rappresenta il valore fondante **della nostra Casa, su cui vogliamo costruire una crescita sostenibile e duratura**. Il nostro impegno si traduce in una visione strategica che abbraccia lo sviluppo delle competenze, il benessere organizzativo, la salute e la sicurezza sul lavoro, l'inclusione e l'ascolto attivo, con l'obiettivo di costruire un ambiente di lavoro sano e in grado di valorizzare il potenziale di ciascuno. Per questo motivo, continuiamo a **rafforzare il nostro impegno verso lo sviluppo delle nostre Persone**, attraverso iniziative mirate a favorire l'attrazione e la crescita dei talenti, a garantire condizioni di lavoro sicure e inclusive, a sostenere il benessere in tutte le sue dimensioni, e a creare una cultura aziendale più equa e partecipativa.



LEROY MERLIN ITALIA

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

1 CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

2 AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31

3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59

4 DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5 ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99

6 COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119

7 APPENDICE 143

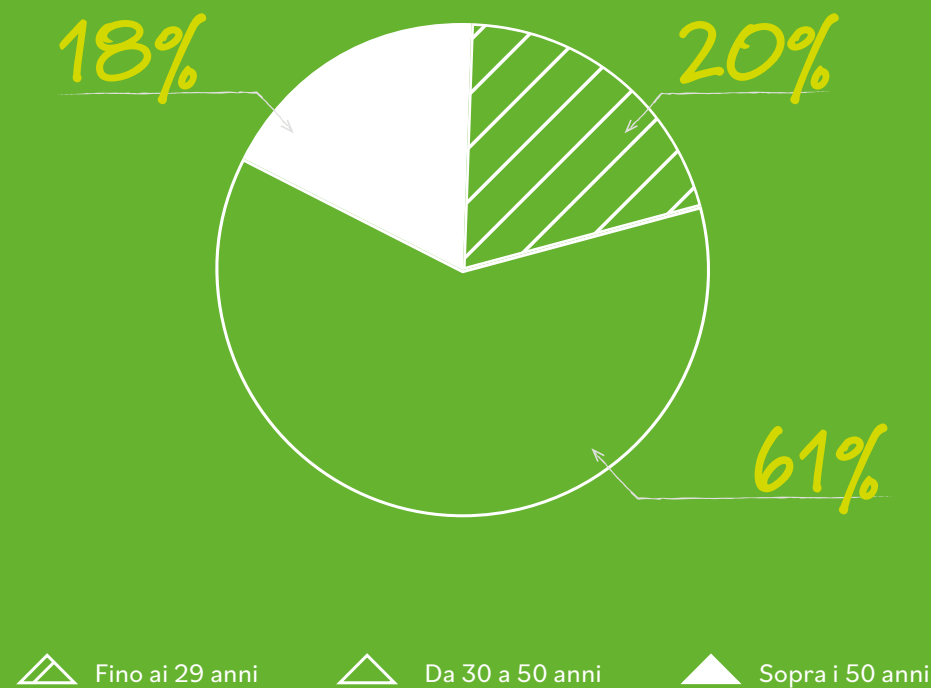
LEROY MERLIN

LE NOSTRE PERSONE

Nel 2024, abbiamo potuto contare sull'impegno e sull'energia di **oltre 7.900 Persone** che, ogni giorno, contribuiscono a rendere le case dei nostri clienti un posto positivo in cui vivere. Il **54%** delle nostre Persone è composto da **uomini e il 46% da donne**, con età in prevalenza tra i 30 e i 50 anni (pari al 61% sul totale). Inoltre, al 31 dicembre erano presenti anche 83 stagisti e 35 lavoratori interinali, arrivando quindi ad oltre 8.000 Persone che hanno collaborato con noi.

L'**85% dei nostri dipendenti è assunto con contratto a tempo indeterminato** – in linea rispetto al 2023³, confermando l'impegno dell'Azienda a investire in modo stabile e duraturo nelle proprie Persone. Di queste, il **51% ha scelto un contratto part-time**. Inoltre, per gestire al meglio il flusso clienti nei fine settimana, abbiamo introdotto un **contratto a tempo determinato nel weekend**, pensato esclusivamente per studentesse e studenti universitari che desiderano avviare un percorso professionale durante gli studi.

Suddivisione per età nel 2024



Suddivisione per tipologia di contratto e genere nel 2024



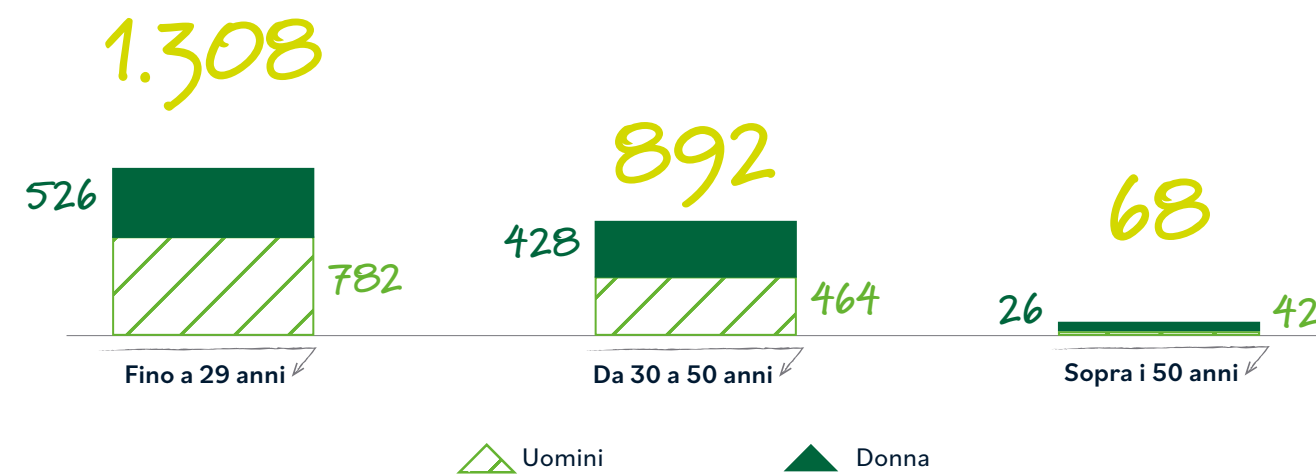
Nel corso del 2024 sono state **assunte oltre 2.200 nuove Persone**, registrando un aumento del 4% rispetto al 2023, di cui il 44% è composto da donne e il 58% ha meno di 30 anni. Allo stesso tempo, **si sono registrate oltre 2.200 uscite**, principalmente tra coloro con meno di 30 anni, a causa della naturale scadenza contrattuale o di dimissioni. Nel 2024 la percentuale di **manager donne** sul totale dei manager è cresciuta rispetto al 2023, raggiungendo il 42% sul totale.



³ A seguito di un affinamento nella raccolta dati, i dati relativi al 2023 per gli indicatori GRI 2-7, 2-30, 401-1, 405-1 e 405-2 sono stati revisionati. Per il dettaglio si rimanda alle Tabelle degli indicatori negli Annex.



Persone assunte nel 2024 per genere ed età



Persone cessate nel 2024 per genere ed età



Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

1 CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

2 AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31

3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59

4 DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5 ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99

6 COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119

7 APPENDICE 143



2.2/

SOSTENIAMO LA LEADERSHIP DI OGNI PERSONA

In Leroy Merlin Italia valorizziamo il **contributo delle nostre Persone come principale motore di tutti i nostri successi, promuovendo** un ambiente di lavoro partecipativo fondato sul **valore della condivisione**. Il nostro approccio parte da una visione chiara: mettere le persone al centro significa **guidare il cambiamento, costruendo insieme un futuro capace di generare valore** per l'Azienda, per le nostre Persone e per la società intera.

In Leroy Merlin Italia, la condivisione si basa su quattro pilastri fondamentali:

- 1

La condivisione dell’avere

Significa raccogliere i frutti delle nostre azioni e dei nostri risultati.
- 2

La condivisione del potere

Significa agire per creare valore, avere l’autonomia di prendere iniziative e decisioni, essere responsabili dei loro effetti.
- 3

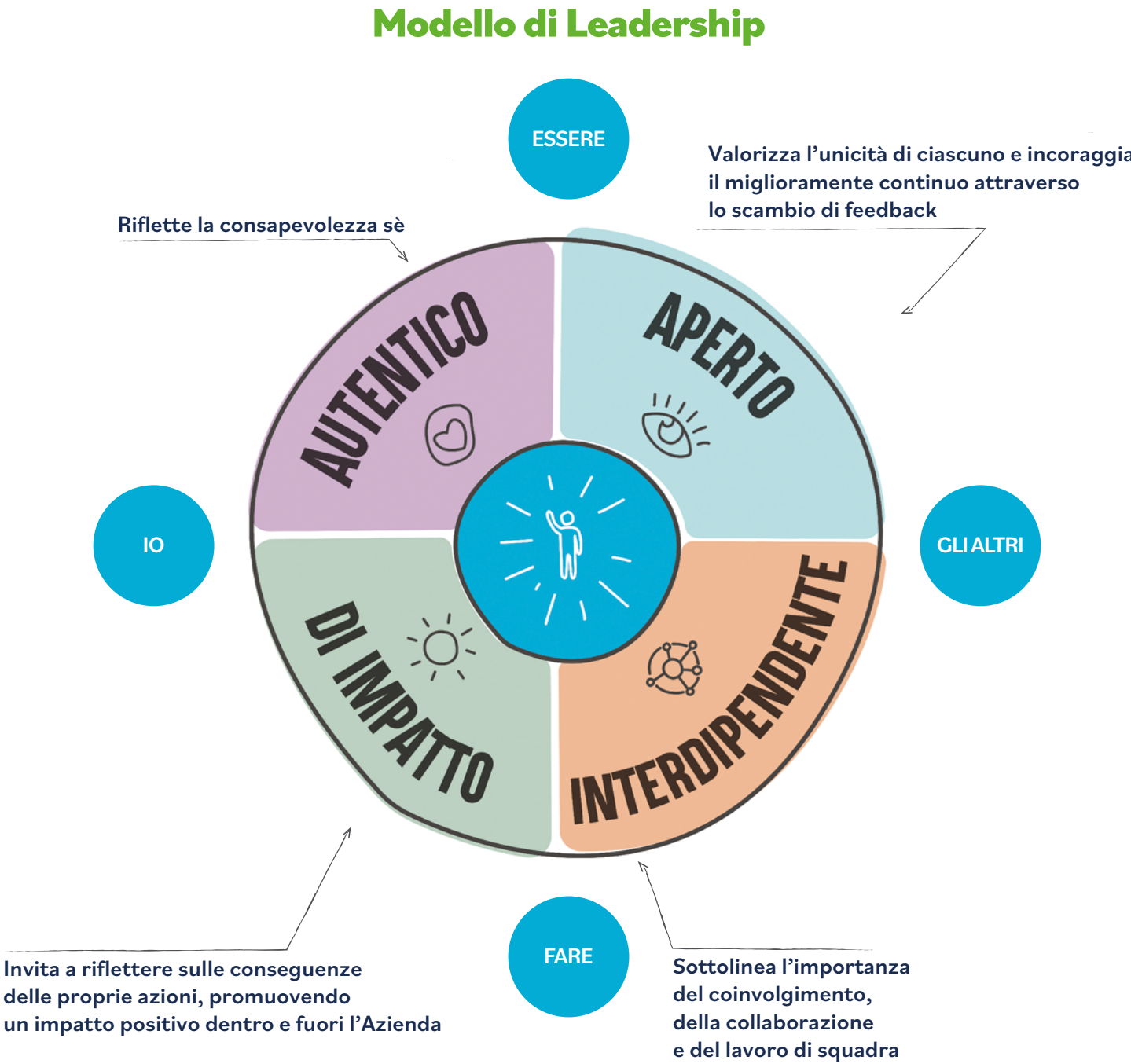
La condivisione del sapere

Significa trasmettere, informare, formare, accelerare nel nostro lavoro, ogni giorno. Sapere e trasmettere sono la forza della nostra cultura.
- 4

La condivisione del volere

Significa impegnarsi singolarmente e collettivamente coinvolgendo anche i nostri ecosistemi, per contribuire ai progetti motivati dal senso condiviso di essere utili a noi, agli altri e al mondo.

Questi pilastri prendono piena forma nel nostro **Modello di Leadership**, che guida le nostre azioni quotidiane nella convinzione che **ogni Persona sia un leader** da accompagnare nella propria crescita, personale e professionale. Il Modello mira a definire un insieme di comportamenti ai quali aspirare per interagire in modo efficace nell’ambiente professionale, con una struttura fondata su due dimensioni (**io-gli altri ed essere-fare**) e **quattro assi**:



Per favorirne la diffusione, il Modello di Leadership viene condiviso con le nostre Persone lungo tutto il loro percorso in Azienda: a partire dalla fase di onboarding, con corsi di formazione dedicati e durante il periodo dei colloqui di Progresso e Sviluppo delle nostre persone. Inoltre, per assicurarci di coinvolgere le nostre Persone nello sviluppo

di iniziative e piani d’azione volti a favorire il progresso aziendale e la miglior esperienza collaboratore possibile, dal 2019 è attivo il **Gruppo di Generazione del Valore**, team trasversale composto da oltre 400 membri provenienti da Negozi e Servizi Interni che collabora con i Comitati di Negozio sulle quattro aree chiave di **Progresso, Azionariato, Benessere e Impatto Positivo**.

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

2 AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31

3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59

4 DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5 ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99

6 COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119

APPENDICE 143





Favoriamo lo sviluppo e la valorizzazione dei talenti

Ogni giorno **lavoriamo per essere un'Azienda che attrae nuovi talenti e valorizza le competenze e le unicità** di ogni Persona.

A questo scopo, nel 2024 abbiamo ufficializzato la **Policy di Recruitment & Selection** di Leroy Merlin Italia, frutto di un percorso avviato nel 2023, con l'obiettivo di strutturare un processo di reclutamento sempre più efficace, equo e trasparente che garantisca un posizionamento distintivo all'Azienda sia internamente che esternamente. In Leroy Merlin Italia, in coerenza con la cultura del Gruppo ADEO, crediamo in un processo di selezione corretto, trasparente e privo di qualsiasi forma di discriminazione. Ci impegniamo affinché ogni persona sia inserita nel ruolo più adatto, nei tempi giusti, e venga valorizzata nel proprio percorso. Puntiamo a offrire un'esperienza di candidatura eccellente, attraverso un processo inclusivo, che riconosce e valorizza la pluralità, e che permette di conoscere a fondo la nostra Azienda, l'Employee Value Proposition e i valori che ci guidano ogni giorno.

In aggiunta all'applicazione dei principi sanciti dalla Policy, integriamo il **metodo STAR (Situation, Task, Action, Result)** nel processo di selezione al fine di valutare le competenze trasversali in modo oggettivo e coerente con il nostro Modello di Leadership: oltre a supportare i candidati nel rispondere in modo chiaro e dettagliato a domande comportamentali, tale approccio consente ai recruiter di identificare con maggiore precisione i profili più in linea con i valori aziendali.

Parallelamente, attraverso il **Programma Referral** incoraggiamo le nostre Persone a segnalare candidati in linea con il nostro contesto e le nostre opportunità professionali, alimentando un processo di selezione basato sulla fiducia e sul coinvolgimento.

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

2 AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31

3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59

4 DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5 ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99

6 COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119

7 APPENDICE 143

Accresciamo le competenze delle nostre Persone

Ci impegniamo a garantire a ogni Persona, a prescindere dal proprio ruolo, opportunità di crescita e sviluppo costante attraverso **programmi di formazione continua e piani di crescita e sviluppo manageriale** che accompagnano ogni fase del percorso professionale dei nostri talenti in Leroy Merlin Italia.

La nostra offerta formativa si suddivide in tre macroaree principali: la Formazione Prodotto, focalizzata su conoscenza del prodotto e sulle tecniche di vendita; la **Formazione Mestiere**, per lo sviluppo delle competenze necessarie a ciascuna mansione specifica; e la **Formazione Manageriale**, che prepara i nostri Manager ad affrontare le sfide future.

A queste si affiancano **percorsi di sviluppo personalizzati in base alla seniority di ogni persona**. Tra questi, il percorso “Talentiamo” si pone l’obiettivo di preparare *leader junior* e neolaureati appena assunti ai futuri ruoli manageriali; il percorso “Presenza di Missione Capi Settore” è pensato per fornire ai nuovi Manager, nel loro primo anno di incarico, strumenti concreti per affrontare con efficacia le sfide del nuovo ruolo; infine, il percorso “Shape Your Potential” promosso dalla Capogruppo ADEO si rivolge ai futuri Dirigenti.

Offriamo poi **due programmi focalizzati sul potenziamento del talento e della leadership, Talent Up e Talent Future**, pensati per accompagnare la crescita dei futuri store leader e responsabili di servizio favorendo lo **sviluppo di competenze trasversali**. I due percorsi prevedono l’accesso ad un **assessment center** che permette ai partecipanti di acquisire maggiore consapevolezza di sé per orientare al meglio il proprio piano di sviluppo individuale. Un altro aspetto distintivo dei programmi è la possibilità di mettersi alla prova con casi concreti attraverso lo **sviluppo di un progetto di impatto sul business**, che consente ai partecipanti di ampliare la propria visione strategica e la capacità di problem solving. Infine, per ogni partecipante è previsto un percorso di **mentoring e coaching**, con l’obiettivo di stimolare il miglioramento continuo attraverso consigli mirati, feedback costruttivi e spunti di riflessione da parte di esperti.

Fondamentali sono anche le collaborazioni con partner esterni, come quella con Valore D, per offrire percorsi formativi in ambito DE&I, mentorship e leadership. Due nostre Collaboratrici hanno partecipato ai programmi “**Young Talent**” e “**Senior Talent**” promossi da Valore D, con l’obiettivo di **diffondere una leadership inclusiva** nelle diverse fasi della carriera, promuovendo la consapevolezza di sé e

la valorizzazione dell’unicità. In particolare, il programma Young Talent prevede un percorso pensato per sviluppare una conoscenza profonda delle proprie caratteristiche e competenze sin dalle prime fasi della crescita professionale, potenziando l’agilità emotiva, comportamentale, strategica e relazionale, a sostegno di una leadership agile ed inclusiva. Al termine dei percorsi, le partecipanti hanno contribuito attivamente alla diffusione interna dei contenuti appresi, prendendo parte a programmi di mentorship e promuovendo momenti di confronto e formazione aperti a tutta l’Azienda.

Grazie a tutte queste iniziative, nel 2024 abbiamo erogato **circa 133.200 ore di formazione**, in aumento del 26% rispetto al 2023, a cui si aggiungono **oltre 45.600 ore di training on the job**.



Oltre
170 mila
Le ore di formazione e training on the job erogate nel 2024

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

2 AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31

3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59

4 DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5 ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99

6 COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119

7 APPENDICE 143



Diffondiamo la Cultura della Sostenibilità

Nel 2024 abbiamo sviluppato percorsi formativi per promuovere la cultura della sostenibilità all'interno dell'Azienda, in linea con la Strategia di Impatto Positivo. Grazie a questi corsi, ogni persona può integrare sempre più la sostenibilità nel proprio lavoro quotidiano, ed è responsabile, nel proprio ruolo, di contribuire attivamente a costruire un'azienda sempre più sostenibile.

- **Impatto Positivo:** un programma composto da 7 moduli avviato nel mese di settembre che aiuta a comprendere il concetto di sostenibilità, le cinque sfide dell'Impatto Positivo e come ogni persona può fare la differenza per rendere Leroy Merlin Italia un'Azienda sempre migliore.
- **Home Index:** lanciato a novembre 2024, il percorso formativo ha l'obiettivo di spiegare la metodologia Home Index, lo strumento lanciato a marzo 2025 per valutare e raccontare l'impatto ambientale e sociale dei nostri prodotti lungo il loro intero ciclo di vita, al fine di saper raccontare al meglio la sostenibilità dei nostri prodotti ai nostri Clienti.
- **Academy sul Fotovoltaico:** percorso formativo che mira a rafforzare e competenze tecniche e commerciali delle nostre persone e partner sui servizi connessi ai pannelli fotovoltaici, un prodotto per noi strategico per coinvolgere i nostri Clienti nel percorso verso la transizione energetica (cfr. "Capitolo 3 Sensibilizzazione dei Clienti").

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

1 CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

2 AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31

3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59

4 DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5 ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99

6 COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119

7 APPENDICE 143



Supportiamo la Crescita delle nostre Persone

In aggiunta alle attività di formazione, abbiamo implementato una **serie di programmi strategici mirati a promuovere la crescita e lo sviluppo professionale delle nostre Persone**. Primo fra tutti, nel 2024 è stato introdotto ufficialmente MyDev, la nuova piattaforma di Valutazione e Sviluppo.

In Leroy Merlin Italia, la soddisfazione e lo sviluppo delle nostre persone è per noi fondamentale per questo prevediamo diversi momenti d’ascolto delle loro esigenze. Tra queste, l’**EDP – Entretien de Développement**, un colloquio individuale di sviluppo finalizzato alla co-costruzione

dei propri obiettivi e percorsi formativi; le **Giornate di Progresso e Sviluppo (GPS)** dedicate alla valutazione del potenziale di ciascuno in Azienda;

Abbiamo inoltre continuato a potenziare il processo di mobilità interna, la Carta Mobilità ADEO, promosso dal Gruppo con l’obiettivo di rendere i percorsi di crescita più accessibili e trasparenti. L’iniziativa prevede la possibilità, per chiunque volesse ampliare le proprie competenze e progredire professionalmente, di richiedere trasferimenti di ruolo o sede, **sia a livello nazionale che internazionale**.

Garantiamo la Salute e Sicurezza

La salute e la sicurezza delle nostre Persone e dei nostri Clienti sono un valore fondamentale per noi, alla base di ogni nostra scelta e azione. Pertanto ci impegniamo ogni giorno a garantire sedi di lavoro sicure in cui tutti possano sentirsi protetti. Il primo **strumento con cui condividiamo con le nostre Persone i nostri valori e obiettivi** in ambito salute e sicurezza è la nostra **Politica sulla Sicurezza**, definita nel 2020 e fondata su **tre pilastri fondamentali**:

1. PERSONE

Le Persone rappresentano il patrimonio più prezioso dell’Azienda e, insieme ai Clienti, sono al centro del nostro modello aziendale. È fondamentale che siano correttamente **informate, formate e addestrate** sull’utilizzo sicuro degli strumenti di lavoro, oltre che **sensibilizzate** sui pericoli a cui potrebbero essere esposte. Ognuno è chiamato ad agire responsabilmente per prevenire i rischi per la salute e sicurezza, attraverso l’uso regolare dei dispositivi di protezione individuale (DPI) e segnalando eventuali pericoli.

2. PARTNER

Per diffondere la cultura della salute e sicurezza, **collaboriamo con partner interni ed esterni che condividano i nostri valori**. In particolare, ci avvaliamo del supporto di Responsabili del Servizio di Prevenzione e Protezione (RSPP) esterni, medici del lavoro e di una società di consulenza specializzata per garantire il rispetto delle normative, affiancando i negozi nel garantire l’efficacia dei processi di sicurezza e accompagnando le nostre Persone nel rafforzamento della propria consapevolezza sui temi di salute e sicurezza.

3. SEDI DI LAVORO

Progettiamo **spazi sicuri, accoglienti e funzionali**, adottando i più elevati standard di sicurezza a tutela della salute e del benessere delle nostre Persone e dei nostri Clienti. Assicuriamo flussi di lavoro efficienti, movimentazione delle merci in totale sicurezza e investiamo in soluzioni innovative per garantire a tutti i nostri ospiti piena sicurezza negli showroom, con particolare attenzione alla protezione dei Clienti più vulnerabili, quali anziani e bambini.

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

2. AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31

3. SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59

4. DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5. ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99

6. COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119

APPENDICE 143



Anche nel 2024 abbiamo rinnovato con successo la **certificazione UNI EN ISO 45001 per il Sistema di Gestione della Sicurezza**, articolato su due livelli per garantire la piena sicurezza delle attività sia nei singoli punti vendita che nell'intera organizzazione.

A livello locale, per ogni punto vendita sono previste responsabilità in capo al **Datore di Lavoro**, ruolo ricoperto dal Direttore o Store Leader, il quale è affiancato da un **Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione (RSPP)** e da un **medico del lavoro**, entrambi professionisti esterni, oltre che da due **Addetti al Servizio di Prevenzione e Protezione (ASPP)** interni – il Leader Persone e Cultura e lo Store Performance Leader. Inoltre, i membri del Comitato del punto vendita ricoprono il ruolo di **preposti** e un **Rappresentante dei Lavoratori per la Sicurezza** viene eletto o nominato dal personale nei negozi. Anche nel 2024 abbiamo contato sulla collaborazione di 11 RSPP, assicurando visite mensili in tutti i 52 negozi, con l'obiettivo di rafforzare le attività di prevenzione e supporto operativo.

A livello nazionale, invece, operano un **Responsabile del Sistema di Gestione**, un **Coordinatore RSPP** e un **Coordinatore dei Medici**, questi ultimi incaricati di coordinare gli RSPP e i medici del lavoro che agiscono a livello locale. La **sede centrale adotta invece una struttura analoga a quella dei negozi**, con l'Amministratore Delegato in qualità di Datore di Lavoro che delega parte delle responsabilità al Leader Persone e Cultura. Il Sistema è sottoposto a un **riesame annuale da parte della Direzione** per valutarne efficacia e corretta applicazione.

La **prevenzione degli infortuni** è una nostra priorità assoluta, che perseguiamo attraverso l'adozione di misure di **prevenzione collettiva**, volte ad eliminare o quantomeno ridurre i rischi alla fonte, nonché il numero di persone esposte e ridurre la gravità degli infortuni. Per questo, negli anni abbiamo rafforzato la sicurezza nei nostri negozi, con **particolare attenzione per le attività più ad alto rischio**: ad esempio, per ridurre i rischi connessi alla movimentazione di merci pesanti abbiamo ottimizzato i sistemi di stoccaggio e preso la decisione di non esporre più determinate tipologie di merci nei negozi, preferendo la spedizione diretta ai clienti, così da tutelare ulteriormente la salute delle nostre Persone.

Inoltre, siamo impegnati nel **monitoraggio costante di infortuni e quasi infortuni** (near miss) con l'obiettivo di individuare tempestivamente le cause e adottare azioni correttive immediate. Nel 2024 si sono registrati 155 infortuni sul lavoro, tutti con conseguenze non gravi, con un **tasso di frequenza degli infortuni⁴** pari a **13,86**. Il tasso risulta in aumento rispetto al 2023 principalmente per una serie di episodi puntuali, fortunatamente senza impatti gravi sulle persone coinvolte, difficilmente riconducibili a un'unica causa ma alle specifiche situazioni analizzate e risolte singolarmente.

Per migliorare la gestione degli eventuali incidenti, prosegue l'uso della piattaforma web-based Simpledo, che consente la **segnalazione e gestione online** degli infortuni e dei near miss. Inoltre, al fine di rafforzare l'efficacia delle attività di prevenzione nei punti vendita, nel 2024 abbiamo potenziato l'**app dedicata ai responsabili di giornata nei negozi**, facilitando ulteriormente l'identificazione e la risoluzione tempestiva delle situazioni di potenziale pericolo.

Garantire negozi e sedi sicure attraverso formazione e sensibilizzazione

Tutti i nuovi assunti ricevono una **formazione** iniziale sulle politiche di sicurezza e sulle normative obbligatorie. A conferma del nostro impegno, nel corso del 2024 abbiamo erogato **oltre 43.000 ore di formazione sui temi di salute e sicurezza**, in aumento dell'126% rispetto al 2023.

In aggiunta, nel 2024 abbiamo avviato due importanti campagne di sensibilizzazione volte a promuovere comportamenti più sicuri e consapevoli. La prima "Dire, fare, tutelare" ha riguardato la creazione di un sito web interno, aggiornato mensilmente, pensato come punto di riferimento unico per tutti i reparti in cui consultare le **corrette modalità operative, buone pratiche e procedure di stoccaggio idonee**. La seconda iniziativa ha previsto la realizzazione di una serie di video-interviste in cui alcune nostre Persone hanno condiviso **esperienze dirette di infortunio**, riflettendo sulle lezioni apprese e su come l'evento si sarebbe potuto evitare.

⁴ Il calcolo del "Tasso di frequenza di infortuni sul lavoro registrabili" è basato su 1.000.000 ore lavorate, secondo la formula seguente: (Totale infortuni sul lavoro registrabili / Ore lavorate) * 1.000.000.



Oltre

43.000

ore di formazione sui temi di salute e sicurezza

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

 **CHI SIAMO**
Il nostro modo di abitare il mondo 9

 **AFFERMARE LA PLURALITÀ**
La casa prende forma dalle Persone 31

 **SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI**
Come abitare dentro e fuori casa 59

 **DECARBONIZZAZIONE**
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

 **ECONOMIA CIRCOLARE**
Tutto rincasa, niente si perde 99

 **COMUNITÀ**
Ogni casa è più grande se condivisa 119

 **L'APPENDICE** 143



IL BENESSERE DELLE NOSTRE PERSONE AL PRIMO POSTO

Ci definiamo un’Azienda Human First. Per questo, la nostra priorità sono le nostre Persone e per questo offriamo un pacchetto di servizi pensati per migliorare costantemente il loro benessere.

Con il fine di assicurare che le nostre iniziative siano allineate alle esigenze delle nostre Persone, nel corso del 2024 abbiamo avviato la definizione di una strategia strutturata di well-being, che vedrà la luce nel 2025, partendo dalla mappatura degli elementi di benessere presenti in Azienda già riconosciuti dalle nostre Persone e dai bisogni espressi direttamente da loro.

L’obiettivo è duplice: da un lato, valorizzare e rendere maggiormente visibili le iniziative già esistenti nelle diverse aree del benessere (mentale, economico, sociale, ecc.); dall’altro, integrare nuovi strumenti e progettualità sempre più pertinenti ai bisogni emersi.

Tra le iniziative già implementate nel campo del benessere mentale, abbiamo nuovamente rinnovato la partnership con Serenis, attiva dal 2020 per offrire supporto psicologico a chiunque ne senta il bisogno. Nel 2024 abbiamo arricchito il pacchetto con percorsi di coaching professionale e webinar mensili su temi quali genitorialità e gestione dello stress, vedendo l’adesione di oltre 900 Persone.



Benefici e convenzioni per le Persone di Leroy Merlin Italia

- 1

Assistenza fiscale per la compilazione del modello
- 2

Convenzioni con una banca e un istituto di credito
- 3

Portale Convenzioni Aziendali dove accedere a sconti dedicati, come per musei cinema ed altri
- 4

Sconto dipendenti del 10% per gli acquisti presso i Negozi a insegna Leroy Merlin Italia e Bricocenter presenti sul Territorio nazionale con una App a disposizione di tutte le Persone di Leroy Merlin Italia e Bricocenter
- 5

Agevolazione tariffe auto a noleggio

Il principio della condivisione

La filosofia alla base del modello di impresa del gruppo Adeo, di cui Leroy Merlin Italia fa parte, si fonda sul valore della condivisione. Un ruolo centrale è svolto dalla “condivisione dell’avere” che consente ai dipendenti di condividere i risultati del loro impegno. A questo scopo abbiamo previsto **tre strumenti di condivisione dell’avere** pensati per incentivare le nostre Persone a contribuire attivamente e consapevolmente al progresso aziendale:

- Il **Premio di Progresso**, un meccanismo per la condivisione con i negozi degli utili prodotti sulla base dei risultati raggiunti, da distribuire tra le Persone (in funzione del rispettivo contratto e livello) offrendo la possibilità di svincolare il premio o investirlo in azioni del Gruppo.
- La **Partecipazione ai Risultati**, che prevede la ripartizione di una parte del risultato economico annuale tra tutte le Persone, riconoscendone il contributo al successo dell’Azienda.
- L’**Azionariato**, che permette a tutte le nostre Persone di diventare azionisti del Gruppo ADEO, seguita da un evento dedicato, l’**Assemblea Generale Valadeo**, per celebrare i risultati raggiunti con le nostre Persone e le loro famiglie.

L’importanza dell’ascolto

Prevediamo momenti continuativi di ascolto delle nostre Persone, per comprenderne i bisogni e raccogliere feedback utili. Tra questi, l’**Ascolto Tour**, durante il quale il CO-LEAD incontra persone provenienti da diversi team e negozi per condividere la strategia aziendale e favorire un dialogo aperto e costruttivo. Questi incontri rappresentano un’occasione concreta per condividere la visione e la strategia aziendale, stimolare un dialogo aperto e costruire un confronto autentico che rafforza il senso di appartenenza e co-progettazione del futuro dell’Azienda.

Inoltre, ogni sei mesi le nostre Persone hanno la possibilità di esprimere il loro punto di vista tramite l’**Employee Experience Index**, un sondaggio che misura il livello di coinvolgimento all’interno dei negozi, delle società del Gruppo o dei servizi interni.

A conferma del nostro impegno nel creare un ambiente di lavoro positivo e attento alle nostre Persone, anche nel 2024 **abbiamo ottenuto la certificazione Top Employer**, che ci colloca tra le aziende d’eccellenza per le pratiche e le politiche di gestione delle Risorse Umane.



Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

2 AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31

3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59

4 DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5 ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99

6 COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119

APPENDICE 143



2.3/

RISPETTIAMO E VALORIZZIAMO LE UNICITÀ DI CIASCUNO DI NOI

L'unicità di ogni Persona rappresenta per noi un **punto di forza** che ci consente di crescere e migliorare continuamente. Ci impegniamo a far sì che ogni Persona possa sentirsi davvero "a casa" e contribuire alla costruzione di una società più equa. Stimolati dai nostri valori e da quelli del Gruppo ADEO, racchiusi nella Inclusion & Diversity Strategy nel 2021, negli ultimi anni abbiamo avviato un percorso con l'obiettivo di declinare questi aspetti all'interno delle nostre attività.

Per questo motivo, nel 2023 abbiamo condotto una **prima survey** per individuare le priorità delle nostre Persone sui temi della pluralità, dalla quale sono emersi tre temi prioritari su cui abbiamo deciso di indirizzare la nostra attenzione: **Coesione Intergenerazionale, Disabilità e Parità di Genere**. In aggiunta ai tre temi prioritari, abbiamo identificato la formazione su queste tematiche e la diffusione di una Cultura della Pluralità come acceleratori fondamentali per sensibilizzare tutti i nostri stakeholder all'interno e all'esterno dell'Azienda. Il percorso è culminato nel 2024 con l'istituzione del team interfunzionale Pluralità e la definizione della nostra **prima Strategia per la Pluralità**, il cui obiettivo è quello di **radicare il concetto di Pluralità nel DNA aziendale**, favorendo una trasformazione culturale e organizzativa capace di valorizzare l'unicità di ogni persona e garantire pari opportunità.



La nostra Strategia per la Pluralità

In occasione della Giornata internazionale dei Diritti della Donna, abbiamo lanciato una **seconda survey** per approfondire le aspettative ed i bisogni delle nostre Persone, così da **definire i progetti e le azioni da intraprendere nei prossimi anni per raggiungere gli obiettivi della nostra Strategia**. Tra le aree di indagine abbiamo ad esempio chiesto loro quali iniziative vedono come prioritarie per ciascuno dei filoni della strategia, opinioni che guideranno i nostri prossimi passi con il fine di assicurare maggior ingaggio e coinvolgimento.

1

Parità Di Genere

Promuovere l'equità e l'uguaglianza di genere, eliminando discriminazioni e stereotipi

PROGETTO 2024:

Campagna di sensibilizzazione interna per la Giornata dei Diritti della Donna e avvio dei lavori per l'ottenimento della Certificazione UNI/PdR 125:2022

2

Disabilità

Favorire un ambiente di lavoro accessibile, inclusivo e appagante per le persone con disabilità

PROGETTO 2024:

Lancio del progetto FormidAbili Lab

3

Coesione Intergenerazionale

Contaminare e valorizzare le diverse generazioni creando un senso di appartenenza

PROGETTO 2024:

Analisi dei risultati emersi da una survey interna, ponendo le basi per i futuri piani d'azione

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6



Il nostro modo di abitare il mondo 9



La casa prende forma dalle Persone 31



Come abitare dentro e fuori casa 59



Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77



Tutto rincasa, niente si perde 99



Ogni casa è più grande se condivisa 119



143



Lavoriamo per la Parità di Genere

In Leroy Merlin Italia crediamo che ogni persona debba avere le stesse opportunità e gli stessi diritti, a prescindere dalla propria identità di genere. Per questo, ci impegniamo per **promuovere con determinazione la parità di genere**, attraverso progetti che favoriscono ambienti di lavoro inclusivi, dove il talento e il valore di ogni persona possano esprimersi liberamente. Per concretizzare questo intento, il 2024 ci ha visti impegnati nel **percorso per ottenere la certificazione della parità di genere, in linea con la prassi UNI/PdR 125:2022**, traguardo che abbiamo conseguito con successo a marzo 2025. Introdotta nell’ambito del PNRR – Missione 5 “Inclusione e coesione” e recepita a livello nazionale attraverso l’art. 46-bis del Codice delle Pari Opportunità, si tratta di uno strumento strategico per promuovere la parità di genere nelle organizzazioni, il cui conferimento da parte di un ente terzo indipendente si basa sull’analisi di 33 indicatori suddivisi in 6 aree tematiche chiave.

