

# G&M

GARGIULO & MAIELLO S.p.A.

*Partner oltre la fornitura*



**Bilancio di Sostenibilità 2021**





## INDICE

Lettera del Presidente agli Stakeholder

Intervista all'amministratore Delegato

Nota Metodologica

### 1. IL GRUPPO

Il core business

Profilo del gruppo

Una storia di successi

Vision, Mission e Valori

### 2. LA GOVERNANCE

Il modello di governance e organi di controllo

Il modello organizzativo

Etica aziendale

Mappatura e gestione dei Rischi

Il Sistema integrato di gestione QSA

Rating della Legalità

### 3. GLI IMPEGNI PER LA SOSTENIBILITA'

I 10 Principi del Global Compact e l'Agenda 2030

La mappatura degli stakeholder

Il coinvolgimento degli stakeholder

Matrice di materialità

Le nostre priorità

Le azioni già messe in campo

### 4. PERFORMANCE ECONOMICA

Risultati Gestione economico, patrimoniale e finanziaria

Valore economico distribuito

Attività chiave dell'ultimo triennio



## **5. LA RESPONSABILITA' VERSO LE PERSONE E LA COMUNITA'**

### **5.1 I NOSTRI CLIENTI**

Il sistema distributivo "multicanale"

Il Cliente al centro

Il programma fedeltà

Sicurezza dei prodotti e salute del consumatore

### **5.2 LE NOSTRE PERSONE**

Le risorse in organico

La selezione e formazione del personale

La Salute, Sicurezza e il benessere del personale

### **5.3. I FORNITORI**

Descrizione catena di fornitura

Progetti ed iniziative per migliorare gli impatti lungo la supply chain

### **5.4 IL TERRITORIO**

Progetti e iniziative a sostegno della Comunità

## **6. LA RESPONSABILITA' VERSO L'AMBIENTE**

Primo focus sugli impatti del Gruppo

Gli impatti dei prodotti a marchio proprio

## **7. GLI OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO PER IL PROSSIMO TRIENNIO**

Appendice: GRI Content Index

**LETTERA DEL PRESIDENTE  
GIUSEPPE MAIELLO  
AGLI STAKEHOLDER**







## **Lettera del Presidente Giuseppe Maiello agli stakeholder**

Il ragazzo del tram. Sembra il titolo di un libro, ma non lo è. Ero così nel lontano 1954. Uno dei tanti “scugnizzi” napoletani che giravano per le strade di una Napoli del dopoguerra, attaccato al tram per spostarsi da una parte all'altra della città. Non avevo soldi né tantomeno potevo contare su amici potenti, ma potevo contare sulle mie forze.

È un'immagine questa che mi rappresenta molto perché sancisce l'inizio di una vita e di un percorso che giunge fino ad oggi.

Questa lettera non vuole essere un atto autocelebrativo ma è il “mio” modo di raccontare alle generazioni che verranno quali sono stati i principi ispiratori che mi hanno aiutato nella mia lunghissima carriera come uomo e come imprenditore.

### ***Senso di responsabilità, impegno, lealtà, educazione e rispetto degli altri.***

Sono questi i principi nei quali ho fortemente creduto per oltre cinquant'anni e grazie ai quali ho costruito la credibilità del gruppo G.&M.; sono questi i principi ispiratori che, giorno dopo giorno, continuo a trasmettere a tutti coloro che lavorano con noi.

### ***Oggi non siamo più nel dopoguerra ed il mondo è cambiato.***

Nuove sfide ci attendono ed è venuto il tempo di dimostrare con i fatti quel senso di responsabilità di cui parlavo precedentemente; senso di responsabilità nei confronti delle generazioni future, dell'ambiente e di tutti coloro che, ogni giorno, con impegno e dedizione, rendono grande la nostra azienda.

Questo 1° Bilancio di Sostenibilità costituisce, dunque, una tappa fondamentale di questo percorso rappresentando uno strumento strategico per interpretare le attività aziendali con un occhio attento alle performance ambientali, sociali e di buon governo.

È il business che si reinventa per essere sostenibile.

È arrivato il momento di agire per rendere il mondo che ci circonda un mondo migliore.

***Cavaliere del Lavoro***  
***Giuseppe Maiello***







**INTERVISTA AD  
ALESSANDRO MAIELLO,  
AMMINISTRATORE DELEGATO**





## **Intervista ad Alessandro Maiello, Amministratore Delegato**

### **Perché il gruppo Gargiulo & Maiello ha deciso di redigere il Bilancio di Sostenibilità?**

La stesura del primo Bilancio di Sostenibilità è stato un importante risultato per il gruppo G.&M., ottenuto con il lavoro e la partecipazione di tutta la struttura aziendale.

Siamo partiti da un foglio bianco, semplicemente raccontando quello che “siamo” da sempre: un’Azienda sana con una cultura aziendale fondata su concetti come l’inclusione, il rispetto delle regole e la sicurezza per i lavoratori. Concetti imprescindibili, quasi scontati.

A quel punto è stato facile condensare tutto questo patrimonio intangibile in un documento pubblico nel quale tutti gli stakeholder non solo si potessero rispecchiare, ma in base al quale operare giorno dopo giorno.

Nel 2021 abbiamo deciso di cogliere questa opportunità mettendo a sistema i valori del Gruppo e, ispirandoci ai 10 Principi del Global Compact in tema di Diritti umani, Lavoro, Ambiente e Lotta alla corruzione, abbiamo definito principi e regole da seguire nello svolgimento di tutte le attività aziendali.

Consideriamo la sostenibilità, l’innovazione e lo sviluppo di nuove competenze, leve strategiche per affrontare il futuro e patrimonio culturale di tutta l’organizzazione.

### **Quali sono le priorità per il futuro?**

Siamo pronti ad affrontare il futuro grazie all’esperienza maturata in questi anni.

### ***Le priorità per il futuro sono: sostenibilità ambientale e sviluppo del capitale umano.***

In merito alla sostenibilità ambientale, continueremo il percorso iniziato verso la de-carbonizzazione, aumentando il consumo di energia proveniente da fonti rinnovabili, riducendo quello proveniente da fonti fossili e ottimizzando la funzione logistica e trasporti.

Continueremo a scegliere i nostri fornitori prediligendo quelli che si dimostreranno maggiormente virtuosi e rispettosi dei principi richiamati nel Bilancio di Sostenibilità, per offrire una garanzia al cliente sempre maggiore.

In merito al Capitale Umano, continueremo ad investire in sistemi innovativi di welfare



aziendale per consentire la massima integrazione ed uguaglianza di genere e porteremo avanti progetti per il benessere dei nostri dipendenti.

Forte attenzione sarà data a progetti di innovazione che consentiranno una più forte digitalizzazione dell'azienda e del rapporto con la clientela.

Chiudo dicendo che il Bilancio di Sostenibilità non è l'ennesimo documento da produrre per un dovere istituzionale o per una moda del periodo, ma è e sarà sempre di più uno strumento strategico che guiderà la nostra organizzazione.

**Alessandro Maiello**



## Nota metodologica

Redatto su base volontaria, il presente documento rappresenta il primo Bilancio di Sostenibilità del Gruppo Gargiulo & Maiello Spa con le sue controllate Europrogetto srl e GCube srl e contiene le informazioni relative ai temi economici, ambientali e sociali, utili ad assicurare la comprensione delle attività svolte secondo il perimetro di rendicontazione del Bilancio Consolidato del Gruppo al 31 dicembre 2021.

Il Bilancio di Sostenibilità è stato redatto con cadenza annuale sulla base delle metodologie previste dai GRI Sustainability Reporting Standards **secondo l'opzione di rendicontazione "Referenced"**, applicando i principi generali di rendicontazione previsti: rilevanza, inclusività, contesto di sostenibilità, completezza, equilibrio tra aspetti positivi e negativi, comparabilità, accuratezza, tempestività, affidabilità, chiarezza. Al fine di permettere il confronto dei dati nel tempo e la valutazione dell'andamento delle attività del Gruppo sono presentati i dati relativi ai due esercizi precedenti.

Gli indicatori di performance selezionati sono rappresentativi degli specifici ambiti di sostenibilità analizzati e coerenti con l'attività svolta dalle Società del Gruppo. Sono stati identificati sulla base dei temi ritenuti rilevanti per la Proprietà ed il Management come prima fase del percorso di rendicontazione, le cui risultanze saranno oggetto di un programma strutturato di coinvolgimento degli stakeholder per la definizione condivisa di obiettivi, piani, misure e azioni volte a migliorare le performance aziendali per la soddisfazione dei reciproci interessi ed aspettative, così come descritto nel capitolo 3 "Gli impegni per la sostenibilità".

Il processo di redazione dell'informativa di sostenibilità ha visto il coinvolgimento dei responsabili delle diverse funzioni cui è possibile rivolgersi per richiedere maggiori informazioni utilizzando l'indirizzo [info@gargiuloemaiello.com](mailto:info@gargiuloemaiello.com).

Il Bilancio di Sostenibilità è stato approvato dal Consiglio di Amministrazione della Gargiulo & Maiello S.p.A. in data 13/09/2022 e non è stato assoggettato a revisione da parte di un revisore indipendente.

Il Bilancio di sostenibilità è pubblicato sul sito istituzionale della Società al seguente indirizzo [www.gargiuloemaiello.com](http://www.gargiuloemaiello.com)





# 1 IL GRUPPO



## 1. IL GRUPPO



### Il Core Business

Il Gruppo Gargiulo & Maiello opera nel settore della profumeria e della cosmetica posizionandosi tra i *leader di mercato* nella distribuzione multicanale di prodotti per l'igiene e la bellezza della persona.

Il Gruppo Gargiulo & Maiello si compone delle seguenti società:

- 1) Gargiulo & Maiello S.p.a. – società Controllante;
- 2) Europrogetto S.r.l. Unipersonale – società Controllata;
- 3) G Cube S.r.l. unipersonale – società Controllata.

Insieme al brand Idea Bellezza rappresenta la **PRIMA CATENA TUTTA ITALIANA** della profumeria con oltre 80 punti vendita in Italia ed un piano di espansione all'estero.

Fondata nel 1967, la Gargiulo & Maiello S.p.a. ha da sempre posto al centro dell'attenzione il forte orientamento alla soddisfazione del cliente, puntando ad un sistema integrato di offerta con un'accurata **strategia di differenziazione**.

La naturale propensione all'innovazione unita alla capacità di anticipare le evoluzioni del mercato e le nuove esigenze di consumo, fanno della Gargiulo & Maiello e delle Società controllate, grazie alla serietà e affidabilità dell'intera organizzazione, un vero e proprio **Partner oltre la fornitura** e punto di riferimento nel panorama nazionale della MDO.

Fortemente impegnato nel miglioramento continuo dell'organizzazione e dei suoi processi, oggi, il Gruppo dispone, nella sede all'Interporto di Nola, di una **piattaforma logistica** all'avanguardia che, con un moderno sistema di stoccaggio e picking delle merci, consente una puntuale ed efficiente gestione in termini di assortimento, ordini e consegne, capace di soddisfare le esigenze della moderna distribuzione nonché dei più piccoli punti di vendita del canale tradizionale, presidiando tutta la filiera.



Al 31/12/2021, il Gruppo ha registrato un fatturato di **75.101.398** milioni di euro servendo oltre 2000 clienti, una rete di 87 profumerie Idea Bellezza e 40 punti vendita affiliati Beauty Si, grazie al lavoro di 400 dipendenti e 40 agenti di vendita e gestendo 30.000 referenze dei settori profumeria e igiene persona con un assortimento che contribuisce in maniera decisiva al successo della struttura G&M.





## Profilo del gruppo

Il **Gruppo Gargiulo & Maiello** è una tra le realtà più importanti nello scenario nazionale del mercato di riferimento collocandosi al centro del canale distributivo della profumeria e presidiando tutta la filiera, dall'ingrosso/distribuzione sino al consumatore finale mediante la catena al dettaglio **Idea Bellezza**.

La **Gargiulo & Maiello S.p.A.**, quale capogruppo che esercita attività di direzione e coordinamento nei confronti delle due controllate, è da oltre 50 anni leader nazionale nella distribuzione all'ingrosso di prodotti di profumeria, cosmetica ed igiene della persona. Dotata di un modernissimo centro di distribuzione altamente competitivo, è una realtà multicanale in continua espansione che opera con serietà e precisione su tre assi strategici: la distribuzione, la vendita al dettaglio e la vendita online di prodotti per l'igiene e la bellezza della persona.

La Controllante ha sede legale in Napoli alla Via Toledo n. 156 e la sede operativa in Nola presso l'Interporto Campano, lotto A – blocchi A1/A6 (piattaforma logistica). L'immobile di proprietà, in cui viene esercitata l'attività, ha una estensione al piano terra di mq. 8.400, soppalchi adibiti ad ufficio di circa mq. 2.900 ed area scoperta di pertinenza di mq. 4.800.

La controllata **Europrogetto S.r.l. Unipersonale** è titolare della catena di punti vendita al dettaglio ad insegna "Idea Bellezza" che alla data di chiusura dell'esercizio 2021 conta 79 negozi diretti (+ 8 in franchising), tutti ubicati sul territorio nazionale, di cui n. 47 nei centri città, n.12 nei centri commerciali e n. 20 all'interno dei megastore Upim.

L'altra controllata **GCube S.r.l.** è invece specializzata nella distribuzione di prodotti a proprio marchio per la cura della persona ed il trattamento dei capelli ed è in costante evoluzione per soddisfare nuove esigenze di consumo.

Il **marchio Idea Bellezza** è di proprietà della Gargiulo & Maiello S.p.a. e viene concesso in uso alla controllata per effetto di un contratto quadro di franchising che ne disciplina i rapporti commerciali. La G&M fornisce in via esclusiva alla controllata Europrogetto tutti i prodotti di profumeria, cosmetica ed igiene della persona destinati alla catena retail.

Altro marchio insegna è **Beauty Si**, cui corrisponde un programma di affiliazione commerciale mirato a supportare i negozi indipendenti di profumeria e igiene della persona affiancandoli nell'area Marketing e Pubblicità con campagne promozionali dedicate.