Tra i punti di eccellenza emersi, ci contraddistinguono la **parità di genere nelle promozioni interne e l’attenzione costante alla crescita, alla valorizzazione dei talenti e alla promozione della pluralità**, in linea con le priorità definite della nostra Strategia per la Pluralità. In occasione della **Giornata Internazionale della Donna** del 2024, abbiamo promosso **diverse iniziative** con l’obiettivo di sensibilizzare le nostre Persone e i nostri Clienti circa i temi della parità di genere. Per tutto il mese di marzo, abbiamo impresso sugli scontrini di tutti i negozi un messaggio per supportare le donne vittime di violenza o stalking nella richiesta di aiuto diffondendo il numero antiviolenza e stalking 1522, riproponendo l’iniziativa anche in occasione della **Giornata Internazionale per l’eliminazione della violenza di genere** del 25 novembre (cfr. “Capitolo 3 Sensibilizzazione dei Clienti”). Inoltre, abbiamo ideato il palinsesto “Il mese della Donna” proponendo talk e webinar per diffondere cultura e consapevolezza tra le nostre Persone, e realizzato un workshop nel punto vendita di Casalecchio per condividere idee, opinioni e priorità sulle questioni DE&I. Abbiamo poi partecipato come sostenitori a un evento della Città Metropolitana di Milano, condividendo buone pratiche su conciliazione vita-lavoro ed empowerment femminile.

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

1 CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

2 AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31

3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59

4 DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5 ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99

6 COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119

7 APPENDICE 143



Favoriamo l’inclusione di Persone con disabilità

Ci impegniamo a costruire ambienti inclusivi per le persone con disabilità, assicurando l’accessibilità degli spazi per **garantire a tutti la possibilità di partecipare pienamente alla vita aziendale**. Nel farlo, ci poniamo l’obiettivo di ribaltare lo schema culturale tradizionalmente prevalente, facendo sì che sia l’Azienda a mettersi al servizio della persona, concentrandosi sulle sue abilità e unicità e creando il contesto adeguato a farle emergere. Un esempio del nostro impegno è il progetto **“I FormidAbili”**. Si tratta di un progetto sulla partecipazione lavorativa di persone con disabilità intellettive all’interno dei negozi Leroy Merlin Italia condotto in collaborazione con (RI)GENERIAMO. Il progetto prevede un percorso personalizzato per ogni tirocinante ma soprattutto un percorso di formazione per il Negoziò che lo accoglie.

Supportiamo la Coesione Intergenerazionale

Uno degli obiettivi della nostra Strategia è la **promozione del dialogo intergenerazionale**, creando un ambiente in cui esperienze diverse possano interagire e arricchirsi reciprocamente e la contaminazione positiva tra generazioni funga da catalizzatore per rafforzare la coesione interna. Dagli spunti di riflessione emersi dalla survey condotta nel 2024, è emerso come le nostre Persone di tutte le generazioni si percepiscano parte di un team intergenerazionale, punto di forza e valore aggiunto in termini di contributo al successo dell’intera organizzazione.

È emerso inoltre come l’**appartenenza ad una determinata generazione⁵ influenzi la percezione delle Persone circa la rilevanza di alcuni aspetti** della sostenibilità e della DE&I in particolare. Ad esempio, mentre la tutela ambientale e le condizioni socioeconomiche emergono come temi trasversalmente attenzionati da tutte le nostre Persone, alcune tematiche emergono come più sentite da particolari classi generazionali, ad esempio la parità di genere per la Generazione Z. Per quanto riguarda le esigenze formative, tutte le generazioni ritengono utile essere **guidati nel proprio sviluppo professionale**, ad esempio attraverso programmi di mentorship. Rispondono a questa necessità alcuni percorsi di mentorship e coaching che offriamo alle nostre persone durante il programma “Talent up” e “Talent Future”. Questa esigenza emerge in particolare tra le nuove generazioni, che desiderano maggiore coinvolgimento nella definizione dei propri percorsi di crescita professionale, mentre le generazioni più mature manifestano interesse per l’apprendimento delle lingue e delle competenze tecnologiche.

Avviato nel 2020, nel 2024 il progetto ha permesso di inserire 5 tirocinanti e 3 lavoratori con contratto a tempo determinato. Inserito pienamente nella filosofia de “I FormidAbili” è anche il progetto “I **FormidAbili LAB**”, lanciato a novembre 2023 insieme a (RI)generiamo in occasione dei Circular Days organizzati da GreenPea a Torino. L’iniziativa consiste in laboratori creativi in cui i bambini, sotto la guida di persone con disabilità intellettiva, imparano a realizzare oggetti utilizzando materiali di scarto e recupero, promuovendo valori fondamentali come la manualità, la creatività, il riciclo e l’unicità. Tra fine novembre e inizio dicembre 2024, il progetto è stato presentato in una decina di punti vendita di Leroy Merlin Italia in tutta Italia tra cui Torino, Bari, Catania, Milano, Napoli, Palermo, Roma, Udine e Verona.

Infine, per far sì che tutte le nostre Persone si sentano ascoltate e supportate nel far fronte alle proprie preoccupazioni quotidiane, abbiamo chiesto loro di indicarci le **principali sfide che percepiscono come più urgenti**. Anche in questo caso, abbiamo potuto osservare variabilità tra le priorità percepite dalle diverse classi di età, spaziando dal costo della vita per la Generazione Z alla ricerca di un lavoro soddisfacente e ben retribuito per la Generazione Y (Millennials), e ancora dall’equilibrio tra vita privata e professionale per la Generazione X, alla disponibilità di risorse economiche e ai problemi di salute fisica e mentale per i Baby Boomer.

Tutte queste informazioni rappresentano dati preziosi da analizzare e mettere a sistema per poter sviluppare iniziative efficaci, capaci di soddisfare concretamente i bisogni delle nostre Persone.

Infine, nel 2024 abbiamo lavorato per l’organizzazione dell’evento **“Coesione intergenerazionale come acceleratore della crescita”**, realizzato insieme a Side by Side e tenutosi a gennaio 2025. Un’occasione di confronto e approfondimento particolarmente significativa, durante la quale abbiamo discusso temi complessi e di grande attualità legati all’integrazione tra generazioni nel mondo del lavoro e sottoscritto il **“Patto per il Lavoro del Futuro”** di Valore D, una firma che rafforza la nostra partnership e il lavoro che stiamo portando avanti insieme.

Inclusione e impatto sociale attraverso partnership istituzionali

Il nostro impegno per l’inclusione sociale si concretizza anche attraverso la partecipazione attiva a iniziative e collaborazioni con enti e istituzioni che condividono i nostri valori.

Nel 2024 infatti abbiamo rafforzato il nostro impegno sottoscrivendo il **Manifesto “Imprese per le Persone e la Società” promosso dal Global Compact Network Italia**. Il Manifesto invita le aziende ad agire lungo tutta la catena del valore per generare un impatto positivo tangibile sulle persone e sulle comunità, promuovendo inclusione, equità e benessere.

Abbiamo inoltre confermato la nostra partecipazione al progetto **“Welcome. Working for Refugee Integration”** promosso da UNHCR, proseguendo un percorso iniziato nel 2016 e riconosciuto anche nel 2024 con l’assegnazione del logo Welcome per il sesto anno consecutivo. Dal 1° dicembre 2023 al 30 novembre 2024, abbiamo inserito 38 nuove Persone (33 tirocini e 5 persone assunte con contratto a tempo determinato).

Infine, anche nel 2024 abbiamo rinnovato la collaborazione con Valore D, associazione impegnata nella promozione dell’equilibrio di genere e della cultura inclusiva all’interno delle organizzazioni. Nell’ambito di questa iniziativa, abbiamo aderito alla campagna “Donne STEM”, raccogliendo al nostro interno testimonianze pensate per incoraggiare le nuove generazioni, e in particolare le ragazze, ad avvicinarsi alle materie scientifiche per affrontare al meglio le sfide lavorative del domani.

LEROY MERLIN ITALIA

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

CHI SIAMO Il nostro modo di abitare il mondo 9

2 AFFERMARE LA PLURALITÀ La casa prende forma dalle Persone 31

3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI Come abitare dentro e fuori casa 59

4 DECARBONIZZAZIONE Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5 ECONOMIA CIRCOLARE Tutto rincasa, niente si perde 99

6 COMUNITÀ Ogni casa è più grande se condivisa 119

7 APPENDICE 143



5 La generazione dei Baby Boomer include le persone nate tra 1946 e 1964; la Generazione X comprende i nati tra 1965 e 1980; la Generazione Y (noti anche come Millennials) comprende i nati tra 1981 e 1996; e la Generazione Z include i nati tra 1997 e 2010.

1. Verso un abitare più sostenibile
2. Insieme ai nostri Partner, per costruire un modo di abitare più sostenibile

Come una finestra fa entrare aria e permette alla casa di respirare, così anche i nostri spazi hanno bisogno di aperture per dialogare con il mondo.

È in quel momento che cominciano a circolare le idee. Leroy Merlin Italia promuove un abitare consapevole, dove le scelte fatte dentro impattano fuori, e dove i gesti fuori ispirano nuove abitudini dentro le nostre case.

Questo scambio continuo è il centro del nostro obiettivo di sensibilizzazione dei clienti.

Attraverso strumenti come l'Home Index aiutiamo i nostri Clienti a compiere scelte d'acquisto più consapevoli e, grazie ai nostri servizi, li supportiamo nel rendere le loro abitazioni più efficienti e sostenibili.

3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI

143,2cm

100cm

Come abitare dentro e fuori casa

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

1 CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

2 AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31

3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59

4 DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5 ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99

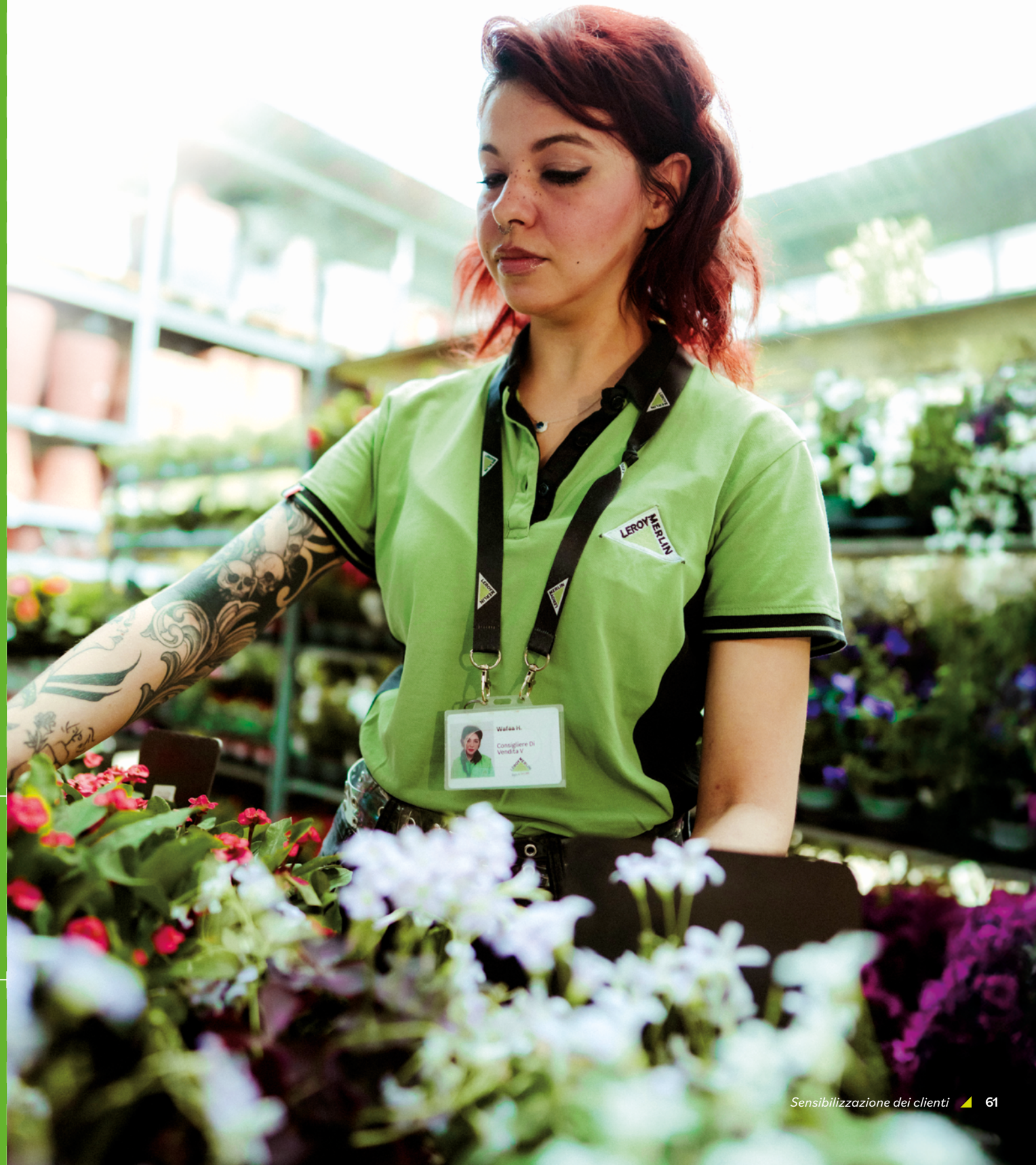
6 COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119

7 APPENDICE 143

Diffondere una cultura della sostenibilità a tutto tondo

Piccole abitudini che escono di casa
e cambiano il mondo

In un mondo in cui la sostenibilità sta assumendo un ruolo sempre più centrale, riteniamo essenziale dare la possibilità ai nostri Clienti di prendere decisioni di acquisto sempre più consapevoli. Per questo, una delle sfide della nostra Strategia di Impatto Positivo è la Sensibilizzazione dei Clienti, che ci impegniamo a realizzare offrendo **prodotti e servizi sempre più sostenibili**, che consentano ai nostri Clienti di **ridurre l'impatto ambientale delle loro case**. La nostra ambizione è quella di diffondere una “cultura della sostenibilità” a tutto tondo, anche attraverso **iniziative di sensibilizzazione per creare consapevolezza** sui temi più urgenti del nostro tempo, sia ambientali che sociali. Tutto questo non sarebbe possibile senza il **contributo dei nostri Partner**, Fornitori e Imprese Artigiane, che condividono con noi l'impegno nel rendere l'abitare più responsabile e rispettoso dell'ambiente.



Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

1. CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

2. AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31

3. SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59

4. DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5. ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99

6. COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119

7. APPENDICE 143



3.1/

VERSO UN ABITARE PIÙ SOSTENIBILE

Promuoviamo scelte di consumo responsabili attraverso i nostri prodotti

La prima leva che abbiamo a disposizione per educare i nostri Clienti a considerare la sostenibilità come un criterio di valutazione nelle loro scelte d’acquisto è la **trasparenza**. Per questo motivo, ci impegniamo a fornire informazioni puntuali sull’impatto ambientale e sociale dei nostri prodotti, comunicandole in modo intuitivo e accessibile. Pertanto, selezioniamo con cura i prodotti che permettono di **vivere la casa in modo etico e sostenibile**, riunendoli all’interno dell’offerta “**Scelte Responsabili**”. L’offerta include prodotti che presentano un punteggio A o B secondo **Home Index**, una metodologia multicriterio sviluppata da ADEO e già adottata dal Gruppo in Francia, Spagna e Portogallo. In linea con questa visione, tra le attività che più hanno contraddistinto il nostro 2024 rientrano i lavori preparatori in vista dell’adozione della metodologia Home Index **anche in Italia**, **lanciata a marzo 2025** in tutti i negozi e online.

Attraverso l’**Home Index**, il nostro obiettivo è:

- 1

Valutare l'impatto ambientale e sociale dei prodotti
- 2

Aiutare i fornitori a identificare aree di miglioramento per prodotti sempre più sostenibili
- 3

Guidare i clienti nella scelta dei prodotti migliori per l'ambiente e le persone
- 4

Migliorare l'offerta di prodotti

Il progetto coinvolge **tutti i prodotti a marchio proprio** e quelli dei **fornitori terzi che scelgono di aderire volontariamente**, sia nei negozi fisici che sull’e-commerce (escluso il Marketplace). Lo strumento mira a rendere trasparente l’impatto ambientale e sociale dei prodotti grazie a un sistema di classificazione – con **lettere (A-E)**, **numeri (-1 a 100)** e **colori (dal verde al rosso)** – che metta in risalto i prodotti più virtuosi sotto il profilo della sostenibilità. La metodologia di valutazione si basa su **31 criteri divisi in 8 pilastri**, di cui 6 relativi al ciclo di vita del prodotto e 2 agli aspetti sociali ed etici. Ogni Cliente può **accedere autonomamente alle informazioni** sui prodotti sia online, tramite il sito web di Leroy Merlin Italia, che in negozio, dove è possibile visualizzare le etichette e scansionare il codice a barre per scoprire la valutazione di ciascun prodotto. Per garantire ai Clienti il massimo livello di affidabilità e trasparenza, la metodologia Home Index è stata **validata e certificata da un ente terzo indipendente**.

Nel 2024, abbiamo raggiunto il 42,3% di fatturato con prodotti venduti nelle categorie Home Index A, B e C.



Lettera agli stakeholder	4
La nostra storia	6
1 CHI SIAMO Il nostro modo di abitare il mondo	9
2 AFFERMARE LA PLURALITÀ La casa prende forma dalle Persone	31
3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI Come abitare dentro e fuori casa	59
4 DECARBONIZZAZIONE Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa	77
5 ECONOMIA CIRCOLARE Tutto rincasa, niente si perde	99
6 COMUNITÀ Ogni casa è più grande se condivisa	119
7 APPENDICE	143



Materie prime

Sono realizzati con materiali riciclati,
di origine biologica o certificati

1

Produzione

Provengono da produzioni
rispettose dell'ambiente

2

Trasporto

Generano meno emissioni
nella fase di trasporto

3

Fase d'uso

Riducono il consumo d'acqua
ed energia durante il loro utilizzo

4

Durata e riparabilità

Sono durevoli
e facilmente riparabili

5

Fine Vita

L'imballaggio e i materiali principali
di un prodotto sono riciclabili

6

Salute

Rispettano
la salute umana

7

Etica

Le condizioni di produzione
rispettano le persone

8



Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6



Il nostro modo di abitare il mondo 9



La casa prende forma dalle Persone 31



Come abitare dentro e fuori casa 59



Riduciamo il nostro impatto
dentro e fuori Casa 77



Tutto rincasa, niente si perde 99



Ogni casa è più grande se condivisa 119



143



Offriamo servizi per ottimizzare il risparmio energetico dei Clienti

Il nostro impegno per promuovere scelte responsabili si concretizza non solo attraverso l’offerta di prodotti, ma anche tramite una serie di servizi pensati per guidare i nostri Clienti nel loro percorso verso abitazioni – e stili di vita – più sostenibili.

Tra questi, sottolineiamo i nostri servizi per incrementare l’efficienza energetica delle case, tra cui un simulatore di efficientamento energetico per stimarne la classe energetica, la possibilità di accedere ad un check-up energetico da remoto personalizzato con il supporto di un nostro partner termotecnico, e consulenze fiscali per accedere alle agevolazioni disponibili sui progetti di efficientamento energetico.

Inoltre, abbiamo continuato a lavorare sullo sviluppo dell’offerta di pannelli fotovoltaici e pompe di calore, nonché sulla promozione di interventi volti a migliorare l’isolamento termico.

A questo proposito, nel 2024 abbiamo ampliato i servizi di installazione di impianti fotovoltaici, al fine di assicurare ai Clienti un supporto completo. Oltre alla fornitura dei pannelli, infatti, ci occupiamo, insieme alle Imprese Artigiane, dell’installazione dell’impianto sul tetto dell’abitazione, garantendo elevati standard di qualità e affidabilità. Durante l’anno abbiamo anche lavorato per rendere il fotovoltaico ancora più accessibile economicamente, intervenendo sul contenimento dei prezzi di pannelli, inverter e batterie per favorirne la diffusione su larga scala.

Academy del fotovoltaico: Formazione e Sostenibilità energetica

Crediamo che la formazione sia fondamentale per permettere alle nostre Persone di accompagnare la transizione energetica e promuovere correttamente la cultura del risparmio energetico ai nostri Clienti. Per questo, nel 2024 abbiamo ulteriormente sviluppato i nostri percorsi formativi, ampliando l’Academy dedicata al fotovoltaico e alla sua installazione. Il nostro obiettivo è quello di fornire una formazione completa su questo prodotto strategico, rafforzando le competenze tecniche e commerciali del nostro ecosistema. Il programma, in modalità ibrida con moduli e-learning e in presenza, ha coinvolto Venditori, Responsabili Tecnici, Capi Settore, Fornitori e Imprese Artigiane. Questa iniziativa dimostra il nostro impegno nel valorizzare le competenze interne ed esterne, per costruire un’offerta sempre più professionale, accessibile e sostenibile per i nostri Clienti.



LEROY MERLIN ITALIA

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

1 CHI SIAMO Il nostro modo di abitare il mondo 9

2 AFFERMARE LA PLURALITÀ La casa prende forma dalle Persone 31

3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI Come abitare dentro e fuori casa 59

4 DECARBONIZZAZIONE Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5 ECONOMIA CIRCOLARE Tutto rincasa, niente si perde 99

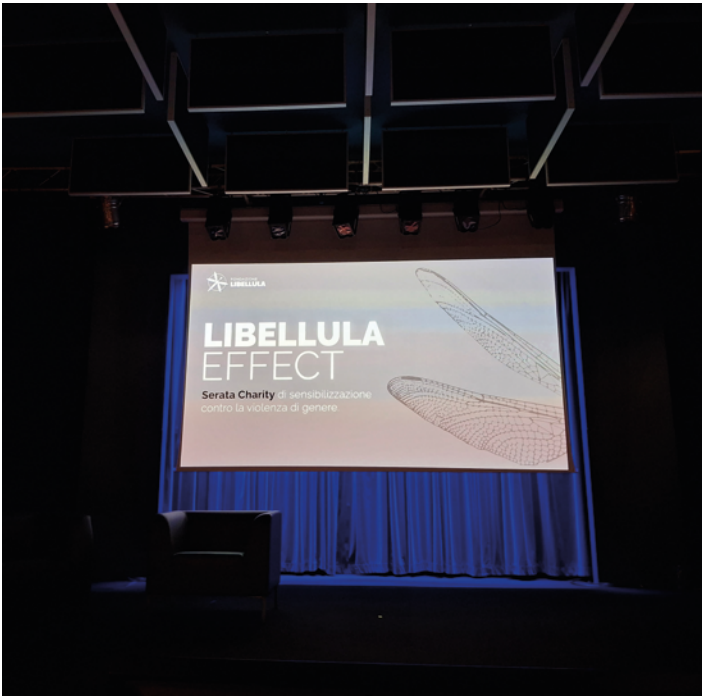
6 COMUNITÀ Ogni casa è più grande se condivisa 119

7 APPENDICE 143



Iniziative per educare e sensibilizzare i nostri Clienti

Nel 2024 ci siamo impegnati per sensibilizzare i nostri Clienti e le comunità nei confronti della **prevenzione e del contrasto alla violenza sulle donne e della promozione di una cultura inclusiva, tramite una collaborazione con Fondazione Libellula**. Considerando che gran parte delle violenze contro le donne avviene per mano di persone vicine o tra le mura domestiche, abbiamo realizzato un’iniziativa pensata per **contribuire, simbolicamente, a rendere le case dei nostri Clienti luoghi sicuri e pieni di luce**. Per farlo, abbiamo scelto come simbolo della campagna le nostre lampadine della linea Lexman Natulight, che garantiscono un’illuminazione nel rispetto del benessere visivo. Abbiamo quindi promosso la **campagna “Portiamo luce dove c’è bisogno di cambiamento”** nei nostri negozi e online (su sito web, canali social e newsletter) attraverso cui, per ogni lampadina acquistata, abbiamo donato 1€ a Fondazione Libellula a favore del progetto **"RinaSHeta"**, che sostiene le donne a rischio e vittime di violenza nel loro cammino verso l’autonomia e l’indipendenza, facilitandone l’ingresso o il reinserimento nel mondo del lavoro.



Non si è trattato esclusivamente di una raccolta fondi, ma di un vero e proprio **progetto di sensibilizzazione** sulla lotta alla violenza domestica. Per questo motivo, in collaborazione con Fondazione Libellula, abbiamo creato una landing page sul nostro sito web in cui condividere **pillole informative** sulla violenza domestica, accessibili a tutta la comunità. A riconoscimento del valore innovativo dell’iniziativa, abbiamo ricevuto anche una **menzione speciale al Premio "Libellula Inspiring Company"**.

In continuità con gli anni passati, abbiamo inoltre aderito all’iniziativa **"M'illumino di Meno"**, volta a diffondere la cultura della sostenibilità ambientale e sensibilizzare sulla **riduzione dei consumi energetici**. In tale occasione, come gli scorsi anni abbiamo speso le insegne luminose di tutti i negozi Leroy Merlin Italia.

Queste **iniziative** riflettono il nostro impegno nel favorire il **cambiamento sociale e ambientale**, promuovendo valori come **rispetto, inclusività e consapevolezza**.



3.2 /

INSIEME AI NOSTRI PARTNER, PER COSTRUIRE UN MODO DI ABITARE PIÙ SOSTENIBILE

Come Azienda del settore retail, rappresentiamo un punto d’incontro tra i bisogni dei nostri Clienti e le soluzioni offerte dai nostri Partner strategici, Fornitori e Imprese Artigiane. Grazie ad un dialogo costante e a una collaborazione attiva, proponiamo un’offerta di prodotti e servizi sempre più sostenibile, in grado di rispondere ai bisogni del presente e di guidare verso scelte d’acquisto più consapevoli. Questo approccio condiviso ci permette di generare un impatto positivo concreto, contribuendo a costruire insieme un futuro più responsabile, in cui l’attenzione all’ambiente e al benessere delle persone diventa parte integrante dell’esperienza d’acquisto.



Crediamo infatti che garantire ai nostri Clienti prodotti sicuri, di alta qualità e sostenibili, sia possibile solo attraverso il **coinvolgimento attivo dei nostri Partner**. Per questo motivo, selezioniamo con la massima cura Fornitori e Imprese Artigiane che condividano la nostra visione di eccellenza e sostenibilità lungo l’intera filiera, costruendo **relazioni** basate su **fiducia, trasparenza e collaborazione continua**.

A conferma di questa visione, il nostro **Codice di Condotta per gli Acquisti responsabili**, condiviso con tutti i nostri Partner, rappresenta un pilastro fondamentale per garantire la tutela dell’ambiente e il rispetto dei diritti umani, in conformità con le principali linee guida internazionali.

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

1 **CHI SIAMO**
Il nostro modo di abitare il mondo 9

2 **AFFERMARE LA PLURALITÀ**
La casa prende forma dalle Persone 31

3 **SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI**
Come abitare dentro e fuori casa 59

4 **DECARBONIZZAZIONE**
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5 **ECONOMIA CIRCOLARE**
Tutto rincasa, niente si perde 99

6 **COMUNITÀ**
Ogni casa è più grande se condivisa 119

7 **APPENDICE** 143



I NOSTRI FORNITORI

Nel 2024 abbiamo collaborato con **815 Fornitori Tier 1⁶**, tutti con **sede in Unione Europea o con una filiale europea**. In particolare, il **68% del nostro volume d'acquisto** nel 2024 è stato destinato a **Fornitori con sede in Italia**, il 22% a Fornitori provenienti dal resto dell'Unione Europea e il restante 10% da fornitori extra Unione Europea. Inoltre, nel 2024 ci siamo avvalsi di **40 Fornitori** di trasporti **logistici**.

Ai nostri Fornitori, oltre alla sottoscrizione del Codice di Condotta, chiediamo di visionare e aderire alle **Politiche di approvvigionamento responsabile definite dal Gruppo ADEO**, tra cui ad esempio la **Politica sul legno**.

Inoltre, il **Manuale sulla Qualità del Gruppo ADEO** prevede che, oltre ad essere conformi alle **normative sulla salute e la qualità** vigenti nel Paese in cui questi vengono commercializzati, i prodotti e i relativi Fornitori debbano rispettare le **politiche del Gruppo sui criteri tecnici e di Sostenibilità**, le quali sanciscono precisi impegni in ambito sociale ed ambientale.

Chiediamo ai nostri Fornitori di compilare un questionario di autovalutazione per approfondire tematiche di **gestione sulla qualità, aspetti sociali e ambientali**, utili per mappare i rischi, pianificare le attività di audit e promuovere le best practice, con l'obiettivo di effettuare un'analisi dei rischi lungo l'intera catena di fornitura e, in caso di criticità, avviare un confronto per identificare azioni correttive. Nel 2024, su 19 nuove collaborazioni, 12 nuovi Fornitori hanno compilato il questionario relativo agli aspetti ambientali e 12 a quelli sociali.

Con riferimento ai nostri Fornitori di prodotti a Marchio dell'Abitante (MDH), effettuiamo un ulteriore fase di controllo che prevede lo svolgimento di **audit presso i siti produttivi**, durante i quali vengono verificati aspetti di **natura sociale, ambientale e di qualità**. L'esito positivo dell'audit è un prerequisito necessario per avviare la collaborazione; nel caso in cui si riscontrino delle non conformità in numero e criticità elevate, viene sviluppato con il Fornitore un piano di azioni correttive. In caso di qualifica con riserva, è previsto lo svolgimento di un audit di follow up entro un anno per verificare la risoluzione delle non conformità; in caso di mancata qualifica, il piano di azioni deve concludersi entro sei mesi. Nel corso del 2024 abbiamo svolto **26 audit riguardanti gli aspetti sociali e 23 riguardanti quelli ambientali**, di cui 18 rappresentano follow-up di precedenti audit.



Dialoghiamo con i nostri Fornitori

La comunicazione trasparente con i Fornitori si basa innanzitutto su un rapporto diretto e strutturato, sviluppato attraverso una collaborazione costante con i nostri team dedicati. A questo si affianca l'utilizzo del **Portale Fornitori**, che ci permette di gestire ordini, fatture, pagamenti, storici, feedback e aggiornamenti normativi, assicurando il monitoraggio e la condivisione continua delle informazioni.

La grande novità del 2024 è stata l'organizzazione di una **Convention Fornitori**, tenutasi il 15 maggio 2024, a cui hanno partecipato più di 500 nostre Persone e Fornitori. Durante l'evento, abbiamo condiviso con tutti i partecipanti le iniziative volte a **migliorare la nostra offerta**; in particolare, abbiamo condiviso la **strategia della nostra supply chain**, raccontando il processo di trasformazione che abbiamo avviato per migliorare le performance dei servizi logistici, riducendone anche l'impatto ambientale. Da ultimo, ma non per importanza, abbiamo condiviso con loro la nostra **Strategia di Impatto Positivo** ed in particolare la nostra ambizione di migliorare le performance di sostenibilità dei nostri prodotti, presentando **Home Index** e approfondendo, grazie a webinar tecnici, la metodologia di calcolo, la raccolta dei dati e le certificazioni a supporto. Infine, abbiamo condiviso suggerimenti pratici per migliorare le performance di sostenibilità dei prodotti.

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

2 AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31

3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59

4 DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5 ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99

6 COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119

7 APPENDICE 143



⁶ Fornitori Tier 1 sono i fornitori diretti di prodotti, ovvero quelli con i quali l'Azienda intrattiene direttamente i rapporti commerciali.



LE NOSTRE IMPRESE ARTIGIANE

In Leroy Merlin Italia, ci impegniamo a fornire non solo prodotti di qualità, ma anche **servizi per trasformare le case dei nostri abitanti in ambienti positivi**. Nel 2024 abbiamo lavorato con 1.178 Imprese Artigiane, partner fondamentali del nostro successo, con cui nel tempo abbiamo rafforzato la collaborazione per garantire ai nostri Clienti servizi di alta qualità e soluzioni su misura. Alle Imprese Artigiane che decidono di entrare a far parte del mondo Leroy Merlin Italia offriamo una collaborazione non esclusiva, garantendo loro l'accesso a sconti speciali e alla nostra piattaforma di benefit dedicata.

Le collaborazioni con le Imprese Artigiane **locali** nascono a valle di un'attenta selezione tramite **candidature** spontanee presentate direttamente in negozio o attraverso campagne geo-localizzate sul nostro sito. Dopo una verifica della documentazione e un colloquio di valutazione, durante il quale forniamo loro il Welcome Kit Artigiano Partner con le linee guida per la collaborazione, segnaliamo le imprese idonee alle squadre locali. Infine, i nostri referenti tecnici monitorano e valutano la qualità dei progetti realizzati, garantendo così elevati standard di servizio.

La collaborazione inizia con un primo cantiere progettato congiuntamente, un momento fondamentale per creare sinergia e allineare le aspettative in termini di qualità e servizi offerti. Questo approccio permette di costruire un rapporto di fiducia reciproca e di assicurare che ogni progetto rispecchi gli standard richiesti. Il supporto prosegue nel tempo grazie all'accompagnamento costante dei nostri **referenti tecnici**, figure chiave che non solo monitorano l'andamento dei lavori, ma si occupano anche di far crescere e consolidare il network delle Imprese Artigiane a livello locale. Nel 2024, abbiamo collaborato con **27 referenti tecnici** per assicurare un accompagnamento efficace e continuativo.

Per garantire standard elevati nei servizi di posa, **collaboriamo con Bureau Veritas**, società leader nei servizi di ispezione, verifica di conformità e certificazione. Nel 2024, sono stati effettuati oltre **4.600 audit in tutta Italia**, con un rating medio di **qualità dei servizi di installazione offerti dalle Imprese Artigiane pari a 4.6 su 5**. Questo risultato ci ha spinto a rafforzare la collaborazione con le Imprese Artigiane, migliorandone sia la soddisfazione che la performance. Per valorizzare ulteriormente la collaborazione, nel 2024 abbiamo adattato i termini economici in base alle specificità territoriali e introdotto un **servizio di assistenza per le Imprese Artigiane**, online e telefonico.



Oltre

77.500

cantieri eseguiti nel 2024

27

referenti tecnici con cui
abbiamo collaborato

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

1 CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

2 AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31

3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59

4 DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5 ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99

6 COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119

7 APPENDICE 143



La soddisfazione dei nostri Clienti al primo posto

Monitoriamo e verifichiamo costantemente la **soddisfazione** dei nostri Clienti relativamente alla qualità dei prodotti e servizi offerti, tramite differenti tipologie di strumenti.

Per quanto riguarda i prodotti, ci siamo dotati di:

Barometro Customer Journey

ci permette di monitorare la qualità dell'esperienza cliente tramite indicatori come il NPS (Net Promoter Score), che misura la quota netta dei clienti ambasciatori della nostra Azienda, su una scala che va da -100 a +100.

“Mettili alla prova”

si tratta di format per il test dei prodotti, che ci permettono di raccogliere le recensioni dei Clienti al fine di migliorare continuamente la nostra offerta.

Labo Prodotto:

mediante il quale intercettiamo le aspettative dei Clienti durante la fase di progettazione di nuovi prodotti, trasformandole in offerte che rispondono alle loro esigenze. Nel 2024 abbiamo sviluppato una nuova motosega, coinvolgendo i Clienti per migliorare l'esperienza d'uso e raccogliere suggerimenti finalizzati a implementare miglioramenti concreti. Inoltre, nel 2024 abbiamo continuato a lavorare sul miglioramento dei servizi di **posa e installazione**. In particolare, abbiamo **raffinato l'assistenza post-vendita e ridotto le tempistiche di attesa per l'avvio dei lavori**.

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

1 CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

2 AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31

3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59

4 DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5 ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99

6 COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119

7 APPENDICE 143

1. I nostri impatti ambientali lungo la catena del valore
2. Sulla via della decarbonizzazione

È in questa fase che è cruciale lavorare tutti insieme. Perché ogni casa deve essere in armonia con il mondo circostante.