La capogruppo, inoltre, ha la proprietà anche di alcuni marchi commerciali rappresentativi di specifiche linee di prodotto quali: **Almares**, **Vantage**, **Kerashine**, **Bellezza e Cura**, **IB Cosmetics** e accordi di licenza su marchi di terzi come **Nazionale Italiana**.





## Una storia di successi

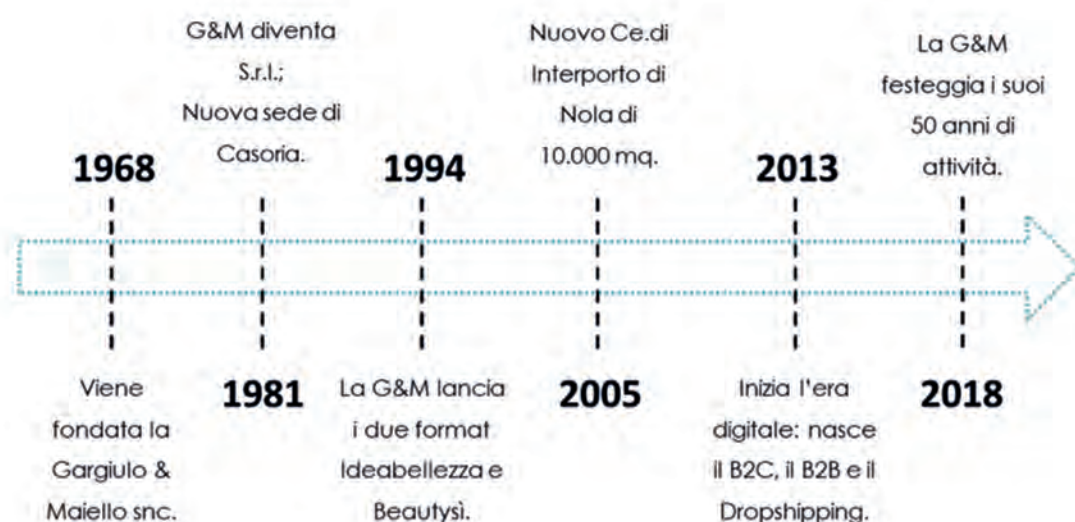
La Gargiulo & Maiello nasce nel **1967** come S.n.c. che opera in Campania come grossista specializzato in prodotti per l'igiene della casa e la bellezza della persona. All'inizio degli anni '80 assume la veste giuridica di S.r.l., segnale di crescita costante grazie anche al continuo ammodernamento dei sistemi informatici e delle procedure di gestione. Dal **1995** la G&M consolida la propria leadership sul territorio grazie al consenso dei tanti imprenditori che si identificano con la politica della società. L'impresa consolida il proprio know-how e abbandona il settore "igiene della casa" per ottimizzare le performance nell'area "igiene e bellezza della persona" con l'obiettivo di essere sempre più presente sul territorio campano. È proprio in questi anni che nascono i marchi più importanti che rappresentano i principali canali di vendita della società: **Idea Bellezza**, **Beauty Si** e **Vantage Point**. Nel 1997 viene ridefinito e ampliato l'assortimento dei prodotti e viene avviata un'intensa attività promozionale in tutti i canali di distribuzione, per ampliare l'offerta e conquistare rapidamente consistenti quote di mercato in tutta l'area meridionale del Paese.

Tra il 1999 e il 2002 la crescita della G&M diviene esponenziale: l'impresa diventa una società per azioni con sede logistica a Nola, amplia gli spazi dedicati agli uffici e realizza un comparto di stoccaggio merci di oltre 4.500 mq. Per poter sostenere adeguatamente la crescita aziendale, nel **2005** vengono avviati i lavori della nuova sede di Nola Interporto che si sviluppa su una superficie di 10.000 mq di area logistica e 2.000 mq di uffici dove è stato implementato un moderno sistema di stoccaggio e picking delle merci a radiofrequenza che ha consentito la preparazione automatizzata degli ordini per i comparti make-up, profumi e cosmetica.

Nel **2012** l'impresa lancia un altro ambizioso progetto, **Gcube**, un marchio di prodotti professionali per la cura e il benessere di cute e capelli che si distingue nel settore hair care per strategie di vendita, posizionamento e qualità di prodotto/servizio. Un passo importante che ha dato avvio alla nascita di "dipartimento" aziendale specializzato nella distribuzione di prodotti a marchio proprio.

Nel **2016**, poi, la Società sottoscrive un importante accordo di partnership con Upim, department store di riferimento per lo shopping accessibile e di servizio dedicato alle famiglie. L'accordo prevede la realizzazione di oltre 40 nuove profumerie ad insegna Idea Bellezza all'interno degli store Upim presenti su tutto il territorio nazionale. Con questo progetto l'insegna acquisisce una visibilità di carattere nazionale, con 68 profumerie su 10 regioni, che la rende di fatto la prima insegna tutta italiana del mondo delle Profumerie.

Ad inizio **2018**, in linea con un processo più ampio di posizionamento del brand Idea Bellezza, viene lanciato il nuovo logo che caratterizza un passaggio fondamentale per il cammino dell'insegna verso il futuro. Il nuovo logo è improntato su un concetto di valori molto più forti e che sono legati indissolubilmente al mondo femminile, quali quelli del cuore, dell'amore e del prendersi cura di sé stessi. Tale re-branding dà il via ad un progetto più ampio di restyling delle profumerie con il lancio di un nuovo format di negozio. Oggi, professionalità, competenza, servizio ai clienti, assortimento e un ambiente armonico realizzato attraverso un preciso lay-out di arredi, luci, visual merchandising, suoni, fanno dell'acquisto in Idea Bellezza una vera shopping experience.



Con il passaggio delle consegne avvenuto nel **2018**, subentra al Cavalier Giuseppe Maiello il figlio **Alessandro** che, dopo importanti esperienze professionali all'estero ed un periodo di "formazione" sul modello organizzativo adottato dalla precedente governance, dà avvio ad un nuovo programma di sviluppo incentrato su quattro pilastri:

1. l'innovazione tecnologica per l'efficientamento dei processi e la riduzione dei consumi;
2. la valorizzazione dei prodotti a marchio elevando l'attenzione lungo la catena di fornitura;
3. la crescita del capitale umano e del know how per il retail management e la customer satisfaction nella logica multicanale;
4. la gestione etica e responsabile di tutte le attività aziendali basando scelte e strategie su una sempre più puntuale misurazione delle performance EESG in ottica di risk management.

Un percorso lungimirante che vede nella redazione di questo 1° Bilancio di Sostenibilità una tappa importante, sia per mettere a fuoco tutte le aree di miglioramento, in termini organizzativi e di processo in linea con le best practices internazionali, sia per cogliere tutte le opportunità offerte dal mercato e puntare al successo sostenibile nel tempo, in piena continuità con la visione del suo fondatore, grazie anche all'adesione della capogruppo nel 2021 al **Programma Elite Borsa Italiana**.



## Vision, Mission e Valori del Gruppo



# Vision

Il Gruppo Gargiulo e Maiello opera nella consapevolezza dell'importante ruolo della Distribuzione Moderna nella crescita economica e sociale del sistema Paese e nella convinzione che responsabilità, innovazione e sostenibilità siano leve imprescindibili per generare valore per tutti gli stakeholder attraverso la capacità di soddisfare scelte di consumo in continua evoluzione.



# Mission

Servire bene, con efficienza e tempestività, i nostri clienti in tutte le fasi del servizio in ottica multicanale, ricercando costantemente soluzioni innovative e sostenibili per anticiparne bisogni e aspettative. Da questo il pay-off del marchio G&M è da sempre: Partner oltre la fornitura





# Sistema di valori

Il Gruppo Gargiulo & Maiello ha fondato il suo successo e vede il suo futuro basato su una gestione lungimirante e corretta, attenta e responsabile, nel pieno rispetto del principio di legalità e della leale concorrenza, puntando sempre alla massima soddisfazione del cliente e delle esigenze e aspettative di tutti gli stakeholder coinvolti. La condotta etica e l'orientamento all'innovazione per il miglioramento continuo sono i pilastri fondamentali per garantire la sostenibilità dell'impresa nel tempo, a vantaggio dei diversi Portatori di interesse con cui si relaziona.

# 2

# LA GOVERNANCE



## 2. LA GOVERNANCE

### Il modello di governance e organi di controllo

La capogruppo **Gargiulo & Maiello S.p.A** adotta un **modello di governance tradizionale**.

Tutti i poteri di ordinaria e straordinaria amministrazione spettano al Consiglio di Amministrazione, composto dalla compagine proprietaria, senza membri indipendenti; la rappresentanza e firma sociale spettano al presidente del CdA che assume in sé anche il ruolo di Amministratore della Società, anch'egli di espressione della proprietà. Il controllo contabile viene esercitato dal Collegio Sindacale composto da un presidente, due sindaci effettivi ed un supplente, cui si aggiunge un revisore dei conti.

Di rapporto diretto all'organo di governo, la Società si è dotata di un **Organismo di Vigilanza** quale organo collegiale di controllo del funzionamento e osservanza del modello di organizzazione e gestione adottato ai sensi del D.Lgs n. 231/2001.

Partecipazioni dell'impresa in altre società:

- Gruppo Vegè
- Consorzio UNIBEE

Dotata di un organico al 31/12/2021 di 42 unità tra quadri, impiegati ed operai, la struttura organizzativa vede un organigramma funzionale con una chiara ripartizione di ruoli e responsabilità, nel pieno rispetto delle normative vigenti.

**Europrogetto srl**, totalmente controllata dalla capogruppo, adotta anch'essa un modello di governance tradizionale con un Consiglio di Amministrazione composto per due terzi dalla compagine proprietaria e per un terzo da un membro indipendente. La rappresentanza e firma sociale spettano al presidente del CdA che assume in sé anche il ruolo di Amministratore della Società, anch'egli di espressione della proprietà. Il controllo contabile viene esercitato dal Collegio Sindacale composto da un presidente, due sindaci effettivi ed un supplente, cui si aggiunge un revisore dei conti.

Di rapporto diretto all'organo di governo, la Società si è dotata di un **Organismo di Vigilanza** quale organo monocratico di controllo del funzionamento e osservanza del modello di organizzazione e gestione adottato ai sensi del D.Lgs n. 231/2001.

Dotata di un organico al 31/12/2021 di 275 unità tra quadri, impiegati, store manager e addetti alle vendite, la struttura organizzativa è caratterizzata da una distribuzione delle risorse a livello nazionale nei diversi punti vendita gestiti dalla società



**GCube srl**, totalmente controllata dalla capogruppo, adotta un modello di governance tradizionale con un Amministratore Unico espressione della proprietà. Al 31/12/2021 non dispone di risorse in organico né possiede partecipazioni in altre imprese.

La capogruppo, a partire dal 2020, insieme alla controllata Europrogetto S.r.l., è soggetta alla revisione volontaria del Bilancio di esercizio e del Bilancio Consolidato da parte della Società di Revisione Deloitte & Touche S.p.a.



## Il modello organizzativo

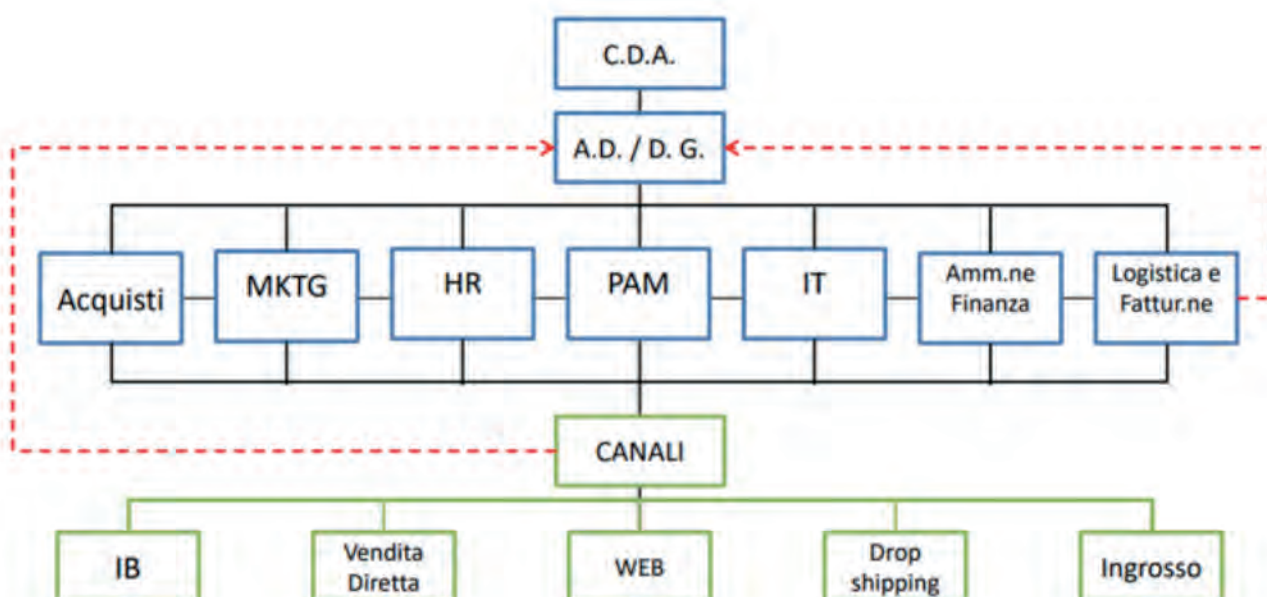
Il Gruppo Gargiulo & Maiello è composto da tre imprese le cui strutture organizzative sono strettamente correlate nell'ambito di un unico modello interfunzionale che vede la controllante come cabina di regia che governa l'insieme dei processi legati alla gestione dei diversi canali di vendita, seguendone, oltre agli acquisti anche gli aspetti contabili ed amministrativi del marketing e della comunicazione, del personale e dei sistemi informativi; mentre le controllate verticalmente seguono le attività proprie dei rispettivi core business :

- Europrogetto gestisce il ciclo di vita dei punti vendita diretti e l'attivazione di negozi in franchising,
- GCube gestisce lo sviluppo dei prodotti a suo marchio.