Leroy Merlin Italia si impegna ogni giorno in un percorso concreto di decarbonizzazione, che porta benefici a chi vive la casa, all'ambiente che la circonda e alle generazioni che verranno.

Il nostro progetto di decarbonizzazione è in linea con gli impegni assunti dal Gruppo ADEO: ridurre del 50% le nostre emissioni di gas serra entro il 2035, rispetto ai livelli del 2021, e raggiungere la neutralità carbonica entro il 2050.

Coinvolgiamo in questo percorso la nostra intera catena del valore, perché la decarbonizzazione non è solo una responsabilità, ma un'impegno collettivo.



Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

1. CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

2. AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31

3. SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59

4. DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5. ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99

6. COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119

7. APPENDICE 143



4.1/

I NOSTRI IMPATTI AMBIENTALI LUNGO LA CATENA DEL VALORE

Le trasformazioni ambientali che attraversano il nostro tempo impongono una revisione dei nostri modelli di business. Per questo scegliamo di agire, ripensando il nostro modo di fare impresa e orientando ogni decisione verso un equilibrio che garantisca un valore duraturo e che possa costruire oggi le basi di un futuro sostenibile e giusto, capace di rispondere alle esigenze delle generazioni presenti e di quelle future.

FASI DELLA CATENA DEL VALORE

IMPATTI AMBIENTALI



LEGENDA:



Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

2. AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31

3. SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59

4. DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5. ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99

6. COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119

7. APPENDICE 143



SULLA VIA DELLA DECARBONIZZAZIONE

-3%

consumi energetici nel 2024 rispetto al 2023

La crisi climatica e i suoi effetti costituiscono una delle sfide più urgenti per le aziende e la società intera, richiedendo azioni immediate e collettive garantire un futuro sostenibile alle generazioni future.

Il nostro progetto di decarbonizzazione è in linea con gli impegni assunti dal Gruppo ADEO: ridurre del 50% le nostre emissioni di gas serra entro il 2035, rispetto ai livelli del 2021, e raggiungere la neutralità carbonica entro il 2050.

Il percorso verso la decarbonizzazione nel settore retail richiede un impegno condiviso e una stretta collaborazione tra tutti i suoi attori, poiché il **95%⁷ delle emissioni è legato** alle attività svolte lungo l'intera catena del valore, sia a monte che a valle. In qualità di retailer, abbiamo la responsabilità di instaurare un dialogo costruttivo con Fornitori e Clienti, con l'obiettivo di aumentare la consapevolezza e **promuovere comportamenti più sostenibili sia nella produzione che nel consumo.**

Gestiamo responsabilmente i nostri consumi energetici

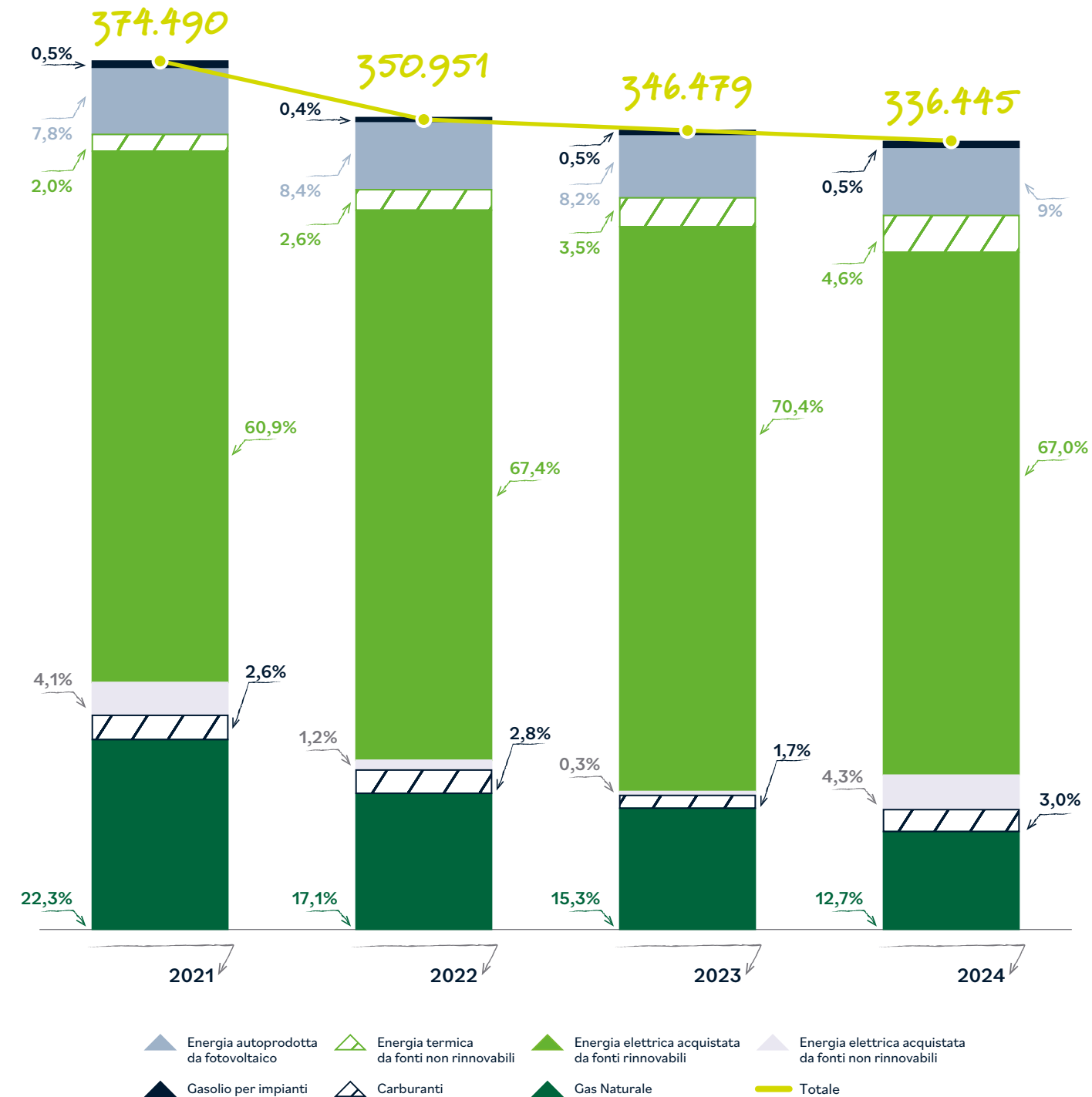
Nel 2024 i consumi di energia ammontano a **336.445⁹ GJ**, in calo del circa **3%** rispetto al 2023⁹. I principali **consumi energetici diretti**, che nel 2024 hanno rappresentato il **24% del totale**, sono costituiti dal gas naturale impiegato per il riscaldamento degli ambienti, dall'energia autoprodotta tramite fotovoltaico e utilizzata nei nostri negozi, e dalla benzina e gasolio necessari per alimentare il parco auto aziendale. I **consumi energetici indiretti** sono invece imputabili all'energia elettrica e all'energia termica acquistate, che nel 2024 hanno costituito il **76% del totale** dei consumi energetici.

⁷ FederDistribuzione, Report di Sostenibilità di Settore della Distribuzione Moderna, 2023.

⁸ Il perimetro dei dati sui consumi energetici del 2024 comprende tutti i negozi, i siti logistici di Castel San Giovanni, Colleferro e Settala, gli showroom e la sede.

⁹ I dati relativi ai consumi energetici per l'anno 2023, 2022 e 2021 sono stati aggiornati rispetto alle precedenti rendicontazioni, a seguito di un affinamento nel calcolo che ha permesso di integrare nel monitoraggio anche il consumo di gasolio negli impianti stazionari.

Ripartizione dei consumi energetici per fonte (GJ) - comprensiva dei depositi

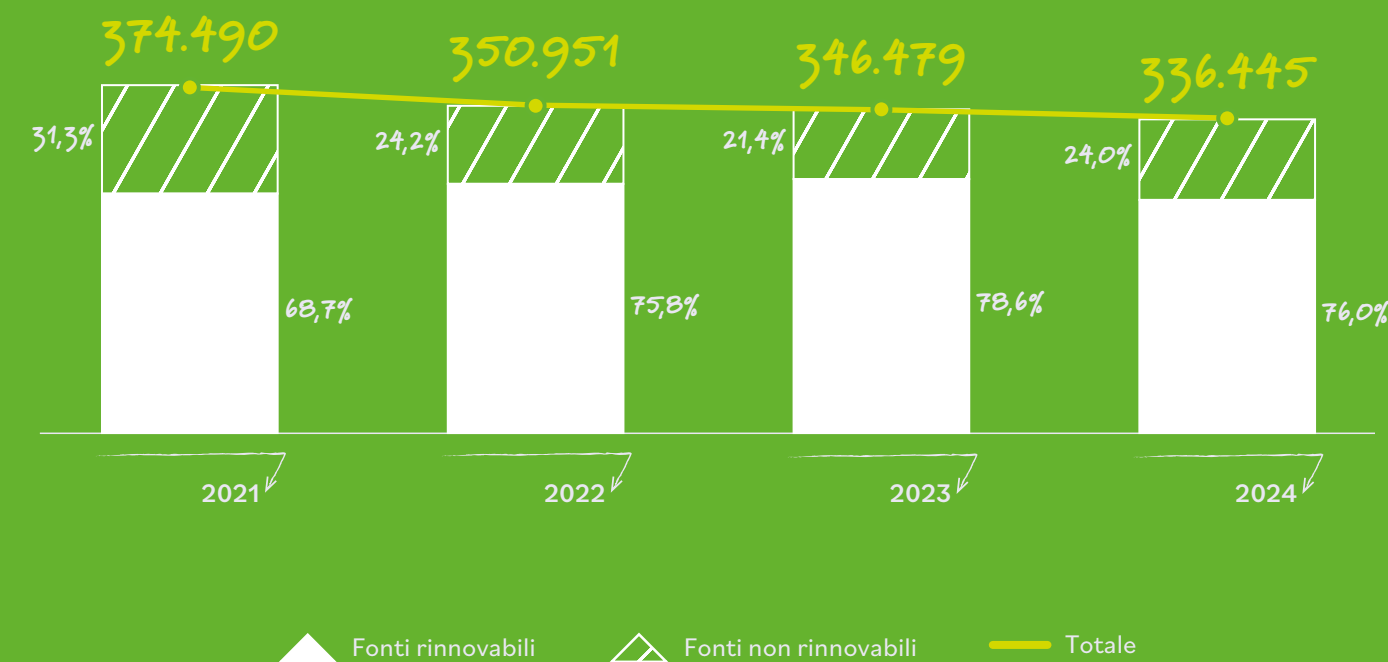


Prediligiamo le fonti rinnovabili

Dove possibile, ci impegniamo a ricorrere a energia proveniente da fonti rinnovabili. Nel 2024, il **76% dei nostri consumi energetici** deriva da **energia autoprodotta o acquistata da fonti rinnovabili** per un totale di oltre 255.000 GJ. Il dato ha registrato nel 2024 una diminuzione del 7%

rispetto al 2023, dovuta ad alcuni cambiamenti normativi che limitano l'acquisto di Certificati di Garanzia di Origine ai siti di proprietà e non a quelli in locazione, quali, ad esempio, la sede centrale, il negozio di Udine, lo showroom di Firenze e il deposito di Colleferro.

Consumi energetici da fonti rinnovabili (GJ)



76%

Energia consumata proveniente da fonti rinnovabili

24

Punti vendita dotati di pannelli fotovoltaici

9%

Energia autoprodotta e consumata da fotovoltaico sul totale dei consumi energetici

Nel 2024 abbiamo proseguito l'attività di **installazione di pannelli fotovoltaici** a copertura dei tetti dei nostri negozi, raggiungendo la quota di **24 punti vendita**, grazie all'installazione effettuata presso i negozi di Collegno, Treviso e l'entrata in funzione dell'impianto di Catania Fontanarossa, a cui si aggiungono **due nostri depositi**. Presso i nostri negozi di Roma La Romanina, Palermo Forum e Torino Giulio Cesare sono, invece, presenti degli **impianti di solare termico** utilizzati per la produzione di acqua calda.

Per l'**approvvigionamento di energia elettrica dalla rete**, prediligiamo contratti che garantiscano la sua provenienza da fonti rinnovabili. Nel 2024, l'**88% dell'energia elettrica acquistata dalla rete** è coperta da Certificati di Garanzia di Origine. La riduzione di tale dato rispetto al 2023 è legata al cambiamento normativo sopra specificato. Nel complesso, grazie agli impianti fotovoltaici e ai Certificati di Garanzia di Origine, nel 2024 il **94% dei nostri consumi di energia elettrica deriva da fonti rinnovabili**.

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

2 AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31

3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59

4 DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5 ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99

6 COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119

APPENDICE 143

Efficientiamo i consumi energetici nella nostra casa

Nel corso dell’anno abbiamo realizzato numerose iniziative di efficientamento energetico. Tali iniziative sono parte integrante del percorso avviato nel 2022, che ci ha permesso nel 2024 di terminare con esito positivo il processo per la **certificazione del Sistema di Gestione dell’Energia secondo lo standard UNI EN ISO 50001**. Le attività si sono focalizzate sul monitoraggio puntuale dei consumi e sul revamping degli impianti di climatizzazione, con l’obiettivo di ridurre significativamente l’utilizzo di gas naturale e di energia elettrica.

AREE DI INTERVENTO		INIZIATIVE INTRODOTTE
Riduzione dei consumi di gas: per ridurre la nostra dipendenza dalle fonti non rinnovabili		Sostituzione delle caldaie Nel 2024 abbiamo continuato i nostri interventi di revamping, attraverso la sostituzione delle caldaie con modelli più performanti o con impianti a pompa di calore. Tali interventi hanno consentito una riduzione del consumo di gas del 20% rispetto al 2023.
		Monitoraggio da remoto dei consumi di energia elettrica degli impianti Nel 2024 abbiamo incrementato il numero di sistemi di monitoraggio dei consumi di energia elettrica installati nei nostri negozi, raggiungendo una percentuale di copertura pari al 78%. Tali sistemi ci consentono di monitorare in tempo reale tutte le utenze da remoto, verificando lo spegnimento notturno degli impianti e rilevando eventuali extra-consumi e garantendo interventi tempestivi.
		Monitoraggio dei consumi: per mapparne l’andamento e identificare prontamente eventuali anomalie
		Gestione delle letture dei consumi di gas Nel 2024 abbiamo finalizzato l’implementazione dell’utilizzo di un software che permette di monitorare i consumi di gas e di rilevare eventuali anomalie sul 100% dei nostri siti.
		Building Management System In continuità con il 2023, abbiamo proseguito l’integrazione del Building Management System (BMS ¹⁰) arrivando a gestire il 55% dei nostri impianti di climatizzazione nei negozi da remoto e il 90% degli impianti di illuminazione tramite domotica.
		Certificazioni 4 dei nostri punti vendita hanno ottenuto la certificazione BREEAM¹¹ , e abbiamo avviato la procedura di certificazione per due nuovi siti. Inoltre, nel 2024 si è concluso positivamente il processo di certificazione di tutti i nostri siti in accordo allo standard UNI EN ISO 50001.
Interventi di efficientamento energetico: mirati a compiere azioni per ridurre gli impatti ambientali		

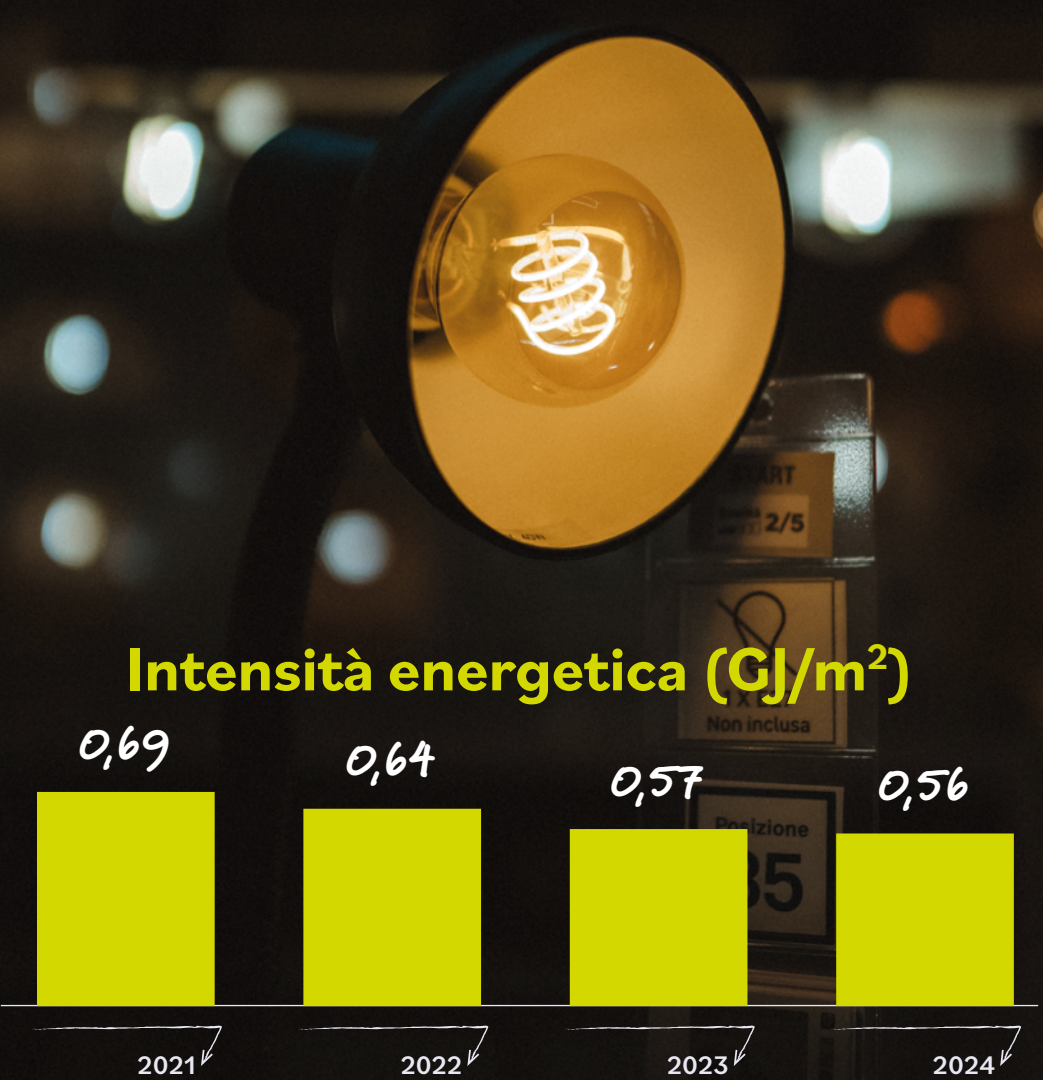
¹⁰ Il Building Management System è un sistema intelligente che monitora e ottimizza i consumi e il funzionamento degli impianti di un edificio.
¹¹ Il BREEAM, acronimo che unisce le sigle BRE (Building Research Establishment) ed EAM (Environmental Assessment Method), è un metodo di valutazione ambientale, tra le certificazioni edilizie più utilizzate al mondo, adottabile su base volontaria, che assicura standard di progetto e di costruzione ecosostenibili.

- 53%

Il consumo di gas naturale e gasolio per le caldaie tra 2024 e 2021

Dal 2021, l’anno che costituisce la baseline per la strategia di decarbonizzazione del Gruppo ADEO, abbiamo ridotto i nostri consumi di gas naturale e gasolio - necessari ad alimentare le caldaie - del 53% e quelli di energia elettrica del 10%.¹²

L’efficacia di tali riduzioni è confermata anche dalla **riduzione dell’intensità energetica¹³**, con un trend che nel 2024 è risultato in calo del 3% rispetto al 2023 e del 19% rispetto al 2021.



¹² La riduzione dei consumi è il risultato del confronto tra i consumi al 2021 e i consumi al 2024 calcolato con la seguente formula:
$$\left(\frac{\text{consumi 2024 in GJ} / \text{superficie di vendita, sede e depositi 2024 in m}^2 - \text{consumi 2021 in GJ} / \text{superficie di vendita, sede e depositi 2021 in m}^2}{\text{consumi 2021 in GJ} / \text{superficie di vendita, sede e depositi 2021 in m}^2} \right)$$

¹³ L’intensità energetica è calcolata secondo la formula (consumi energetici in GJ / superficie di vendita, sede e depositi in m²). I valori dell’intensità energetica al 2024 e al 2023 sono poi stati rapportati secondo la formula $\left(\frac{\text{intensità energetica 2024} - \text{intensità energetica 2023}}{\text{intensità energetica 2023}} \right)$.

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

2 AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31

3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59

4 DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5 ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99

6 COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119

7 APPENDICE 143



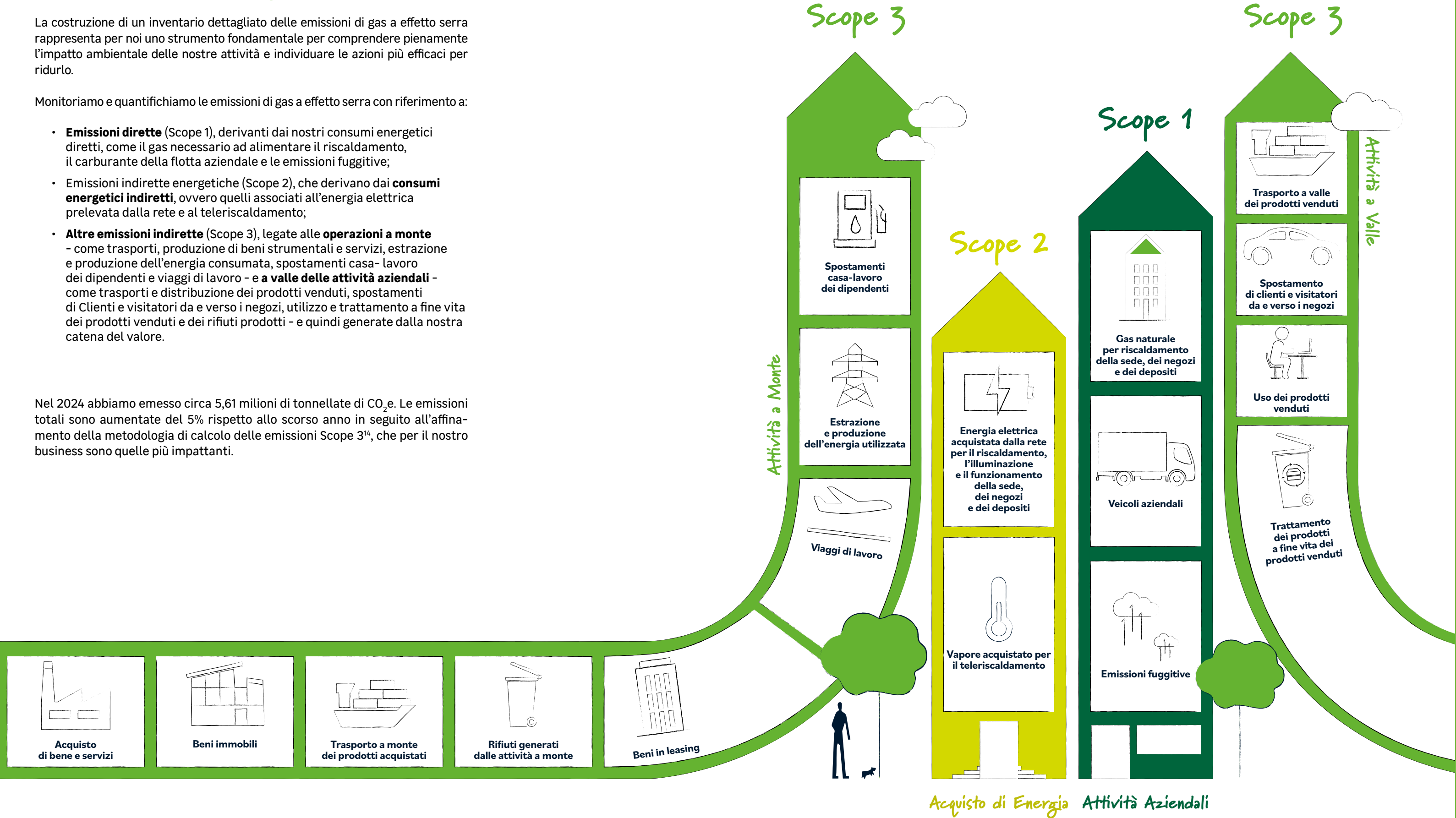
Le nostre emissioni di gas ad effetto serra

La costruzione di un inventario dettagliato delle emissioni di gas a effetto serra rappresenta per noi uno strumento fondamentale per comprendere pienamente l'impatto ambientale delle nostre attività e individuare le azioni più efficaci per ridurlo.

Monitoriamo e quantifichiamo le emissioni di gas a effetto serra con riferimento a:

- **Emissioni dirette** (Scope 1), derivanti dai nostri consumi energetici diretti, come il gas necessario ad alimentare il riscaldamento, il carburante della flotta aziendale e le emissioni fuggitive;
- Emissioni indirette energetiche (Scope 2), che derivano dai **consumi energetici indiretti**, ovvero quelli associati all'energia elettrica prelevata dalla rete e al teleriscaldamento;
- **Altre emissioni indirette** (Scope 3), legate alle **operazioni a monte** - come trasporti, produzione di beni strumentali e servizi, estrazione e produzione dell'energia consumata, spostamenti casa- lavoro dei dipendenti e viaggi di lavoro - e **a valle delle attività aziendali** - come trasporti e distribuzione dei prodotti venduti, spostamenti di Clienti e visitatori da e verso i negozi, utilizzo e trattamento a fine vita dei prodotti venduti e dei rifiuti prodotti - e quindi generate dalla nostra catena del valore.

Nel 2024 abbiamo emesso circa 5,61 milioni di tonnellate di CO₂e. Le emissioni totali sono aumentate del 5% rispetto allo scorso anno in seguito all'affinamento della metodologia di calcolo delle emissioni Scope 3¹⁴, che per il nostro business sono quelle più impattanti.

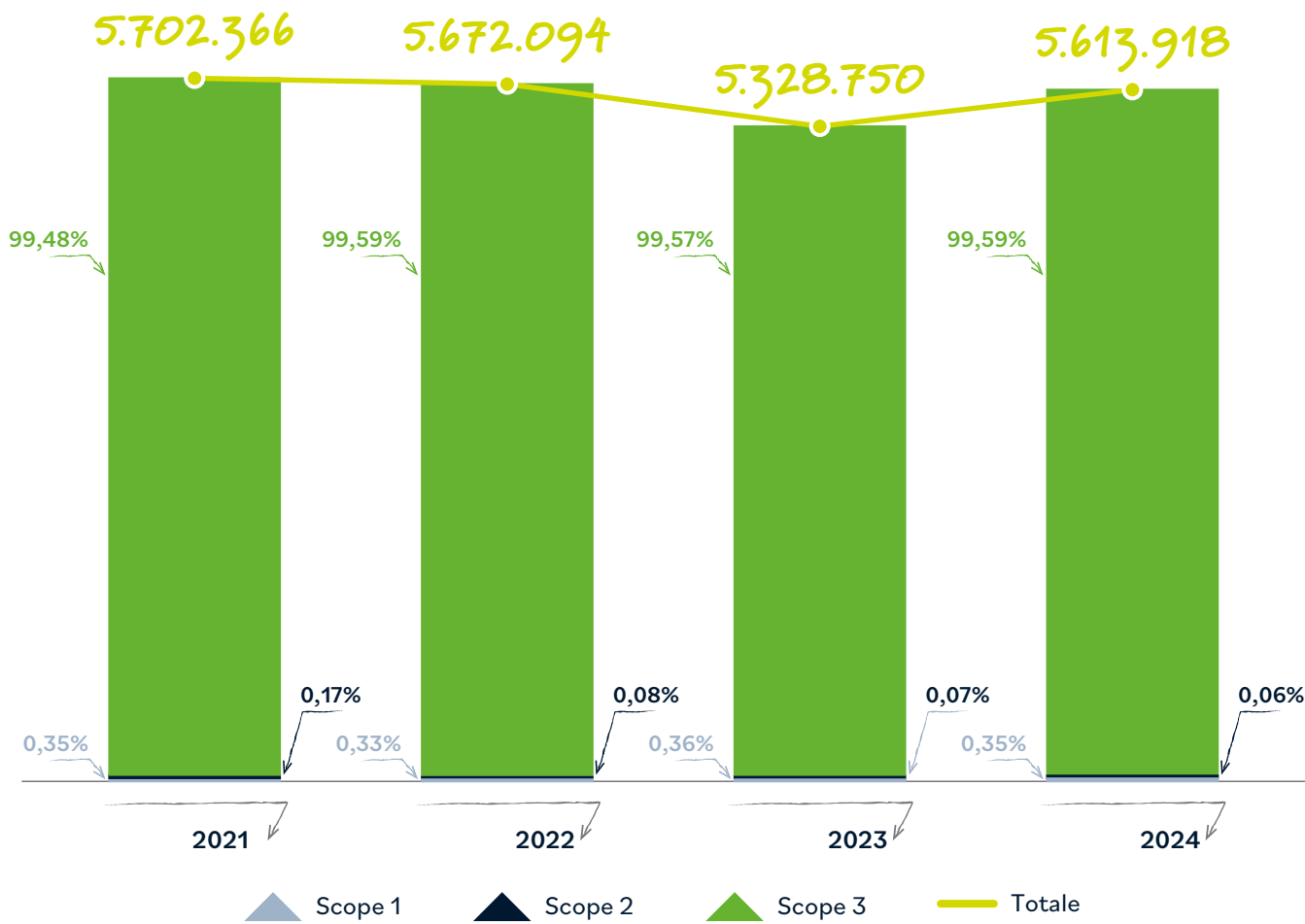


¹⁴ Nel 2024 è stata rivista la metodologia di calcolo per le seguenti categorie di emissioni Scope 3: ciclo di vita dei prodotti venduti, trasporto a monte e a valle, acquisti, commuting dei clienti. Ove possibile, al fine di garantire la comparabilità dei dati tale affinamento metodologico è stato applicato retroattivamente anche agli anni precedenti, in particolare: alle emissioni di Scope 1 e 2 del 2021; alle emissioni relative al ciclo di vita dei prodotti venduti per 2021, 2022 e 2023; e alle emissioni relative al trasporto a monte e a valle per 2023, comportandone un aumento rispetto a quanto rendicontato nel precedente Bilancio di Sostenibilità 2023. Inoltre, si segnala che la metodologia di calcolo utilizzata per le emissioni Scope 3 legate al prodotto è in linea con quella della capogruppo ADEO che è stata certificata da un ente terzo indipendente.

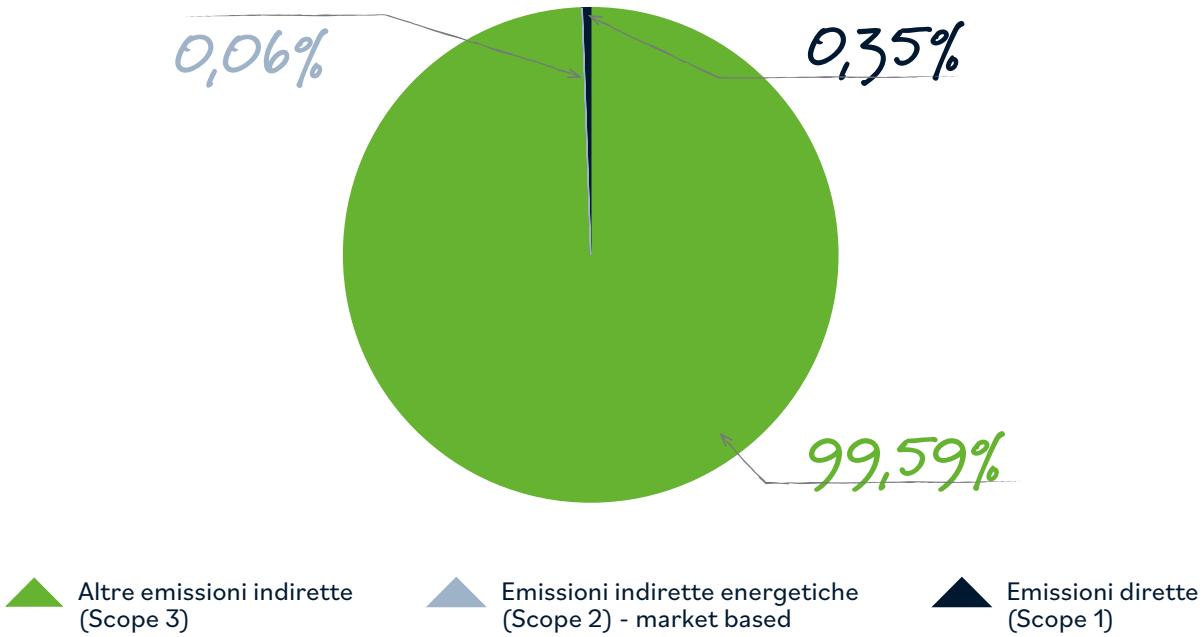
Lettera agli stakeholder	4
La nostra storia	6
CHI SIAMO	
Il nostro modo di abitare il mondo	9
2 AFFERMARE LA PLURALITÀ	
La casa prende forma dalle Persone	31
3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI	
Come abitare dentro e fuori casa	59
4 DECARBONIZZAZIONE	
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa	77
5 ECONOMIA CIRCOLARE	
Tutto rincasa, niente si perde	99
6 COMUNITÀ	
Ogni casa è più grande se condivisa	119
7 APPENDICE	
	143



Emissioni Scope 1, 2 e 3 generate (tCO₂e)



Emissioni di gas ed effetto serra generate nel 2024¹⁵ (t)



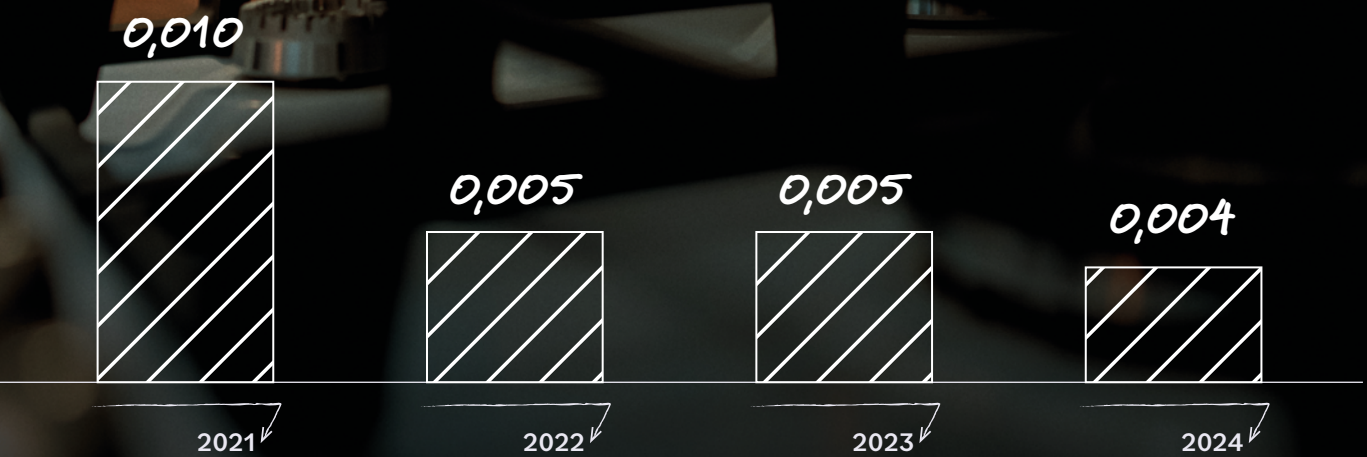
¹⁵ Il nostro inventario delle emissioni prevede delle categorie specifiche per le nostre attività che divergono da quelle del GHG Protocol.

Emissioni dirette (Scope 1)

Nel 2024 abbiamo ridotto le **emissioni Scope 1** - che ammontano allo 0,06% delle nostre emissioni totali - **del 12% rispetto al 2023**, passando da circa 3.860 tonnellate di CO₂e emesse a poco più di **3.300 tonnellate di CO₂e**, grazie alle attività di efficientamento e riduzione dei consumi energetici, in particolare quelli legati all'utilizzo di gas naturale.

In particolare, dal 2021 abbiamo conseguito una **riduzione dell'intensità delle emissioni connesse al consumo di gas naturale pari al 62%¹⁶**, grazie principalmente alla sostituzione delle caldaie a gas con altre più performanti o con impianti a pompa di calore.