Il modello si basa su più dipartimenti della capogruppo, di riporto diretto all'AD/DG e ripartiti a loro volta in diverse unità organizzative al servizio delle controllate, gestendo in particolare

- la funzione di approvvigionamento dei prodotti per tutti i canali di vendita;
- la funzione marketing e comunicazione, che gestisce le campagne promozionali specifiche per ciascun canale di vendita supportando così sia i punti vendita a insegna Idea Bellezza sia i punti vendita affiliati a insegna Beautysi;
- la funzione HR, che ha in carico la gestione del personale della capogruppo nonché del personale dipendente della Europrogetto;
- la funzione Amministrazione e Finanza, che porta avanti il ciclo attivo/passivo ed il controllo di gestione per conto delle tre organizzazioni.

Al dipartimento Prodotti a Marchio è delegata, invece, la funzione di ricerca, sviluppo e messa in produzione attraverso una rete di fornitori contoterzisti, del private label, nonché nella elaborazione e definizione di ricerche di mercato specifiche.



## Etica aziendale

La Gargiulo & Maiello SpA ha fondato il suo successo e vede il suo futuro basato su una gestione corretta, attenta e responsabile delle proprie attività, ispirandosi ai principi di Legalità e integrità, etica e trasparenza, rispetto per le persone e per l'ambiente come valori fondamentali che animano l'impegno quotidiano verso l'eccellenza in tutti gli ambiti di intervento.

Determinata a rafforzare i propri impegni per una gestione corretta, attenta e responsabile delle attività d'impresa come pilastro su cui poggia l'intera cultura aziendale, ancorando gli sforzi profusi, attuali e futuri, ai **10 Principi del Global Compact** in tema di Diritti umani, Lavoro, Ambiente e Lotta alla corruzione, la capogruppo si è dotata di un **Codice Etico, entrato in vigore il 18/02/2020**, quale carta costituzionale dell'organizzazione e strumento di governance volto a dare formale evidenza del sistema di valori che guida l'organizzazione nello svolgimento di tutte le sue attività, dell'insieme degli impegni che essa assume per una gestione corretta, responsabile e sostenibile, e delle regole di comportamento da adottarsi nella relazione con tutti gli stakeholder. Tale Codice etico è parte integrante del modello di organizzazione e controllo adottato ai sensi del D.Lgs. n. 231/2001.

Alla sua osservanza devono attenersi, senza alcuna eccezione, tutti coloro che direttamente o indirettamente instaurano rapporti con il Gruppo, siano essi amministratori, sindaci, manager, dipendenti, consulenti e partner, fornitori, intermediari e clienti, della capogruppo e sue controllate.

Il compito di vigilare sull'osservanza del Codice è attribuito all'**Organismo di Vigilanza, ad oggi composto da due membri**, ma tutti i dipendenti ed in particolar modo i dirigenti sono chiamati a diffondere e promuovere i principi etici e i valori qui espressi nella relazione con i diversi Portatori d'interesse.

La violazione delle disposizioni ivi contenute può costituire motivo di inadempimento contrattuale e/o illecito disciplinare in linea con la normativa vigente e può comportare la risoluzione del contratto di lavoro, se posta in essere dal dipendente, ovvero all'interruzione del rapporto, se posta in essere da un soggetto terzo. È prevista la possibilità di comminare sanzioni sulla base delle violazioni commesse, nei limiti previsti dalla legge e di quanto stabilito dal CCNL.

Qualsiasi destinatario che venga a conoscenza di violazioni o rischi di violazione dei principi delle regole ivi contenute, di condotte illecite o in contrasto con il modello di organizzazione e gestione adottato, a danno dell'organizzazione e dei suoi portatori di interesse, ha il dovere di segnalarlo all'Organismo di Vigilanza. A tal fine la capogruppo si è dotata di un **sistema di whistleblowing** e conformemente a quanto previsto dall'art. 6, comma 2 bis, del D.lgs. n.231/2001, ha istituito "almeno



un canale alternativo di segnalazione idoneo a garantire, con modalità informatiche, la riservatezza dell'identità" dei soggetti che intendano comunicare un'irregolarità nell'applicazione del Modello adottato ovvero la commissione di un reato. (segnalazioni\_ODV@ideabellezza.it)

L'Organismo di Vigilanza avrà cura di verificare l'adeguatezza dei canali informativi predisposti a tale fine. Le segnalazioni ricevute dall'Organismo di Vigilanza saranno valutate laddove opportunamente circostanziate; mentre – come previsto dal Sistema Disciplinare – saranno passibili di sanzione le condotte di chi trascriva volontariamente informazioni o dati falsi nelle comunicazioni all'OdV.

È compito dell'Organismo di Vigilanza vigilare altresì sul rispetto del divieto di "atti di ritorsione o discriminatori, diretti o indiretti, nei confronti del segnalante per motivi collegati, direttamente o indirettamente, alla segnalazione" (art. 6, comma 2-bis, lett. c, del Decreto), monitorando i licenziamenti o altre misure (ad esempio, demansionamenti e trasferimenti) che possano avere natura ritorsiva o discriminatoria nei confronti dei segnalanti.



## PRINCIPI ETICI GENERALI

---

### **Principio di lealtà e di fedeltà**

Le Società del Gruppo mantengono un rapporto di fiducia e di fedeltà reciproca con ciascun dipendente. In tal senso, l'obbligo di fedeltà comporta, per ogni dipendente, il divieto di:

- 1) assumere occupazioni con rapporto di lavoro alle dipendenze di terzi, incarichi di consulenza o altre responsabilità per conto dei terzi senza la preventiva autorizzazione scritta della Società;
- 2) svolgere attività comunque contrarie agli interessi della Società o incompatibili con i doveri d'ufficio;
- 3) diffondere notizie idonee a nuocere all'immagine e agli interessi delle Società del Gruppo.

Infine, tutti i dipendenti devono considerare il rispetto delle norme del Codice Etico come parte essenziale delle obbligazioni contrattuali nell'ambito del rapporto di fiducia e di fedeltà.

### **Principio di imparzialità e conflitti di interessi**

I Destinatari devono evitare situazioni e/o attività che possano condurre a conflitti di interesse con quelli delle Società del Gruppo o che potrebbero interferire con la loro capacità di prendere decisioni imparziali a salvaguardia degli interessi di tutti.

Nei rapporti tra le Società e terzi, i Destinatari devono agire secondo norme etiche e legali. I rapporti devono essere gestiti senza ricorrere a mezzi illeciti.

Sono esplicitamente proibite pratiche aventi un fine corruttivo, che possono anche intravedersi in attività quali favori illegittimi o comunque ingiustificati, comportamenti collusivi, sollecitazioni di vantaggi personali per sé o per altri.

È fatto obbligo di riferire, al proprio superiore, se dipendente, ovvero al referente interno, se soggetto terzo, qualsiasi informazione che possa far presumere una situazione di potenziale conflitto con gli interessi della Società.

### **Riservatezza e tutela della privacy**

Le informazioni che hanno carattere di riservatezza, relative a dati o conoscenze che appartengono alla Società, non devono essere acquisite, usate o comunicate se non dalle persone autorizzate, generalmente o specificatamente. A titolo non esaustivo sono considerate informazioni riservate: i progetti di lavoro, compresi i piani commerciali, industriali e

## PRINCIPI ETICI GENERALI

---

### **Riservatezza e tutela della privacy**

strategici, le informazioni riguardo al know-how ed ai processi tecnologici, le operazioni finanziarie, le strategie operative, le strategie di investimento e di disinvestimento, i risultati operativi, i dati personali dei dipendenti, le liste di clienti, fornitori e collaboratori.

Inoltre, anche nel rispetto della legislazione a tutela della privacy, i Destinatari si devono impegnare a proteggere le informazioni, generate o acquisite, e ad evitarne ogni uso improprio o non autorizzato.

### **Tutela del patrimonio aziendale**

Ciascun Destinatario è direttamente e personalmente responsabile della protezione e della conservazione dei beni, fisici e immateriali, e delle risorse, siano esse umane, materiali o immateriali, affidategli per espletare i suoi compiti nonché dell'utilizzo delle stesse in modo proprio e conforme all'interesse sociale. Nessuno dei beni e delle risorse di proprietà della Società deve essere utilizzato per fini diversi da quelli indicati dalla medesima.

### **Processi di controllo**

I Destinatari devono essere consapevoli dell'esistenza di procedure di controllo e coscienti del contributo che queste danno al raggiungimento degli obiettivi aziendali e all'efficienza.

La responsabilità di creare un sistema di controllo interno efficace è comune ad ogni livello operativo; conseguentemente, tutti i dipendenti, nell'ambito delle funzioni svolte, sono responsabili della definizione, dell'attuazione e del corretto funzionamento dei controlli inerenti e aree operative a loro affidate.

### **Tenuta di informativa contabile e gestionale**

Ogni atto od operazione, di qualsiasi tipo, posti in essere dai Destinatari, si dovrà basare su un'adeguata documentazione ed essere ragionevolmente verificabile. Le informazioni che confluiscono nei "report" periodici e/o nella contabilità, sia generale che analitica, devono attenersi ai principi di trasparenza, correttezza, completezza e accuratezza.



## Mappatura e gestione dei rischi

Il Gruppo opera tenendo conto dei vari rischi legati all'esercizio delle proprie attività. Attraverso il suo modello organizzativo ed i sistemi di gestione adottati, l'azienda valuta i principali rischi: legale, finanziario, di credito, di liquidità, di tasso di interesse, di mercato, operativo, di progetto, IT, ambientale e sociale. In tal senso si è dotata di:

- **un MOG ex D.Lgs 231/2001;**
- **un Sistema integrato di gestione QSA certificato secondo le norme: ISO 9001/2015, ISO 45001:2018 e ISO 14001:2015;**
- **un sistema di accantonamenti e riserve, fondi e polizze:**

che danno il quadro di un approccio consapevole e responsabile della governance al tema del risk management verso un sistema sempre più puntuale e strutturato di monitoraggio e controllo per mitigare e prevenire quelli negativi, potenziando quelli che possono creare valore e opportunità per l'organizzazione, in ottica di miglioramento continuo.

### Il MOG ex D.Lgs 231/2001

Al fine di prevenire il rischio di violazione di norme di legge, nonché dei principi e delle regole aziendali, la Gargiulo & Maiello S.P.A., coerentemente alle politiche aziendali già intraprese, ha adottato, con delibera del 28.2.2020 da parte del Consiglio di Amministrazione, un **Modello di organizzazione, gestione e controllo**, atto a prevenire la commissione di reati e di illeciti amministrativi rilevanti ai sensi del D.Lgs. 231/2001, andando ad integrare il sistema di governance aziendale, il sistema di attribuzione di funzioni, di deleghe e poteri nonché il sistema dei controlli interni attualmente in vigore.

Al fine di elevare l'attenzione per una gestione etica, corretta e trasparente delle attività aziendali nella conduzione degli affari, a tutela della posizione e della propria immagine nonché delle aspettative e degli interessi dei propri dipendenti, il Modello adottato, insieme al Codice Etico ed alle attività dell'ODV, si propone di:

- rendere edotti tutti i soggetti che, nello svolgimento delle rispettive funzioni, operano in nome o per conto della Società delle conseguenze derivanti dall'inosservanza delle previsioni quivi contenute;
- sottolineare come la predetta inosservanza comporti l'applicazione di sanzioni penali sia in capo al soggetto persona fisica sia nei confronti della Società;
- consentire alla Società, attraverso una costante attività di verifica, la tempestiva individuazione dei possibili rischi di reato in modo da attivarsi immediatamente per provvedere alla relativa eliminazione ed eventualmente applicare le misure disciplinari previste dal Modello stesso.



## Il Sistema integrato di gestione QSA

Con particolare riferimento agli aspetti ambientali e della Salute e Sicurezza sui Luoghi di lavoro e al fine di gestire e monitorare i rischi connessi, la capogruppo si è dotata di un Sistema di Gestione Integrato Qualità, Sicurezza e Ambiente conseguendo in data 23 gennaio 2020 le seguenti Certificazioni: **ISO 9001/2015, ISO 45001:2018 e ISO 14001:2015.**

Per la gestione del proprio Sistema Integrato, la capogruppo ha predisposto ed emesso una serie di documenti che ne rappresentano la struttura portante, tra cui:

- Linee Guida Applicative del SGI;
- Dichiarazione di Politica;
- Procedure documentate per la Gestione del SGQ;
- Informazioni documentate che assicurino la pianificazione, il funzionamento ed il controllo dei processi aziendali;
- Norme e regole tecniche nazionali ed internazionali applicabili ai processi gestiti.

Oltre alle norme ISO di riferimento sono applicabili tutte le norme e le leggi relative allo specifico settore lavorativo. È responsabilità della Direzione:

- definire quelli che hanno influenza (per leggi, regolamenti, richieste dei clienti, protocolli, linee guida etc.) sul Sistema Integrato dell'organizzazione;
- identificarli univocamente;
- elencarli nei moduli di Sistema;
- richiedere ai responsabili di funzione e/o a consulenti esterni gli eventuali aggiornamenti modificando di conseguenza la modulistica di Sistema;
- controllare che sia presente presso le funzioni destinatarie la versione aggiornata dei documenti esterni.
- Con il supporto di consulenti esterni definire gli adempimenti necessari per mantenere la conformità normativa

Viene effettuata periodicamente una valutazione della eventuale nuova legislazione emessa e quella applicabile all'impresa, esaminato lo stato di conformità dell'organizzazione e, se necessario, vengono disposte una serie di azioni orientate alla conformità del processo.

## Rating di Legalità

Ad attestare gli impegni per una governance responsabile, la capogruppo ha ottenuto nel 2019 l'attribuzione del **Rating di Legalità** da parte dell'Autorità Garante per la Concorrenza ed il Mercato con il punteggio massimo pari a tre stelle (★★★), di recente rinnovato fino al 2024.

Un risultato importante a testimonianza della visione portata avanti dalla proprietà nel tempo ed in particolare dal suo fondatore Giuseppe Maiello che a maggio 2021 ha, pertanto, ricevuto dal Presidente della Repubblica l'onorificenza di **Cavaliere del lavoro.**



# 3 GLI IMPEGNI PER LA SOSTENIBILITÀ



### 3. GLI IMPEGNI PER LA SOSTENIBILITA'

Forte dei valori che l'hanno portato a diventare un punto di riferimento nel panorama nazionale della MDO, è priorità del Gruppo migliorare costantemente i propri impatti e perseguire la sostenibilità in tutte le sue dimensioni, nel rispetto assoluto del principio di legalità. Come descritto nel Codice Etico, nel voler rafforzare tale impegno nel tempo, l'azienda ha voluto ancorare gli sforzi profusi, attuali e futuri, ai 10 Principi del Global Compact in tema di Diritti umani, Lavoro, Ambiente e Lotta alla corruzione, come aree di riferimento per rileggere quanto già messo in campo e programmare prossime azioni alla luce dei 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile per l'Agenda 2030. Una scelta importante volta a inquadrare risultati e ricadute nell'ambito di riferimenti internazionali, universalmente condivisi, dando piena evidenza del contributo dato al loro perseguimento.

#### I 10 Principi del Global Compact e l'Agenda 2030



Il Global Compact delle Nazioni Unite incoraggia le imprese di tutto il mondo a creare un quadro economico, sociale ed ambientale atto a promuovere una economia mondiale sana e sostenibile che garantisca a tutti l'opportunità di condividerne i benefici. A tal fine, richiede alle aziende e alle organizzazioni, di **condividere, sostenere e applicare nella propria sfera di influenza un insieme di principi fondamentali**, sintetizzati in quattro aree di intervento.

Il 25 settembre 2015, le Nazioni Unite hanno approvato l'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile, un piano di azione globale per le Persone, il Pianeta e la Prosperità, a cui tutti siamo chiamati a dare un contributo per la sua realizzazione.





10 Principi e 17 Obiettivi che rappresentano per il Gruppo Gargiulo e Maiello la bussola di riferimento per rileggere, in primis, la relazione con i diversi portatori d'interesse, che possono influenzare o essere influenzati dal perseguimento degli scopi aziendali, a valle di:

- una più puntuale mappatura e classificazione;
- una razionalizzazione delle azioni ed iniziative già realizzate per il loro coinvolgimento nelle attività aziendali e nelle scelte strategico-operative da adottare;

per poi impostare un programma strutturato di stakeholder engagement secondo gli obiettivi emersi dal presente lavoro di rendicontazione.

## Mappatura degli Stakeholder

<b>I nostri principali stakeholder e metodi di coinvolgimento</b>	
<b>PROPRIETÀ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Interviste e scambi quotidiani sulla gestione aziendale</li> <li>● Management meeting mensili</li> <li>● Incontri su temi specifici</li> </ul>
<b>DIPENDENTI E COLLABORATORI</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Condivisione Codice Etico</li> <li>● Programmi di sensibilizzazione e formazione</li> <li>● Canali di ascolto dedicati</li> <li>● incontri periodici con capoea e senior management</li> </ul>
<b>SINDACATI</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Incontri periodici su situazione aziendale</li> <li>● Incontri negoziali per accordi specifici</li> </ul>
<b>CLIENTI E CONSUMATORI</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Servizio Clienti</li> <li>● Rete vendita come canale di ascolto e comunicazione</li> <li>● Interazione attraverso i social network</li> <li>● touchpoint fisici e digitali</li> </ul>
<b>FORNITORI</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Piccoli fornitori: note informative e incontri periodici per standard qualitativi e condivisione Codice Etico</li> <li>● Grandi fornitori: contatti periodici su canvas vendite e promozioni</li> </ul>
<b>MONDO DELLA FORMAZIONE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Incontri per identificazione fabbisogni</li> <li>● Accordi per stage e tirocini</li> </ul>
<b>UNIVERSITÀ E CENTRI DI RICERCA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Accordi Test clinici e analisi di prodotto</li> </ul>
<b>ISTITUZIONI E ENTI LOCALI</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Contatti periodici per apertura e gestione PdV</li> </ul>
<b>ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Partecipazione a organizzazioni territoriali e nazionali di categoria</li> <li>● Partecipazione a gruppi di lavoro, tavole rotonde ed eventi per condividere esperienze e opportunità</li> </ul>
<b>MEDIA E AGENZIA STAMPA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Relazioni con testate locali e nazionali, generaliste e di settore</li> </ul>
<b>BANCHE E SISTEMA FINANZIARIO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Incontri periodici per condividere scenari, performance e piani di sviluppo dell'azienda</li> </ul>

In particolare, la Gargiulo & Maiello S.p.A. è socia, da oltre 20 anni, del **Gruppo Vegè**, il primo Gruppo della Distribuzione Organizzata in Italia con 60 anni di storia associato a **Federdistribuzione**, la federazione che riunisce e rappresenta le aziende della Distribuzione





Moderna. Da luglio 2021, il Cavalier Giuseppe Maiello è tra i vice presidenti del CdA del Gruppo Vegè. Direttamente, invece, la capogruppo è associata a Confindustria ed in particolare a:

- **Unione Industriali di Napoli**, sezione "Industria chimica";
- **Assofranchising**, associazione di categoria che dal 1971 difende e promuove gli interessi economici, sociali e professionali delle reti in franchising associate.

Organizzazioni di riferimento non solo per partecipare e contribuire alle dinamiche di sviluppo dei settori di appartenenza, ma anche come fonti importanti nella definizione dei temi e delle priorità del Gruppo Gargiulo & Maiello.



## Matrice di materialità

Con la redazione di questo 1° Bilancio di Sostenibilità, la Società si è posta i seguenti obiettivi:









- definire gli aspetti rilevanti e dunque i temi materiali per rileggere e razionalizzare le performance e le buone pratiche già messe in campo;
- inquadrare, per poi potenziare, la capacità aziendale di misurare tali performance, armonizzando i dati quanti-qualitativi ad oggi disponibili ed adottando una prima selezione di indicatori secondo il Sustainability Reporting Standards;
- individuare aree di miglioramento e le linee d'indirizzo per puntare alla piena integrazione della sostenibilità nel modello di governance;
- informare in modo puntuale e trasparente gli stakeholder su risultati e linee d'intervento,
- attivare, a valle delle evidenze emerse dal presente bilancio, un programma strutturato di coinvolgimento degli stakeholder per la definizione condivisa di obiettivi, piani, misure e azioni volte a migliorare le performance aziendali per la soddisfazione dei reciproci interessi.

Un percorso importante da realizzare in una logica di lungo periodo, che deve andare a permeare l'organizzazione a tutti i livelli per divenire patrimonio culturale di ogni suo componente, con l'obiettivo generale di elevare la naturale vocazione della proprietà a leva strategica del modello di business e come vero e proprio asset che concorre a massimizzare la capacità di generare valore aggiunto per tutti gli stakeholder del Gruppo Gargiulo & Maiello e sue controllate.

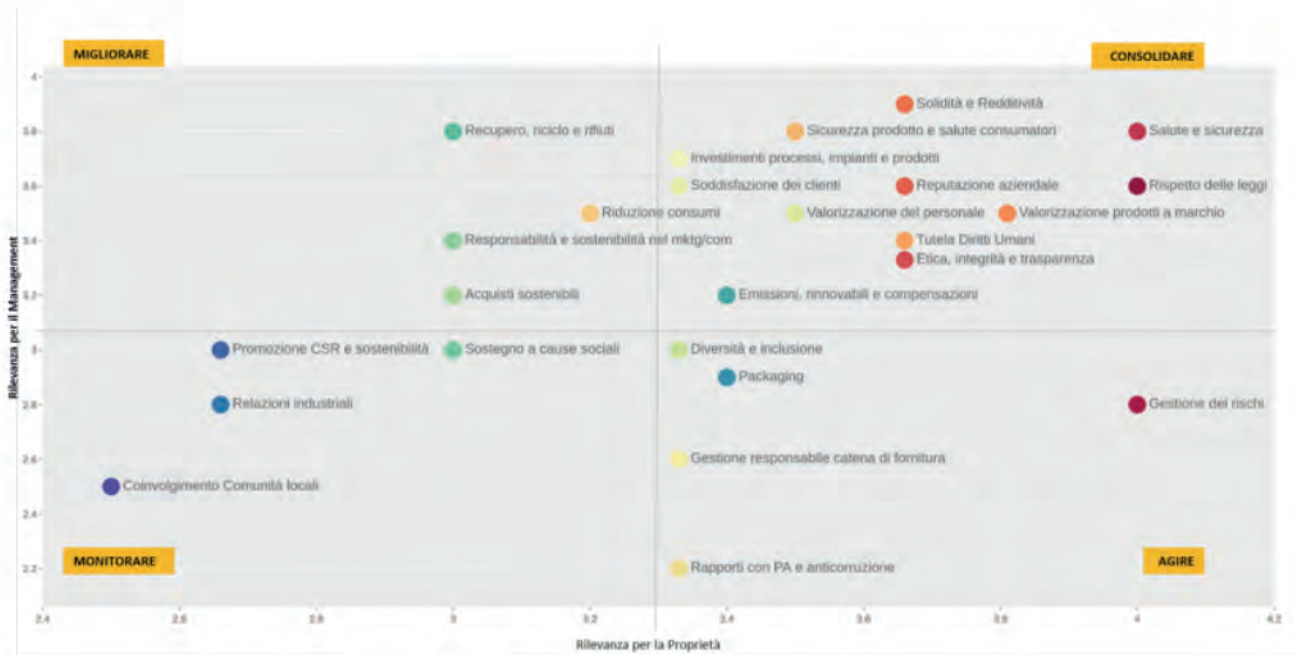
A monte di tale percorso, è stata affrontata, pertanto, **la prima fase di costruzione della matrice di materialità** con la definizione dei temi rilevanti dal lato dell'impresa, attraverso:

- l'analisi delle caratteristiche del settore di appartenenza e analisi di benchmark;
  - l'analisi della documentazione interna esistente;
  - l'analisi in termini di interesse ed importanza di ogni singolo tema da parte dell'organo di governo, e dunque della Proprietà, e poi da parte del management attraverso survey dedicate.
- Dai 55 temi rilevati, l'attività ha visto la focalizzazione di **25 temi materiali** ritenuti prioritari per migliorare le performance ambientali, sociali e di governo (ESG) del Gruppo, gli impatti e le ricadute rispetto ai 17 SDGs dell'Agenda 2030.



Ambito	tema	SDGs
<b>Governance</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Rispetto delle leggi</li> <li>● Etica, integrità e trasparenza</li> <li>● Gestione dei rischi</li> <li>● Rapporti con PA e anticorruzione</li> <li>● Gestione responsabile della catena di fornitura</li> <li>● Reputazione aziendale (Corporate communication)</li> </ul>	  
<b>Sostenibilità Economica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Solidità e Redditività</li> <li>● Investimenti per innovazione <u>processi</u>, impianti e prodotti</li> <li>● Acquisti sostenibili</li> <li>● Soddisfazione dei clienti</li> <li>● Valorizzazione dei prodotti a marchio</li> <li>● Marketing e comunicazione di prodotto/servizio</li> </ul>	
<b>Sostenibilità Sociale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Tutela dei Diritti Umani</li> <li>● Valorizzazione e benessere del personale</li> <li>● Salute e sicurezza nei luoghi di lavoro</li> <li>● Diversità, pari opportunità e inclusione</li> <li>● Relazioni industriali</li> <li>● Sicurezza del prodotto e salute consumatori</li> <li>● Sostegno a cause sociali (Cause related marketing)</li> <li>● Promozione cultura CSR e sostenibilità</li> <li>● Coinvolgimento e sviluppo delle Comunità locali</li> </ul>	  
<b>Sostenibilità Ambientale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Recupero e riciclo materiali e rifiuti</li> <li>● Riduzione consumi</li> <li>● Emissioni, fonti rinnovabili e compensazioni</li> <li>● Packaging (confezionamento e trasporto)</li> </ul>	

Dati tali temi (tenendo conto degli impegni assunti nel Codice etico sui 10 Principi Global Compact in tema di diritti umani, lavoro, ambiente e anticorruzione) si è provveduto alla prioritizzazione secondo i pesi attribuiti pervenendo alla seguente **matrice di materialità**



La rappresentazione grafica restituisce l'insieme dei temi materiali da contemplare nella definizione degli obiettivi da includere nel Piano Strategico e nel Piano di Sostenibilità determinando il tipo di approccio da adottare in virtù del quadrante di riferimento: **consolidare-agire-monitorare-migliorare**.

Tali risultati saranno oggetto di confronto con gli altri stakeholder del Gruppo come prima azione del piano operativo da implementare a valle del presente Bilancio ed in base alle risultanze ivi emerse.



## Le nostre priorità

1. Rispetto delle leggi
2. Gestione dei rischi
3. Salute e sicurezza sul lavoro
4. Etica, integrità e trasparenza
5. Reputazione aziendale
6. Solidità e redditività
7. Valorizzazione prodotti a marchio
8. Tutela dei Diritti umani
9. Sicurezza Prodotti e salute consumatori
10. Riduzione dei consumi
11. Rapporti con PA e anticorruzione
12. Gestione responsabile fornitori
13. investimenti in innovazione
14. soddisfazione dei clienti
15. Valorizzazione e benessere del personale
16. Diversità, Pari opportunità e inclusione
17. Acquisti sostenibili
18. Responsabilità e sostenibilità nel Mktg
19. Sostegno a cause sociali
20. Recupero e riciclo materiali e rifiuti
21. Emissioni, fonti rinnovabili e compensazioni
22. Packaging (confezionamento e trasporto)
23. Relazioni industriali
24. Promozione cultura CSR e Sostenibilità
25. Coinvolgimento Comunità Locali

La definizione delle priorità mette a fuoco come al centro delle attenzioni del Gruppo, lato Proprietà e Management, ci sia il mantenimento di una **governance forte e responsabile**, fondata sul principio di legalità, sempre più orientata ad un'attenta gestione dei rischi considerando la salute la sicurezza sui luoghi di lavoro, l'etica e la trasparenza nei rapporti con tutti gli stakeholder come fattori alla base della business continuity e della reputazione aziendale.