Intensità emissiva dei consumi di gas (tCO₂e/m²)



¹⁶ Per effettuare il calcolo, le emissioni connesse al consumo di gas del 2024 sono state confrontate con quelle del 2021, anno che costituisce la baseline per la strategia di decarbonizzazione del Gruppo ADEO. In particolare, le emissioni sono state prima normalizzate dividendole per la superficie di vendita dei negozi, della sede e dei depositi (solo relativamente a Castel San Giovanni, Settala e Colleferro) presenti nei relativi anni, e poi è stato calcolato il delta tra le emissioni al 2024 e quelle al 2021, secondo la formula ((emissioni 2024 in tCO₂e / superficie di vendita, sede e depositi 2024 in m² - emissioni 2021 in tCO₂e / superficie di vendita, sede e depositi 2021 in m²) / (emissioni 2021 in tCO₂e / superficie di vendita, sede e depositi 2021 in m²)).

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

2 AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31

3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59

4 DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5 ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99

6 COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119

APPENDICE 143



Emissioni indirette energetiche (Scope 2)

Nel 2024, le emissioni riconducibili alla categoria Scope 2, le quali ammontano allo 0,35% delle nostre emissioni totali, sono aumentate del 2% rispetto al 2023, passando da 19.171 tCO₂e a 19.582 tCO₂e. Questo aumento è dovuto sia all'impossibilità di acquistare i Certificati di Garanzia di Origine per gli immobili in locazione, a causa di cambiamenti normativi, che ad un affinamento metodologico che ha portato ad un ampliamento dei perimetri considerati nel 2024¹⁷. Nel 2024 abbiamo comunque ridotto l'intensità emissiva delle emissioni Scope 2 del 13% rispetto al 2021.

Inoltre, pur avendo coperto con Certificati di Garanzia di Origine l'energia prelevata dalla rete da fonti rinnovabili, la metodologia utilizzata, coerente con quella di ADEO¹⁸, prevede l'utilizzo di un fattore di emissione pari a 0,282 per l'elettricità acquistata da rete e coperta con questa forma contrattuale. Infatti, attribuendo anche all'energia prelevata da rete e coperta da Garanzie di Origine un fattore di emissione pari a zero, le nostre emissioni Scope 2 sarebbero pari a 2.134 tCO₂e. Nel complesso, grazie alle iniziative di efficientamento energetico sopra elencate, dal 2021 abbiamo conseguito una **riduzione dell'intensità emissiva di Scope 1 e 2 del 31%**¹⁹.

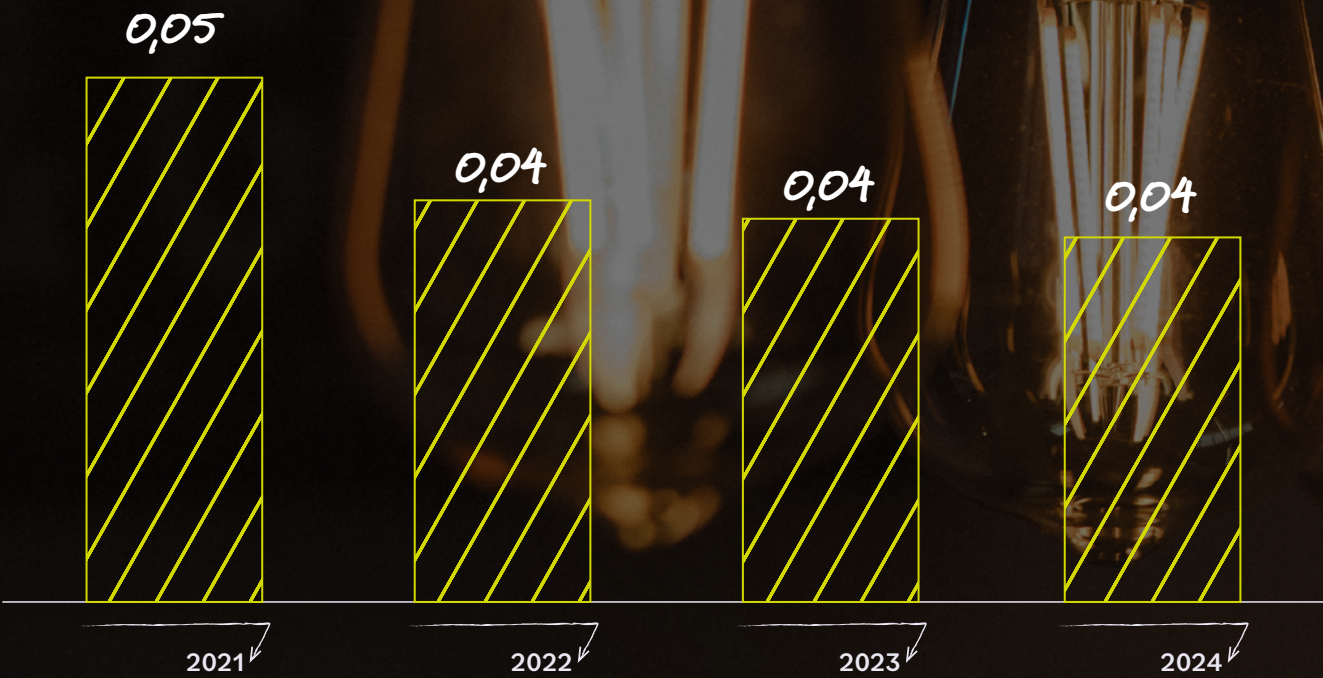
Altre emissioni indirette (Scope 3)

Le emissioni Scope 3 rappresentano il **99,59% del totale delle nostre emissioni** a causa principalmente del peso significativo delle emissioni derivanti dall'utilizzo dei prodotti venduti. Rispetto al 2023, tali emissioni risultano in aumento del 5%.

Per classificare le emissioni della catena del valore, monitorarle e identificare le azioni più adatte a ridurle, le abbiamo suddivise in 7 categorie:

- **Energia (upstream)**, relative alle attività che consentono l'approvvigionamento di energia e carburante (0,08%);
- **Fixed Assets**, relative a investimenti in beni immobili (pari a 0);
- **Trasporti**, relative ai consumi di carburante necessari a trasferire le merci lungo la catena del valore, a monte e a valle (0,92%);
- **Altri acquisti**, relative alla produzione di beni strumentali e all'erogazione di servizi necessari allo svolgimento delle attività aziendali (0,5%);
- **Prodotti venduti**, relative al ciclo di vita dei prodotti commercializzati lungo la catena del valore, al netto dei trasporti (93,7%);
- **Viaggi**, relative agli spostamenti casa-lavoro e ai viaggi aziendali effettuati dalle nostre Persone e agli spostamenti che i nostri Clienti effettuano per raggiungere i negozi (4,6%);
- **Rifiuti**, relative alle operazioni di trattamento dei nostri rifiuti (0,19%).

Intensità emissiva Scope 1 e Scope 2 (tCO₂e/m²)

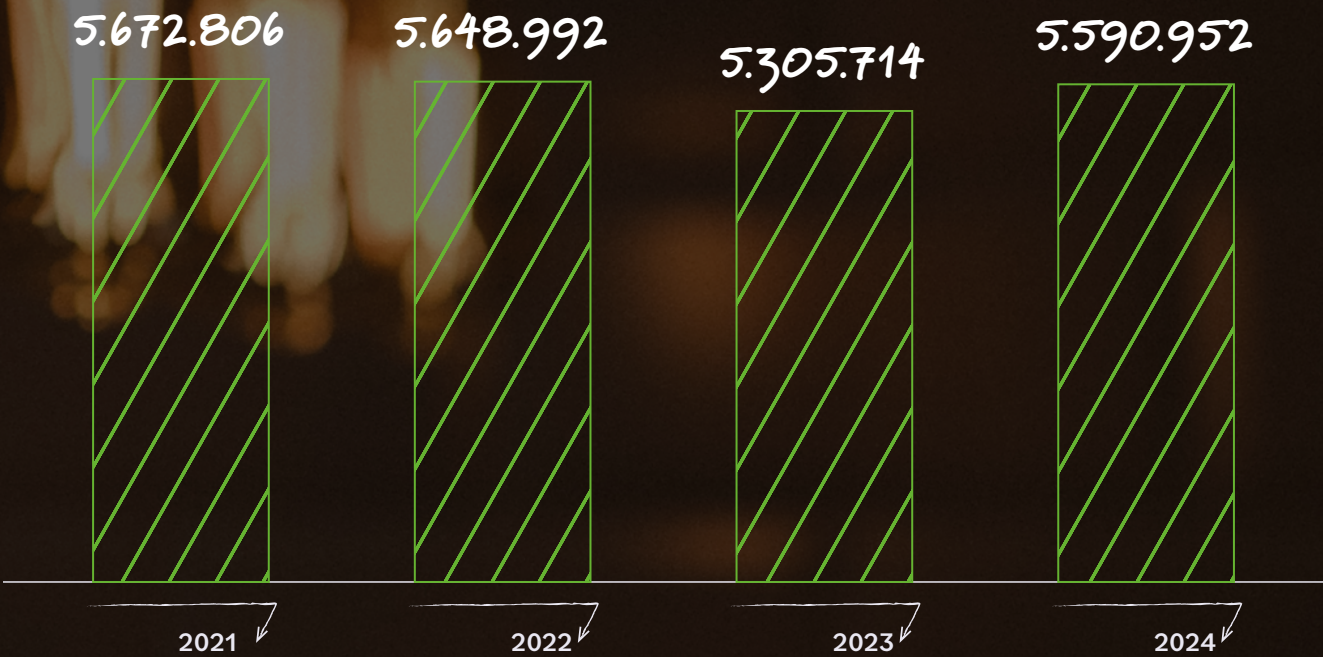


17 L'estensione del perimetro deriva dall'inclusione dei consumi relativi ad alcuni uffici distaccati e ad alcuni showroom.

18 Pur trattandosi della metodologia market-based, i fattori di emissione utilizzati dalla capogruppo ADEO attribuiscono diversi fattori di emissione a seconda della tipologia di contratto di energia verde utilizzato.

19 Per effettuare il calcolo, le emissioni Scope 1 e 2 del 2024 sono state confrontate con quelle del 2021, anno che costituisce la baseline per la strategia di decarbonizzazione del Gruppo ADEO. In particolare, le emissioni sono state prima normalizzate dividendole per la superficie di vendita dei negozi, della sede e dei depositi ((solo relativamente a Castel San Giovanni, Settala e Colleferro)) presente nei relativi anni e poi è stato calcolato il delta tra le emissioni al 2024 e quelle al 2021, secondo la formula ((emissioni 2024 in tCO₂e /superficie di vendita, sede e depositi 2024 in m² – emissioni 2021 in tCO₂e /superficie di vendita, sede e depositi 2021 in m²) / (emissioni 2021 in tCO₂e /superficie di vendita, sede e depositi 2021 in m²)).

Emissioni Scope 3 (tCO₂e)



Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

CHI SIAMO 9
 Il nostro modo di abitare il mondo

2 AFFERMARE LA PLURALITÀ 31
 La casa prende forma dalle Persone

3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI 59
 Come abitare dentro e fuori casa

4 DECARBONIZZAZIONE 77
 Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa

5 ECONOMIA CIRCOLARE 99
 Tutto rincasa, niente si perde

6 COMUNITÀ 119
 Ogni casa è più grande se condivisa

7 APPENDICE 143



Le emissioni dei nostri prodotti

La categoria di Scope 3 più significativa è quella relativa all'utilizzo dei prodotti venduti, che da sola costituisce quasi il 94% del totale delle emissioni Scope 3. In qualità di Azienda della Grande Distribuzione, dove la vendita di prodotti rappresenta la principale attività di business, riteniamo prioritario impegnarci con determinazione ad individuare le azioni più efficaci per decarbonizzare la nostra offerta di prodotti ed aiutare i nostri Clienti a ridurre l'impatto ambientale delle loro abitazioni (cfr. "Capitolo 3"). A tal fine, nel corso dell'ultimo anno abbiamo approfondito ulteriormente l'analisi delle emissioni lungo l'intero ciclo di vita dei nostri prodotti (Life Cycle Assessment - LCA) - dall'approvvigionamento delle materie prime alla produzione, all'utilizzo da parte del cliente, fino al loro smaltimento - con l'obiettivo di individuare le leve strategiche più efficaci. L'unica fase che, invece, viene monitorata appositamente in categorie distinte è quella dei trasporti, a monte e a valle, al fine di sviluppare soluzioni mirate che ne consentano la riduzione.

Dall'LCA effettuato sul 100% dei nostri prodotti, è emerso che solo circa l'1% deriva dai trasporti, il 3% delle emissioni proviene dalla fase di fine vita, il 3,9% dalla fase di produzione, il 14,9% dalle materie prime, mentre il 77,2% deriva dall'utilizzo del prodotto.

L'analisi delle emissioni legate al ciclo di vita prodotto ci consentirà, nei primi mesi del 2025, di identificare i prodotti che hanno un impatto maggiore sulla nostra impronta carbonica e di coinvolgere i relativi Fornitori, con l'intento di instaurare un dialogo costruttivo finalizzato all'individuazione di soluzioni condivise. In questo modo, saremo in grado di orientare le scelte fin dalle prime fasi della filiera verso materie prime a basso impatto ambientale, promuovendo principi di ecodesign e valorizzando caratteristiche che favoriscano la durabilità e la riparabilità dei prodotti (Cfr. "Capitolo 5").



Lettera agli stakeholder	4
La nostra storia	6
CHI SIAMO	
Il nostro modo di abitare il mondo	9
2 AFFERMARE LA PLURALITÀ	
La casa prende forma dalle Persone	31
3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI	
Come abitare dentro e fuori casa	59
4 DECARBONIZZAZIONE	
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa	77
5 ECONOMIA CIRCOLARE	
Tutto rincasa, niente si perde	99
6 COMUNITÀ	
Ogni casa è più grande se condivisa	119
7 APPENDICE	
	143





Riduciamo gli impatti della logistica

Considerato il settore in cui operiamo, i **trasporti e la distribuzione della merce sono attività chiave della nostra catena del valore**, influenzando significativamente il nostro impatto ambientale.

Nel 2024 ci siamo avvalsi di **40 Fornitori** di trasporti **logistici**, i quali ci hanno fornito soluzioni intermodali su strada e via nave. Questo ci ha permesso di gestire parte della merce in modalità “*round trip*”, ottimizzando, quindi, consegne multiple nella stessa area durante la giornata. Nel corso degli anni, inoltre, abbiamo implementato diverse iniziative al fine di ridurre le distanze percorse e lavorare sulla riduzione di consumo carburante:

Cross docking

Smistamento immediato in deposito della merce in arrivo dai fornitori, consolidamento e spedizione verso i negozi di più fornitori insieme.

Drop shipping

Consegna diretta da Fornitori a Cliente, senza transitare dai nostri magazzini.

Livraison direct à domicile

Consegna diretta da Fornitore a Cliente, eliminando il transito dai nostri negozi.

Ottimizzazione dei trasporti

Maggiore saturazione dei mezzi di trasporto ed ottimizzazione delle consegne ultimo miglio.

Nel 2024 è stata portata a termine la chiusura del deposito di Castel San Giovanni. L'operazione si contestualizza all'interno del piano di sviluppo triennale del Gruppo ADEO, avviato nel 2023, volto a supportare l'apertura di nuovi punti vendita e promuovere una distribuzione territoriale più capillare dei depositi, per rispondere alle esigenze dei Clienti e del mercato. A tal fine, nel 2024 ci siamo avvalsi di sei depositi localizzati su tutto il territorio nazionale: Colleferro (RM), Mantova, Settala (MI), Rivalta Scrivia (AL), Catania e Formigine (MO).

Questo cambiamento, oltre a consentire un allineamento agli obiettivi di crescita del business, permette di **diminuire notevolmente le distanze** che i vari mezzi dovranno percorrere per trasportare la merce, riducendo i tempi di consegna ai Clienti e gli impatti ambientali legati al consumo di carburanti, quali, ad esempio, la generazione di gas ad effetto serra e l'emissione di inquinanti in atmosfera. Attraverso iniziative come queste, intendiamo promuovere progetti innovativi che possano fungere da modello virtuoso e contribuire a una trasformazione sostenibile del comparto logistico, fondamentale per il settore del retail.

Oltre 51 mila tCO₂ emissioni derivanti dai trasporti, pari allo 0,5 % delle nostre emissioni Scope 3



Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

2 AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31

3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59

4 DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5 ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99

6 COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119

7 APPENDICE 143



Tuteliamo la Biodiversità

Riconoscendo il valore inestimabile della biodiversità per gli ecosistemi e per la vita sul nostro Pianeta, ci impegniamo concretamente per la sua salvaguardia, in linea con gli obiettivi dell’Unione Europea e con gli indirizzi più recenti definiti nell’ambito della Conferenza delle Parti (COP), che promuovono l’integrazione della tutela della biodiversità nelle strategie aziendali e nelle politiche globali.

La protezione della biodiversità e la lotta al cambiamento climatico rappresentano due sfide strettamente interconnesse. Gli ecosistemi naturali, e in particolare le foreste, svolgono un ruolo essenziale nella regolazione del clima grazie alla loro capacità di assorbire e immagazzinare carbonio. La perdita di biodiversità può compromettere la funzionalità di questi ecosistemi, riducendone ad esempio la capacità di sequestrare CO₂.

Per contrastare la deforestazione e tutelare la biodiversità degli ecosistemi forestali, a livello Gruppo Adeo abbiamo rafforzato questo impegno adottando una politica di gestione responsabile del legno, volta a promuovere l’approvvigionamento da fonti sostenibili che limitano la deforestazione. La politica prevede il coinvolgimento attivo dei fornitori, chiamati a rispondere a questionari specifici per assicurare la tracciabilità della filiera. In particolare, è richiesta la certificazione FSC® o PEFC™ per il legno proveniente da foreste tropicali, mentre per il legno proveniente da altre aree è necessario dimostrare la conformità alla normativa vigente e la gestione sostenibile delle risorse.

Inoltre, dal 2021, abbiamo continuato il progetto "L'Energia del Bosco"²⁰ in collaborazione con la Società Benefit (RI)GENERIAMO, con l'obiettivo di promuovere una gestione sostenibile dei boschi, aumentando la biodiversità e creando valore economico e sociale condiviso. Questo progetto non solo sostiene la conservazione ambientale, ma mira anche a generare impatto positivo sulle Comunità locali, favorendo la loro crescita e benessere.



Tra le attività previste dal progetto, figurano, ad esempio: il prolungamento dei tempi di taglio dei boschi, che permette una gestione più equilibrata e duratura delle risorse forestali; l'identificazione di aree destinate alla libera evoluzione di specie animali e vegetali, per favorire la biodiversità in modo naturale e sostenibile; e la messa in atto di misure per la prevenzione degli incendi boschivi, contribuendo alla sicurezza e alla protezione dei territori forestali. Ogni azione intrapresa è pensata per garantire un impatto positivo a lungo termine, migliorando la qualità dell'ambiente e rafforzando la resilienza dei nostri ecosistemi. Il progetto ha un impatto non solo ambientale, ma anche sociale ed economico. La conservazione delle aree coinvolte rende infatti il paesaggio boschivo più accessibile e valorizzabile, mentre i proventi derivanti dalla vendita dei crediti di sostenibilità – strumenti finanziari utilizzati per compensare l'impatto ambientale delle emissioni di CO₂²¹, contribuiscono a finanziare attività di sensibilizzazione sia a livello regionale che locale. Dal punto di vista economico, la gestione carbon-oriented ha effetti positivi sull'economia locale e, improntando la gestione dei boschi in logica preventiva, permette quindi di ridurre i costi legati al ripristino dopo eventuali incendi. I territori interessati riguardano 3 aree tra Piemonte e Emilia-Romagna, coprendo una superficie di circa 5.290 ettari di boschi e aree verdi. Nel 2024, questa iniziativa ha portato a una riduzione del crollo di alberi e degli incendi, un aumento della diversità faunistica, della vegetazione e della diversità micologica, e all’assorbimento di 15.188 tCO₂e²².

²⁰ <https://ri-generiamo.it/identita/il-nostro-bilancio-4/>
²¹ Ad ogni credito di sostenibilità corrisponde una tonnellata di CO₂ equivalente assorbita attraverso progetti di sostenibilità.
²² Fonte dei dati: (RI)GENERIAMO, Bilancio dei Benefici Prodotti – Relazione Annuale di Impatto 2024, pag. 49-50.

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

2 AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31

3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59

4 DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5 ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99

6 COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119

7 APPENDICE
143



1. La nostra strategia di Economia Circolare
2. Eco-design
3. Noleggio, riparazione, seconda vita
4. Riciclo e riduzione dei rifiuti



5 ECONOMIA CIRCOLARE

143,2cm

Tutto rincasa, niente si perde

Una casa ben vissuta non è solo quella che si costruisce, ma quella che si rigenera, ogni giorno. Per durare nel tempo, ha bisogno di scelte che ne allunghino la vita. Così come ogni casa ben progettata è fatta per restare, anche il Pianeta ha bisogno di un nuovo modo di essere abitato. Nel 2024, Leroy Merlin Italia ha rafforzato il proprio impegno nell'economia circolare. A partire dall'ecodesign dei nostri prodotti, progettati per ridurre l'uso di risorse lungo tutto il ciclo di vita, fino alla collaborazione con i fornitori per estendere questi stessi principi all'intera filiera. Abbiamo promosso modelli di consumo alternativi: dal noleggio, cresciuto del 68% in un solo anno, alla riparazione e alla vendita di articoli "quasi perfetti" nella Casa della Circolarità. Infine, abbiamo avviato un piano pluriennale per gestire e ridurre i nostri rifiuti.

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

2 AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31

3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59

4 DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5 ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99

6 COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119

APPENDICE 143





Ridurre gli sprechi e rigenerare le risorse del pianeta

Cosa significa Economia Circolare



L'economia circolare è un modello virtuoso che punta a ridurre gli sprechi e rigenerare le risorse del nostro pianeta, rappresentando una leva fondamentale per un futuro più sostenibile. Nel nostro modo di fare Casa, vogliamo che i principi dell'economia circolare siano sempre più integrati, diventando parte essenziale del nostro impegno per un abitare consapevole e responsabile. In quest'ottica, ci stiamo dedicando con impegno allo sviluppo di business circolari, alla ricerca di soluzioni per **prolungare il ciclo di vita dei prodotti**, progettandoli in ottica di ecodesign, affinché siano sempre più **durevoli, riducendo la quantità di materie prime** necessarie per la loro produzione, offrendo ai nostri Clienti la possibilità di noleggiare prodotti di cui altrimenti farebbero un uso sporadico e donando ai prodotti una seconda vita. Allo stesso tempo, dedichiamo particolare attenzione anche al loro fine vita, **ottimizzando la gestione dei nostri rifiuti** nell'ottica di ridurne la generazione e aumentare il ricorso al riciclo.

LEROY MERLIN ITALIA

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

1 CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

2 AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31

3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59

4 DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5 ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99

6 COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119

7 APPENDICE 143



LA NOSTRA STRATEGIA PER L'ECONOMIA CIRCOLARE



ECODESIGN

Lavorando sulla nostra offerta e guidando i Clienti verso scelte responsabili



NOLEGGIO, RIPARAZIONE SECONDA VITA

Sviluppando nuovi business legati all'economia circolare



RICICLO, RIDUZIONE DEI RIFIUTI

Ottimizzando la gestione dei nostri rifiuti

I principali progetti del 2024

PIASTRELLA TWOECO

Abbiamo arricchito la nostra offerta con la piastrella in TwoEco, un materiale riciclato a partire dal PolyAl

CASA DELLA CIRCULARITÀ

Diamo una seconda possibilità a prodotti «Quasi Perfetti» attraverso la «Casa della Circularità», progetto pilota sviluppato nel negozio di Agrate

GESTIONE DEI RIFIUTI

Abbiamo definito un piano pluriennale per la gestione e riduzione dei rifiuti

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6



Il nostro modo di abitare il mondo 9



La casa prende forma dalle Persone 31



Come abitare dentro e fuori casa 59



Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77



Tutto rincasa, niente si perde 99

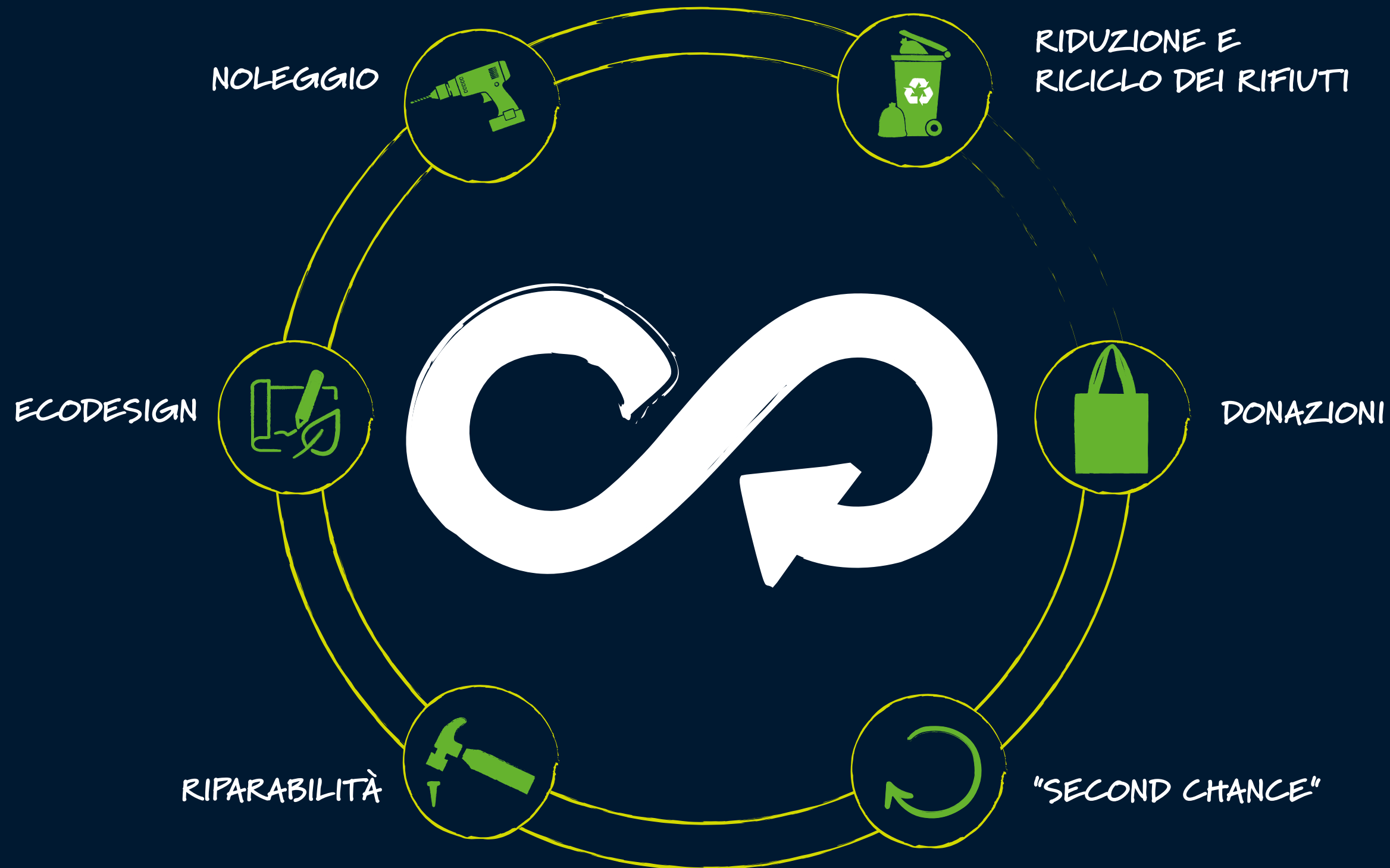


Ogni casa è più grande se condivisa 119



143





Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

1 CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

2 AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31

3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59

4 DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5 ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99

6 COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119

7 APPENDICE 143



SCELTE RESPONSABILI
Con le nostre azioni
diamo una mano
alla nostra casa,
il pianeta.



**Scelte
consapevoli**

Ci impegniamo per offrirvi
prodotti sempre
più sostenibili.



**Economia
circolare**

Diamo una seconda vita
ai prodotti, per ridurre
gli sprechi.



**Decarbo
Sostegno
alle comunità**

Lavoriamo
il nostro impegno
e sulle relazioni
locali

Scopri le nostre
iniziative



5.1/

ECODESIGN

Il concetto di ecodesign implica **ripensare il processo di progettazione dei prodotti ponendo al centro il rispetto per l'ambiente lungo tutto il loro ciclo di vita**. Dalla selezione di materiali a ridotto impatto ambientale, riciclati e riciclabili, alla maggiore efficienza energetica durante l'uso, dalla riduzione degli scarti in produzione e al fine vita, alla maggiore durabilità e riparabilità: ogni fase è studiata per offrire ai Clienti prodotti non solo di qualità, ma anche più responsabili verso le risorse del Pianeta.

In Leroy Merlin Italia ci impegniamo ad applicare i **principi dell'ecodesign nei nostri prodotti a Marchio dell'Abitante (MDH)**, che sin dalla loro progettazione sono ideati per massimizzare l'efficienza nell'uso delle risorse, con un focus particolare su energia e materiali, durante il loro intero ciclo di vita. Inoltre, ci impegniamo a selezionare e sviluppare prodotti progettati con i medesimi principi anche insieme ai nostri Fornitori.



Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6



Il nostro modo di abitare il mondo 9



La casa prende forma dalle Persone 31



Come abitare dentro e fuori casa 59



Riduciamo il nostro impatto
dentro e fuori Casa 77



Tutto rincasa, niente si perde 99



Ogni casa è più grande se condivisa 119



143



LA NOSTRA IDEA DI CIRCULARITÀ

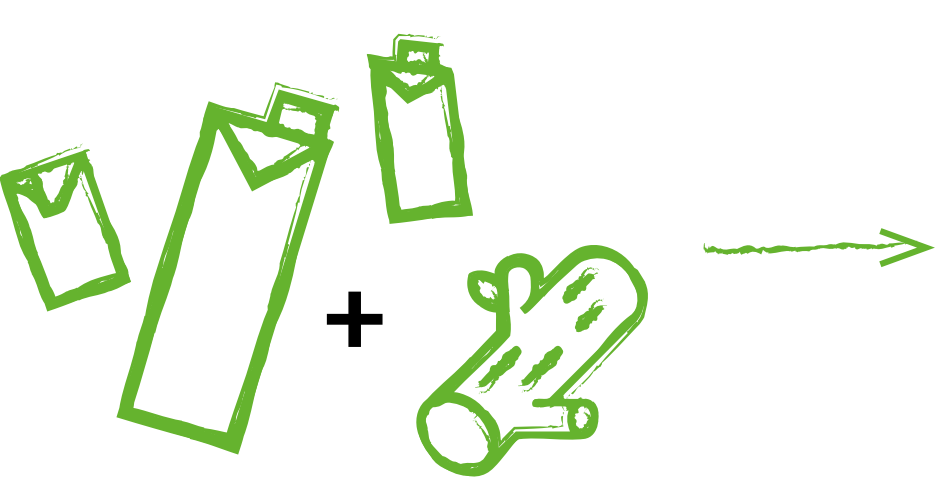
Nasce la piastrella TwoEco, creata dal riciclo degli imballaggi Tetrapack.

Tra i progetti più importanti del 2024 c'è il lancio della piastrella **TwoECO**, sviluppata dal nostro fornitore Artemisia Srl, che nasce dal recupero dei cartoni in Tetra Pak e realizzata miscelando il materiale riciclato ottenuto dal PolyAl²³ combinato con segatura di legno.

L'iniziativa sottolinea l'impegno nel promuovere l'economia circolare ed evidenzia l'importanza di valorizzare e integrare le conoscenze e competenze dei diversi operatori, al fine di contribuire alla costruzione di un sistema economico sostenibile, dimostrando come i materiali riciclati possano essere trasformati in prodotti di valore per l'uso quotidiano.

Progettata per la posa in spazi esterni come giardini e terrazzi, la piastrella offre una combinazione di **elevata funzionalità e minimo impatto ambientale**.

Dall'inizio del 2024 , abbiamo venduto oltre 17.000 pezzi di piastrelle TwoEco, ottenendo un'ottima risposta da parte dei nostri Clienti. Al fine di condividere questa *best practice* con i nostri stakeholder, siamo stati invitati a raccontare il progetto legato alla piastrella TwoEco durante l'edizione di **EcoMondo 2024**.



23 Il PolyAl è un materiale composito di polietilene e alluminio derivato dal riciclo dei cartoni per bevande Tetra Pak.



RICICLABILE
Materiale totalmente riutilizzabile all'infinito.

SEMPLICE INSTALLAZIONE
Non necessità di specifica manutenzione.

CROSS-USE
Diversi utilizzi tra cui suolo, pareti esterne o frangivi vista

CARRABILE
Se opportunamente installato su superficie piana e regolare.

BELLEZZA
Impegno ecologico unito al valore estetico.

VERSATILE
Una gamma completa di modelli e tonalità, pensata per integrarsi armoniosamente in contesti diversi.

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

2 AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31

3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59

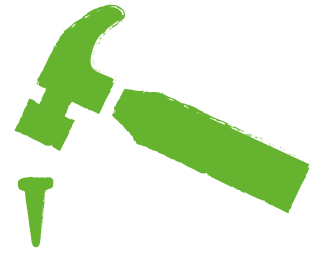
4 DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5 ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99

6 COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119

APPENDICE 143





5.2/

NOLEGGIO, RIPARAZIONE, SECONDA VITA

Per concretizzare la transizione verso un modello di business circolare, abbiamo bisogno della collaborazione sia dei nostri Partner commerciali, che dei nostri Clienti. Collaboriamo con i nostri Partner per allungare la vita dei prodotti, riducendo la necessità di sostituzioni frequenti e progettandoli affinché siano facilmente riparabili, rendendo agevole il reperimento delle parti di ricambio più richieste. Inoltre, incoraggiamo i nostri Clienti ad adottare modelli di consumo alternativi, ad esempio acquistando i **prodotti derivanti da resi cliente a cui è stata donata una seconda vita e promuovendone il riutilizzo, la riparazione e il noleggio.**

Nel 2024 il servizio di noleggio, attivo **presso 47 negozi**, sia per attrezzature professionali che per il Fai Da Te, ha permesso di effettuare **12.674 noleggi** da parte di Clienti privati e professionisti, con un **incremento pari al 68%** rispetto al 2023.

Stiamo inoltre progressivamente **potenziando il servizio di riparazione sui prodotti acquistati** dai nostri Clienti, diminuendo la necessità di sostituzioni e riducendo così l'impatto ambientale derivante dall'estrazione delle materie prime, dalla loro produzione e dallo smaltimento dei rifiuti legati allo smaltimento del prodotto danneggiato e alla produzione di un nuovo prodotto. In particolare, offriamo due tipologie di servizi:



Oltre

12.600

noleggi (+68% vs 2023)



Noleggio
attrezzature

Noleggia gli attrezzi on line o in negozio.

Più facile, veloce e conveniente.



Scansiona il QR code
e noleggia



Economia Circolare 111

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6



Il nostro modo di abitare il mondo 9



La casa prende forma dalle Persone 31



Come abitare dentro e fuori casa 59



Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77



Tutto rincasa, niente si perde 99



Ogni casa è più grande se condivisa 119



143





Oltre
23.000
pezzi di ricambio ordinati

Autoriparazione

I Clienti possono ordinare i pezzi di ricambio e ritirarli presso tutti i nostri negozi. Inoltre, sul nostro sito internet abbiamo reso disponibili alcuni video tutorial per guidare i Clienti nella sostituzione in autonomia dei pezzi di ricambio degli utensili Dexter, oltre che nella realizzazione di semplici riparazioni domestiche. Grazie al servizio autoriparazione, nel 2024 sono stati ordinati da parte dei nostri Clienti oltre 23.000 pezzi di ricambio.



Circa
10.000
riparazioni di prodotti effettuate

Riparazione dei prodotti

I Clienti possono consegnare i loro prodotti malfunzionanti nei negozi, dove vengono inviati ai centri di assistenza che si impegnano a ripararli entro lo standard che ci siamo prefissati internamente di 7 giorni dal momento della presa in carico. Inoltre, abbiamo effettuato circa 10.000 riparazioni sui prodotti delle gamme MDH Dexter, Equation, Sterwins e sui prodotti non a marchio MDH.