Tra i pilastri del piano per la sostenibilità figura poi il percorso di valorizzazione dei prodotti a marchio, consolidando gli impegni a tutela dei Diritti umani, per la sicurezza dei prodotti e la salute dei consumatori, nella logica di una costante riduzione dei consumi e in un rapporto corretto con la PA e fornitori, continuando ad investire nell'innovazione per puntare alla massima soddisfazione dei clienti ed alla più ampia valorizzazione del personale.



Una serie di priorità che confermano la determinazione del Gruppo alla piena applicazione dei **10 Principi Global Compact** in tema di diritti umani, lavoro, ambiente e anticorruzione, come da impegni assunti nell'ambito del Codice Etico e della Politica di CSR già adottati.

## **Le azioni già messe in campo**

Temi materiali che divengono criteri guida nella rilettura delle pratiche aziendali, di cui ai seguenti capitoli, per inquadrare punti di forza e di debolezza, criticità e opportunità nei diversi ambiti di intervento ed identificare le linee di indirizzo tese a migliorare le performance economiche, sociali ed ambientali del Gruppo e la sua capacità di governo di tali tematiche per puntare al successo sostenibile nel tempo a vantaggio di tutti i suoi portatori d'interesse.



# 4 PERFORMANCE ECONOMICA



## 4. PERFORMANCE ECONOMICA

Da sempre determinata a generare ricchezza e lavoro all'interno dei sistemi territoriali dove opera per una sostenibilità di lungo periodo, la capogruppo è costantemente impegnata a produrre e mantenere il massimo del valore aggiunto per soddisfare le attese di tutti i suoi portatori d'interesse, guardando con lungimiranza ai rischi ed alle opportunità offerte dal mercato nel definire le sue strategie di sviluppo.

Nonostante la crisi pandemica e gli impatti significativi sull'andamento del mercato in generale e del comparto di riferimento in particolare, il Gruppo ha avviato proprio a partire dall'esercizio 2020 una importante operazione di efficientamento finanziario, che ha consentito di non sospendere ma anzi di accelerare il piano degli investimenti per la crescita del "core business aziendale", ristabilendo i trend di crescita pre-pandemia, come dimostrano i risultati dell'ultimo esercizio.

### Risultati Gestione economico, patrimoniale e finanziaria

Il Bilancio Consolidato chiuso al 31/12/2021 evidenzia un utile netto pari ad euro 647.806 contro euro 374.587 dell'esercizio 2020. Il risultato di esercizio del Gruppo deriva dalla sommatoria algebrica dei singoli risultati economici prodotti dalle società al netto delle elisioni infragruppo, ivi incluso l'eliminazione degli utili interni. Di seguito sono riportati i singoli risultati economici delle società del Gruppo prodotti nel biennio 2020 – 2021:

- la controllante **Gargiulo & Maiello** chiude ambedue gli esercizi in un utile, rispettivamente, di euro 670.772 nel 2021 ed euro 667.158 nel 2020;
- la controllata **Europrogetto s.r.l.** chiude il bilancio 2021 con un utile di euro 22.734 e con una perdita di euro 297.895 nel 2020;
- la controllata **G Cube s.r.l.** chiude ambedue gli esercizi in utile, rispettivamente, di euro 5.865 nel 2021 ed euro 20.840 nel 2020.

DAL BILANCIO CONSOLIDATO	31/12/2021	31/12/2020	Variazione	%
<b>Valore della produzione</b>	<b>75.101.398</b>	<b>67.910.122</b>	<b>7.191.276</b>	<b>10.589%</b>
Costi esterni	61.946.353	56.373.242	557.3111	9,866%
Valore Aggiunto	13.155.04	11.536.88	161.816	14.026%
Costo del lavoro	8.996.581	8.379.186	617.395	7.368%
Margine Operativo Lordo	3.261.728	2.148.218	1.113.510	51.834%
Risultato prima delle imposte	1.026.503	718.817	307.686	42.804%
Imposte sul reddito	378.697	344.230	34.467	10.013%
Risultato netto	647.806	374.587	273.219	72.939%
Ebitda	2.972.936	2.559.333	413.603	16.161%

## Risultati Gestione economico, patrimoniale e finanziaria

<b>GARGIULO &amp; MAIELLO SPA   CREDITI DI IMPOSTA RICEVUTI a tutto il 31/12/21</b>				
<b>LEGGE DI RIFERIMENTO</b>	<b>MATURAZIONE</b>	<b>INVESTIMENTO</b>	<b>CREDITO IMPOSTA</b>	<b>A C/ECON. 2021</b>
208/2015 bonus sud	12/8/2017	196.888	49.222	//
208/2015 bonus sud	12/8/2017	496.000	124.000	//
208/2015 bonus sud	5/3/2021	859.552	214.888	32.022
160/2019 <u>industria 4.0</u>	1/1/2021	842.691	337.076	67.415
205/2017 formazione 4.0	1/1/2021		37.372	37.372
<b>Totale</b>				<b>99.437</b>

<b>Europrogetto srl   CREDITI DI IMPOSTA RICEVUTI a tutto il 31/12/21</b>				
<b>LEGGE DI RIFERIMENTO</b>	<b>MATURAZIONE</b>	<b>INVESTIMENTO</b>	<b>CREDITO IMPOSTA</b>	<b>A C/ECON. 2021</b>
208/2015 bonus sud	14/9/2021	403.350	100.839	100.839
208/2015 bonus sud	15/12/2021	93.844	23.461	23.461
208/2015 bonus sud	20/4/2020	265.068	66.267	55.450
205/2017 formazione 4.0	1/1/2021		170.13	170.132
<b>Totale</b>				<b>349.882</b>



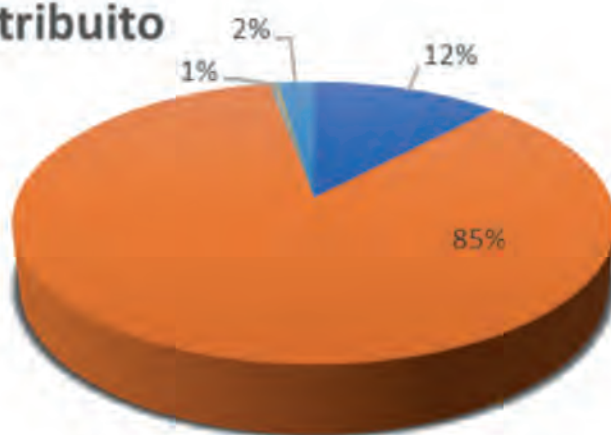
## Valore economico distribuito

La distribuzione del valore generato costituisce il punto di contatto tra il profilo economico e il profilo sociale della gestione del Gruppo e consente di inquadrare come la capacità di generare ricchezza, grazie alle risorse attinte dal territorio di riferimento, venga “restituita” all’intero sistema socio-economico con cui l’organizzazione interagisce.

RICLASSIFICAZIONE DEL CONTO ECONOMICO	2021	2020	Variazione	%
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	74.204.662	67.454.251	6.750.411	10,01%
Altri ricavi e proventi	896.736	455.871	440.865	96,71%
<b>Totale valore generato</b>	<b>75.101.398</b>	<b>67.910.122</b>	<b>7.191.276</b>	<b>10,59%</b>
Valore distribuito al personale	8.996.581	8.379.186	617.395	7,37%
Valore distribuito ai fornitori	63.934.347	55.293.923	8.640.424	15,63%
Valore distribuito alla PA	378.697	344.230	34.467	10,01%
Liberalità	56.000	46.000	10.000	21,74%
<b>Tot. valore distribuito</b>	<b>73.365.625</b>	<b>64.063.339</b>	<b>9.302.286</b>	<b>14,52%</b>
Tot valore trattenuto dal Gruppo	1.735.773	3.846.783	-2.111.010	-54,88%

Con l’esercizio 2021 Il Gruppo ha distribuito agli stakeholder il 98% del valore generato, prevalentemente ripartito tra dipendenti (12%) e fornitori (85%), con un incremento del 14,52% rispetto all’esercizio 2020, trattenendo in azienda solo il 2% del Valore Economico Generato per supportare la crescita economica e la stabilità patrimoniale del sistema impresa.

### Valore distribuito



- Valore distribuito al personale
- Valore distribuito ai fornitori
- Valore distribuito alla PA
- Liberalità
- Tot valore trattenuto dal Gruppo



## Attività chiave dell'ultimo triennio

### 1) Ampliamento dell'automazione interna della piattaforma logistica.

La società ha avviato dal 2019 un importante processo di ammodernamento e innovazione tecnologica della propria piattaforma distributiva, con un nuovo **progetto di investimento per l'automazione della logistica interna di magazzino** finalizzato alla riduzione delle tempistiche del processo di ciascuna attività, una maggiore razionalizzazione delle scorte e della movimentazione complessiva di magazzino, nonché un miglioramento qualitativo dell'impiego delle risorse umane impegnate. L'investimento in macchinari automatizzati e tra loro interconnessi, pari ad euro 842.691, consentirà di ottenere un sensibile decremento dei costi di gestione direttamente afferenti la logistica di magazzino.

Alla fine del 2021, ha avviato la seconda fase del progetto con un nuovo investimento per la realizzazione di una dorsale centrale elevata di asservimento delle baie di uscita, ivi incluso sistema di interconnessione, destinando circa euro 965.000 per completare il ciclo di automazione della logistica di magazzino.

### 2) Implementazione e sviluppo dipartimento prodotti a marchio.

Prosegue il processo di implementazione e sviluppo già avviato nel 2019 del "dipartimento" aziendale specializzato nella produzione e commercializzazione di prodotti a marchio proprio. Continua il lavoro di progettazione e ricerca del team di lavoro nato nel 2019, specializzato nella ricerca e sviluppo del private label, nonché nella elaborazione e definizione di ricerche di mercato specifiche.

### 3) Rivalutazione del marchio Idea Bellezza.

La società, nello scorso bilancio 2020, ai sensi dell'art.110 del D.L. 104/2020 (convertito con la legge 126/2020) si è avvalsa della possibilità di rivalutare la storica partecipazione totalitaria posseduta nella Società controllata Europrogetto S.r.l. con valenza solo agli effetti civilistici, evidenziandosi che la stessa ai fini fiscali soddisfa i requisiti richiesti dall'art.87 del T.U.I.R. relativi alle cosiddette "Participation exemption". Detta partecipazione, risultante in bilancio al 31/12/2019 per euro 4.060.627, è stata rivalutata di euro 8.000.000, così attestandosi a complessivi euro 12.060.627. E ciò sulla base di apposita perizia asseverata predisposta da un esperto indipendente incaricato dalla Società, che ha stimato il valore di tale partecipazione in euro 15.359.000.

Come sopra evidenziato la rivalutazione in questione è stata eseguita solo civilisticamente e senza riconoscimento fiscale, per cui, in presenza del relativo regime fiscale agevolativo (participation exemption), è stata calcolata la fiscalità differita nella misura ridotta prevista dalla legge, pari ad euro



115.880, con contropartita all'apposito fondo imposte corrispondente al debito teoricamente dovuto in futuro all'erario.

#### **4) Rivalutazione della partecipazione detenuta nella controllata Europrogetto S.r.l.**

Ai sensi dell'art.110 del D.L. 104/2020 (convertito con la legge 126/2020), la società si è avvalsa della possibilità di rivalutare la storica partecipazione totalitaria posseduta nella Società controllata Europrogetto S.r.l. con valenza solo agli effetti civilistici, evidenziandosi che la stessa ai fini fiscali soddisfa i requisiti richiesti dall'art.87 del T.U.I.R. relativi alle cosiddette "Participation exemption". Detta partecipazione, risultante in bilancio al 31/12/2019 per euro 4.060.627, è stata rivalutata di euro 8.000.000, così attestandosi a complessivi euro 12.060.627. E ciò sulla base di apposita perizia asseverata predisposta da un esperto indipendente incaricato dalla Società, che ha stimato il valore di tale partecipazione in euro 15.359.000.

#### **5) Riorganizzazione dell'assetto finanziario della società.**

La società, sin dall'esercizio 2020, si è avvalsa di quanto previsto dal DL "Liquidità", convertito in Legge 5 giugno 2020 n. 40, che ha potenziato il Fondo di garanzia per fare fronte alle esigenze immediate di liquidità delle imprese e dei professionisti che hanno affrontato le conseguenze dell'epidemia da COVID-19. Le procedure di accesso sono state semplificate, le coperture della garanzia incrementate e la platea dei beneficiari ampliata. Grazie alla suddetta legge, la società, a partire dall'esercizio 2020, ha potuto dar luogo ad un importante processo di riorganizzazione finanziaria che ha consentito, da un lato, di puntare agli investimenti per la crescita del core business aziendale e, dall'altro, di "allungare" la durata dei finanziamenti in corso con l'aggiunta di nuova finanza.

#### **6) Programma Elite Borsa Italiana.**

La società nel corso dell'esercizio 2021 ha aderito al Programma Elite di Borsa Italiana per la formazione e il tutoring delle imprese che vogliono intraprendere un percorso di sviluppo organizzativo e manageriale. Si sottolinea che la società per poter partecipare al surriferito programma ha partecipato ad una severa selezione basata su di un elaborato screening economico – finanziario da parte del team di Borsa italiana.

IL Programma Elite è una vetrina molto importante per le PMI italiane e rappresenta un'anticamera per la quotazione in borsa (Euronext Growth Milan) e consiste in una innovativa piattaforma di servizi dedicati alle società ambiziose che possono confrontarsi con i migliori modelli e "best practices"



### **7) Revisione contabile volontaria del Bilancio di esercizio a cura di Deloitte & Touche S.p.a.**

La società, a partire dall'annualità 2020, in uno alla controllata Europrogetto S.r.l., è soggetta alla revisione volontaria del Bilancio di esercizio e del Bilancio Consolidato da parte della Società di Revisione Deloitte & Touche S.p.a.