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

1 CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

2 AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31

3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59

4 DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5 ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99

6 COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119

7 APPENDICE 143



La Casa della Circolarità

Il 2024 è stato l'anno che ha visto concretizzarsi uno dei principali progetti di economia circolare che abbiamo lanciato in Leroy Merlin Italia, culminato con l'apertura di un corner nel nostro showroom di Agrate: la **Casa della Circolarità**. Tale progetto ha l'obiettivo di offrire una seconda vita ad articoli con difetti estetici o con packaging danneggiato.

La **Casa della Circolarità** ci consente di recuperarli, garantendone al contempo qualità e sicurezza, attraverso un processo di verifica che include diversi criteri:

- **Funzionalità:** per assicurarci che il prodotto funzioni correttamente;
- **Difetti estetici:** per identificare eventuali imperfezioni visibili;
- **Integrità strutturale:** per valutare la condizione della confezione;
- **Completezza degli accessori:** per verificare la presenza e l'integrità degli accessori.

Al termine del processo di selezione, questi prodotti "quasi perfetti" vengono suddivisi in tre categorie sulla base delle loro condizioni (eccellenti, buone, accettabili) e successivamente rimessi vendita ad un prezzo ridotto.



Condizioni eccellenti

Prodotto in ottimo stato, privo di difetti estetici e completo di accessori. Confezione originale non integra.



Condizioni buone

Prodotto in buono stato. Potrebbero esserci lievi difetti estetici e mancare accessori non essenziali all'uso principale.



Condizioni accettabili

Prodotto in buono stato. Potrebbero esserci difetti estetici e mancare accessori che non compromettono le funzionalità dei principali del prodotto, elencati sull'etichetta.

Questo progetto ci consente da un lato di **prolungare il ciclo di vita dei prodotti**, diminuendo le emissioni derivanti dal loro smaltimento e dalla produzione di nuovi articoli, e dall'altro **offrire ai Clienti soluzioni più economiche, garantendo a tutti l'accesso alla propria casa ideale**.

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6



Il nostro modo di abitare il mondo 9



La casa prende forma dalle Persone 31



Come abitare dentro e fuori casa 59



Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77



Tutto rincasa, niente si perde 99



Ogni casa è più grande se condivisa 119



143



5.3/

RICICLO E RIDUZIONE DEI RIFIUTI

Circularità significa anche assicurare una **gestione responsabile dei rifiuti prodotti**, focalizzandosi tanto sulla loro **riduzione alla fonte**, quanto su un loro **riciclo adeguato**, incrementando continuamente il tasso di raccolta differenziata.

Per rendere possibile questa ambizione, investiamo innanzitutto nella **formazione delle nostre Persone**, accrescendo la loro consapevolezza riguardo alla responsabilità individuale nell'effettuazione di una corretta raccolta differenziata. Inoltre, **collaboriamo con un provider esterno** per lo svolgimento delle operazioni di gestione, raccolta e smaltimento dei rifiuti, inclusa la supervisione dei rapporti con i subappaltatori e l'elaborazione di **statistiche ed analisi** utili ad assicurarci una comprensione completa delle dinamiche legate alla produzione dei rifiuti in chiave strategica.

Basandoci sui dati raccolti nel corso degli anni, nel 2024 abbiamo lavorato al disegno e all'implementazione di un **piano pluriennale per assicurare una riduzione e una corretta gestione dei rifiuti**. Si tratta di un piano d'azione granulare che vede coinvolti tutti i nostri punti vendita, con progetti ad hoc per i siti in cui abbiamo riscontrato le più elevate quantità di rifiuti non differenziati prodotti,

ovvero quelli prioritari su cui agire per incrementare la percentuale di differenziazione interna. Per assicurarne la piena efficacia, il piano viene aggiornato su base periodica e condiviso con i membri del CO-LEAD, con i coordinatori regionali e con i manager delle logistiche dei singoli punti vendita. Nel 2024 abbiamo prodotto un totale di **32.366 tonnellate di rifiuti**, in aumento rispetto al 2023 in seguito ad una riorganizzazione del modello logistico, che ha comportato una mobilitazione maggiore di merce. Di questi, il 98,7% è costituito da rifiuti non pericolosi, mentre il restante 1,3% da rifiuti pericolosi principalmente composti da rifiuti elettronici (RAEE) e vernici. La maggior parte dei rifiuti non pericolosi che produciamo proviene dai materiali di imballaggio che riceviamo dai nostri fornitori, insieme ai rifiuti risultanti dal rifacimento di alcune aree dei negozi e degli spazi espositivi quali cemento, mattoni, piastrelle, ceramiche, legno, vetro, plastica e metalli.

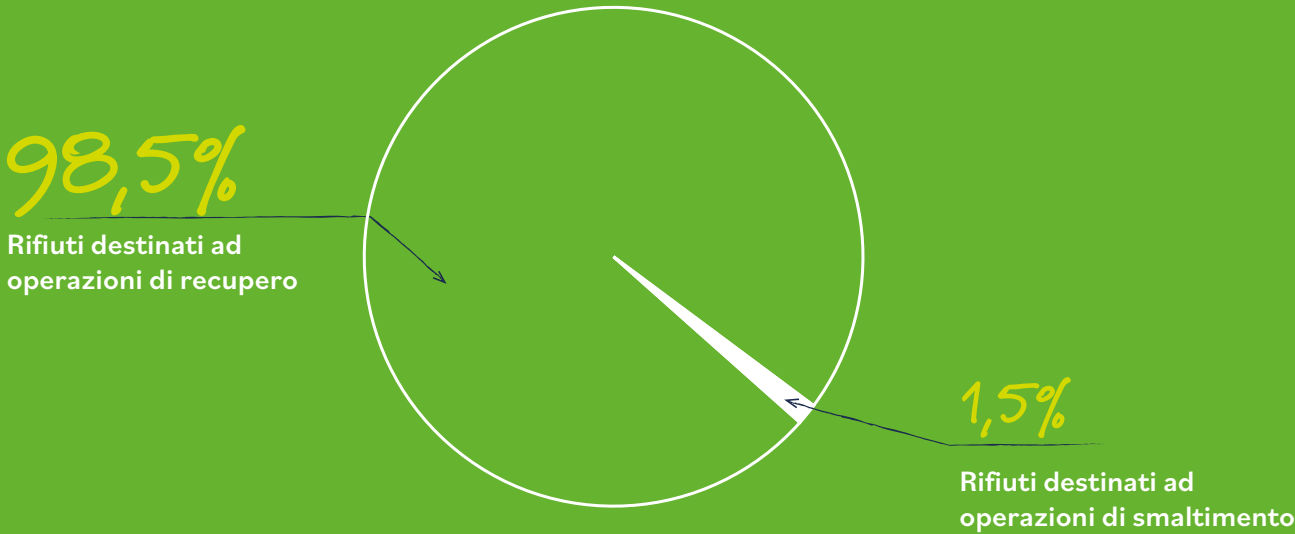
Sul totale dei rifiuti prodotti nel 2024, il **98,5% è stato avviato a recupero**, mentre l'1,5% a smaltimento.



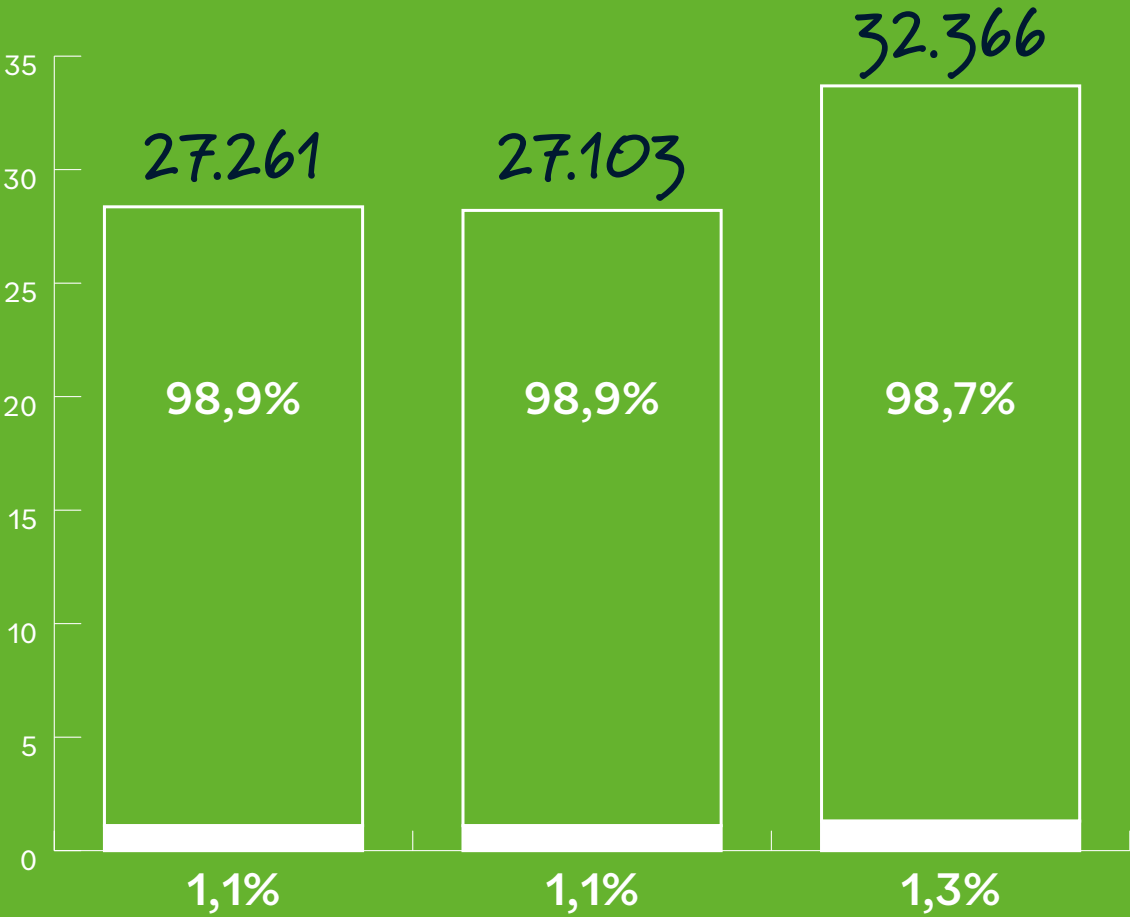
98,5%

Rifiuti destinati ad operazioni di recupero

Produzione di rifiuti nel triennio (t)



Produzione di rifiuti nel triennio (t)



△ Rifiuti pericolosi ▲ Rifiuti non pericolosi ▲ Totale rifiuti prodotti

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

1. CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

2. AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31

3. SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59

4. DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5. ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99

6. COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119

7. APPENDICE 143



1. Abitare il territorio
2. Educare per Fare
3. Sviluppare il Business Sociale

Dopo averla costruita, resa efficiente e pensata per durare, la casa si apre.

Le porte si spalancano, gli spazi si allargano, e l'abitare diventa un gesto collettivo. Perché una casa non è solo un rifugio individuale, ma acquista pieno significato quando viene condivisa: con chi ha bisogno, con chi ha meno strumenti, con chi cerca un punto da cui ripartire.

Costruire comunità significa proprio questo: rendere la nostra casa - e tutto ciò che rappresenta - accessibile e partecipata da più persone possibile.



Ogni casa è più grande se condivisa

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

1 CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

2 AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31

3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59

4 DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5 ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99

6 COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119

7 APPENDICE 143



Ogni giorno ci dedichiamo alle Comunità che vivono nei territori in cui operiamo, con l'obiettivo di promuovere attività e iniziative che assicurino a tutti il **diritto a una casa ideale**. Per raggiungere questo scopo, collaboriamo con una **rete di organizzazioni non profit**, coinvolgendo attivamente le nostre Persone e i nostri Clienti per creare insieme benessere collettivo.

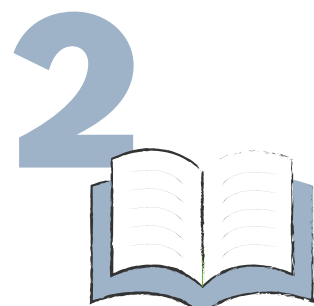
Nel corso degli anni, abbiamo sviluppato e consolidato numerose iniziative che, in base agli specifici obiettivi dei progetti, si suddividono nelle tre aree principali della nostra Strategia di Ingaggio delle Comunità, definita del 2023: **Abitare il territorio, Educare per fare, e Sviluppare il business sociale**.

La nostra Strategia per l'Ingaggio delle Comunità



1 ABITARE IL TERRITORIO

Migliorando e valorizzando l'habitat e realizzando progetti insieme alle Comunità.



2 EDUCARE PER FARE

Educando e lavorando insieme alle nuove generazioni per sviluppare competenze.



3 SVILUPPARE IL BUSINESS SOCIALE

Mettendo in comunicazione le aziende con gli enti del terzo settore.

I principali progetti del 2024

Baroni85, un'edizione speciale di Bricolage del Cuore per creare luoghi di aggregazione

Partecipazione a Didacta, l'appuntamento sull'innovazione nel mondo delle scuole, presentando il progetto AmicoEco.

Acquisizione del 40% delle quote di (RI)GENERIAMO.

A tutti il diritto a una casa ideale

Il nostro obiettivo

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

1 CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

2 AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31

3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59

4 DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5 ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99

6 COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119

7 APPENDICE 143



6.1/ ABITARE IL TERRITORIO

Il nostro impegno va oltre la semplice presenza fisica nei territori: vogliamo essere parte integrante delle comunità in cui operiamo, costruendo relazioni basate sulla fiducia e sulla collaborazione con gli abitanti. Lavoriamo ogni giorno per il benessere del territorio, promuovendo iniziative concrete per combattere la **povertà abitativa** e tutelare il bene comune, in sinergia con le comunità locali. Parallelamente, investiamo nella **valorizzazione** e nella **cura dell'habitat che ci circonda**.

Per raggiungere questi obiettivi, abbiamo realizzato nel tempo una serie di progetti strategici, alcuni dei quali che presentiamo di seguito.



LA CASA IDEALE

Un progetto per **Abitare il territorio**



Vendendo i nostri prodotti a un prezzo ridotto, aiutiamo le organizzazioni del terzo settore che si occupano di temi relativi alla casa, all'accoglienza e al contrasto alla povertà abitativa.

Anche quest'anno è proseguito il progetto "La Casa Ideale", avviato nel 2015, tramite il quale **17 nostri negozi** hanno svolto 25 progetti nel 2024. Le organizzazioni partecipanti, selezionate attraverso un bando, operano principalmente in settori che si occupano di fornire **servizi semi-residenziali e residenziali, integrazione sociale di soggetti deboli o a rischio di emarginazione, servizi mensa, e attività educative e ricreative**.

Le associazioni che accedono al bando possono utilizzare il risparmio ottenuto dalla riduzione del prezzo dei prodotti per finanziare le loro iniziative a favore della comunità e dell'accoglienza dei più vulnerabili. Nel 2024, grazie al progetto, è stato possibile generare per le organizzazioni coinvolte un risparmio pari ad oltre 12.000€.

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

2 AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31

3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59

4 DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5 ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99

6 COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119

APPENDICE 143



EMPORI FAI DA NOI

Un progetto per *Abitare il territorio*

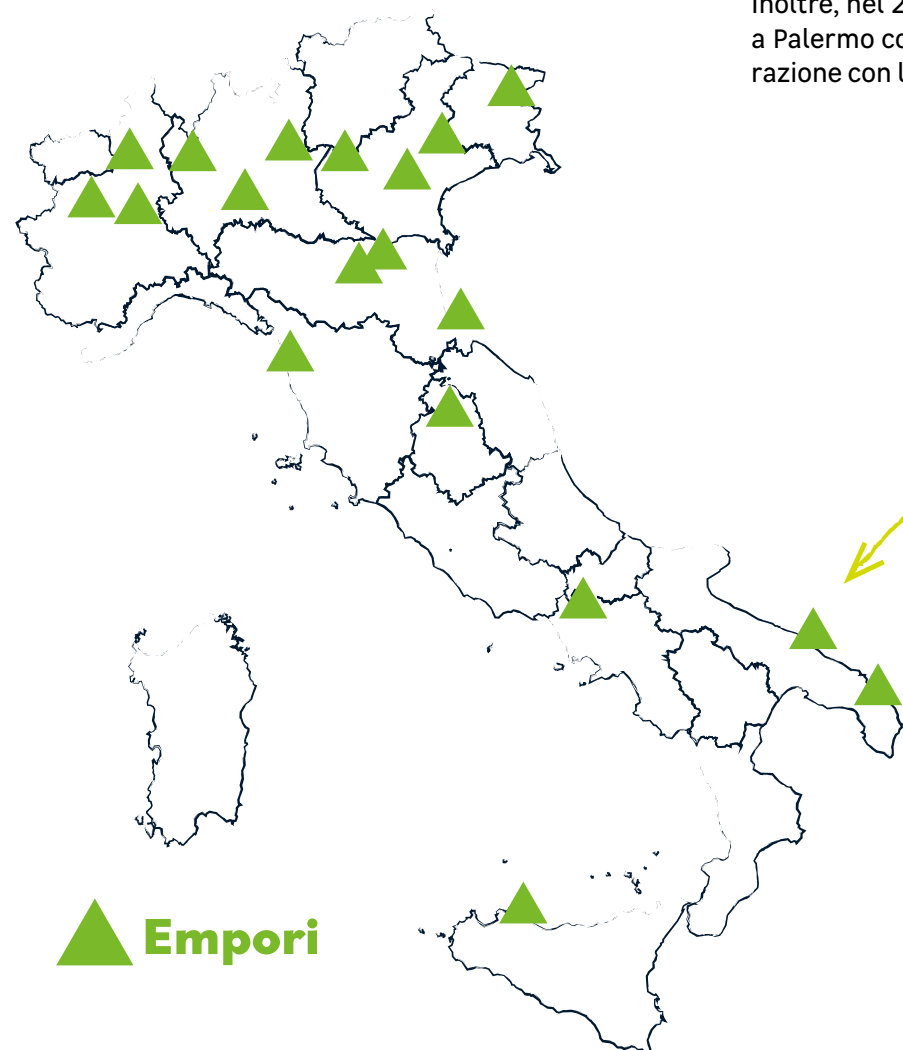


Creare nuovi modelli di business circolari, consentendo alle persone in difficoltà di avere accesso gratuitamente agli utensili utili per effettuare lavori di manutenzione di base, piccole ristrutturazioni o lavori di decorazione. Gli Empori sono per noi «Biblioteche degli attrezzi».

Il progetto punta a creare una rete locale collaborando con le organizzazioni del Terzo Settore. Gli Empori Fai Da Noi, o anche **“Biblioteche degli attrezzi”**, sono gestiti da enti non profit contraddistinti da un forte radicamento sul territorio, e che dispongano di una rete di contatti con altre organizzazioni locali, nonché di un luogo facilmente accessibile e di un mezzo di trasporto idoneo a prelevare i prodotti.

Il servizio è destinato a persone e famiglie segnalate dai servizi sociali e dai centri d'ascolto, oltre che ad associazioni e cooperative che combattono la povertà abitativa e a gruppi di cittadinanza attiva, impegnati nel **mantenimento o recupero di beni comuni**.

Nel corso del 2024, **20 Empori** hanno **prestato 316 utensili** ed effettuato **284 donazioni di materiale consumabile**. Inoltre, nel 2024 abbiamo raddoppiato la nostra presenza a Palermo con l'apertura di un nuovo Emporio, in collaborazione con l'Impresa sociale “Incastri Creativi”.



20

Empori hanno prestato

316

utensili, ed effettuato

284

donazioni di materiale consumabile

Empori

PIATTAFORMA REGUSTO

Un progetto per *Abitare il territorio*



Combattere lo spreco e rafforzare il nostro impegno per l'economia circolare donando i prodotti ancora utilizzabili, ma non vendibili a causa di piccoli difetti o rimasti invenduti, a Enti non profit perseguendo l'obiettivo di garantire a tutti una casa ideale.



Nel 2021 siamo stati la prima Azienda della Grande Distribuzione Organizzata Non Food a collaborare con Regusto, una piattaforma che connette le aziende con gli enti del Terzo Settore per donare loro prodotti invenduti.

Tramite la piattaforma, i nostri negozi segnalano i prodotti da donare, permettendo alle associazioni del Terzo Settore iscritte di prenotare e ritirare le merci direttamente nei negozi. Nel 2024 abbiamo stimato oltre **165.000€ di valore economico** delle donazioni.²⁴

²⁴ Valori IVA esclusa.

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

1 CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

2 AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31

3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59

4 DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5 ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99

6 COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119

7 APPENDICE 143

LEROY MERLIN

BRICOLAGE DEL CUORE

Un progetto per **Abitare il territorio**



Migliorare le condizioni abitative delle persone che vivono in case accoglienti, strutture comunitarie, sedi di associazioni o beni comuni. Contribuiamo a combattere la povertà abitativa mettendo in campo la nostra voglia di fare e di collaborare con le Comunità locali.



33

i progetti realizzati con Bricolage del Cuore nel 2024 da 48 negozi e oltre 500 volontari

Il progetto "Bricolage del Cuore", lanciato nel 2013 dalla nostra Azienda, è un'iniziativa di **volontariato d'impresa** che mira a promuovere il fai da te e il social business a supporto della lotta contro la povertà abitativa. Nel 2024 sono stati completati **33 progetti, coinvolgendo 48 negozi ed oltre 500 volontari** tra le nostre **Persone** e le **Comunità locali**. Le attività realizzate hanno riguardato lavori di piccola manutenzione o decorazione a beneficio di enti, scuole, associazioni e onlus sul territorio.

Nel 2024 è stata organizzata un'edizione speciale del progetto nella città di Milano, dal nome "**Baroni85**" come l'omonima via nei pressi del quartiere di Gratosoglio.

Baroni85 nasce nel 2023 grazie alla decisione dell'Amministrazione comunale di Milano di trasformare una scuola dell'infanzia in un polo sociale dedicato ai giovani. Nel febbraio del 2024, lo studio di architettura 'Il Prisma' ha avviato un processo di riprogettazione partecipata degli spazi che ha visto il coinvolgimento gratuito di numerose aziende, oltre 20 realtà non profit di Gratosoglio, volontari e i giovani destinatari delle iniziative.

In occasione del Bricolage del Cuore 2024 abbiamo quindi deciso di coinvolgere in un unico gesto solidale tutti i negozi dell'area milanese (Rozzano, Corsico, Assago, Pantigliate, Busnago, Lissone, Baranzate, Carugate, Caponago, Nova Milanese) e la nostra sede centrale. I lavori, svolti tra i mesi di maggio e giugno, hanno visto la partecipazione di **più di 250 volontari** tra le nostre Persone, i residenti del quartiere e i volontari di alcune onlus locali, che si sono cimentati nella pittura delle pareti dei locali interni dell'innovativo spazio per giovani e nella decorazione del giardino esterno alla struttura. In occasione dell'ultima giornata dei lavori, anche i content creator, i Clienti ed alcuni *top manager* della nostra Azienda, hanno preso parte al progetto, a testimonianza della sua importanza.

*Bisogna volere
l'impossibile,
perché
l'impossibile
accada.*



LEROY MERLIN ITALIA

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

2 AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31

3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59

4 DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5 ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99

6 COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119

APPENDICE 143

LEROY MERLIN

ECO-COMPATTATORI

CORIPET

Un progetto per Abitare il territorio



Incentivare il processo “bottle to bottle”, attraverso il quale le bottiglie usate possono generare un R-PET (PET riciclato), idoneo al diretto contatto alimentare, per realizzare nuove bottiglie.

PUNTO DI RICICLO BOTTIGLIE IN PLASTICA PET

Green and Win

**Punta sul VERDE
Rispetta L'AMBIENTE
e vieni PREMIATO!**

Riciclando le bottiglie in PET accumuli PUNTI e ottieni BUONI da spendere da Leroy Merlin

ISTRUZIONI

1. Scarica l'App CORIPET e registra sull'App Coripet il numero della tua MEMBERSHIP HOMY
2. Fatti riconoscere dalla macchina con il CODICE A BARRE
3. Inserisci le bottiglie vuote in plastica PET, non schiacciate
4. Fai attenzione che il codice a barre sulla bottiglia sia rivolto verso l'alto
5. Ogni bottiglia vale 1 punto. Accumula i punti, richiedi e ricevi un BUONO da spendere da Leroy Merlin

Numero Verde 800-172364

IMPORTANTE! Alimenta il tappo della bottiglia prima di inserire nella macchina.

NO BOTTIGLIE SCHIACCIATE SI ALLENITA IL TAPPO

RICICLATO 100% GARANTITO

SOLO BOTTIGLIE IN PET

SI OGNI BOTTIGLIA VALE 1 PUNTO. La bottiglia senza codice a barre non è accettata

NO QUESTE BOTTIGLIE NON SONO IN PET. Bloccano la macchina e non danno punti

LEROY MERLIN
Voglia di fare casa.

IL RICICLO TI PORTA LONTANO!

Per ogni bottiglia riciclata, puoi vincere

FANTASTICI VIAGGI
OGNI MESE

3 VOUCHER 1.000€
1 VIAGGIO a scelta tra KENYA REPUBBLICA DOMINICANA

1. Vincere il Viaggio 2. Riciclare la bottiglia in PET 3. Partecipare alle estrazioni mensili

La nostra Azienda è stata il **primo player** della Grande Distribuzione Organizzata Non Food ad aver aderito alla mission “bottle to bottle” del consorzio Coripet. Attraverso gli Eco-compattatori presenti nei punti vendita, i nostri Clienti possono riciclare le proprie bottiglie in PET ricevendo in cambio sconti collegati al programma di fedeltà HOMY.

Nel corso del 2024 grazie alla partecipazione di **oltre 250.000 Clienti** abbiamo riciclato più di **10 milioni di bottiglie di plastica**, donando ad **oltre 10.000 Clienti** in possesso della nostra Fidelity Card più di **19.000 buoni sconto** per un totale di **oltre 180.000€**.

250.000

clienti hanno partecipato

Più di

10 milioni

bottiglie di plastica riciclate

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

2 AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31

3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59

4 DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5 ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99

6 COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119

7 APPENDICE 143



WORLD CLEAN UP DAY

Un progetto per *Abitare il territorio*



Proporre eventi sul territorio aperti a tutti con l'obiettivo di raccogliere i rifiuti e dare un aiuto concreto al territorio per il miglioramento dell'habitat.



1.000

partecipanti coinvolti dall'intera rete di negozi



48

negozi che hanno partecipato

LEROY MERLIN ITALIA



Il World CleanUp Day è la più grande iniziativa al mondo di azione civica che coinvolge più di 191 Paesi con l'obiettivo di affrontare la crisi globale connessa ai rifiuti.

Anche nel 2024 la nostra Azienda ha partecipato al **World Clean Up Day**, in collaborazione diretta con Let's Do It, l'organizzazione internazionale promotrice dell'iniziativa. L'evento ha potuto contare sulla partecipazione di **48 negozi**. Nel complesso, l'intera rete di negozi ha coinvolto oltre 1.000 partecipanti tra le nostre Persone e i Clienti, i quali hanno raccolto oltre 66 tonnellate di rifiuti.

Oltre

66 t

di rifiuti raccolti dalle nostre Persone e i Clienti

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

2 AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31

3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59

4 DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5 ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99

6 COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119

7 APPENDICE 143

LEROY MERLIN



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

OPERA in FIORE è una **cooperativa sociale** agricola nata nel 2004 nel carcere di Milano-Opera, con cui collaboriamo dal 2013. Nel 2024, abbiamo coinvolto 9 lavoratori per la cura del verde presso la nostra sede e acquistato circa 50 kg di frutta al mese per le nostre Persone. Inoltre, abbiamo usufruito del servizio di allestimento floreale offerto dalla cooperativa per la realizzazione di un evento aziendale e per la fornitura di Stelle di Natale. Infine, è proseguita la donazione di materiale di campionatura e componenti di arredo per il giardino.



Promuoviamo lavoro per persone svantaggiate, soprattutto disabili e detenuti, creando servizi su misura per le imprese e la comunità.

Nel 2024 abbiamo **attivato una collaborazione con la Cooperativa sociale Officina dell’Abitare**, grazie alla quale due persone in condizioni di fragilità sociale sono entrate a far parte del nostro team, occupandosi di servizi di segretariato e attività dirette all’interno dei nostri uffici.

Lettera agli stakeholder	4
La nostra storia	6
1 CHI SIAMO Il nostro modo di abitare il mondo	9
2 AFFERMARE LA PLURALITÀ La casa prende forma dalle Persone	31
3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI Come abitare dentro e fuori casa	59
4 DECARBONIZZAZIONE Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa	77
5 ECONOMIA CIRCOLARE Tutto rincasa, niente si perde	99
6 COMUNITÀ Ogni casa è più grande se condivisa	119
7 APPENDICE	143

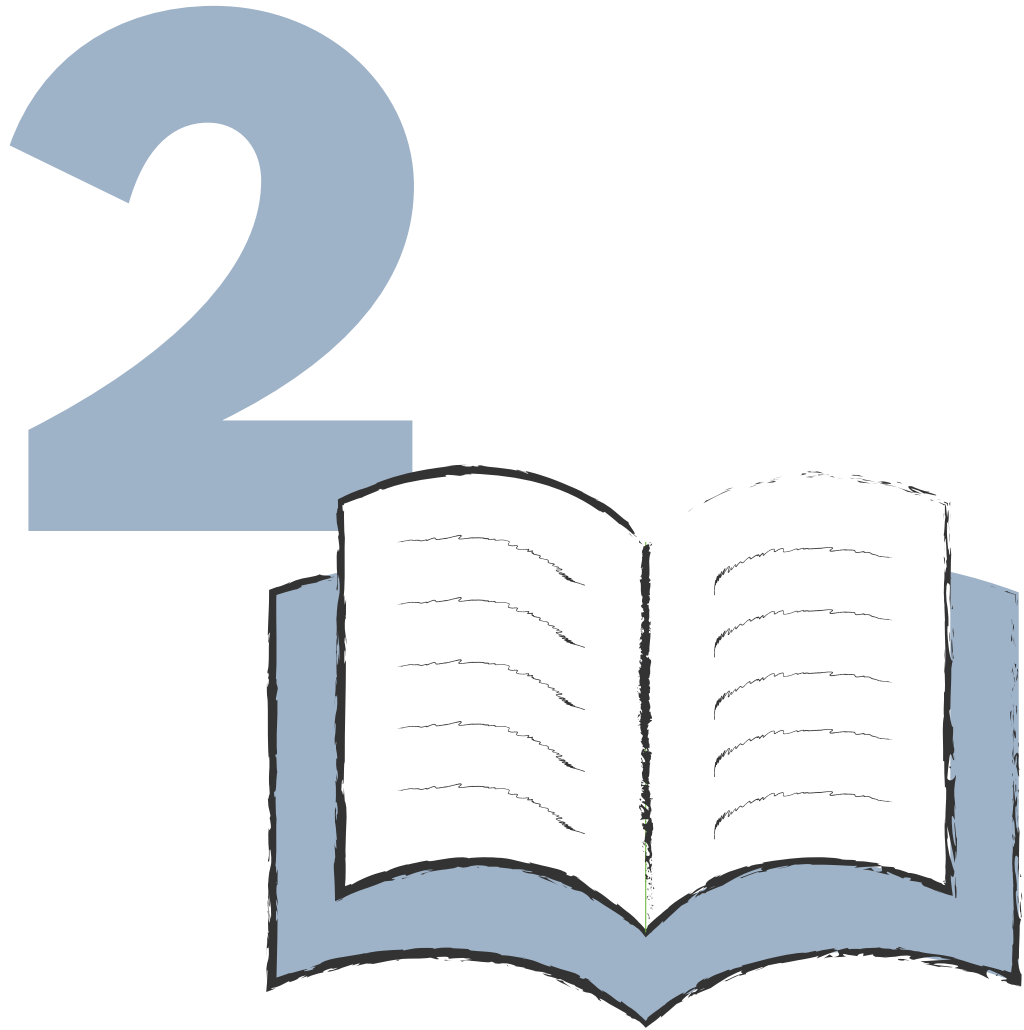




Leroy Merlin a supporto delle popolazioni colpite da eventi climatici estremi

Nel 2024 abbiamo lavorato alla stesura di **procedure d'intervento** da attivare in occasione di situazioni critiche legate ad **eventi climatici estremi verificatisi sul territorio nazionale**. La volontà di istituire tale procedura, infatti, è nata dall'esperienza dello scorso anno, durante il quale abbiamo attivato un meccanismo di solidarietà per supportare le comunità in Emilia-Romagna colpite dalle intense alluvioni che hanno causato ingenti danni al territorio.

La procedura, approvata dai dipartimenti di Internal Audit e Risorse Umane, è stata redatta per sostenere le persone colpite dagli eventi climatici estremi, consentendo l'attivazione rapida degli aiuti nelle zone colpite, qualora necessario. Saranno i nostri negozi di prossimità, infatti, ad agire come punto di riferimento per enti come la Protezione Civile, raccogliendo le esigenze locali e fungendo da piattaforma per, ad esempio, la distribuzione dei prodotti necessari a farne fronte.



6.2/ EDUCARE PER FARE

In Leroy Merlin Italia Italia ci impegniamo quotidianamente per promuovere uno stile di consumo responsabile. Attraverso iniziative educative, lavoriamo per **sviluppare competenze che aiutino le nostre Comunità ad adottare comportamenti e stili di vita più sostenibili**. Crediamo che ogni piccolo gesto possa fare la differenza, e vogliamo contribuire alla creazione di un futuro più inclusivo e responsabile nei confronti del nostro Pianeta.

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

1 CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

2 AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31

3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59

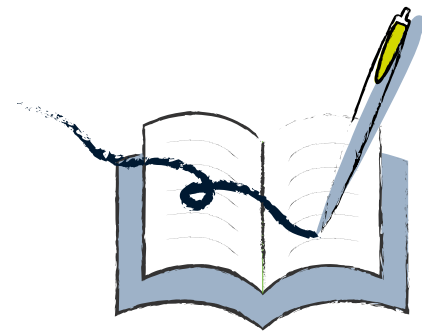
4 DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5 ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99

6 COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119

APPENDICE 143





Offrire alle scuole di tutto il territorio italiano moduli online gratuiti sui temi legati all'ambiente, all'economia e all'inclusione.

AMICO ECO

Un progetto per Educare per Fare

AmicoEco è un progetto **multidisciplinare** gratuito, creato dal nostro partner Civicamente e avviato nel 2014 per gli alunni delle scuole primarie e secondarie. Attraverso il programma forniamo matez con un nostro stand a **Didacta** – il più importante appuntamento espositivo sull'innovazione nel mondo della scuola, organizzato a Firenze, presso il quale abbiamo presentato il progetto di AmicoEco. La fiera si propone di creare un punto di incontro per scuole e aziende del settore, con l'obiettivo di promuovere il dialogo sull'istruzione tra enti, associazioni e imprenditori. Nella stessa occasione abbiamo presentato agli studenti il nostro business e le relative opportunità lavorative.

In parallelo al progetto AmicoEco abbiamo creato **due percorsi PCTO** – *Percorsi per le competenze trasversali e l'orientamento* – rivolti agli studenti delle scuole secondarie di secondo grado, i quali permettono la maturazione di ore certificate. Nel corso del 2024, circa **19.000 studenti** si sono iscritti allo **Sportello Energia**, il percorso dedicato ai temi del risparmio e della povertà energetica, e circa **7.000** al percorso di **Economia Civile**, il percorso dedicato alla transizione verso modelli economici non unicamente basati sul profitto.

Oltre

230.000

studenti

7.000

docenti coinvolti
nelle attività di AmicoEco
dal 2014 al 2024



Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

1 CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

2 AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31

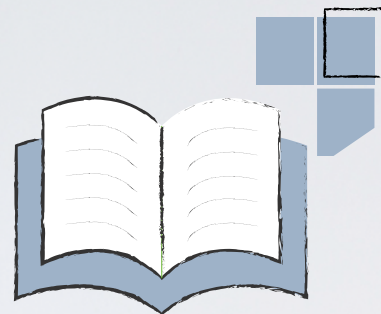
3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59

4 DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5 ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99

6 COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119

7 APPENDICE 143



Offrire piccoli suggerimenti per la vita quotidiana, sensibilizzando sui temi ed emergenze ambientali.

<https://www.leroymerlin.it/i-nostri-quaverdi.html>



I Quaverdi sono **opuscoli** che realizziamo dal 2014, al fine di fornire **semplici suggerimenti per compiere ogni giorno delle azioni per uno stile di vita più sostenibile**, contribuendo alla sensibilizzazione sui temi ambientali. Negli anni, le diverse edizioni dei Quaverdi hanno trattato diversi temi, dal risparmio energetico alla riduzione dei rifiuti, dal consumo responsabile, alla promozione di pratiche ecologiche. L'edizione 2024, dal titolo **"Piccole azioni per un mondo circolare"** e pubblicata in occasione della Giornata Internazionale del Riciclo, è stata dedicata a spunti su riuso e riciclo, attraverso la condivisione di piccole indicazioni per rendere ciascuno un attore della transizione ecologica, affinché modelli di produzione e consumo su cui si basa la nostra società possano essere più circolari.



6.3/ SVILUPPARE IL BUSINESS SOCIALE

Collaboriamo attivamente con le **Comunità locali** e le cooperative per favorire una crescita condivisa e creare **benessere collettivo**. Attraverso queste collaborazioni, promuoviamo iniziative che migliorano la qualità della vita delle Persone, supportando progetti che favoriscono l'**inclusione sociale** e lo **sviluppo sostenibile** per costruire un futuro più equo e prospero. Inoltre, ci impegniamo a valorizzare le risorse del territorio, sostenendo attività che preservano l'ambiente e promuovono l'imprenditoria locale per creare un **impatto positivo** di cui possano beneficiare sia le Persone che il Pianeta.

Una di queste collaborazioni è quella con **(RI)GENERIAMO**, di cui Leroy Merlin Italia è diventata socia al 40% durante il 2024.

LEROY MERLIN ITALIA

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

1. CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

2. AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31

3. SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59

4. DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5. ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99

6. COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119

APPENDICE 143



(RI)GENERIAMO

(RI)GENERIAMO è nata come Società Benefit nel giugno 2020 dalla cooperazione tra la Cooperativa Sociale Agricoltura Capodarco, la cooperativa La Paranza, l'Associazione Bricolage del Cuore, l'Impresa sociale ConVoi Lavoro e la Cooperativa Liberi Tutti l'Agenzia per il Lavoro Abile Job e con il sostegno di Leroy Merlin Italia.

L'organizzazione, che nel 2022 ha ottenuto la **certificazione BCorp**, ha come obiettivo quello di **sviluppare nuove economie per rigenerare Persone, Prodotti e Perimetri** e promuovere un'economia inclusiva che, in un'ottica imprenditoriale, mira a **valorizzare e realizzare progetti** basati sui **principi della sostenibilità e della circolarità**, riconoscendo al contempo il valore di persone e prodotti che normalmente restano esclusi dall'attuale sistema di mercato.

Leroy Merlin Italia è diventata socia al 40% durante il 2024.

COLLABORAZIONI CON LE SARTORIE SOCIALI

Un progetto per Sviluppare Business Sociale

Tramite la collaborazione con (RI)GENERIAMO e la rete di **sartorie sociali di GenerAtelier** offriamo ai Clienti, all'interno dei nostri negozi, la possibilità di usufruire di **piccole lavorazioni sartoriali** sui **tessuti e prodotti acquistati**. Nel 2024 il progetto ha consentito di impiegare 8 lavoratori delle sartorie sociali, per un totale di 28 riparazioni e 2.500€ investiti per la retribuzione dei lavoratori.



Creare sul territorio italiano una rete di sartorie sociali attraverso le quali realizzare prodotti per l'arredo tessile casa partendo dal recupero di scarti di tessuti in un'ottica di **sostenibilità ambientale oltre che sociale**.

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

2 AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31

3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59

4 DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5 ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99

6 COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119

APPENDICE 143



- 1. Guida al Report
- 2. Indicatori di Performace GRI
- 3. GRI Content Index

7 APPENDICE NDICE

Index

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

1 CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

2 AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31

3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59

4 DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5 ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99

6 COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119

7 APPENDICE
NDICE 143



7.1/

GUIDA AL REPORT

Dal 2009, Leroy Merlin Italia S.r.l., con Sede legale a Strada 8 Palazzo N - 20089 Rozzano (MI), redige annualmente il proprio Report di Sostenibilità. Tale documento rappresenta il principale strumento di condivisione con tutti gli stakeholder delle attività svolte durante l'anno di rendicontazione e riporta gli impegni e obiettivi individuati nell'ottica di incrementare l'impatto positivo nel tempo.

Il presente Report di Sostenibilità è stato redatto in forma volontaria in conformità ai Global Reporting Initiative Standards (GRI Standards), i principi di rendicontazione di sostenibilità più utilizzati a livello internazionale. La rendicontazione di sostenibilità, redatta secondo l'opzione "in accordance" in linea con i GRI Standards, così come aggiornati nel 2021, segue i principi generali definiti dal framework di rendicontazione di accuratezza, equilibrio, chiarezza, comparabilità, completezza, contesto di sostenibilità, tempestività e verificabilità. In particolare, i dati e le informazioni rendicontati in conformità ai GRI Standards sono specificati nel GRI Content Index riportato in appendice al Report di Sostenibilità, nel quale, per ciascun tema considerato rilevante ("materiale"), è indicato il paragrafo del documento ove è possibile trovare la relativa informativa.

Il contenuto e la qualità della rendicontazione riflettono il principio di materialità. I temi rendicontati sono infatti quelli che, all'esito del processo di analisi di materialità – descritto nel primo capitolo e negli Allegati – sono risultati maggiormente rilevanti, considerati gli impatti generati dall'attività dell'Azienda.

Il perimetro di rendicontazione dei dati corrisponde a quello del Bilancio di Esercizio della Società per l'anno fiscale chiuso al 31 dicembre 2024. Il Report di Sostenibilità si riferisce, quindi, al periodo che intercorre tra il 1° gennaio e il 31 dicembre 2024, e fornisce un raffronto con i dati relativi agli esercizi 2023 e 2022, al fine di presentare l'andamento delle performance di Leroy Merlin Italia su un orizzonte temporale più esteso. In aggiunta, sono stati riportati alcuni dati e informazioni con riferimento ai primi mesi del 2025, al fine di offrire una rappresentazione più aggiornata della realtà aziendale laddove necessario, anche con riferimento alle ultime iniziative che hanno maggiormente contribuito agli obiettivi di sostenibilità perseguiti dall'Azienda. Per fornire una rappresentazione puntuale delle performance, è stata privilegiata l'inclusione di indicatori quali-quantitativi direttamente rilevabili e misurabili, ricorrendo solo in limitati casi, puntualmente segnalati, a stime.

Il presente documento è stato redatto con l'assistenza tecnico-metodologica di KPMG Advisory S.p.A ed è stato sottoposto a revisione limitata da parte della società ERNST & YOUNG S.p.A., la cui relazione è disponibile nella sezione "Relazione della Società di Revisione".

Il Report di Sostenibilità è stato sottoposto ad approvazione da parte del Comitato di Direzione (CO-LEAD) di Leroy Merlin Italia in data 9 giugno 2025.

Per maggiori dettagli su obiettivi, indicatori e risultati raggiunti o per commenti al presente documento è possibile inviare una richiesta a: lm.impatto.positivo@leroymerlin.it

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

1 CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

2 AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31

3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59

4 DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5 ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99

6 COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119

7 APPENDICE 143

LA NOSTRA ORGANIZZAZIONE NEL DETTAGLIO

La nostra struttura organizzativa si compone di diversi organi, alcuni previsti per legge e altri dalla Governance ADEO. Tra gli organi societari previsti per legge figurano l’**Assemblea**, costituita dalla Società **PIATTAFORMA ADEO ITALIA S.P.A.**²⁵ in qualità di socio unico, a cui competono l’approvazione del bilancio e la nomina di Consiglio di Amministrazione, Collegio Sindacale e Società di Revisione; il **Consiglio di Amministrazione**, a cui è demandata la gestione ordinaria e straordinaria dell’Azienda, composto da 4 membri tra cui il Presidente e l’Amministratore Delegato; il **Collegio Sindacale**, organo di controllo composto da 3 membri effettivi e 2 supplenti, preposto a vigilare sul rispetto della legge, dello statuto, dei principi di corretta amministrazione e sull’adeguatezza dell’assetto organizzativo, amministrativo e contabile-civiltistico; la **Società di Revisione dei Conti**, preposta alla verifica delle situazioni contabili e patrimoniali che compongono il bilancio civilistico; e l’**Organismo di Vigilanza**, le cui nomine sono state rinnovate dal CdA nel 2024, a cui spetta il compito di vigilare sull’osservanza del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo, sulla sua efficacia, effettiva attuazione ed aggiornamento²⁶.

Tra gli organi previsti dalla Governance del Gruppo ADEO figurano inoltre il **Consiglio di sorveglianza**, preposto alla costruzione e condivisione delle strategie aziendali di medio e lungo termine; il **Comitato Investimenti**, che analizza e approva le operazioni di sviluppo immobiliare; il **Comitato Audit**, che supervisiona e monitora l’esposizione ai rischi dell’Azienda informandone il Top Management; e il **Comitato Etico**, a cui è assegnato il compito di diffondere i principi e le norme di comportamento contenuti nel Codice Etico, verificarne il rispetto e segnalare al CdA eventuali necessità di revisione; inoltre, il Comitato si occupa della ricezione ed esame delle segnalazioni di cui al cosiddetto decreto Whistleblowing (D.Lgs. 24/2023) tramite gli appositi canali dedicati, procedendo ai relativi approfondimenti.

La nostra organizzazione aziendale si basa, inoltre, su **ruoli istituzionali e operativi** specifici del settore della grande distribuzione, e implica un costante coordinamento operativo e la presa di decisioni quotidiane che richiedono catene di comando snelle e flessibili.

In prima linea figura il **Comitato di Direzione (CO-LEAD)**, comitato operativo composto dall’Amministratore Delegato e dai Direttori delle varie funzioni aziendali (cfr. Capitolo 1, paragrafo “La nostra organizzazione per un impatto sempre più positivo”).



Il CO-LEAD guida e supervisiona le strategie e le politiche societarie verso il perseguimento degli obiettivi dell’Azienda, inclusi quelli relativi alla sostenibilità: in particolare, la strategia di sostenibilità viene discussa all’interno del CO-LEAD, e tra i suoi membri siede anche la Leader della Direzione Impatto Positivo, funzione creata nel 2023 a diretto riporto dell’Amministratore Delegato con l’obiettivo di guidare l’Azienda verso il raggiungimento di **nuovi traguardi nell’ambito della sostenibilità**.

Infine, a livello di **punto vendita ciascuno è considerato un nucleo aziendale autonomo**, che replica il modello organizzativo societario in linea con i principi generali della strategia aziendale. Tutti i negozi sono guidati da **Store Leader**, i quali sono responsabili del **Comitato del negozio**, composto da diverse figure chiave che insieme guidano lo sviluppo del punto vendita. Inoltre, in veste di **datori di lavoro**, si impegnano a far rispettare le politiche sociali e di sicurezza e la gestione degli aspetti legati alla comunicazione, allo sviluppo sostenibile e alle dinamiche commerciali.

STRUMENTI DI COMPLIANCE

Nel 2009 il CdA ha approvato il **Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo** ai sensi del D.Lgs. 231/2001, la cui ultima versione risale al 2023. Il Modello identifica da un lato le cosiddette **attività sensibili**, ovvero quelle che presentano il rischio di potenziale commissione dei reati previsti dal Decreto, e dall’altro definisce **principi di condotta e procedure di controllo** idonee a **prevenire** la commissione di tali reati. Il CdA e le sue strutture aziendali informano i destinatari del Modello della sua esistenza e del suo contenuto, mentre la Direzione Persone e Cultura, in collaborazione con l’OdV e le altre funzioni aziendali interessate, diffonde e porta a conoscenza il Modello con **iniziative di formazione**, anche in merito ai suoi aggiornamenti. Abbiamo inoltre adottato un nostro **Codice Etico**, anch’esso approvato nel 2009 e aggiornato da ultimo nel 2023 in quanto parte integrante del Modello Organizzativo. Il Codice formalizza gli standard etici adottati dal Gruppo ADEO, al fine di condividere con le nostre Persone e con tutti i destinatari interessati i valori e le regole di comportamento pensati per costruire una realtà ispirata alla **trasparenza e correttezza**, mediante attività di formazione e comunicazione anche attraverso il nostro sito. In particolare, il Codice Etico richiede a tutte le persone che entrano in contatto con l’Azienda di rispettare i seguenti principi nelle relazioni e nelle attività di business:

Efficacia ed efficienza

Riservatezza

Responsabilità verso la collettività

Concorrenza leale

Tutela dell’integrità fisica

Tutela dell’ambiente naturale

Il Codice Etico prevede, inoltre, le modalità di **segnalazione di eventuali conflitti di interesse** che possono influenzare le decisioni prese durante lo svolgimento delle attività lavorative, attraverso un **apposito Tool** denominato Act Ethics che permette di effettuare le segnalazioni direttamente al proprio Manager. In ottemperanza alla nuova normativa whistleblowing, la nostra Azienda ha poi istituito degli appositi **canali di segnalazione interna**, presidiati dal Comitato Etico nella sua composizione ristretta (Compliance Officer, Referente Persone e Cultura, Leader Audit), messi a disposizione dei dipendenti e di terzi, anche esterni all’Azienda:

- **Piattaforma online** per effettuare segnalazioni anonime tramite una chat dedicata.
- **Posta ordinaria** all’attenzione del Comitato Etico di Leroy Merlin Italia presso la funzione Compliance.
- **Incontro diretto** con il Comitato Etico, se richiesto dal segnalante.

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

2 AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31

3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59

4 DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5 ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99

6 COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119

APPENDICE 143

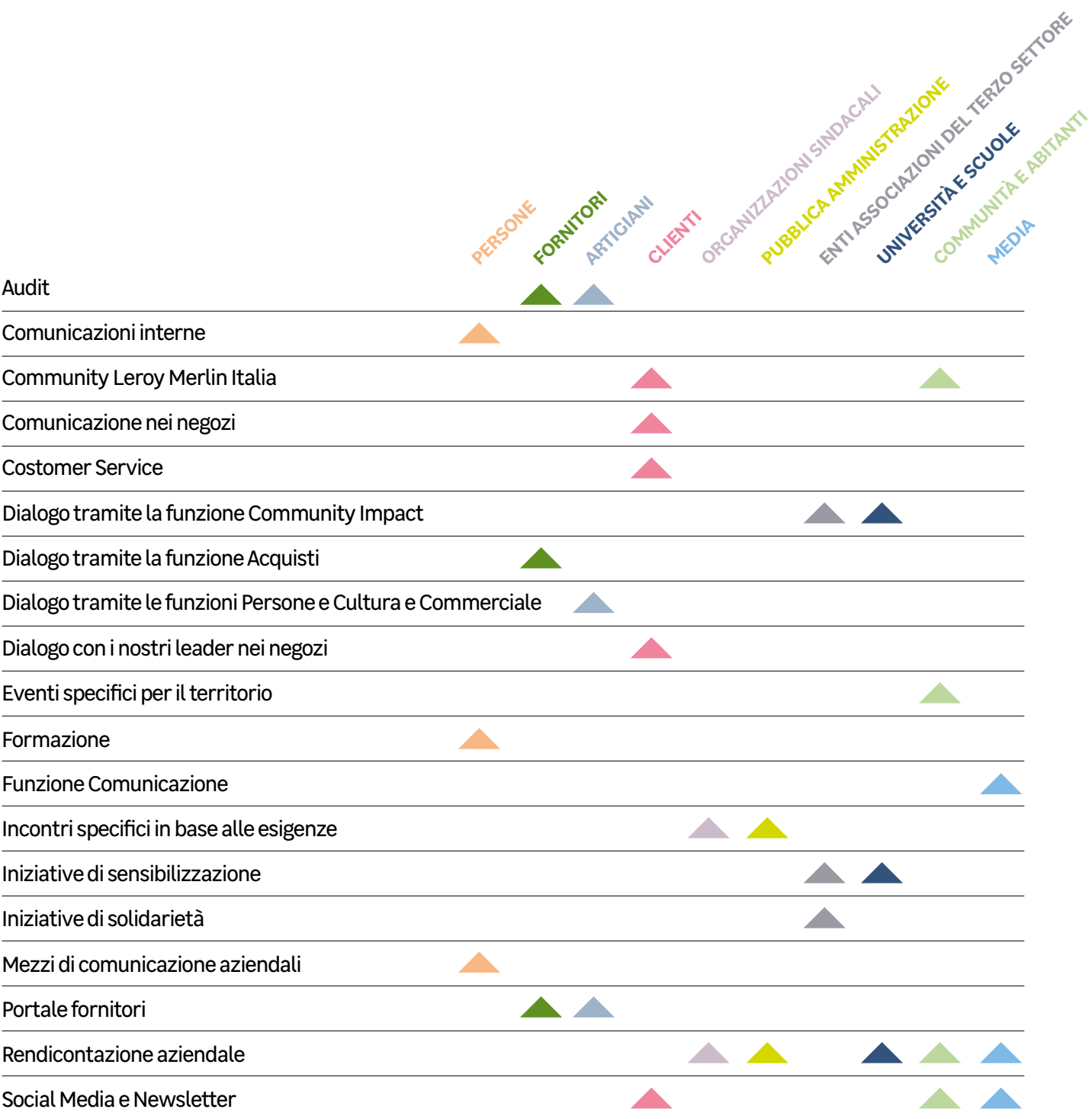


²⁵ Precedentemente denominata, fino al giugno 2024, SIB - Società Italiana Bricolage S.p.A.

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

Le principali modalità di coinvolgimento dei nostri stakeholder

Diverse sono le modalità con cui comunichiamo con i nostri stakeholder, a seconda della finalità del coinvolgimento e della tipologia di interlocutore, ma con l’unico obiettivo di tenerli aggiornati sulle attività di Leroy Merlin Italia e raccoglierne esigenze e punti di vista, soprattutto in merito alle **azioni che implementiamo per generare Impatto Positivo**. Tra tutti, il nostro *sito Sostenibilità Leroy Merlin Italia*²⁷ rappresenta il principale canale di comunicazione con tutti i nostri stakeholder, costantemente aggiornato e dove è possibile **prendere visione del nostro Report di Sostenibilità**. In aggiunta, numerosi altri strumenti sia online che fisici ci supportano nel rafforzare e mantenere viva la relazione con i nostri stakeholder:



27 È possibile accedere al sito web tramite il seguente link: <https://www.leroymerlin.it/sostenibilita/>

L'ANALISI DI MATERIALITÀ E GLI IMPATTI GENERATI DA LEROY MERLIN ITALIA

Nel 2024 abbiamo **aggiornato l’analisi di materialità** al fine di individuare le tematiche – i cosiddetti **temi materiali** – sulle quali la nostra Azienda incide o potrebbe incidere maggiormente. Abbiamo condotto tale analisi **secondo i principi di rendicontazione GRI Universal Standards 2021**, i quali definiscono i temi materiali come quei temi che riflettono gli impatti più significativi che l’Azienda genera o potrebbe generare su economia, ambiente e persone. L’aggiornamento ha seguito un processo strutturato su quattro fasi (cfr. Capitolo 1, “Le nostre priorità: l’analisi di materialità”), di seguito descritte nel dettaglio:

COMPRENSIONE DEL CONTESTO ESTERNO

L’obiettivo di questa fase è quello di individuare gli aspetti di sostenibilità più rilevanti alla luce del contesto di riferimento e del settore in cui operiamo. In particolare, abbiamo svolto un’**analisi di benchmark** per comprendere i temi di sostenibilità su cui stanno lavorando i nostri peer e le principali best practice, attraverso l’analisi di fonti pubblicamente disponibili. Successivamente, abbiamo analizzato i **principali trend di sostenibilità** nel mondo del retail emersi da documenti di settore quali il Report 2023 di Federdistribuzione, gli standard SASB per i settori “*Multiline and specialty retailers & distributors*” e “*Building products & furnishings*”, il Sustainability Yearbook 2023 di S&P Global per il settore “Retailing” ed il Report KPMG Earth Day 2023. Infine, abbiamo aggiornato la **rassegna stampa** attraverso la ricognizione degli articoli relativi alle attività di Leroy Merlin Italia pubblicati nel corso dell’anno dalle principali testate giornalistiche.

IDENTIFICAZIONE E VALUTAZIONE DELLA SIGNIFICATIVITÀ DEGLI IMPATTI E DEI TEMI MATERIALI

Proseguendo l’attività svolta lo scorso anno, abbiamo confermato l’**individuazione degli impatti positivi e negativi, attuali e potenziali**, che la nostra Azienda genera su economia, ambiente e persone alla luce dei temi emersi dall’analisi del contesto esterno. Inoltre, partendo dalla valutazione di significatività degli impatti svolta lo scorso anno dal Team Impatto Positivo, nel 2024 abbiamo allineato la metodologia di aggregazione²⁸ e la soglia di materialità a quelle del Gruppo ADEO, identificando in questo modo gli impatti più rilevanti successivamente raggruppati in temi.

COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER

Abbiamo successivamente sottoposto la lista dei temi materiali a validazione da parte dei nostri stakeholder, al fine di assicurare l’allineamento rispetto alle aspettative degli interlocutori che meglio conoscono la realtà e il settore di Leroy Merlin Italia raccogliendo i loro feedback. In particolare, il coinvolgimento ha previsto l’**invio di un questionario agli stakeholder esterni** (selezionati tra fornitori di servizi e prodotti, associazioni di categoria, enti del terzo settore, istituzioni) e lo **svolgimento di un workshop con un gruppo di referenti aziendali**.

VALIDAZIONE FINALE DEI RISULTATI

Infine, abbiamo **condiviso il risultato dell’analisi con il Comitato di Direzione (CO-LEAD)**, in qualità di organo competente che possiede una visione completa delle caratteristiche dell’Azienda e del contesto in cui opera, **ottenendo la validazione della lista prioritizzata dei 14 temi materiali** che ha rappresentato la guida per delineare il contenuto del presente Report di Sostenibilità 2024 (cfr. Capitolo 1, “Le nostre priorità: l’analisi di materialità” per le principali modifiche rispetto allo scorso anno).

28 La significatività degli impatti rimane valutata come il prodotto tra la probabilità di accadimento (solo per gli impatti potenziali) e la sua severità, che identifica quanto è dannoso un impatto negativo o benefico un impatto positivo. Rispetto allo scorso anno, la formula per il calcolo della severità è stata allineata a quella del Gruppo ADEO, prevedendo la sommatoria tra le valutazioni attribuite alla portata, entità e carattere di irrimediabilità (solo per gli impatti negativi) di ciascun impatto.

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

CHI SIAMO Il nostro modo di abitare il mondo 9

2 AFFERMARE LA PLURALITÀ La casa prende forma dalle Persone 31

3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI Come abitare dentro e fuori casa 59

4 DECARBONIZZAZIONE Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5 ECONOMIA CIRCOLARE Tutto rincasa, niente si perde 99

6 COMUNITÀ Ogni casa è più grande se condivisa 119

7 APPENDICE 143



Per ciascuno dei 14 temi materiali, riportiamo di seguito la **descrizione dei rispettivi impatti, positivi e negativi, attuali e potenziali**, generati da Leroy Merlin Italia su economia, ambiente e Persone, inclusi i loro diritti umani, con l'indicazione della fase della catena del valore in cui gli impatti hanno origine e dei paragrafi del Report in cui descriviamo le principali iniziative adottate per gestirli.

TEMA MATERIALE	DESCRIZIONE IMPATTI	DOVE GENERIAMO L'IMPATTO			TIPOLOGIA DI EVENTO	COME GESTIAMO GLI IMPATTI
		A MONTE	LEROY MERLIN ITALIA	AVALLE		
Attrazione, formazione e sviluppo dei talenti	Incremento della soddisfazione, della motivazione e del senso di appartenenza all'Azienda delle Persone di Leroy Merlin Italia attraverso: - un Modello di Leadership che valorizza ciascuno. - l'ascolto attivo delle loro esigenze e il loro ingaggio - attività formative che aumentano il loro sviluppo professionale e personale.				Attuale	Sosteniamo la leadership di ogni persona; Favoriamo lo sviluppo e la valorizzazione dei talenti; Accresciamo le competenze delle nostre Persone; Supportiamo la crescita delle nostre Persone
Benessere delle Persone	Incremento della soddisfazione delle Persone di Leroy Merlin Italia attraverso: - iniziative diversificate ad integrazione della retribuzione - iniziative in grado di favorire l'equilibrio vita privata-lavoro.				Attuale	Sosteniamo la leadership di ogni persona; Il benessere delle nostre Persone al primo posto
Biodiversità	Perdita di biodiversità dovuta all'edificazione e apertura di nuovi negozi.				Attuale	Tuteliamo la biodiversità
Catena di fornitura responsabile	Violazioni dei diritti umani a causa di relazioni con fornitori che non rispettano pratiche di approvvigionamento e produzione responsabili.				Potenziale	Insieme ai nostri Partner, per costruire un modo di abitare più sostenibile; I nostri fornitori

LEROY MERLIN ITALIA						
Decarbonizzazione	Generazione di emissioni di CO₂ lungo la catena del valore, causata da: · produzione di prodotti venduti dall'Azienda. · trasporto da e verso fornitori e clienti. · utilizzo di energia da parte dei Clienti per alimentare i prodotti venduti dall'Azienda.		Attuale	I nostri impatti ambientali lungo la catena del valore; Sulla via della decarbonizzazione; Gestiamo responsabilmente i nostri consumi energetici; Le nostre emissioni di gas ad effetto serra; Riduciamo gli impatti della logistica		
	Generazione di emissioni di CO₂ in atmosfera derivanti dai consumi energetici di sedi, negozi e magazzini.		Attuale	I nostri impatti ambientali lungo la catena del valore; Sulla via della decarbonizzazione; Gestiamo responsabilmente i nostri consumi energetici; Le nostre emissioni di gas ad effetto serra; Riduciamo gli impatti della logistica		
	Inquinamento marino, terrestre e atmosferico generato dalle attività di trasporto da e verso i fornitori, nonché da e verso i clienti.		Attuale	I nostri impatti ambientali lungo la catena del valore; Sulla via della decarbonizzazione; Gestiamo responsabilmente i nostri consumi energetici; Le nostre emissioni di gas ad effetto serra; Riduciamo gli impatti della logistica		
Economia circolare	Degradazione del capitale naturale e del patrimonio ambientale a causa dell'approvvigionamento dei prodotti.		Attuale	La nostra Casa; Noleggio, riparazione, seconda vita; Riciclo e riduzione dei rifiuti		
	Degradazione del capitale naturale e del patrimonio ambientale a causa dell'approvvigionamento e smaltimento del packaging dei prodotti e degli imballaggi terziari		Attuale	La nostra Casa; Noleggio, riparazione, seconda vita; Riciclo e riduzione dei rifiuti		
Gestione dei rifiuti	Generazione di rifiuti inviati a smaltimento (es. discarica) con impatti ambientali relativi a inquinamento ed emissioni di CO₂		Attuale	I nostri impatti ambientali lungo la catena del valore; Riciclo e riduzione dei rifiuti		
Legenda: Impatto positivo Impatto negativo						

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

2 AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31

3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59

4 DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5 ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99

6 COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119

APPENDICE
143



Iniziative a supporto della comunità	Supporto allo sviluppo del territorio grazie alla generazione e condivisione di valore socialmente orientato (es. effettuazione di donazioni di prodotti ed erogazioni liberali ad associazioni ed enti locali).		Attuale	Generiamo valore per i nostri stakeholder; Comunità
	Miglioramento del benessere della comunità attraverso attività socialmente utili.		Attuale	Generiamo valore per i nostri stakeholder; Comunità
Innovazione e Digitalizzazione	Depauperamento delle risorse naturali legato alla produzione dei dispositivi elettronici utilizzati in Azienda.		Attuale	Riciclo e riduzione dei rifiuti
Partner locali	Creazione di posti di lavoro e di indotto per il territorio attraverso la collaborazione con artigiani locali.		Attuale	Insieme ai nostri Partner, per costruire un modo di abitare più sostenibile; Le nostre imprese Artigiane
Pluralità	Incremento della soddisfazione delle Persone di Leroy Merlin Italia grazie allo sviluppo di una cultura inclusiva.		Attuale	Rispettiamo e valorizziamo le unicità di ciascuno di noi
	Ripercussioni sul benessere mentale e fisico delle Persone di Leroy Merlin Italia dati da casi di molestie o discriminazione di genere, etnica e nei confronti di categorie svantaggiate.		Attuale	Rispettiamo e valorizziamo le unicità di ciascuno di noi
	Insoddisfazione delle Persone di Leroy Merlin Italia con disabilità a causa dell'inaccessibilità dei luoghi di lavoro.		Attuale	Rispettiamo e valorizziamo le unicità di ciascuno di noi
Prodotti a maggior risparmio energetico e minor impatto ambientale	Riduzione della povertà energetica dei Clienti generata dall'offerta di prodotti che necessitano di un consumo energetico minore.		Attuale	Promuoviamo scelte di consumo responsabili attraverso i nostri prodotti; Offriamo servizi per ottimizzare il risparmio energetico dei clienti
Salute e sicurezza	Peggioramento della salute psico-fisica delle Persone di Leroy Merlin Italia a causa di una valutazione non adeguata dei rischi legati allo stress da lavoro-correlato, che non tenga conto degli aspetti di progettazione, organizzazione e gestione del lavoro e del contesto socio-ambientale.		Attuale	Garantiamo la salute e sicurezza
	Danni alla salute delle Persone di Leroy Merlin Italia a seguito di infortuni sul lavoro e malattie professionali.		Attuale	Garantiamo la salute e sicurezza

Sensibilizzazione dei clienti		Inquinamento del suolo / atmosferico dovuto a una gestione dei rifiuti generati dai clienti legati ai nostri prodotti.		Attuale	Promuoviamo scelte di consumo responsabili attraverso i nostri prodotti; Noleggio, riparazione, seconda vita; Iniziative per educare e sensibilizzare i nostri clienti
Legenda:		 Impatto positivo	 Impatto negativo		

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6



Il nostro modo di abitare il mondo 9



La casa prende forma dalle Persone 31



Come abitare dentro e fuori casa 59



Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77



Tutto rincasa, niente si perde 99



Ogni casa è più grande se condivisa 119



143



7.2/

INDICATORI DI PERFORMANCE GRI

GRI 2-7 DIPENDENTI²⁹

Dipendenti per tipologia di impiego	2022			2023			2024			Delta 2024 vs 2023		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Totale	4.432	3.670	8.102	4.315	3.649	7.964	4.267	3.655	7.922	-1%	0%	-1%
Dipendenti a tempo pieno	2.954	1.121	4.075	2.858	1.153	4.011	2.762	1.154	3.916	-3%	0%	-2%
Dipendenti part-time	1.478	2.549	4.027	1.457	2.496	3.953	1.505	2.501	4.006	3%	0%	1%

GRI 2-7 DIPENDENTI

Dipendenti per tipologia di contratto e genere	2022			2023			2024			Delta 2024 vs 2023		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Totale	4.432	3.670	8.102	4.315	3.649	7.964	4.267	3.655	7.922	-1%	0%	-1%
Dipendenti a tempo indeterminato	3.773	3.013	6.786	3.765	3.125	6.890	3.620	3.123	6.743	-4%	0%	-2%
Dipendenti a tempo determinato	656	655	1.311	549	523	1.072	644	528	1.172	17%	1%	9%
Dipendenti a orario non garantito (a chiamata)	3	2	5	1	1	2	3	4	7	200%	300%	250%

GRI 2-7 DIPENDENTI

Dipendenti per tipologia di contratto ed età	2022				2023				2024				Delta 2024 vs 2023			
	<30	30-50	>50	Totale	<30	30-50	>50	Totale	<30	30-50	>50	Totale	<30	30-50	>50	Totale
Totale	1.736	5.114	1.252	8.102	1.564	4.930	1.470	7.964	1.613	4.867	1.442	7.922	3%	-1%	1%	-1%
Dipendenti a tempo indeterminato	810	4.739	1.237	6.786	820	4.623	1.447	6.890	771	4.552	1.420	6.743	-6%	-2%	-2%	-2%
Dipendenti a tempo determinato	921	375	15	1.311	743	307	22	1.072	836	315	21	1.172	13%	2%	5%	9%
Dipendenti a orario non garantito (a chiamata)	5	0	0	5	1	0	1	2	6	0	1	7	500%	-	0%	250%

29 Lavoratori in forza al 31/12 di ogni anno. A seguito di un affinamento nella raccolta dati, i dati relativi al 2023 per l'indicatore GRI 2-7 sono stati revisionati.

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

1 CHI SIAMO Il nostro modo di abitare il mondo 9

2 AFFERMARE LA PLURALITÀ La casa prende forma dalle Persone 31

3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI Come abitare dentro e fuori casa 59

4 DECARBONIZZAZIONE Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5 ECONOMIA CIRCOLARE Tutto rincasa, niente si perde 99

6 COMUNITÀ Ogni casa è più grande se condivisa 119

7 APPENDICE 143



GRI 2-8: LAVORATORI NON DIPENDENTI³⁰

Lavoratori non dipendenti	2022			2023			2024			Delta 2024 vs 2023		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Totale	123	76	199	94	48	142	75	43	118	-20%	-10%	-17%
Stagisti	115	73	188	69	40	109	50	33	83	-28%	-18%	-24%
Interinali	8	3	11	25	8	33	25	10	35	0%	25%	6%

GRI 2-9: STRUTTURA E COMPOSIZIONE DELLA GOVERNANCE

Nome	Età	Genere	Incarico	Esecutivo /non esecutivo	Indipendenza	Data di inizio incarico dei membri nell'organo di governo	Numero di altri incarichi e impegni significativi ricoperti da ciascun membro e natura degli impegni
Alessandro di Giovanni	Over 50	M	Presidente	Non esecutivo	no	18/04/2024	Presidente Piattaforma Adeo Italia S.P.A., Bricocenter Italia Srl, Bricoman Italia Srl; Consigliere Golilla Srl
Giannalberto Cancemi	Tra 30 e 50	M	Amministratore Delegato	Esecutivo	no	18/04/2024	Consigliere Piattaforma Adeo Italia S.P.A.
Pierre-Yves Guislain	Over 50	M	Consigliere delegato	Esecutivo	no	18/04/2024	Consigliere Bricoman Italia Srl e Golilla Srl, CFO LMI
Michele Cuoccio	Over 50	M	Consigliere	Non esecutivo	no	18/04/2024	Consigliere Bricocenter Italia Srl, Bricoman Italia Srl; Presidente Golilla Srl; CFO di Bricoman Italia Srl (Tecnomat denominazione insegna società)

GRI 2-26 MECCANISMI PER RICHIEDERE CHIARIMENTI E SOLLEVARE PREOCCUPAZIONI

Segnalazioni ricevute dal meccanismo di whistleblowing	2022	2023	2024	Delta 2024 vs 2023
Numero totale di segnalazioni ricevute attraverso il meccanismo di whistleblowing	48	62	31	-50%
di cui è stato confermato un episodio di comportamento non etico o illegale, o un problema di integrità organizzativa	11	10	7	-30%

GRI 2-27 CONFORMITÀ A LEGGI E REGOLAMENTI

Numero totale di casi significativi di non conformità a leggi e ai regolamenti socio-economici durante il periodo di riferimento suddivisi per categoria	2022	2023	2024	Delta 2024 vs 2023
Numero di multe significative	0	0	0	-
Numero di sanzioni non monetarie significative	0	0	0	-

GRI 2-27 CONFORMITÀ A LEGGI E REGOLAMENTI

Numero totale e valore monetario pagato durante il periodo di riferimento, in relazione a casi di non conformità con le leggi e i regolamenti socio-economici	2022	2023	2024	Delta 2024 vs 2023
Numero di multe significative	0	0	0	-
di cui nel periodo di riferimento corrente	0	0	0	-
di cui verificati in periodi di rendicontazione precedenti	0	0	0	-
Valore monetario delle multe significative	0	0	0	-
di cui nel periodo di riferimento corrente	0	0	0	-
di cui verificati in periodi di rendicontazione precedenti	0	0	0	-
Tasso di cambio	0	0	0	-

30 Lavoratori in forza al 31/12 di ogni anno.

GRI 2-30 CONTRATTI COLLETTIVI³¹

Dipendenti inquadrati in contratti collettivi	2022			2023			2024			Delta 2024 vs 2023		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dipendenti inquadrati in contratti collettivi	4.432	3.670	8.102	4.315	3.649	7.964	4.267	3.655	7.922	-1%	0%	-1%
Totale dipendenti	4.432	3.670	8.102	4.315	3.649	7.964	4.267	3.655	7.922	-1%	0%	-1%
Percentuale di dipendenti inquadrati in contratti collettivi	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	0%	0%	0%

GRI 201-1: VALORE ECONOMICO DIRETTAMENTE GENERATO E DISTRIBUITO

Valore economico (euro)	2022	2023	2024	Delta 2024 vs 2023
Valore economico direttamente generato	1.838.670.731 €	1.915.531.923 €	1.869.900.525 €	-2%
Costi operativi	1.383.415.886 €	1.444.104.615 €	1.434.874.257 €	-1%
Salari e benefit dei dipendenti	285.412.722 €	293.715.338 €	292.368.345 €	0%
Pagamenti ai fornitori di capitale	20.451.490 €	10.641.824 €	887.956 €	-92%
Pagamenti alla pubblica amministrazione	33.472.520 €	35.027.278 €	29.651.770 €	-15%
Investimenti nella comunità	1.036.883 €	724.126 €	371.753 €	-49%
Valore economico distribuito	1.723.789.501 €	1.784.213.181 €	1.758.154.081 €	-1%
Valore economico trattenuto	114.881.230 €	131.318.742 €	111.746.444 €	-15%

GRI 302-1 ENERGIA CONSUMATA ALL'INTERNO DELL'ORGANIZZAZIONE (GJ)³²

Consumi energetici	2021	2022	2023	2024	Delta 2024 vs 2023
Consumi energetici diretti	123.905	101.038	89.363	81.140	-9%
Da fonti non rinnovabili	85.078	61.419	54.908	44.256	-19%
Gas naturale	83.377	60.091	53.180	42.718	-20%
Diesel ³³	1.702	1.328	1.728	1.538	-11%
Consumi da auto	9.601	9.974	6.044	10.155	68%
Benzina auto	4.728	-	1.453	1.473	1%
Diesel	4.107	9.974	4.591	8.682	89%
Energia solare autoprodotta	29.226	32.262	30.616	30.404	-1%
di cui autoconsumata	29.226	29.645	28.411	26.729	-6%
di cui ceduta in rete	0	2.617	2.204	3.675	67%
Consumi energetici indiretti	250.584	249.913	257.116	255.306	-1%
Da fonti non rinnovabili	15.319	4.271	1.024	14.439	1311%
Da fonti rinnovabili	227.880	236.520	243.860	225.550	-8%
Energia termica da fonti non rinnovabili	7.385	9.122	12.232	15.317	25%
Consumi energetici totali	374.490	350.951	346.479	336.445	-3%

GRI 302-3 INTENSITÀ ENERGETICA

Consumi energetici	2021	2022	2023	2024	Delta 2024 vs 2023
Consumo totale di energia (GJ)	374.490	350.951	346.479	336.445	-3%
Valore della produzione (€)	1.671.222.272	1.837.013.459	1.911.919.127	1.854.318.843	-3%
Intensità energetica (GJ/€)	0,00022	0,00019	0,00018	0,00018	0%

31 Seguito di un affinamento nella raccolta dati, i dati relativi al 2023 per l'indicatore GRI 2-30 sono stati revisionati.