# 5.1 I NOSTRI CLIENTI

LA RESPONSABILITÀ  
VERSO LE PERSONE  
E LA COMUNITÀ



## 5.LA RESPONSABILITA' VERSO LE PERSONE E LA COMUNITA'

### 5.1 I NOSTRI CLIENTI

Soddisfare le esigenze, presenti e future, dei nostri clienti, attuali e potenziali, rappresenta il principio cardine delle attività del Gruppo, che da sempre sono orientate alla ricerca di soluzioni innovative per fornire un sistema integrato di offerta, secondo un'accurata strategia di differenziazione multicanale.

Il vasto assortimento ed il supporto al cliente in tutte le fasi della vendita, l'attento processo di controllo qualità durante tutte le fasi di approvvigionamento e consegna dei prodotti, con canali di comunicazione dedicati alla puntuale gestione di eventuali reclami o segnalazioni di non conformità da parte di clienti e consumatori, unitamente alla correttezza e professionalità dei collaboratori sono fattori chiave del modello di business del Gruppo e criteri guida nella gestione delle attività quotidiane.

I rapporti con i Clienti sono pertanto gestiti secondo principi di massima collaborazione e disponibilità, in una logica rigorosa di serietà ed affidabilità, nel rispetto della sicurezza e riservatezza dei dati personali, fornendo accurate ed esaurienti informazioni circa prodotti e servizi in modo che il cliente possa assumere decisioni consapevoli. Anche dal punto di vista contrattuale le condizioni applicate devono essere sempre chiare e trasparenti, privi di clausole che possono alterare il principio di parità tra le parti ed il potere d'acquisto del cliente.

Grazie all'attuale rete di 75 profumerie **Idea Bellezza**, 40 punti vendita affiliati **Beauty Si**, il Gruppo serve oltre 2000 clienti offrendo un ampio assortimento che, con 25-35.000 referenze trattate e circa 15-20.000 articoli dei settori profumeria e igiene persona, contribuisce in maniera decisiva al successo della struttura G&M.

### Il sistema distributivo multicanale

Il sistema distributivo "multicanale" strutturato dal Gruppo si divide in quattro grandi categorie:

- 1) vendite "wholesale"
  - Canale direzionale
  - Canale ingrosso
- 2) vendite web indirette (drop shipping);
- 3) vendite web dirette
  - B2B attraverso il portale [gargiuloemaiello.com](http://gargiuloemaiello.com)
  - B2C attraverso il portale [ideabellezza.it](http://ideabellezza.it)
- 4) vendite attraverso la catena "Idea Bellezza";





## **1 - Vendite wholesale.**

Le vendite wholesale si suddividono a loro volta in due categorie:

- i) vendite direzionali, direttamente gestite dal management aziendale e consistono in affari commerciali conclusi con clienti «multiporta» titolari di catene retail di significative dimensioni.
- ii) vendite all'ingrosso tradizionale per servire negozi cosiddetti indipendenti.

## **2- Vendite web indirette – drop shipping.**

Le vendite drop shipping si riferiscono agli accordi stipulati dalla società con diverse piattaforme e-commerce le quali, attraverso la gestione a pagamento di un database, provvedono ad elaborare gli ordini effettuati dai clienti del web ed inviare gli stessi alla società che, fungendo da base logistica, si occupa poi della spedizione della merce presso il domicilio del compratore online. I risultati prodotti dal drop shipping nel corso degli anni fanno ritenere che tale canale sarà uno dei perni fondamentali del “core business” della società nel prossimo futuro.

## **3 - Vendite web dirette**

Il terzo canale sul quale la società intende puntare fortemente è quello relativo alle vendite online dirette realizzate attraverso web con i due portali gargiuloemaiello.com rivolto al B2B ed ideabellezza.it rivolto al B2C. La G&M intende accelerare il programma di sviluppo delle piattaforme, anche alla luce dei lusinghieri risultati conseguiti in termini di crescita del fatturato nell'ultimo biennio. È evidente come la pandemia abbia accelerato il processo di trasformazione digitale già in atto contribuendo al cambiamento delle abitudini di acquisto di imprese e consumatori, con una propensione sempre maggiore all'acquisto online. Un risultato che spinge il management della società ad implementare nuovi investimenti sul digitale.

## **4-Vendite attraverso la catena “Idea Bellezza”;**

La Europrogetto S.r.l. è titolare di una catena di punti vendita al dettaglio ad insegna “Idea Bellezza”, nata nel 1994, con 75 negozi sparsi in tutta Italia e che punta, nei prossimi cinque anni, ad arrivare ad un totale di 150 punti vendita per realizzare una copertura sempre più capillare dell'intero territorio nazionale.



Il marchio Idea Bellezza è di proprietà della controllante Gargiulo & Maiello S.p.a. e viene concesso in uso alla controllata Europrogetto per effetto di un contratto quadro di franchising. La controllante fornisce in via esclusiva alla controllata tutti i prodotti di profumeria, cosmetica ed igiene della persona destinati alla catena retail.

Alla data del 31/12/2021, Europrogetto detiene n. 79 negozi ubicati su tutto il territorio nazionale, di cui n.47 nei centri città, n.12 nei centri commerciali e n.19 nei megastore Upim.

Alla data di redazione del presente bilancio varia la composizione, proseguendo il **piano di sviluppo retail "Idea bellezza"**, con la chiusura dei corner diretti presenti nei megastore UPIM a seguito di nuovo accordo di semplice fornitura e l'apertura di 7 nuovi punti vendita già effettuati e 5 in programmazione per il 2022.

## Il Cliente al centro

Le tipologie di Clienti del Gruppo sono molteplici e distinte, a seconda del canale di vendita, fisico e digitale, servendo sia il mercato B2B che quello B2C attraverso un sistema articolato di gestione delle relazioni nelle diverse fasi del ciclo di vendita.

- clienti ingrosso, supermercati e profumerie
- clienti drop shipping,
- clientela Idea Bellezza punto fisico, per il 95% donne stando ai dati delle fidelity card
- cliente digitale privato che acquista sul portale ideabellezza.it

In generale, il contatto diretto con la clientela viene seguito direttamente dal dipartimento competente che ne risponde anche in termini di gestione di segnalazioni, reclami e resi attraverso diversi touch point, tra cui il numero WhatsApp dedicato, Social Media, email e negozio fisico, tracciandone andamenti e soluzioni prese in carico dall'ufficio Qualità, nell'ambito del sistema di gestione certificato UNI ISO 9001, e poi dall'ufficio marketing. Anche la box utilizzata per consegnare i prodotti acquistati è un importante strumento nella relazione con il cliente.



## Il programma fedeltà

Da più di 10 anni la carta fedeltà Idea Bellezza è un prezioso canale di comunicazione diretta con il Cliente sia per acquisire dati sui comportamenti e preferenze di acquisto in

ottica di CRM sia per premiare l'affezione al brand con buoni sconto e promozioni riservate. Da settembre 2021 è in programma la digitalizzazione della carta fedeltà con la progressiva sostituzione delle card fisiche con quelle digitali e l'implementazione di un software specifico che consentirà, previa registrazione, di accedere più facilmente al programma fedeltà con una più puntuale customizzazione dei servizi e offerte dedicate.



## Sicurezza dei prodotti e salute del consumatore

Costituito per il 95% da prodotti di marca distribuiti dai grandi player della cosmesi, l'assortimento offerto a clienti e consumatori è caratterizzato da elevati standard di qualità e sicurezza, garantiti direttamente dalle case produttrici. Rispetto alla quota residuale pari a circa il 5% dell'assortimento totale, ed in ottica di un progressivo ampliamento dell'offerta a marchio proprio, il Gruppo ha già avviato un sistema di qualità e controllo delle referenze gestite, puntando a:

- incrementare il novero dei prodotti certificati secondo i più elevati standard di riferimento;
- migliorare sia i contenuti informativi presenti sulle etichette sia il packaging laddove presente;
- ampliare il mix offerto rispondendo a specifiche esigenze di utilizzo e consumo;
- aumentare il sistema dei controlli lungo la catena di fornitura.

Nel corso dell'ultimo biennio non si sono verificati casi che hanno comportato una sanzione o un avvertimento, relativi agli impatti sulla salute e sulla sicurezza, dei prodotti e servizi offerti.

# 5.2 LE NOSTRE PERSONE

LA RESPONSABILITÀ  
VERSO LE PERSONE  
E LA COMUNITÀ





## 5.2 LE NOSTRE PERSONE

Il capitale umano è considerato parte integrante del patrimonio aziendale e fattore chiave del successo del Gruppo, in un quadro di reciproca lealtà e fiducia.

In linea con i 10 Principi del Global Compact, tutti i rapporti di lavoro sono fondati sul rispetto degli individui e dei loro diritti umani, sull'osservanza di tutte le normative applicabili, in un clima idoneo alla crescita umana e professionale di ciascun collaboratore.

### Le risorse in organico

Gargiulo & Maiello Spa	donne	uomini	2021	2020	Variazioni	%
Dirigenti	0	1	1	1	0	0
Quadri	0	3	3	4	-1	-25%
Impiegati	12	25	37	37	0	0
Operai	0	1	1	25	-24	-96%
<b>Totale</b>	<b>12</b>	<b>30</b>	<b>42</b>	<b>67</b>	<b>-25</b>	<b>-37,31%</b>
Europrogetto srl	donne	uomini	2021	2020	Variazioni	%
Quadri	0	0	0	0	0	
Impiegati	277	1	278	272	6	2,21%
Operai	0	0	0	0	0	
<b>Totale</b>	<b>277</b>	<b>1</b>	<b>278</b>	<b>272</b>	<b>6</b>	<b>2,21%</b>
<b>Totale Gruppo</b>	<b>289</b>	<b>31</b>	<b>320</b>	<b>339</b>	<b>-19</b>	<b>-5,61%</b>

I dati 2021 vedono una riduzione delle risorse in organico di circa 24 unità dovuta alla **esternalizzazione dell'intera funzione logistica**, affidata a Genesy un consorzio di cooperative già fornitore del Gruppo. Un cambio del modello di business, nell'ambito del percorso di innovazione, voluto dalla nuova governance della capogruppo, in continuità con l'approccio lungimirante della proprietà, per gestire l'evolversi dei canali distributivi e concentrare energie e risorse in altre aree a maggior valore aggiunto come l'automazione dei processi, il potenziamento dell'area degli acquisti, marketing e vendite, soprattutto rispetto al canale on line, con un piano sviluppo molto importante per incontrare e soddisfare le nuove esigenze di clienti e consumatori. La completa esternalizzazione della logistica è stato il risultato di un importante lavoro di dialogo e confronto con i sindacati per individuare soluzioni ad personam, in grado di soddisfare le attese dei lavoratori coinvolti, anche attraverso un sistema di ricollocamento in altre aree dell'organizzazione. Un percorso di conciliazione protrattosi per tutto il 2021, gestito seppur con momenti di comprensibile tensione in costante relazione con i sindacati per accoglierne le

istanze seguendo prevalentemente la strada dell'accompagnamento all'esodo con uno stanziamento straordinario di risorse pari a circa 1.5 mln.

Gli andamenti dell'organico, gestione e monitoraggio, sono in carico alla funzione HR che attraverso una piattaforma integrata segue:

- l'anagrafica, controllo accessi e badge;
- i profili di età - anzianità seniority;
- la composizione dell'organico;

per mantenere un equilibrio dinamico tra la forza lavoro disponibile e le esigenze di competenze dell'azienda attivando di volta in volta processi di inserimento nuove figure e programmi di formazione ad hoc.

<b>Composizione organico al 31/12/2021</b>										
<b>Gargiulo &amp; Maiello Spa</b>	uomini			donne			totale			Tot
	<30	30-50	>50	<30	30-50	>50	<30	30-50	>50	
Dirigenti	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1
Quadri	0	2	1	0	0	0	0	2	1	3
Impiegati	3	15	7	3	7	1	6	22	8	36
Operai	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1
Con disabilità	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1
<b>totale</b>	<b>3</b>	<b>18</b>	<b>9</b>	<b>3</b>	<b>8</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>26</b>	<b>10</b>	<b>42</b>
<b>Europrogetto srl</b>	uomini			donne			totale			
	<30	30-50	>50	<30	30-50	>50	<30	30-50	>50	
Dirigenti	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Quadri	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Impiegati	0	1	0	63	202	8	63	203	8	278
Operai	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Con disabilità	0	0	0	1	3	0	1	3	0	4
<b>totale</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>64</b>	<b>205</b>	<b>8</b>	<b>64</b>	<b>206</b>	<b>8</b>	<b>278</b>
<b>Totale Gruppo</b>	<b>3</b>	<b>19</b>	<b>9</b>	<b>67</b>	<b>213</b>	<b>9</b>	<b>70</b>	<b>232</b>	<b>18</b>	<b>320</b>

Inquadramento organico al 31/12/2021			
Gargiulo & Maiello Spa	uomini	donne	totale
determinato	0	0	-
indeterminato	30	12	42
part time	0	1	1
full time	30	11	41
Europrogetto srl	uomini	donne	totale
determinato	0	41	41
indeterminato	1	236	237
part time	0	64	64
full time	1	213	214
<b>Totale Gruppo</b>	<b>31</b>	<b>289</b>	<b>320</b>

La composizione dell'organico al 31/12/2021 mette in luce la forte presenza femminile in Europrogetto con una quota del 73% rispetto al totale risorse impiegate contro una quota del 28.5% nella capogruppo. Complessivamente il Gruppo presenta una ripartizione in termini di genere pari al 90% di personale femminile e del 10% di personale maschile. Per Europrogetto è in lavorazione il **Rapporto Parità di genere** in riferimento alla Legge di Bilancio 2022 ed in ottemperanza alla Legge n. 162/2021 che ha aggiornato il Codice Delle Pari Opportunità e che ne ha esteso l'obbligo alle imprese con almeno 50 dipendenti.

Circa il 21% si attesta nella fascia di età inferiore ai 30 anni, con la massima concentrazione pari al 72,5% nella fascia compresa tra i 30 ed i 50 anni, evidenziando un'età media intorno ai 40 anni. La totalità dei dipendenti è inserita secondo CCNL, di cui l'85% con contratto di assunzione a tempo indeterminato, mentre l'**indice di sindacalizzazione** si attesta al 9% con un incremento rispetto al 7% registrato nel 2020.



## La selezione e la formazione del personale

La richiesta di una risorsa viene fatta dal manager di linea per G&M o dal capo area del negozio per Europrogetto all'ufficio del personale. Se la risorsa da acquisire è una figura junior, da inserire attraverso un percorso di tirocinio formativo, i canali di ricerca e selezione sono le business school, le università, bacheca.it, l'area "Lavora con noi" del sito ideabellezza.it; se invece si è alla ricerca di figure con un expertise più alta e qualificata i canali di selezione principali sono linkedin e le società di recruiting alle quali si consegna la selezione. In tal senso esistono accordi stabili e convenzioni con università e business school: **Stoa Business School** (per le figure marketing e risorse umane), **Ipe Business School** (figure finanza e amministrazione), Università Federico II di Napoli e l'Università di Salerno (per le figure formate in economia). Al di là di specifiche esigenze di organico, l'azienda normalmente ospita stage e tirocini per favorire l'approccio al lavoro di giovani talenti, che spesso si evolvono in **apprendistato professionalizzante**.

Di recente Europrogetto ha inoltre sottoscritto una **Convenzione** con la Direzione Generale Istruzione, Formazione, Lavoro e Politiche Giovanili della Giunta Regionale della Campania per il conseguimento graduale degli obiettivi occupazionali previsti dalla L.68/99 con l'inserimento progressivo in organico di n. 8 lavoratori disabili da inquadrare con contratto di lavoro a termine e tirocini formativi finalizzati all'assunzione a tempo indeterminato. Una convenzione in programma già dal 2019 per allineare la società alla normativa di riferimento ma che ha dovuto attendere la ripresa dall'emergenza pandemica per trovare la necessaria capacità di assorbimento dell'impresa. Infatti Europrogetto, così come la capogruppo, ha richiesto ed ottenuto nel 2020, come previsto dal Decreto Cura Italia e successivi Decreti, la Cassa integrazione per la riduzione dell'attività lavorativa del personale aziendale indispensabile per la tenuta economico – finanziaria di Gruppo.

Ad oggi, tutto l'organico è inserito secondo CCNL, in particolare **MDO per la capogruppo e terziario CISAL per Europrogetto**, in una logica di piena parità contributiva, senza distinzione alcuna, agevolando sistemi per la conciliazione vita lavoro e mettendo a disposizione diversi servizi per agevolare la vita dei dipendenti in azienda.

Casi di congedo parentale	2021	2020
totale	29	19



Lato G&M è in corso d'opera la realizzazione di una mensa aziendale, mentre lato Europrogetto, oltre alla disponibilità di una card con cui è possibile acquistare tutti i prodotti disponibili nei punti vendita con una scontistica riservata, è stato di recente avviato il progetto di sviluppo di un **sistema di welfare di 2° livello**, puntando alla definizione di un accordo sindacale dedicato. Ad oggi l'azienda ha avviato la definizione dei parametri del sistema MBO, anche attraverso la somministrazione di interviste ai dipendenti nelle varie categorie per raccoglierne esigenze e aspettative.

Un progetto condiviso con tutto il personale che rientra nell'ambito di un quadro più ampio di azioni ed **iniziative per il dialogo, il confronto e la partecipazione alle dinamiche aziendali**.

- Tutti i dipendenti hanno la possibilità attraverso un canale diretto senza interposizioni, di poter attivare un modulo di richiesta intervento all'ufficio del personale, per qualsiasi motivazione, in tempo reale, su tematiche personali nel totale rispetto della privacy
- Riunioni periodiche tra Direzione Commerciale ed i capoarea sulle tematiche legate ai punti vendita, con gli store manager ed il personale addetto alle vendite
- Eventi annuali dedicati in particolar modo all'organico Idea Bellezza, es. ultima riunione Firenze 2022





Nata per affrontare, in periodo di pandemia, la gestione dei pdv dal punto di vista della formazione ed aggiornamento continuo accelerando l'utilizzo dei canali digitali, l'Academy Idea Bellezza rappresenta oggi un progetto di ampio respiro per tutto il Gruppo, passando dall'implementazione di strumenti di Micro-learning (corsi di 3/10 min su focus strategici cui seguono test di verifica e simulazioni) alla realizzazione di un sistema integrato per l'allineamento delle competenze e lo sviluppo di expertise in tema di **retail management**.

Una piattaforma multi device che consentirà di gestire più facilmente l'inserimento di nuovo personale, il trasferimento ed aggiornamento delle competenze, consentendo nel contempo di patrimonializzare il know how costruito come vero e proprio asset dell'impresa.

Ad integrazione e supporto di tale progettualità, Europrogetto ha investito e sostenuto nel 2021 uno specifico percorso formativo di accompagnamento alla transizione (formazione 4.0) verso le nuove tecnologie, adottate per agevolare il cambio di mentalità e di approccio rispetto ai tradizionali modelli organizzativi pre-esistenti, favorendo la connessione e la collaborazione tra le diverse aree, modalità orizzontali di condivisione del lavoro che permettano una maggiore trasferibilità delle informazioni, la tracciabilità dei dati ed un'organizzazione flessibile dei processi. Il percorso di formazione ha visto un monte ore totale pari a 33344 ore coinvolgendo 147 dipendenti per una media di ore erogate pari a 227.

Anche la capogruppo, in linea con gli investimenti per la digitalizzazione già avviati, ha investito sulla **formazione 4.0** per integrare le competenze nella gestione della relazione con il cliente ormai "sempre connesso", necessitando di un'automazione a supporto ed integrazione del sistema di Customer Relationship Management nelle diverse fasi del servizio, in una logica multicanale e multidevice. Il percorso formativo è stato erogato in tre moduli per complessive 220 ore cui si sono aggiunte ore per esercitazioni individuali e di gruppo, business game,

coaching e tutoraggio, coinvolgendo 11 dipendenti della Gargiulo & Maiello Spa, per un totale di 4.400 ore erogate ed una media 400 ore pro capite.

## La Salute, Sicurezza e benessere del personale

La tutela della salute e sicurezza è alla base di ogni azione, performance, progetto del Gruppo Gargiulo & Maiello. Tramite un percorso di formazione ed aggiornamento continui, monitoraggio costante ed analisi periodica dei dati, è preciso obiettivo aziendale minimizzare i rischi connessi all'attività lavorativa, evitando tutti i comportamenti che possano mettere a rischio l'incolumità delle proprie persone. In particolare, la Capogruppo si è dotata di un sistema di gestione integrato, certificato in conformità con gli standard UNI EN ISO 9001:2015, UNI EN ISO 14001:2015, UNI EN ISO 45001:2018, che prevede una serie di strumenti ed azioni atte a garantire l'applicazione di tutte le misure di prevenzione degli infortuni promuovendo la cultura della sicurezza con appositi programmi formativi.

A seguito della pandemia SARSCoV-2, sono stati realizzati specifici interventi informativi e operativi finalizzati a consentire lo svolgimento dell'attività lavorativa nel pieno rispetto della normativa vigente in materia di prevenzione della diffusione del Covid-19.

Nell'ambito delle attività svolte, non risultano profili di rischio tali da poter causare patologie professionali, in ogni caso, il medico competente ha comunque il compito di definire le misure preventive e i protocolli sanitari per i profili di rischio connessi a particolari mansioni e quello di monitorare eventuali danni alla salute dei lavoratori; egli, inoltre, nell'emettere il giudizio d'idoneità applica, ove necessario, limitazioni e prescrizioni per prevenire possibili malattie professionali.

Nel corso dell'esercizio 2021, nell'ambito del Gruppo non si sono verificati casi di morte, incidenti ed infortuni sul luogo di lavoro e non si sono registrati addebiti in ordine a malattie professionali e cause di mobbing su dipendenti o ex dipendenti, per cui la società è stata dichiarata definitivamente responsabile.

KPI	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	Dic
Ore assenza per infortunio su Ore Lavorate	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Numero near miss x anno	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Numero infortuni / anno con assenze > 3 gg	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Giorni di Assenza per malattia professionale	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0



# 5.3 I NOSTRI FORNITORI

LA RESPONSABILITÀ  
VERSO LE PERSONE  
E LA COMUNITÀ





## 5.3 I NOSTRI FORNITORI

### La catena di fornitura

Il mondo della fornitura assume particolare valore strategico per il Gruppo, in quanto destinatario di una quota significativa del valore generato, attestandosi nel 2021 su un importo di 63.934.347€ pari all'87%% dell'intero valore distribuito con una variazione di oltre il 15% rispetto all'esercizio precedente.

La parte maggiore del valore distribuito è destinata ai **grandi player della cosmesi e dei prodotti per la cura e la bellezza della persona**, su scala nazionale ed internazionale, pari al 41% del totale fornitori. Importanti aziende per quote di mercato e notorietà dei brand commercializzati, ma al contempo garanti di elevati standard di qualità e sicurezza dei prodotti a tutela di clienti e consumatori, nonché della propria posizione e reputazione. Grazie al costante monitoraggio dei suoi buyer ed ai rapporti consolidati nel tempo, il Gruppo acquista le migliori referenze ed i prodotti più innovativi disponibili sul mercato a condizioni di vantaggio per la propria clientela.

dimensione	valore distribuito	n. fornitori in %
Multinazionali	60%	13%
Grandi imprese	33%	28%
Piccole imprese	7%	59%

Il 7% del valore distribuito, per quasi 5 mln di euro, è stato ripartito su circa 130 piccole e medie imprese, pari al 59% del monte fornitori, di seguito suddivisi per tipologia di prodotto/servizio erogato, spesso privilegiando operatori del territorio e rapporti di lunga durata.

Prodotto/servizio	% Valore distribuito alle PMI	Quota PMI destinatarie
Marchi di terzi	40%	61%
Prodotti a marchio del Gruppo	12%	13%
servizi	14%	14%
Trasporti e logistica	20%	4%
Allestimenti	8%	8%

Dato il valore distribuito, le politiche di acquisto rappresentano una parte importante del sistema di gestione integrato che vede la **selezione e qualificazione**, soprattutto per le PMI fornitrici, basate su criteri non solo di qualità ma anche di conformità alla normativa vigente ed ai principi e le regole contenute nel Codice Etico del Gruppo, con particolare riferimento al rispetto dei requisiti in tema di salute e sicurezza dei lavoratori e ambiente.



## **Progetti ed iniziative per migliorare gli impatti lungo la supply chain**

Con particolare attenzione alla quota di fornitori del servizio di trasporto e logistica, su base locale, la capogruppo ha avviato nel 2021, nell'ambito dei processi di monitoraggio e controllo del sistema Qualità, Sicurezza e Ambiente, un primo screening volto ad accertare il livello di compliance in tema di contratti di lavoro e sicurezza dei lavoratori per comprendere aree di rischio ed azioni da intraprendere ai fini di una più puntuale gestione delle criticità emerse.

Tra le priorità del prossimo triennio: estendere tale screening ad una quota più ampia dei fornitori del Gruppo nell'ambito di una Politica dedicata e di un piano di interventi per migliorare la capacità di generare valore e gestire i rischi ESG lungo la catena di fornitura.

# 5.4 IL TERRITORIO

LA RESPONSABILITÀ  
VERSO LE PERSONE  
E LA COMUNITÀ





## 5.4 IL TERRITORIO

### Progetti e iniziative a sostegno della comunità

Oltre ad aderire a varie associazioni di categoria e collaborazioni stabili con il mondo della formazione, il Gruppo Gargiulo & Maiello ha sviluppato un'ampia rete di relazioni con i diversi stakeholder nei vari contesti territoriali in cui opera, in corrispondenza della presenza di punti vendita diretti distribuiti nelle varie regioni italiane. L'apertura di ogni store è frutto di un inteso lavoro in stretta collaborazione con le autorità e gli enti locali, mentre il piano di lancio e le attività promozionali puntano sempre al coinvolgimento di operatori e organizzazioni di riferimento, spesso legando le iniziative a temi di carattere sociale ed ambientale di specifico interesse.

Infatti, è impegno connotato all'identità e missione del Gruppo assumere, un ruolo attivo a sostegno delle necessità del contesto socio – economico di riferimento, nella determinazione che una condotta etica e responsabile deve essere orientata a generare valore anche per la comunità in cui si opera.

Dopo la necessaria pausa pandemica sono ripartite, pertanto, le attività del Gruppo con il sostegno ad organizzazioni impegnate sui veri temi. Di nota sono le attività dell'Associazione **Premio GreenCare** Aps che intende riconoscere e sottolineare il valore di chi è impegnato nella cura, creazione, tutela e/o valorizzazione delle aree verdi negli spazi urbani. L'obiettivo è sensibilizzare gli amministratori pubblici ed i semplici cittadini ad una maggiore attenzione e cura nei confronti delle aree verdi metropolitane, polmoni di ossigeno per i cittadini, ma anche importanti luoghi di aggregazione e svago. Ed il progetto **Make-A-Wish Italia** che attraverso la raccolta fondi ha reso possibile la realizzazione di 3 desideri di ragazzi con difficoltà.

Da tempo, inoltre, il gruppo è tra i soci e sponsor della **squadra di Calcio Napoli Femminile** con la recente nomina di Alessandro Maiello, AD della capogruppo, a Presidente del direttivo della società sportiva dilettantistica fondata nel 2003, che diviene protagonista di diverse iniziative a supporto del territorio. In questo contesto si inserisce il progetto **"Idea Bellezza Sostenibile"**, nato proprio per portare avanti un programma di azioni finalizzate a promuovere il tema delle sostenibilità e sensibilizzare gli stakeholder sulla necessità di adottare comportamenti più consapevoli e responsabili nelle abitudini di consumo e stili di vita.

Di recente l'iniziativa, con i primi tre appuntamenti dedicati, **"La bellezza della sostenibilità"** che vede Idea Bellezza, Legambiente ed il Napoli Femminile come protagonisti di giornate di volontariato per ripulire spiagge e coste della Campania.