32 I Fattori di conversione utilizzati per calcolare l'energia consumata in GJ sono rispettivamente ISPRA 2024, 2023 e 2021 per i dati 2024, 2023 e 2022

33 I dati relativi ai consumi energetici per l'anno 2023 e 2022 sono stati aggiornati rispetto alle precedenti rendicontazioni, a seguito di un affinamento nel calcolo che ha permesso di integrare nel monitoraggio anche il consumo di gasolio negli impianti stazionari.

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6



CHI SIAMO

Il nostro modo di abitare il mondo

9



AFFERMARE LA PLURALITÀ

La casa prende forma dalle Persone

31



SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI

Come abitare dentro e fuori casa

59



DECARBONIZZAZIONE

Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa

77



ECONOMIA CIRCOLARE

Tutto rincasa, niente si perde

99



COMUNITÀ

Ogni casa è più grande se condivisa

119



APPENDICE

143



GRI 302-3 INTENSITÀ ENERGETICA ³⁴					
Consumi energetici	2021	2022	2023	2024	Delta 2024 vs 2023
Consumo totale di energia (GJ)	374.490	350.951	346.479	336.445	-3%
Superficie di vendita interna + depositi e sede (m²)	542.501	550.246	604.828	604.828	0%
Intensità energetica (GJ/m²)	0,69	0,64	0,57	0,56	-3%

GRI 302-4 RIDUZIONE DEL CONSUMO DI ENERGIA ³⁵					
Iniziative di efficientamento	Tipo di energia	Baseline 2021	2022	2023	2024
Dismissione caldaie a gas e/o installazione pompe di calore	Gas naturale e diesel (GJ)	85.078	61.419	54.908	44.256
Efficientamento energetico	Energia acquistata dalla rete + Energia autoprodotta e consumata (GJ)	279.810	279.558	285.527	282.035
Superficie di vendita interna + depositi e sede (m²)		542.501	550.246	604.828	604.828
Riduzione dei consumi energetici	Gas naturale e diesel (%)	-	-29%	-42%	-53%
	Energia acquistata dalla rete + Energia autoprodotta e consumata (%)	-	-1%	-8%	-10%

GRI 305: EMISSIONI (tCO ₂ e) ³⁶					
Emissioni di CO ₂ e dirette e indirette ³⁷	2021	2022	2023	2024	Delta 2024 vs 2023
Emissioni dirette (Scope 1)	9.547	4.621	3.865	3.383	-12%
Emissioni da combustione di impianti stazionari	5.515	2.869	2.930	2.334	-20%
Emissioni da combustione di impianti mobili	850	689	429	705	64%
Emissioni fuggitive	3.182	1.063	506	344	-32%
Altre emissioni		-	-	0	-
Emissioni indirette (Scope 2) – market based	20.013	18.481	19.171	19.582	2%
Emissioni indirette (Scope 2) – location based	25.536	17.644	18.855	18.799	-0,3%
Altre emissioni indirette (Scope 3)	5.672.806	5.648.992	5.305.714	5.590.952	5%
Totale emissioni indirette dal trasporto	6.366	16.916	38.765	51.588	33%
Totale emissioni indirette derivanti dall'utilizzo dei prodotti venduti	5.503.604	5.464.432	5.094.806	5.239.302	3%
Totale Emissioni Fixed assets	1.339	1.417	37	0	-100%
Totale emissioni energia (upstream)	0	7.558	4.775	4.722	-1%
Totale Emissioni derivanti dai viaggi relativi alle attività dell'organizzazione	150.332	145.975	146.499	257.603	76%
Totale Emissioni derivanti dai rifiuti lungo tutta la catena del valore	8.223	8.793	9.374	10.574	13%
Totale Emissioni derivanti da altri acquisti	2.942	3.901	11.458	27.162	142%
Totale Market-based	5.702.366	5.672.094	5.328.750	5.613.917	5%

34 L'intensità energetica è calcolata secondo la formula (consumi energetici in GJ / superficie di vendita, sede e depositi in m²). Le superfici 2024 non tengono conto di alcune sedi minori e alcuni magazzini situati all'interno dei negozi, di cui invece sono stati calcolati i consumi. I valori dell'intensità energetica al 2024 e al 2023 sono poi stati rapportati secondo la formula ((intensità energetica 2024 – intensità energetica 2023) / intensità energetica 2023).

35 La riduzione dei consumi è il risultato del confronto tra i consumi al 2021 e i consumi al 2022, 2023 e 2024 calcolato con la seguente formula: ((consumi 2024-2023-2022 in GJ / superficie di vendita, sede e depositi 2024-2023-2022 in m² – consumi 2021 in GJ / superficie di vendita, sede e depositi 2021 in m²) / (consumi 2021 in GJ / superficie di vendita, sede e depositi 2024 in m²)). Le superfici 2023 non tengono conto di alcune sedi minori e alcuni magazzini situati all'interno dei negozi, di cui invece sono stati calcolati i consumi. I dati 2021, 2022 e 2023 relativi alla riduzione dell'utilizzo di combustibili sono stati rivisti integrando anche il consumo di diesel.

36 I fattori di emissione utilizzati provengono da: Scope 1 e 2: database ADEME, IPCC AR6 e Cerema; Scope 3: ADEME, Defra, LCA ADEO, Calcoli ADEO.

37 Nel 2024 è stata rivista la metodologia di calcolo per le seguenti categorie di emissioni Scope 3: ciclo di vita dei prodotti venduti, trasporto a monte

GRI 305-4 INTENSITÀ EMISSIVA ³⁸					
Consumi energetici	2021	2022	2023	2024	Delta 2024 vs 2023
Scope 1 (tCO ₂ e)	9.547	4.621	3.865	3.383	-12%
Scope 2 (MB) (tCO ₂ e)	20.013	18.481	19.171	19.582	1%
Superficie di vendita interna + depositi e sede (m²)	542.501	550.246	576.246	604.828	5%
Valore della produzione (€)	1.671.222.272	1.837.013.459	1.911.919.127	1.854.318.843	-3%
Intensità emissiva (tCO ₂ e/m²)	0,05	0,04	0,04	0,04	0%
Intensità emissiva (tCO ₂ e/€)	0,000018	0,000013	0,000012	0,000012	0%
Scope 3 (tCO ₂ e)	5.672.806	5.648.992	5.305.714	5.590.952	5%
Superficie di vendita interna + depositi e sede (m²)	542.501	550.246	576.246	604.828	5%
Valore della produzione	1.671.222.272	1.837.013.459	1.911.919.127	1.854.318.843	-3%
Intensità emissiva (tCO ₂ e/m²)	10,46	10,27	9,21	9,24	0%
Intensità emissiva (tCO ₂ e/€)	0,003	0,003	0,003	0,003	0%

GRI 305-5 RIDUZIONE DELLE EMISSIONI DI GAS AD EFFETTO SERRA ³⁹					
Iniziativa di riduzione delle emissioni	Fonte emissiva	Baseline 2021	2022	2023	2024
Dismissione caldaie a gas e/o installazione pompe di calore	Gas naturale e diesel (tCO ₂ e)	5.515	2.869	2.930	2.334
Efficientamento energetico / aumento quota energia acquistata da fonti rinnovabili/aumento pannelli solari	Energia prelevata dalla rete + autoprodotta e consumata (tCO ₂ e)	20.013	18.481	19.171	19.582
Superficie di vendita interna + depositi e sede (m²)		542.501	550.246	576.246	604.828
Riduzione delle emissioni	Gas naturale e diesel (%)	-	-49%	-50%	-62%
	Energia prelevata dalla rete + autoprodotta e consumata (%)	-	-9%	-10%	-13%

e a valle, acquisti, commuting dei clienti. Ove possibile, al fine di garantire la comparabilità dei dati, tale affinamento metodologico applicato per il calcolo della categoria Scope 3 prodotto nel 2024 è stato applicato retroattivamente anche agli anni precedenti, in particolare: alle emissioni relative al ciclo di vita dei prodotti venduti per il 2022 e 2023; e alle emissioni relative al trasporto a monte e a valle per 2023, comportandone un aumento rispetto a quanto rendicontato nel precedente Bilancio di Sostenibilità 2023. Inoltre, si segnala che la metodologia di calcolo utilizzata per le emissioni Scope 3 legate al prodotto è stata definita dalla capogruppo ADEO e certificata da un ente terzo indipendente.

38 L'intensità emissiva è calcolata secondo la formula (emissioni in tCO₂e/superficie di vendita, sede e depositi di Colleferro, Settala e Castel San Giovanni in m²).

39 Per effettuare il calcolo, le emissioni connesse al consumo di gas del 2024, 2023, 2022 sono state confrontate con quelle del 2021, anno che costituisce la baseline per la strategia di decarbonizzazione del Gruppo ADEO. In particolare, le emissioni sono state prima normalizzate dividendole per la superficie di vendita dei negozi, della sede e dei depositi (solo relativamente a Castel San Giovanni, Settala e Colleferro) presenti nei relativi anni, e poi è stato calcolato il delta tra le emissioni 2024, 2023 e 2022 con quelle al 2021, secondo la formula ((emissioni 2024-2023-2022 in tCO₂e / superficie di vendita, sede e depositi 2024-2023-2022 in m² – emissioni 2021 in tCO₂e / superficie di vendita, sede e depositi 2021 in m²) / (emissioni 2021 in tCO₂e / superficie di vendita, sede e depositi 2021 in m²)). I dati 2021, 2022 e 2023 relativi alla riduzione delle emissioni legate all'utilizzo di combustibili sono stati rivisti integrando anche il consumo di diesel. Il dato 2021 relativo alle emissioni derivanti dal consumo di energia è stato rivisto in seguito ad un affinamento metodologico.

Lettera agli stakeholder	4
La nostra storia	6
Il nostro modo di abitare il mondo	9
La casa prende forma dalle Persone	31
Come abitare dentro e fuori casa	59
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa	77
Tutto rincasa, niente si perde	99
Ogni casa è più grande se condivisa	119
143	

GRI 306-3: RIFIUTI PRODOTTI (t) ⁴⁰				
Rifiuti prodotti	2022	2023	2024	Delta 2024 vs 2023
Rifiuti pericolosi	309,21	294,11	414,63	41%
Rifiuti agrochimici contenenti sostanze pericolose	0,41	0,00	0,00	-
Rifiuti della produzione, formulazione, fornitura ed uso, nonché della rimozione di pitture e vernici	54,03	57,46	71,12	24%
Rifiuti della produzione, formulazione, fornitura ed uso di inchiostri di stampa	0,08	0,12	0,11	-8%
Rifiuti della produzione, formulazione, fornitura ed uso di adesivi sigillanti (inclusi i prodotti impermeabilizzanti)	26,42	29,52	34,52	17%
Altri oli per motori, ingranaggi e lubrificazione	0,22	0,14	0,23	64%
Altri solventi e miscele di solventi	0,13	0,00	0,00	-
Imballaggi (compresi i rifiuti urbani di imballaggio oggetto di raccolta differenziata)	3,33	3,18	3,40	7%
Assorbenti, materiali filtranti; stracci, indumenti protettivi	4,06	0,55	0,70	27%
Rifiuti provenienti da apparecchiature elettriche ed elettroniche	30,26	32,24	27,64	-14%
Prodotti fuori specifica e prodotti inutilizzati	162,26	144,79	256,16	77%
Gas in contenitori a pressione e sostanze chimiche di scarto	0,65	0,35	0,39	11%
Batterie ed accumulatori	2,50	6,23	4,17	-33%
Miscele bituminose, catrame di carbone e prodotti contenenti catrame	3,94	3,67	2,36	-36%
Materiali isolanti e materiali da costruzione contenenti amianto	5,11	6,14	4,17	-32%
Materiali da costruzione a base di gesso	0,33	0,00	0,00	-
Altri rifiuti dell'attività di costruzione e demolizione	5,60	3,80	1,72	-55%
Rifiuti dei reparti di maternità e rifiuti legati a diagnosi, trattamento e prevenzione delle malattie negli esseri umani	1,51	0,07	0,14	100%
Frazioni oggetto di raccolta differenziata	8,38	5,85	7,81	34%
Rifiuti non pericolosi	26.952,06	26.809,04	31.952,18	19%
Rifiuti della lavorazione del legno e della produzione di pannelli mobili	11,09	7,88	11,26	43%
Rifiuti della produzione, formulazione, fornitura ed uso, nonché della rimozione di pitture e vernici	19,12	28,06	33,63	20%
Rifiuti della produzione, formulazione, fornitura ed uso di inchiostri di stampa	0,67	0,72	0,73	1%
Rifiuti della produzione, formulazione, fornitura ed uso di adesivi sigillanti (inclusi i prodotti impermeabilizzanti)	0,08	0,11	0,38	245%
Imballaggi (compresi i rifiuti urbani di imballaggio oggetto di raccolta differenziata)	20.238,14	20.198,26	24.886,69	23%
Assorbenti, materiali filtranti; stracci, indumenti protettivi	2,87	6,72	3,35	-65%
Veicoli fuori uso appartenenti a diversi modi di trasporto (comprese le macchine mobili non stradali) e rifiuti prodotti dallo smantellamento di veicoli fuori uso e dalla manutenzione di veicoli	2,47	0,00	0,00	-
Rifiuti provenienti da apparecchiature elettriche ed elettroniche	89,16	128,19	103,88	-19%
Prodotti fuori specifica e prodotti inutilizzati	1,00	18,22	19,62	8%
Gas in contenitori a pressione e sostanze chimiche di scarto	0,01	0,00	0,08	-
Batterie ed accumulatori	0,43	1,06	1,09	3%
Cemento, mattoni, mattonelle e ceramiche	2.599,62	2.281,71	2.045,11	-10%
Legno, vetro e plastica	573,98	401,74	814,58	103%
Miscele bituminose, catrame di carbone e prodotti contenenti catrame	1,75	61,95	0,71	-99%

⁴⁰ A seguito di un affinamento nella raccolta dati, i dati relativi al 2023 e al 2022 per l'indicatore GRI 306-3 sono stati revisionati.

GRI 306-3: RIFIUTI PRODOTTI (t)				
Rifiuti prodotti	2022	2023	2024	Delta 2024 vs 2023
Metalli (incluse le loro leghe)	246,87	381,15	309,37	-19%
Terra (compresa quella proveniente da siti contaminati), rocce e materiale di dragaggio	0,00	19,60	0,00	-100%
Materiali isolanti e materiali da costruzione contenenti amianto	1,07	1,87	3,89	108%
Altri rifiuti dell'attività di costruzione e demolizione	1.929,14	1.978,50	2.431,25	23%
Materiali da costruzione a base di gesso	58,49	64,85	73,27	13%
Rifiuti dei reparti di maternità e rifiuti legati a diagnosi, trattamento e prevenzione delle malattie negli esseri umani	0,51	0,00	0,00	-
Frazioni oggetto di raccolta differenziata	11,67	0,82	37,20	4.436%
Rifiuti biodegradabili	12,25	16,06	20,82	30%
Altri rifiuti urbani	1.154,18	1.217,81	1.155,96	-5%
Totale rifiuti prodotti	27.261,26	27.103,15	32.366,82	19%

GRI 306-4: RIFIUTI NON DESTINATI ALLO SMALTIMENTO (t)				
Rifiuti destinati al recupero presso terzi	2022	2023	2024	Delta 2024 vs 2023
Rifiuti pericolosi	89,40	91,47	160,92	76%
Rifiuti della produzione, formulazione, fornitura ed uso, nonché della rimozione di pitture e vernici	14,80	19,65	35,49	81%
Rifiuti della produzione, formulazione, fornitura ed uso di inchiostri di stampa	0,02	0,00	0,00	-
Rifiuti della produzione, formulazione, fornitura ed uso di adesivi sigillanti (inclusi i prodotti impermeabilizzanti)	8,29	6,97	9,94	43%
Altri oli per motori, ingranaggi e lubrificazione	0,22	0,00	0,23	-
Altri solventi e miscele di solventi	0,03	0,00	0,00	-
Imballaggi (compresi i rifiuti urbani di imballaggio oggetto di raccolta differenziata)	3,21	3,17	3,40	7%
Assorbenti, materiali filtranti; stracci, indumenti protettivi	0,27	0,01	0,00	-100%
Rifiuti provenienti da apparecchiature elettriche ed elettroniche	30,17	32,24	27,64	-14%
Prodotti fuori specifica e prodotti inutilizzati	14,40	14,15	65,10	360%
Gas in contenitori a pressione e sostanze chimiche di scarto	0,53	0,26	0,39	50%
Batterie ed accumulatori	2,50	5,76	4,17	-28%
Miscele bituminose, catrame di carbone e prodotti contenenti catrame	0,00	0,13	1,45	1.015%
Materiali isolanti e materiali da costruzione contenenti amianto	0,00	0,12	4,17	3.375%
Altri rifiuti dell'attività di costruzione e demolizione	5,60	3,16	1,72	-46%
Rifiuti dei reparti di maternità e rifiuti legati a diagnosi, trattamento e prevenzione delle malattie negli esseri umani	1,28	0,07	0,14	100%
Frazioni oggetto di raccolta differenziata	8,09	5,77	7,08	23%
Rifiuti non pericolosi	26.915,25	26.725,49	31.708,23	19%
Rifiuti della lavorazione del legno e della produzione di pannelli mobili	11,09	7,88	11,26	43%
Rifiuti della produzione, formulazione, fornitura ed uso, nonché della rimozione di pitture e vernici	3,76	5,71	10,07	76%
Rifiuti della produzione, formulazione, fornitura ed uso di inchiostri di stampa	0,67	0,70	0,71	1%
Rifiuti della produzione, formulazione, fornitura ed uso di adesivi sigillanti (inclusi i prodotti impermeabilizzanti)	0,08	0,11	0,38	245%
Imballaggi (compresi i rifiuti urbani di imballaggio oggetto di raccolta differenziata)	20.229,14	20.198,26	24.885,79	23%

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6



CHI SIAMO

Il nostro modo di abitare il mondo

9



AFFERMARE LA PLURALITÀ

La casa prende forma dalle Persone

31



3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI

Come abitare dentro e fuori casa

59



4 DECARBONIZZAZIONE

Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa

77



5 ECONOMIA CIRCOLARE

Tutto rincasa, niente si perde

99



6 COMUNITÀ

Ogni casa è più grande se condivisa

119



APPENDICE

143



GRI 306-4: RIFIUTI NON DESTINATI ALLO SMALTIMENTO (t)				
Rifiuti destinati al recupero presso terzi	2022	2023	2024	Delta 2024 vs 2023
Assorbenti, materiali filtranti; stracci, indumenti protettivi	0,14	0,16	3,35	1.994%
Veicoli fuori uso appartenenti a diversi modi di trasporto (comprese le macchine mobili non stradali) e rifiuti prodotti dallo smantellamento di veicoli fuori uso e dalla manutenzione di veicoli	2,47	0,00	0,00	-
Rifiuti provenienti da apparecchiature elettriche ed elettroniche	89,16	128,19	103,88	-19%
Prodotti fuori specifica e prodotti inutilizzati	0,10	0,54	19,62	3.533%
Gas in contenitori a pressione e sostanze chimiche di scarto	0,01	0,00	0,08	-
Batterie ed accumulatori	0,43	1,06	1,09	3%
Cemento, mattoni, mattonelle e ceramiche	2.599,62	2.280,85	2.045,11	-10%
Legno, vetro, plastica	573,93	401,74	814,58	103%
Metalli (incluse le loro leghe)	244,47	381,15	309,37	-19%
Miscele bituminose, catrame di carbone e prodotti contenenti catrame	1,66	61,10	0,53	-99%
Terra (compresa quella proveniente da siti contaminati), rocce e materiale di dragaggio	0,00	19,60	0,00	-100%
Materiali isolanti e materiali da costruzione contenenti amianto	1,07	0,79	2,72	244%
Materiali da costruzione a base di gesso	55,30	58,61	73,27	25%
Altri rifiuti dell'attività di costruzione e demolizione	1.925,06	1.958,68	2.239,53	14%
Rifiuti dei reparti di maternità e rifiuti legati a diagnosi, trattamento e prevenzione delle malattie negli esseri umani	0,51	0,00	0,00	-
Frazioni oggetto di raccolta differenziata	11,55	0,82	37,20	4.436%
Rifiuti biodegradabili	12,25	16,06	20,82	30%
Altri rifiuti urbani	1.152,79	1.203,49	1.128,87	-6%
Totale rifiuti	27.004,65	26.816,96	31.869,15	19%

GRI 306-4 RIFIUTI NON DESTINATI ALLO SMALTIMENTO (t)				
Rifiuti destinati al recupero presso terzi	2022	2023	2024	Delta 2024 vs 2023
Rifiuti pericolosi	89,40	91,47	160,92	76%
Riciclo	0	0	154	-
Altre operazioni di recupero	89,40	91,47	6,44	-93%
Rifiuti non pericolosi	26.915,25	26.725,49	31.729,15	19%
Riciclo	371,66	425,94	1.586,10	272%
Altre operazioni di recupero	26.543,59	26.299,55	30.143,05	15%
Totale rifiuti	27.004,65	26.816,96	31.890,07	19%

GRI 306-5: RIFIUTI DESTINATI ALLO SMALTIMENTO (t)				
Rifiuti destinati allo smaltimento presso terzi	2022	2023	2024	Delta 2024 vs 2023
Rifiuti pericolosi	219,80	202,64	253,71	25%
Rifiuti agrochimici contenenti sostanze pericolose	0,41	0,00	0,00	-
Rifiuti della produzione, formulazione, fornitura ed uso, nonché della rimozione di pitture e vernici	39,23	37,81	35,63	-6%
Rifiuti della produzione, formulazione, fornitura ed uso di inchiostri di stampa	0,06	0,12	0,11	-8%
Rifiuti della produzione, formulazione, fornitura ed uso di adesivi sigillanti (inclusi i prodotti impermeabilizzanti)	18,13	22,55	24,58	9%
Altri solventi e miscele di solventi	0,10	0,14	0,00	-100%
Imballaggi (compresi i rifiuti urbani di imballaggio oggetto di raccolta differenziata)	0,12	0,01	0,00	-100%
Assorbenti, materiali filtranti; stracci, indumenti protettivi	3,79	20,14	0,70	-96%
Rifiuti provenienti da apparecchiature elettriche ed elettroniche	0,09	0,00	0,00	-
Prodotti fuori specifica e prodotti inutilizzati	147,85	130,64	191,06	46%
Gas in contenitori a pressione e sostanze chimiche di scarto	0,12	0,09	0,00	-100%
Batterie ed accumulatori	0,00	0,47	0,00	-100%
Miscele bituminose, catrame di carbone e prodotti contenenti catrame	3,94	3,54	0,91	-74%
Materiali isolanti e materiali da costruzione contenenti amianto	5,11	6,02	0,00	-100%
Materiali da costruzione a base di gesso	0,33	0,00	0,00	-
Altri rifiuti dell'attività di costruzione e demolizione	0,00	0,64	0,00	-100%
Rifiuti dei reparti di maternità e rifiuti legati a diagnosi, trattamento e prevenzione delle malattie negli esseri umani	0,23	0,00	0,00	-
Frazioni oggetto di raccolta differenziata	0,30	0,08	0,73	812%
Rifiuti non pericolosi	36,80	83,55	244,11	192%
Rifiuti della produzione, formulazione, fornitura ed uso, nonché della rimozione di pitture e vernici	15,37	22,36	23,56	5%
Rifiuti della produzione, formulazione, fornitura ed uso di inchiostri di stampa	0,00	0,02	0,06	200%
Imballaggi (compresi i rifiuti urbani di imballaggio oggetto di raccolta differenziata)	9,00	0,00	0,90	-
Assorbenti, materiali filtranti; stracci, indumenti protettivi	0,23	0,33	0,00	-100%
Prodotti fuori specifica e prodotti inutilizzati	0,90	17,68	0,00	-100%
Cemento, mattoni, mattonelle e ceramiche	0,00	0,86	0,00	-100%
Legno, vetro e plastica	0,05	0,00	0,00	-
Miscele bituminose, catrame di carbone e prodotti contenenti catrame	0,09	0,85	0,18	-79%
Metalli (incluse le loro leghe)	2,40	0,00	0,00	-
Materiali isolanti e materiali da costruzione contenenti amianto	0,00	1,08	0,63	-42%
Materiali da costruzione a base di gesso	3,18	6,24	0,00	-100%
Altri rifiuti dell'attività di costruzione e demolizione	4,08	19,82	191,72	867%
Frazioni oggetto di raccolta differenziata	0,12	0,00	0,00	-
Altri rifiuti urbani	1,39	14,32	27,06	89%
Totale rifiuti	256,61	286,19	497,82	74%

Lettera agli stakeholder	4
La nostra storia	6
 CHI SIAMO	
Il nostro modo di abitare il mondo	9
 2. AFFERMARE LA PLURALITÀ	
La casa prende forma dalle Persone	31
 3. SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI	
Come abitare dentro e fuori casa	59
 4. DECARBONIZZAZIONE	
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa	77
 5. ECONOMIA CIRCOLARE	
Tutto rincasa, niente si perde	99
 6. COMUNITÀ	
Ogni casa è più grande se condivisa	119
 7. APPENDICE	
	143



GRI 306-5 RIFIUTI DESTINATI ALLO SMALTIMENTO (t)				
Rifiuti destinati allo smaltimento presso terzi	2022	2023	2024	Delta 2024 vs 2023
Rifiuti pericolosi	219,80	202,64	253,71	25%
Incenerimento senza recupero di energia	0,02	0,00	0,00	-
Incenerimento con recupero di energia	0	0,00	0,00	-
Conferimento in discarica	0	0,00	253,71	100%
Altre operazioni di smaltimento	219,78	202,64	0,00	-100%
Rifiuti non pericolosi	36,80	83,55	244,11	192%
Incenerimento senza recupero di energia	0	0	0,00	-
Incenerimento con recupero di energia	9,48	0	0,00	-
Conferimento in discarica	0	0	244,11	100%
Altre operazioni di smaltimento	27,32	84	0,00	-100%
Totale rifiuti	256,61	286,19	497,82	74%

GRI 308-1 NUOVI FORNITORI CHE SONO STATI VALUTATI UTILIZZANDO CRITERI AMBIENTALI				
Fornitori	2022	2023	2024	Delta 2024 vs 2023
Nuovi fornitori valutati attraverso criteri ambientali	6	14	12	-14%
Fornitori	829	824	869	5%
Nuovi fornitori	47	22	19	-14%
Nuovi fornitori valutati attraverso criteri ambientali (%)	13%	64%	63%	-1%

GRI 401-1: NUOVE ASSUNZIONI E TURNOVER ⁴¹												
Numero totale di nuove assunzioni	2022			2023			2024			Delta 2024 vs 2023		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Totale	1.279	1.094	2.373	1.162	1.013	2.175	1.272	996	2.268	9%	-2%	4%
Età inferiore ai 30 anni	879	715	1.594	843	642	1.485	982	526	1.308	16%	-18%	-11%
Età compresa tra 30 e 50 anni	378	362	740	298	344	642	464	428	892	56%	25%	39%
Età superiore a 50 anni	22	17	39	21	27	48	26	42	68	24%	56%	42%

GRI 401-1: NUOVE ASSUNZIONI E TURNOVER ⁴²												
Tasso di assunzione dei dipendenti	2022			2023			2024			Delta 2024 vs 2023		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Leroy Merlin Italia	29%	31%	30%	26%	28%	27%	29%	27%	28%	12%	-1%	6%

GRI 401-1: NUOVE ASSUNZIONI E TURNOVER												
Dipendenti che hanno lasciato l'Azienda	2022			2023			2024			Delta 2024 vs 2023		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Totale	1.183	917	2.100	1.279	1.034	2.313	1.319	991	2.310	3%	-4%	0%
Età inferiore ai 30 anni	744	566	1.310	819	617	1.436	634	415	1.049	-23%	-33%	-27%
Età compresa tra 30 e 50 anni	402	317	719	418	383	801	623	517	1.140	49%	35%	42%
Età superiore a 50 anni	37	34	71	42	34	76	62	59	121	48%	74%	59%

41 A seguito di un affinamento nella raccolta dati, i dati relativi al 2023 per l'indicatore GRI 401-1 sono stati revisionati.

42 Il tasso di assunzione dei dipendenti è calcolato come il rapporto tra il personale assunto nell'anno di riferimento e il personale presente nell'anno precedente.

GRI 401-1: NUOVE ASSUNZIONI E TURNOVER ⁴³												
Turnover dei dipendenti	2022			2023			2024			Delta 2024 vs 2023		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Leroy Merlin Italia	27%	26%	27%	29%	28%	29%	31%	27%	29%	6%	-1%	2%

GRI 403-8 LAVORATORI COPERTI DA UN SISTEMA DI GESTIONE DELLA SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO ⁴⁴												
Dipendenti coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza	2022			2023			2024			Delta 2024 vs 2023		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Numero di dipendenti coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza	4.432	3.670	8.102	4.315	3.649	7.964	4.267	3.655	7.922	-1%	0%	-1%
Totale dipendenti	4.432	3.670	8.102	4.315	3.649	7.964	4.267	3.655	7.922	-1%	0%	-1%
Percentuale di dipendenti coperti	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	0%	0%	0%

GRI 403-9 INFORTUNI SUL LAVORO ⁴⁵												
Infortuni professionali registrabili (n) – Dipendenti	2022			2023			2024			Delta 2024 vs 2023		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Infortuni professionali registrabili (n)	121	34	155	95	30	125	120	35	155	26%	17%	24%
Sul lavoro	121	34	155	95	30	125	120	35	155	26%	17%	24%
In itinere	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%	0%	0%
Ore lavorate (h)	6.796.959	4.515.396	11.312.355	6.862.290	4.788.044	11.650.334	6.541.846	4.640.899	11.182.747	-5%	-3%	-4%
Tasso di infortuni sul lavoro ⁴⁶	17,8	7,5	13,7	13,8	6,3	10,7	18,6	7,1	13,9	35%	13%	29%
Numero di decessi a seguito di infortuni sul lavoro	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tasso di decessi a seguito di infortuni sul lavoro	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Numero di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (esclusi i decessi)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (esclusi i decessi)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tipologia infortuni	Il 19% degli infortuni avviene a causa di errato utilizzo di un mezzo di movimentazione merce; il 15% a causa di un uso errato di un'attrezzatura; il 14% a causa di elementi strutturali del negozio; il 14% è causato da mera distrazione dell'infortunato e 12,5% degli infortuni è causato da movimenti errati durante le attività di caricamento che comportano problemi muscolari											

Infortuni professionali registrabili (n) – Non Dipendenti	2022			2023			2024			Delta 2024 vs 2023		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Sul lavoro	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%	0%	-
In itinere	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%	0%	-
Totale	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%	0%	-
Numero totale di ore lavorate	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%	0%	-
Tasso di infortuni sul lavoro	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%	0%	-

43 Il tasso di turnover dei dipendenti è calcolato come il rapporto tra il personale cessato nell'anno di riferimento e il personale presente nell'anno precedente.

44 A seguito di un affinamento nella raccolta dati, i dati relativi al 2023 per l'indicatore GRI 403-8 sono stati revisionati.

45 I dati relativi al 2023 e al 2022 per l'indicatore GRI 403-9 sono stati revisionati in quanto come previsto dai GRI Standards, gli infortuni in itinere sono previsti solo in caso di trasporto organizzato da parte dell'Azienda.

46 Il tasso di infortuni sul lavoro registrabili è stato calcolato con la seguente formula: (numero di infortuni sul lavoro registrabili/numero di ore lavorate) x 1.000.000, in conformità con le linee guida offerte dai GRI Standards.

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

Affermare la pluralità
La casa prende forma dalle Persone 31

Sensibilizzazione dei clienti
Come abitare dentro e fuori casa 59

Decarbonizzazione
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

Economia circolare
Tutto rincasa, niente si perde 99

Comunità
Ogni casa è più grande se condivisa 119

Appendice 143



GRI 403-10 MALATTIA PROFESSIONALE

Numero totale di malattie professionali e decessi relativi per i dipendenti	2022			2023			2024			Delta 2024 vs 2023		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Malattie professionali registrabili	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Decessi derivanti da malattie professionali	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Numero totale di malattie professionali e decessi relativi per i non dipendenti	2022			2023			2024			Delta 2024 vs 2023		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Malattie professionali registrabili	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Decessi derivanti da malattie professionali	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

GRI 404-3 PERCENTUALE DI DIPENDENTI CHE RICEVONO PERIODICAMENTE VALUTAZIONI DELLE LORO PERFORMANCE E DELLO SVILUPPO PROFESSIONALE

Numero totale di dipendenti che ricevono una valutazione delle performance e dello sviluppo personale per genere e categoria	2022			2023			2024			Delta 2024 vs 2023		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	34	5	39	38	7	45	22	3	25	-42%	-57%	-44%
Quadri	159	79	238	167	96	263	161	101	262	-4%	5%	0%
Impiegati	4.239	3.586	7.825	3.573	3.061	6.634	3.562	3.108	6.670	0%	2%	1%
Totale (n.)	4.432	3.670	8.102	3.778	3.164	6.942	3.745	3.212	6.957	-1%	2%	0%
Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione delle performance e dello sviluppo personale per genere e categoria	2022			2023			2024			Delta 2024 vs 2023		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	100%	100%	100%	97%	100%	98%	56%	50%	56%	-42%	-50%	-43%
Quadri	100%	100%	100%	98%	101%	99%	94%	97%	95%	-4%	-4%	-4%
Impiegati	100%	100%	100%	87%	86%	87%	88%	88%	88%	1%	2%	1%
Totale (n.)	100%	100%	100%	88%	87%	87%	88%	88%	88%	0%	1%	1%

GRI 404-3 PERCENTUALE DI DIPENDENTI CHE RICEVONO PERIODICAMENTE VALUTAZIONI DELLE LORO PERFORMANCE E DELLO SVILUPPO PROFESSIONALE

Totale dipendenti che hanno ricevuto una promozione, per genere e categoria	2022			2023			2024			Delta 2024 vs 2023		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	3	1	4	2	0	2	1	0	1	-50%	-	-50%
Quadri	8	8	16	9	10	19	12	6	18	33%	-40%	-5%
Impiegati	78	73	151	57	68	125	50	51	101	-12%	-25%	-19%
Totale (n.)	89	82	171	68	78	146	63	57	120	-7%	-27%	-18%

GRI 405-1: DIVERSITÀ NEGLI ORGANI DI GOVERNO E TRA I DIPENDENTI⁴⁷

Dipendenti per categoria e per genere	2022			2023			2024			Delta 2024 vs 2023		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	34	5	39	39	7	46	39	6	45	0%	-14%	-2%
Quadri	159	79	238	170	95	265	171	104	275	1%	9%	4%
Impiegati	4.239	3.586	7.825	4.106	3.547	7.653	4.057	3.545	7.602	-1%	0%	-1%
Totale	4.432	3.670	8.102	4.315	3.649	7.964	4.267	3.655	7.922	-1%	0%	-1%

Percentuale di dipendenti per categoria e per genere	2022			2023			2024			Delta 2024 vs 2023		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	87%	13%	0%	85%	15%	1%	87%	13%	1%	2%	-12%	-2%
Quadri	67%	33%	3%	64%	36%	3%	62%	38%	3%	-3%	5%	4%
Impiegati	54%	46%	97%	54%	46%	96%	53%	47%	96%	-1%	1%	0%
Totale	55%	45%	-	54%	46%	-	54%	46%	-	-1%	1%	-

GRI 405-1: DIVERSITÀ NEGLI ORGANI DI GOVERNO E TRA I DIPENDENTI

Dipendenti per categoria ed età	2022				2023				2024				Delta 2024 vs 2023			
	<30	30-50	>50	Totale	<30	30-50	>50	Totale	<30	30-50	>50	Totale	<30	30-50	>50	Totale
Dirigenti	0	23	16	39	0	26	20	46	0	25	20	45	0%	-4%	0%	-2%
Quadri	3	161	74	238	6	172	87	265	4	188	83	275	-33%	9%	-5%	4%
Impiegati	1.733	4.930	1.162	7.825	1.558	4.732	1.363	7.653	1.609	4.654	1.339	7.602	3%	-2%	-2%	-1%
Totale	1.736	5.114	1.252	8.102	1.564	4.930	1.470	7.964	1.613	4.867	1.422	7.922	3%	-6%	15%	-1%

Percentuale di dipendenti per categoria ed età	2022				2023				2024				Delta 2024 vs 2023			
	<30	30-50	>50	Totale	<30	30-50	>50	Totale	<30	30-50	>50	Totale	<30	30-50	>50	Totale
Dirigenti	0%	59%	41%	0%	0%	57%	43%	1%	0%	56%	44%	1%	0%	-2%	2%	-2%
Quadri	1%	68%	31%	3%	2%	65%	33%	3%	1%	68%	30%	3%	-36%	5%	-8%	4%
Impiegati	22%	63%	15%	97%	20%	62%	18%	96%	21%	61%	18%	96%	4%	-1%	-1%	0%
Totale	21%	63%	15%	-	20%	62%	18%	-	20%	61%	18%	-	4%	-1%	-1%	-

GRI 405-1: DIVERSITÀ NEGLI ORGANI DI GOVERNO E TRA I DIPENDENTI

Dipendenti con disabilità	2022			2023			2024			Delta 2024 vs 2023		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dipendenti con disabilità	188	151	339	196	156	352	195	155	350	-1%	-1%	-1%
Altre categorie protette/ appartenenti ad altri gruppi di minoranze	14	17	31	11	17	28	12	15	27	9%	-12%	-4%
Totale	202	168	370	207	173	380	207	170	377	0%	-2%	-1%

Percentuale di dipendenti con disabilità	2022			2023			2024			Delta 2024 vs 2023		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dipendenti con disabilità	55%	45%	92%	56%	44%	93%	56%	44%	93%	0%	0%	0%
Altre categorie protette/ appartenenti ad altri gruppi di minoranze	45%	55%	8%	39%	61%	7%	44%	56%	7%	13%	-8%	-3%
Totale	55%	45%	-	54%	46%	-	55%	45%	-	1%	-1%	-

LEROY MERLIN ITALIA

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

2 AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31

3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59

4 DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5 ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99

6 COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119

7 APPENDICE
143



47 A seguito di un affinamento nella raccolta dati, i dati relativi al 2023 per l'indicatore GRI 405-1 sono stati revisionati.

GRI 405-1: DIVERSITÀ NEGLI ORGANI DI GOVERNO E TRA I DIPENDENTI												
Membri degli organi direttivi (CdA)	2022			2023			2024			Delta 2024 vs 2023		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
<30	0	0	0	0	0	-	0	0	-	-	-	-
tra 30 e 50	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0%	-	0%
> 50	3	0	3	3	0	3	3	0	3	0%	-	0%
Totale	4	0	4	4	0	4	4	0	4	0%	-	0
Percentuale di membri degli organi direttivi per genere ed età (CdA)	2022			2023			2024			Delta 2024 vs 2023		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
<30	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
tra 30 e 50	100%	0%	25%	100%	-	25%	100%	-	25%	0%	-	0%
> 50	100%	0%	75%	100%	-	75%	100%	-	75%	0%	-	0%
Totale	100%	0%	-	100%	0%	-	100%	-	-	0%	-	-

GRI 405-1: DIVERSITÀ NEGLI ORGANI DI GOVERNO E TRA I DIPENDENTI												
Membri degli organi direttivi (Co-Lead)	2022			2023			2024			Delta 2024 vs 2023		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
<30			0	0	0	-	0	0	-	-	-	-
tra 30 e 50	2	1	3	1	2	3	1	2	3	0%	0%	0%
> 50	6	1	7	7	1	8	6	1	7	-14%	0%	-13%
Totale	8	2	10	8	3	11	7	3	10	-13%	0%	-9%
Percentuale di membri degli organi direttivi per genere ed età (Co-Lead)	2022			2023			2024			Delta 2024 vs 2023		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
<30			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
tra 30 e 50	67%	33%	30%	33%	67%	27%	33%	67%	30%	0%	-	10%
> 50	86%	14%	70%	88%	13%	73%	86%	14%	70%	-2%	-	-4%
Totale	80%	20%	-	73%	27%	-	70%	30%	-	-4%	-	-

GRI 405-2 RAPPORTO DELLO STIPENDIO BASE E RETRIBUZIONE DELLE DONNE RISPETTO AGLI UOMINI				
Rapporto di salario medio tra uomini e donne ⁴⁸	2022	2023	2024	Delta 2024 vs 2023
Dirigenti	107%	110%	111%	1%
Quadri	90%	95%	91%	-4%
Impiegati	83%	85%	84%	-2%
Media	99%	103%	102%	-1%

GRI 405-2 RAPPORTO DELLO STIPENDIO BASE E RETRIBUZIONE DELLE DONNE RISPETTO AGLI UOMINI				
Rapporto della retribuzione media (salario + bonus) tra uomini e donne ⁴⁹	2022	2023	2024	Delta 2024 vs 2023
Dirigenti	97%	110%	114%	4%
Quadri	87%	94%	90%	-4%
Impiegati	83%	85%	84%	-2%
Media	93%	104%	104%	0%

⁴⁸ Il dato è stato calcolato considerando la media della retribuzione lorda annua dei dipendenti. A seguito di un affinamento nella raccolta dati, i dati relativi al 2023 per l'indicatore GRI 405-2 sono stati revisionati.

GRI 414-1 NUOVI FORNITORI CHE SONO STATI VALUTATI UTILIZZANDO CRITERI SOCIALI				
Fornitori	2022	2023	2024	Delta 2024 vs 2023
Nuovi fornitori valutati attraverso criteri sociali	8	13	12	-8%
Fornitori totali	829	824	869	5%
Nuovi fornitori	47	22	19	-14%
Nuovi fornitori valutati attraverso criteri sociali (%)	17%	59%	63%	7%

GRI 416-2 EPISODI DI NON CONFORMITÀ RIGUARDANTI IMPATTI SULLA SALUTE E SULLA SICUREZZA DI PRODOTTI E SERVIZI				
Episodi di non conformità	2022	2023	2024	Delta 2024 vs 2023
Episodi di non conformità alle normative che hanno comportato una multa o una penalità	0	1	0	-100%
Episodi di non conformità a regolamenti che hanno comportato un richiamo	1	0	1	-
Episodi di non conformità a codici volontari	9	9	6	-33%
Totale	10	10	7	-30%

GRI 417-2 EPISODI DI NON CONFORMITÀ IN MATERIA DI INFORMAZIONE ED ETICHETTATURA DI PRODOTTI E SERVIZI				
Episodi di non conformità	2022	2023	2024	Delta 2024 vs 2023
Con le normative che comportino un'ammenda o una sanzione	0	1	0	-100%
Con le normative che comportino un avviso	2	0	0	-
Con i codici di autoregolamentazione	4	0	0	-
Totale	6	1	0	-100%

⁴⁹ A seguito di un affinamento nella raccolta dati, i dati relativi al 2023 per l'indicatore GRI 405-2 sono stati revisionati.

Lettera agli stakeholder	4
La nostra storia	6
 Il nostro modo di abitare il mondo	9
 La casa prende forma dalle Persone	31
 Come abitare dentro e fuori casa	59
 Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa	77
 Tutto rincasa, niente si perde	99
 Ogni casa è più grande se condivisa	119
	143



7.3/

GRI CONTENT INDEX

Il Report di Sostenibilità di Leroy Merlin Italia è redatto in conformità ai GRI Standards 2021: *in accordance*. La tabella seguente riporta le informazioni relative all’Azienda, sulla base dei GRI Standards 2021 pubblicati dal Global Reporting Initiative, nella loro versione aggiornata, in merito all’analisi di materialità di Leroy Merlin Italia per l’esercizio 2024.

Dichiarazione di uso	Leroy Merlin Italia rendiconta “in accordance with GRI Standards” per il periodo dal 1° gennaio 2024 al 31 dicembre 2024
GRI 1 utilizzato	GRI 1: Foundation 2021
GRI Sector Standard applicabili	N/A: i GRI Sector Standards per i settori di attività di Leroy Merlin Italia non sono ancora stati pubblicati

GRI STANDARD	INFORMATIVA	PARAGRAFO	NOTE / OMISSIONE
INFORMATIVE GENERALI			
GRI 2: General Disclosure 2021			
2-1	Dettagli organizzativi	La nostra Casa Guida al Report	
2-2	Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell’organizzazione	Guida al Report	
2-3	Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	Guida al Report	
2-4	Revisione delle informazioni	Le nostre Persone Sulla via della decarbonizzazione Gestiamo responsabilmente i nostri consumi energetici Le nostre emissioni di gas ad effetto serra Indicatori di performance GRI Guida al Report	
2-5	Assurance esterna	Relazione della società di revisione	

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6


Il nostro modo di abitare il mondo 9


La casa prende forma dalle Persone 31


Come abitare dentro e fuori casa 59


Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77


Tutto rincasa, niente si perde 99


Ogni casa è più grande se condivisa 119


143



LEROY MERLIN ITALIA			
GRI STANDARD	INFORMATIVA	PARAGRAFO	NOTE / OMISSIONE
2-6	Attività, catena del valore e altri rapporti di business	La nostra Casa I nostri servizi e prodotti Insieme ai nostri Partner, per costruire un modo di abitare più sostenibile I Nostri Fornitori Le nostre Imprese Artigiane Guida al Report	
2-7	Dipendenti	Le nostre Persone Indicatori di performance GRI	
2-8	Lavoratori non dipendenti	Le nostre Persone Indicatori di performance GRI	
2-9	Struttura e composizione della governance	Generiamo impatto positivo La nostra organizzazione per un impatto sempre più positivo La nostra organizzazione nel dettaglio Indicatori di performance GRI	
2-10	Nomina e selezione del massimo organo di governo	Generiamo impatto positivo La nostra organizzazione per un impatto sempre più positivo La nostra organizzazione nel dettaglio	
2-11	Presidente del massimo organo di governo	Generiamo impatto positivo La nostra organizzazione per un impatto sempre più positivo La nostra organizzazione nel dettaglio	Il Presidente del Consiglio di Amministrazione non ricopre la carica di Alto Dirigente dell'organizzazione.
2-12	Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	Generiamo impatto positivo La nostra organizzazione per un impatto sempre più positivo Le nostre priorità: l'analisi di materialità La nostra organizzazione nel dettaglio	Il CdA non ha ruoli inerenti alla gestione degli impatti, in quanto questa è affidata al CO-LEAD. Considerando, però che alcuni membri del Comitato sono anche membri del CdA, quest'ultimo è sempre informato e aggiornato su questi temi. Inoltre, durante il Consiglio di Sorveglianza, in cui è presente anche il Presidente del CdA, vengono discusse tutte le strategie dell'Azienda, compresa la strategia di sostenibilità.
2-13	Delega di responsabilità per la gestione di impatti	Generiamo impatto positivo La nostra organizzazione per un impatto sempre più positivo La nostra organizzazione nel dettaglio	
2-14	Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	Generiamo impatto positivo La nostra organizzazione per un impatto sempre più positivo Le nostre priorità: l'analisi di materialità Guida al Report	Il CdA non ha ruoli inerenti alla rendicontazione di sostenibilità, in quanto questa è affidata al CO-LEAD. Considerando, però che alcuni membri del Comitato sono anche membri del CdA, quest'ultimo è sempre informato e aggiornato su questi temi.
2-15	Conflitti di interesse	La nostra organizzazione nel dettaglio Strumenti di compliance Indicatori di performance GRI	
2-16	Comunicazione delle criticità	La nostra organizzazione nel dettaglio Strumenti di compliance	
2-17	Conoscenze collettive del massimo organo di governo		Nel corso del 2024 i temi di sostenibilità sono stati condivisi in modo ricorrente negli incontri del CO-LEAD (a cui partecipano anche alcuni componenti del CdA), in qualità di organo responsabile degli impatti e delle attività dell'organizzazione.

LEROY MERLIN ITALIA			
GRI STANDARD	INFORMATIVA	PARAGRAFO	NOTE / OMISSIONE
2-18	Valutazione delle performance del massimo organo di governo		Non è prevista una valutazione delle performance a livello collegiale, ma ogni membro del CdA è sottoposto a valutazione delle performance individuale, in quanto collaboratore dell'Azienda. Tali valutazioni, in base alla funzione ricoperta, possono essere relative anche a performance inerenti i temi di sostenibilità.
2-19	Norme riguardanti le remunerazioni		I membri del CDA sono tutti dipendenti delle società del Gruppo, e non hanno remunerazione in quanto consiglieri, ma solo in qualità di dipendenti.
2-20	Procedura di determinazione della retribuzione	Sosteniamo la leadership di ogni persona Il benessere delle nostre Persone al primo posto	Al momento non è prevista una procedura riguardante le norme sulla remunerazione; l'Azienda si attiene a quanto previsto dal CCNL di riferimento.
2-21	Rapporto di retribuzione totale annuale		L'Azienda è attenta alla tutela della riservatezza dei dati dei propri dipendenti. Pertanto, non essendo previsti obblighi di legge, decide di non fornire i dati richiesti.
2-22	Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	Lettera agli stakeholder	
2-23	Impegno in termini di policy	La nostra organizzazione nel dettaglio Strumenti di compliance Generiamo Impatto positivo La nostra Strategia di Impatto positivo Sosteniamo la leadership di ogni persona Favoriamo lo sviluppo e la valorizzazione dei talenti Garantiamo la salute e la sicurezza Rispettiamo e valorizziamo le unicità di ciascuno di noi Lavoriamo per la parità di genere Insieme ai nostri Partner, per costruire un modo di abitare più sostenibile I Nostri Fornitori Tuteliamo la biodiversità	
2-24	Integrazione degli impegni in termini di policy	La nostra organizzazione nel dettaglio Strumenti di compliance Generiamo Impatto positivo La nostra strategia di Impatto positivo Sosteniamo la leadership di ogni persona Favoriamo lo sviluppo e la valorizzazione dei talenti Garantiamo la salute e la sicurezza Rispettiamo e valorizziamo le unicità di ciascuno di noi Lavoriamo per la parità di genere Insieme ai nostri Partner, per costruire un modo di abitare più sostenibile I Nostri Fornitori Tuteliamo la biodiversità	

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

Affermare la pluralità
La casa prende forma dalle Persone 31

Sensibilizzazione dei clienti
Come abitare dentro e fuori casa 59

Decarbonizzazione
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

Economia circolare
Tutto rincasa, niente si perde 99

Comunità
Ogni casa è più grande se condivisa 119

APPENDICE 143



LEROY MERLIN ITALIA			
GRI STANDARD	INFORMATIVA	PARAGRAFO	NOTE / OMISSIONE
2-25	Processi volti a rimediare impatti negativi	La nostra organizzazione nel dettaglio Strumenti di compliance Generiamo Impatto Positivo La nostra strategia di Impatto Positivo Verso un abitare più sostenibile Promuoviamo Scelte di consumo Responsabili attraverso i nostri prodotti Garantiamo la salute e la sicurezza Sulla via della decarbonizzazione Riciclo e riduzione dei rifiuti Tuteliamo la biodiversità	Attualmente non sono disponibili le informazioni richieste dalle lettere d. ed e. L'Azienda si impegna a sviluppare dei processi di coinvolgimento degli stakeholder nel funzionamento dei sistemi di reclamo
2-26	Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	La nostra organizzazione nel dettaglio Strumenti di compliance Indicatori di performance GRI	
2-27	Conformità a leggi e regolamenti	Indicatori di performance GRI	
2-28	Appartenenza ad associazioni	Comunità	
2-29	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	Le nostre priorità: l'analisi di materialità Generiamo valore per i nostri stakeholder Le principali modalità di dialogo e coinvolgimento dei nostri stakeholder	
2-30	Contratti collettivi	Indicatori di Performance GRI	
TEMI MATERIALI			
GRI 3: Temi materiali 2021			
3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	Le nostre priorità: l'analisi di materialità L'analisi di materialità e gli impatti generati da Leroy Merlin Italia	
3-2	Elenco di temi materiali	Le nostre priorità: l'analisi di materialità L'analisi di materialità e gli impatti generati da Leroy Merlin Italia	
ATTRAZIONE, FORMAZIONE E SVILUPPO DEI TALENTI			
GRI 3: Temi materiali 2021			
3-3	Gestione dei temi materiali	Le nostre Persone Sosteniamo la Leadership di ogni persona Favoriamo lo sviluppo e la valorizzazione dei talenti Accresciamo le competenze delle nostre Persone Supportiamo la crescita delle nostre Persone L'analisi di materialità e gli impatti generati da Leroy Merlin Italia	

GRI STANDARD	INFORMATIVA	PARAGRAFO	NOTE / OMISSIONE
GRI 401: Occupazione 2016			
401-1	Nuove assunzioni e turnover	Le nostre Persone Indicatori di performance GRI	
GRI 404: Formazione e istruzione 2016			
404-3	Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale	Indicatori di performance GRI	
BENESSERE DELLE PERSONE			
GRI 3: Temi materiali 2021			
3-3	Gestione dei temi materiali	Sosteniamo la leadership di ogni persona Il benessere delle nostre Persone al primo posto L'analisi di materialità e gli impatti generati da Leroy Merlin Italia	
BIODIVERSITÀ			
GRI 3: Temi materiali 2021			
3-3	Gestione dei temi materiali	Tuteliamo la Biodiversità L'analisi di materialità e gli impatti generati da Leroy Merlin Italia	
GRI 304: Biodiversità 2016			
304-1	Siti operativi di proprietà, concessi in leasing o gestiti in aree protette e in aree di elevato valore in termini di biodiversità fuori da aree protette oppure vicini a tali aree		Attualmente non disponiamo delle informazioni necessarie per rendicontare le richieste del presente indicatore. L'Azienda si impegna a raccogliere le informazioni per rendicontarle entro i prossimi tre esercizi.
CATENA DI FORNITURA RESPONSABILE			
GRI 3: Temi materiali 2021			
3-3	Gestione dei temi materiali	Insieme ai nostri Partner, per costruire un modo di abitare più sostenibile I Nostri Fornitori L'analisi di materialità e gli impatti generati da Leroy Merlin Italia	
GRI 308: Valutazione ambientale dei fornitori 2016			
308-1	Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali	Insieme ai nostri Partner, per costruire un modo di abitare più sostenibile I Nostri Fornitori Indicatori di performance GRI	
GRI 414: Valutazione sociale dei fornitori 2016			
414-1	Nuovi fornitori che sono stati sottoposti a valutazione attraverso l'utilizzo di criteri sociali	Insieme ai nostri Partner, per costruire un modo di abitare più sostenibile I Nostri Fornitori Indicatori di performance GRI	

Lettera agli stakeholder	4
La nostra storia	6
 Il nostro modo di abitare il mondo	9
 La casa prende forma dalle Persone	31
 Come abitare dentro e fuori casa	59
 Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa	77
 Tutto rincasa, niente si perde	99
 Ogni casa è più grande se condivisa	119
	143



GESTIONE DEI RIFIUTI

GRI 3: Temi materiali 2021

3-3	Gestione dei temi materiali	Riciclo e riduzione dei rifiuti L'analisi di materialità e gli impatti generati da Leroy Merlin Italia
GRI 306: Rifiuti 2020		
306-1	Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi	Riciclo e riduzione dei rifiuti
306-2	Gestione degli impatti significative connessi ai rifiuti	Riciclo e riduzione dei rifiuti
306-3	Rifiuti prodotti	Riciclo e riduzione dei rifiuti Indicatori di performance GRI
306-4	Rifiuti non destinati a smaltimento	Riciclo e riduzione dei rifiuti Indicatori di performance GRI
306-5	Rifiuti destinati allo smaltimento	Riciclo e riduzione dei rifiuti Indicatori di performance GRI

GRI 3: Temi materiali 2021

3-3	Gestione dei temi materiali	Generiamo impatto positivo Generiamo valore per i nostri stakeholder Comunità L'analisi di materialità e gli impatti generati da Leroy Merlin Italia
GRI 201: Performance Economiche 2016		
201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	Generiamo valore per gli stakeholder Indicatori di performance GRI

GRI 201: Performance Economiche 2016



GRI STANDARD	INFORMATIVA	PARAGRAFO	NOTE / OMISSIONE
INNOVAZIONE E DIGITALIZZAZIONE			
GRI 3: Temi materiali 2021			
3-3	Gestione dei temi materiali		Riciclo e riduzione dei rifiuti L'analisi di materialità e gli impatti generati da Leroy Merlin Italia
PARTNER LOCALI			
GRI 3: Temi materiali 2021			
3-3	Gestione dei temi materiali		Insieme ai nostri Partner, per costruire un modo di abitare più sostenibile Le nostre Imprese Artigiane L'analisi di materialità e gli impatti generati da Leroy Merlin Italia
PLURALITÀ			
GRI 3: Temi materiali 2021			
3-3	Gestione dei temi materiali		Sosteniamo la leadership di ogni persona Le nostre Persone Rispettiamo e valorizziamo le unicità di ciascuno di noi L'analisi di materialità e gli impatti generati da Leroy Merlin Italia
GRI 405: Diversità e pari opportunità 2016			
405-1	Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti		Sosteniamo la leadership di ogni persona Le nostre Persone Indicatori di performance GRI
405-2	Rapporto tra salario di base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini		Indicatori di performance GRI

GRI STANDARD	INFORMATIVA	PARAGRAFO	NOTE / OMISSIONE
GRI 406: Non discriminazione 2016			
406-1	Episodi di discriminazione e misure correttive adottate		Nel 2024 sono state ricevute tramite il portale Whistleblowing 8 segnalazioni per discriminazioni e molestie, di cui 3 afferenti alla stessa casistica. Tutte le 8 casistiche risultano ad oggi già concluse, così descritte: 2 casi ritenuti fondati di segnalazioni relativi a casi di molestie. Di questi, il caso n. 1) è stato gestito con l'avvio di un procedimento disciplinare nei confronti della persona coinvolta che ha portato alla verbalizzazione del fatto accaduto; per il caso n. 2), dal momento che non era nota la persona che aveva posto in essere la condotta, si è proceduto mediante informative mirate a tutti i collaboratori dell'unità produttiva interessata per rappresentare la gravità della condotta; 3 casi ritenuti fondati di segnalazioni afferenti alla stessa casistica e persona che combinavano atteggiamenti discriminatori e molestie. La casistica è stata gestita dapprima mediante l'ascolto di numerosi dipendenti dell'unità produttiva interessata al fine di investigare la vicenda e successivamente con l'avvio di un procedimento disciplinare nei confronti della persona coinvolta che si è concluso con l'applicazione della massima sanzione disciplinare conservativa (10 giorni di sospensione); 1 caso di segnalazione di discriminazione che all'esito delle verifiche effettuate è stata ritenuta infondata. In questo caso il segnalante lamentava un asserito comportamento non coerente da parte del datore di lavoro che avrebbe trattato in maniera difforme due condotte similari di due dipendenti (intervendo disciplinarmente soltanto in un caso e non nell'altro). Tuttavia, all'esito di approfondite verifiche è emerso che la persona che non aveva ricevuto il provvedimento disciplinare aveva effettivamente adottato tutte le procedure corrette e che pertanto alcuna discriminazione fosse imputabile al datore di lavoro); 2 casi di segnalazione di discriminazione afferenti alla stessa casistica e squadra. In questo caso sono state ascoltate tutte le persone coinvolte, tuttavia in esito - pur non essendo stata riscontrata l'effettiva discriminazione - era emerso che vi era un clima nella squadra non sereno. Pertanto, la direzione dell'unità produttiva è intervenuta per incontrare tutti i collaboratori della squadra e riportare serenità nel team. Inoltre, l'equilibrio del team è nel tempo mutato positivamente anche a seguito di diversi cambiamenti organizzativi (es. contratti a tempo determinato scaduti, dimissioni, riorganizzazioni, etc.) che hanno portato al consolidamento di nuovi equilibri di squadra.

Lettera agli stakeholder	4
La nostra storia	6
 CHI SIAMO	
Il nostro modo di abitare il mondo	9
 Affermare la pluralità	
La casa prende forma dalle Persone	31
 Sensibilizzazione dei clienti	
Come abitare dentro e fuori casa	59
 Decarbonizzazione	
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa	77
 Economia circolare	
Tutto rincasa, niente si perde	99
 Comunità	
Ogni casa è più grande se condivisa	119
 Appendice	
	143



PRODOTTI A MAGGIOR RISPARMIO ENERGETICO E MINOR IMPATTO AMBIENTALE

GRI 3: Temi materiali 2021		
3-3	Gestione dei temi materiali	Verso un abitare più sostenibile Promuoviamo scelte di consumo responsabili attraverso i nostri prodotti Offriamo servizi per ottimizzare il risparmio energetico dei clienti L'analisi di materialità e gli impatti generati da Leroy Merlin Italia
GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti 2016		
416-2	Episodi di non conformità relativamente agli impatti su salute e sicurezza di prodotti e servizi	Indicatori di performance GRI

SALUTE E SICUREZZA

GRI 3: Temi materiali 2021		
3-3	Gestione dei temi materiali	Garantiamo la salute e la sicurezza L'analisi di materialità e gli impatti generati da Leroy Merlin Italia
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018		
403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Garantiamo la salute e la sicurezza
403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	Garantiamo la salute e la sicurezza Riciclo e riduzione dei rifiuti
403-3	Servizi di medicina del lavoro	Garantiamo la salute e la sicurezza
403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	Garantiamo la salute e sicurezza
403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	Garantiamo la salute e sicurezza
403-6	Promozione della salute dei lavoratori	Sosteniamo la leadership di ogni persona Garantiamo la salute e sicurezza Il benessere delle nostre Persone al primo posto
403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	Garantiamo la salute e sicurezza
403-8	Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Indicatori di performance GRI
403-9	Infortuni sul lavoro	Garantiamo la salute e sicurezza Indicatori di performance GRI
403-10	Malattie professionali	Garantiamo la salute e sicurezza Indicatori di performance GRI

SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI

GRI 3: Temi materiali 2021		
3-3	Gestione dei temi materiali	Verso un abitare più sostenibile Promuoviamo scelte di consumo responsabili attraverso i nostri prodotti L'analisi di materialità e gli impatti generati da Leroy Merlin Italia
GRI 417 Marketing ed etichettatura 2016		
417-2	Episodi di non conformità concernenti l'etichettatura e informazioni su prodotti e servizi	Indicatori di performance GRI

INFORMATIVE RENDICONTATE E NON ASSOCIATE A TEMI MATERIALI

GRI 205: Anticorruzione 2016		
205-3	Incidenti confermati di corruzione e misure adottate	Nel 2024 non si è verificato nessun episodio di corruzione

Lettera agli stakeholder4

La nostra storia6

CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo9

2. AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone31

3. SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa59

4. DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa77

5. ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde99

6. COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa119

7. APPENDICE
143





EY S.p.A.
Via Meravigli, 12
20123 Milano
Tel: +39 02 722121
Fax: +39 02 722122037
ey.com

Relazione della società di revisione indipendente sul “Bilancio di Sostenibilità 2024”

Al Consiglio di Amministrazione di
Leroy Merlin Italia S.r.l.

Siamo stati incaricati di effettuare un esame limitato (*limited assurance engagement*) del Bilancio di Sostenibilità di Leroy Merlin Italia Srl (di seguito “Società”) relativo all’esercizio chiuso al 31 dicembre 2024.

Responsabilità degli Amministratori per il Bilancio di Sostenibilità

Gli Amministratori di Leroy Merlin Italia Srl sono responsabili per la redazione del Bilancio di Sostenibilità in conformità ai “Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards” definiti dal GRI – *Global Reporting Initiative* (di seguito “GRI Standards”), da essi individuato come standard di rendicontazione, come descritto nella sezione “Guida al Report” del Bilancio di Sostenibilità.

Gli Amministratori sono altresì responsabili per quella parte del controllo interno da essi ritenuta necessaria al fine di consentire la redazione di un Bilancio di Sostenibilità che non contenga errori significativi dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali.

Gli Amministratori sono responsabili, inoltre, per la definizione degli obiettivi della Società in relazione alla performance di sostenibilità, nonché per l’identificazione degli stakeholder e degli aspetti significativi da rendicontare.

Gli Amministratori sono infine responsabili per la definizione del modello aziendale di gestione e organizzazione dell’attività della Società, nonché, con riferimento ai temi individuati e riportati nel Bilancio di Sostenibilità, per le politiche praticate dalla Società e per l’individuazione e la gestione dei rischi generati o subiti dalla stessa.

Indipendenza della società di revisione e controllo della qualità

Siamo indipendenti in conformità ai principi in materia di etica e di indipendenza *dell’International Code of Ethics for Professional Accountants (including International Independence Standards) (IESBA Code)* emesso dall’*International Ethics Standards Board for Accountants*, basato su principi fondamentali di integrità, obiettività, competenza e diligenza professionale, riservatezza e comportamento professionale.

La nostra società di revisione applica il Principio Internazionale sulla Gestione della Qualità 1 (ISQM Italia 1) e, di conseguenza, mantiene un sistema di controllo qualità che include direttive e procedure documentate sulla conformità ai principi etici, ai principi professionali e alle disposizioni di legge e dei regolamenti applicabili.

EY S.p.A.
Sede Legale: Via Meravigli, 12 – 20123 Milano
Sede Secondaria: Via Lombardia, 31 - 00187 Roma
Capitale Sociale Euro 2.975.000,00 i.v.
Iscritta alla S.O. del Registro delle Imprese presso la C.C.I.A.A. di Milano Monza Brianza Lodi
Codice fiscale e numero di iscrizione 00434000584 - numero R.E.A. di Milano 606158 - P.IVA 00891231003
Iscritta al Registro Revisori Legali al n. 70945 Pubblicato sulla G.U. Suppl. 13 - IV Serie Speciale del 17/2/1998

A member firm of Ernst & Young Global Limited

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6

CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9

2 AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31

3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59

4 DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77

5 ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99

6 COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119

APPENDICE
143



Responsabilità della società di revisione

È nostra la responsabilità di esprimere, sulla base delle procedure svolte, una conclusione circa la conformità del Bilancio di Sostenibilità rispetto a quanto richiesto dai GRI Standards. Il nostro lavoro è stato svolto secondo i criteri indicati nell'“*International Standard on Assurance Engagements ISAE 3000 (Revised) - Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information*” (di seguito “*ISAE 3000 Revised*”), emanato dall'*International Auditing and Assurance Standards Board* (IAASB) per gli incarichi *limited assurance*. Tale principio richiede la pianificazione e lo svolgimento di procedure al fine di acquisire un livello di sicurezza limitato che il Bilancio di Sostenibilità non contenga errori significativi. Pertanto, il nostro esame ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quella necessaria per lo svolgimento di un esame completo secondo l'ISAE 3000 Revised (“*reasonable assurance engagement*”) e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di tale esame.

Le procedure svolte sul Bilancio di Sostenibilità si sono basate sul nostro giudizio professionale e hanno compreso colloqui, prevalentemente con il personale della Società responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nel Bilancio di Sostenibilità, nonché analisi di documenti, ricalcoli ed altre procedure volte all'acquisizione di evidenze ritenute utili.

In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:

1. analisi del processo di definizione dei temi rilevanti rendicontati nel Bilancio di Sostenibilità, con riferimento alle modalità di analisi e comprensione del contesto di riferimento, identificazione, valutazione e prioritizzazione degli impatti effettivi e potenziali e alla validazione interna delle risultanze del processo;
2. comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario inclusi nel Bilancio di Sostenibilità ed i dati e le informazioni inclusi nel Bilancio d'esercizio della Società;
3. comprensione dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione delle informazioni qualitative e quantitative significative incluse nel Bilancio di Sostenibilità.

In particolare, abbiamo svolto interviste e discussioni con il personale della Direzione di Leroy Merlin Italia Srl e abbiamo svolto limitate verifiche documentali, al fine di raccogliere informazioni circa i processi e le procedure che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni di carattere non finanziario alla funzione responsabile della predisposizione del Bilancio di Sostenibilità.

- Inoltre, per le informazioni significative, tenuto conto delle attività e delle caratteristiche della Società:
- a) con riferimento alle informazioni qualitative contenute nel Bilancio di Sostenibilità, e in particolare a modello aziendale, politiche praticate e principali rischi, abbiamo effettuato interviste e acquisito documentazione di supporto per verificarne la coerenza con le evidenze disponibili;
 - b) con riferimento alle informazioni quantitative, abbiamo svolto sia procedure analitiche che limitate verifiche per accertare su base campionaria la corretta aggregazione dei dati.

Conclusioni

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che il Bilancio di Sostenibilità di Leroy Merlin Italia Srl relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2024 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dai GRI Standards come descritto nel paragrafo “Guida al Report” del Bilancio di Sostenibilità.

Altri aspetti

I dati comparativi presentati nel Bilancio di Sostenibilità in relazione all'esercizio chiuso il 31 dicembre 2023 non sono stati sottoposti a verifica.

Milano, 16 giugno 2025

EY S.p.A.

Aldo Alberto Amorese
(Revisore Legale)

Lettera agli stakeholder 4

La nostra storia 6


CHI SIAMO
Il nostro modo di abitare il mondo 9


AFFERMARE LA PLURALITÀ
La casa prende forma dalle Persone 31


SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI
Come abitare dentro e fuori casa 59


DECARBONIZZAZIONE
Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa 77


ECONOMIA CIRCOLARE
Tutto rincasa, niente si perde 99


COMUNITÀ
Ogni casa è più grande se condivisa 119


APPENDICE 143



LEROY MERLIN ITALIA SRL
www.leroymerlin.it

Sede legale
Strada 8 Palazzo N
20089 Rozzano (MI)

Registro Imprese
Milano
CF e P.IVA 05602710963
REA 1833923

Capitale Sociale
Euro 50.000.000,00
Soggetta all'attività di Direzione e Coordinamento
di Piattaforma Adeo Italia S.p.A

Progetto grafico
BeStud.io

	Lettera agli stakeholder	4
	La nostra storia	6
	1 CHI SIAMO Il nostro modo di abitare il mondo	9
	2 AFFERMARE LA PLURALITÀ La casa prende forma dalle Persone	31
	3 SENSIBILIZZAZIONE DEI CLIENTI Come abitare dentro e fuori casa	59
	4 DECARBONIZZAZIONE Riduciamo il nostro impatto dentro e fuori Casa	77
	5 ECONOMIA CIRCOLARE Tutto rincasa, niente si perde	99
	6 COMUNITÀ Ogni casa è più grande se condivisa	119
	7 APPENDICE	143