Ad aprile 2022 è partito poi Il progetto **"Pelota de Trapo - Il calcio è di tutti"**: IdeaBellezza, insieme al Napoli Femminile, è partner di questa iniziativa promossa da **Play for Change e Fondazione Scholas Occurrentes** del Pontefice Papa Francesco, in collaborazione con FIGC e ASAG Università Cattolica di Milano, e prevede la realizzazione di un programma sportivo-educativo a favore di bambine e ragazze tra i 9 e i 12 anni che vivono in contesti periferici delle maggiori città italiane (Milano, Torino, Roma, Napoli), attraverso un percorso di sensibilizzazione sui valori del calcio femminile e di crescita personale. 80 bambini di quarta e quinta della scuola primaria dell'istituto Pertini di Scampia, sono scesi in campo per le prime due giornate.

Tra le ultime iniziative messe in campo vi è il progetto **"E-missioni 0"** teso a sensibilizzare i clienti su un tema importante come quello della sostenibilità ambientale. Con diversi appuntamenti presso i punti vendita l'attività vede, con la partecipazione di Elisa Balsamo, campionessa del mondo di ciclismo su strada, l'utilizzo di bici montate su rulli meccanici attraverso i quali con delle semplici pedalate, i clienti potranno ricaricare la batteria del proprio smartphone.



6

# LA RESPONSABILITÀ VERSO L'AMBIENTE



## 6. LA RESPONSABILITA' VERSO L'AMBIENTE

### Primo focus sugli impatti del gruppo

Il Gruppo Gargiulo & Maiello vede il suo core business nella distribuzione multicanale di prodotti per l'igiene e la bellezza della persona, di cui il 95% realizzati dai big player del settore della profumeria e cosmesi e per il 5% prodotti per conto e per nome della capogruppo sotto i marchi di sua proprietà.

Un modello di business che ha certamente degli **impatti diretti e indiretti sull'ambiente** correlati prevalentemente alla gestione della sede operativa e dei punti vendita, alle fasi di trasporto e logistica ed alle scelte di approvvigionamento di prodotti e servizi e loro fornitori.

In riferimento a tali impatti, di seguito sono riportati i temi ritenuti maggiormente rilevanti, a valle della matrice di materialità lato impresa, e dunque le priorità prese in carico dal Gruppo rispetto alle quali valutare l'attuale capacità di misurazione delle performance ambientali nonché il livello di integrazione dei kpi necessari a migliorarne la misurazione e poi le relative performance

- Recupero e riciclo materiali e rifiuti
- Riduzione consumi
- Emissioni, fonti rinnovabili e compensazioni
- Packaging (confezionamento e trasporto)

In linea con la natura delle attività aziendali e secondo la naturale vocazione della Proprietà l'ambiente rappresenta per il Gruppo Gargiulo & Maiello un valore primario da salvaguardare e la sua tutela è fattore imprescindibile per una gestione responsabile delle attività aziendali. Da tempo infatti sono state realizzate azioni ed iniziative, oltre il pieno rispetto delle normative vigenti, per migliorare i propri impatti ambientali lungo la catena di produzione del valore e per promuovere la cultura della sostenibilità all'interno dell'organizzazione aziendale e nella relazione con i diversi stakeholder di riferimento.

In tal senso la capogruppo si è già dotata di un **Sistema di Gestione Integrato Qualità, Ambiente e Sicurezza** conforme alle norme internazionali UNI EN ISO 9001:2015, UNI EN ISO 14001:2015, UNI EN ISO 45001:2018 ed ha avviato con la redazione di questo 1° Bilancio di Sostenibilità una **prima mappatura e misurazione delle performance ambientali del Gruppo**, insieme a quelle sociali ed economiche, **per inquadrare la sua capacità di gestione dei temi ESG e definire il piano degli interventi per il miglioramento nel breve e medio periodo.**



## Gargiulo & Maiello SpA

**In riferimento alla sede operativa della capogruppo**, essa è ubicata a Nola presso l'Interporto Campano, lotto A – blocchi A1/A6 (piattaforma logistica) con una estensione al piano terra di mq. 8.400, soppalchi adibiti ad ufficio di circa mq. 2.900 ed area scoperta di pertinenza di mq. 4.800. Data la tipologia di attività svolta, l'azienda non è tenuta a richiedere Autorizzazione Unica Ambientale per le emissioni in atmosfera. Mediante contratto di servizio e relativo canone la società affida a Interporto Campano Spa i servizi di:

- approvvigionamento idrico da acquedotto locale;
- ritiro, smaltimento e recupero di rifiuti urbani non pericolosi;
- manutenzione viaria, del verde e spazi condominiali;
- illuminazione viaria e spazi condominiali.

Per la gestione dei **rifiuti speciali**, provenienti prevalentemente per la gestione della logistica e trasporti in entrata ed in uscita, la Gargiulo & Maiello Spa si avvale di fornitori specializzati che provvedono al servizio di prelievo, trasporto, smaltimento e recupero dei seguenti materiali.

CER	Descrizione	2020 [kg]	2021 [kg]	Destinazione
16 02 14	Apparecchiature fuori uso non pericolose	740,000	440,000	Recupero
15 01 06	Imballaggi in materiali compositi	7.700,000	14.000,000	Recupero
16 03 05	Rifiuti organici contenenti componenti pericolosi	1.740,000	1.880,000	Recupero
15 01 02	Imballaggi in plastica	4.300,000	8.560,000	Recupero
15 01 01	Imballaggi di carta e cartone	51.600,000	46.140,000	Recupero
17 04 05	rifiuti in ferro e acciaio	2.180,000	1.200,000	Recupero
20 01 08	Rifiuti biodegradabili di cucine e mense	*	160,000	Recupero

Grazie agli interventi per l'ammodernamento e l'automazione dei servizi di magazzino, è stato ridotto l'impiego di materiali inserendo l'utilizzo di vaschette di plastica riutilizzabili con coperchi (TAO40) per la movimentazione delle merci, l'assemblaggio e successivo imballaggio.

Inoltre, nel 2021 è stata commissionata l'analisi qualitativa dei rifiuti della categoria umido, cui è seguito il Rapporto di prova attestante la classificazione come Rifiuto Speciale non pericoloso (20 01 08) rifiuti biodegradabili di cucine e mense, gestito nell'ambito di accordi con fornitori specializzati su menzionati.

Sul fronte dei **consumi energetici**, la capogruppo ha impiegato nel 2021 complessivi **459.898kwh di energia elettrica** rispetto a 455.716 kwh del 2020 e si approvvigiona da un unico fornitore EON Energia che ai sensi di quanto previsto dall'art. 2 del decreto legge 31 luglio 2009, pubblica le informazioni sulla composizione del mix di fonti energetiche primarie utilizzate per la produzione definite dal Gestore dei Servizi Energetici (GSE), come riportato nella tabella seguente.



Mix Medio Energetico Nazionale	FONTI PRIMARIE UTILIZZATE	Composizione del mix energetico utilizzato per la produzione dell'energia elettrica venduta dall'impresa nei due anni precedenti		Composizione del mix medio nazionale utilizzato per la produzione dell'energia elettrica immessa nel sistema elettrico nei due anni precedenti	
		ANNO 2019*	ANNO 2018	ANNO 2019*	ANNO 2018
	Fonti rinnovabili	21,28%	22,95%	41,51%	40,80%
	Carbone	11,39%	15,92%	8,52%	12,34%
	Gas Naturale	57,92%	51,62%	42,86%	39,19%
	Prodotti petroliferi	0,67%	0,67%	0,51%	0,53%
	Nucleare	4,56%	4,90%	3,50%	4,14%
	Altre fonti	4,18%	3,94%	3,10%	3,00%

\*Eventuali mancate quadrature dei valori sono dovute agli arrotondamenti.  
Dato Preconsuntivo

Al fine di ridurre tali consumi, la Società ha di recente provveduto alla sostituzione degli impianti di climatizzazione invernale utilizzando pompe di calore elettriche/gas/geotermiche con relativa Diagnosi Energetica e Attestazione di Prestazione Energetica. E' tuttora in corso la valutazione per l'installazione di un impianto fotovoltaico a supporto del fabbisogno energetico dell'azienda.

**Incendio/esplosioni.** L'azienda è in possesso di regolare Certificato di Prevenzione Incendi (CPI) pratica VV.F. 11/04/2017 rilasciato ai sensi del DPR 151/2011 per le attività 70.2.c, 743C2.1b, 2.1.B. L'azienda si è dotata di un piano antincendio con i relativi presidi nei diversi luoghi di pertinenza. Le manutenzioni sono affidate a ditta esterna specializzata e registrate sul registro antincendio; è disponibile il piano di evacuazione con ultima prova simulata avvenuta il 17/10/2021

Per quanto concerne le scelte di approvvigionamento di prodotti e servizi e loro fornitori, si rimanda al capitolo dedicato, evidenziando in questa sede il percorso intrapreso dalla capogruppo, nell'ambito del Sistema integrato QSA, per la definizione di una politica fornitori dedicata e di un piano di interventi per migliorare gli impatti e la capacità di generare valore lungo la catena di fornitura.

## Europrogetto

**In riferimento alla rete dei punti vendita Idea bellezza,** trattasi prevalentemente di negozi con quadratura media pari a 150 mq, ubicati nei centri storici o all'interno di centri commerciali, che impattano in linea generale prevalentemente in termini di:

- Materiali per l'allestimento dei pdv;
- consumi energetici;
- produzione di rifiuti;
- prevenzione incendi.

I punti vendita a insegna Idea Bellezza sono tutti allestiti privilegiando **soluzioni ecofriendly**

nelle fasi di progettazione, manutenzione e disallestimento, a partire dalla scelta delle strutture e pannellature in nobilitato melamminico certificato PEFC e FSC, che ne garantiscono una provenienza da foreste ecologicamente, economicamente e socialmente sostenibili, fino ai componenti per l'illuminazione ad alto rendimento e basso consumo con l'utilizzo di mini reglette a led. Anche per gli elementi in vetro e alluminio, l'azienda si avvale di primarie società di riferimento del comparto ed ha in programma per il prossimo triennio una **misurazione più puntuale sia delle materie prime vergini e riciclate**, impiegate nell'allestimento dei punti di vendita sia dei materiali portati a recupero nei casi di disallestimento.

**Sul fronte dei consumi energetici, Europrogetto** ha impiegato **1.476.155 kwh di energia elettrica** rispetto a 1.265.565 kwh del 2020 e si approvvigiona da un unico fornitore EON Energia, per il quale valgono gli stessi parametri di composizione del mix di fonti energetiche primarie sopra descritte. Tra le azioni per il miglioramento dei consumi si evidenzia **l'azione di relamping** attraverso la sostituzione con lampade a led a basso impatto ambientale in tutti i punti vendita Idea Bellezza, con un investimento di circa 71 mila euro sostenuto nel 2021.

Rispetto alla **produzione di rifiuti**, i punti vendita gestiti da Europrogetto generano essenzialmente rifiuti urbani oggetto di raccolta differenziata secondo le regole dei comuni di pertinenza.

In tema di sistemi antincendio, tutti i punti di vendita sono dotati di impianti e piani evacuazione in ottemperanza alle normative vigenti.

Consumi energetici in TEP ed in CO2 equivalente	2020	2021	TEP	CO2 <sup>1</sup>
consumi energia elettrica (kwh) Gargiulo & Maiello SpA	455.716	<b>459.898</b>	85,97	130.879 Kg
consumi energia elettrica Europrogetto (kwh)	1.265.565	<b>1.476.155</b>	276,11	420.508 Kg
<b>Totale consumi energia elettrica (kwh)</b>	<b>1.721.281</b>	<b>1.936.053</b>	<b>362,08</b>	<b>551.387 kg</b>

## GCube e gli impatti dei prodotti a marchio proprio

Nella sede della Gargiulo & Maiello Spa, la sua controllata opera nella commercializzazione di prodotti realizzati da terzi sotto il proprio brand, generando impatti diretti e indiretti sull'ambiente nelle scelte di approvvigionamento lato fornitori e materiali, in quanto si avvale per le altre attività dei servizi erogati dalla capogruppo.

(1TEP=5347KWh) e 1KWH=0,2848 kg CO2 secondo parametri standard comunicati dall'ISPRA al MATTM per il 2018 e dalla tabella 2.4 del rapporto ISPRA 303/2018



I criteri guida negli acquisti seguono quelli adottati dalla controllante e dal **Dipartimento Prodotti a Marchio Proprio**, privilegiando fornitori qualificati in possesso delle necessarie certificazioni di prodotto ed adottando soluzioni per il confezionamento e il trasporto atte a ridurre il consumo dei materiali ed a massimizzarne la possibilità di riciclo.

Alla luce degli obiettivi di sviluppo del dipartimento prodotti a marchio, la proprietà ha già messo in campo un piano pluriennale per migliorare impatti e ricadute lungo tutta la catena di produzione del valore anche attraverso l'acquisizione di attestati e certificazioni dei prodotti e relativo packaging.



**7**

**GLI OBIETTIVI DI  
MIGLIORAMENTO  
PER IL PROSSIMO  
TRIENNIO**





## 7. Gli obiettivi di miglioramento per il prossimo triennio

Con la redazione di questo 1° Bilancio di Sostenibilità, Il Gruppo ha avviato il suo percorso verso la rendicontazione delle performance ESG andando a definire

- i temi materiali rilevanti per la Proprietà ed il Management in base ai quali sono state messe a fuoco performance e le buone pratiche già messe in campo
- l'attuale capacità di misurare tali performance, adottando una prima selezione di indicatori secondo il Sustainability Reporting Standards, per poi potenziarne nel tempo la copertura con l'integrazione di ulteriori kpi nel suo controllo di gestione;
- le aree di lavoro dove concentrare energie e risorse per definire obiettivi e strategie di un **Piano Triennale di Sostenibilità** pienamente integrato nel Piano industriale del Gruppo.

Temi ed aree di lavoro che saranno oggetto di un programma strutturato di coinvolgimento degli stakeholder per la definizione condivisa di obiettivi, piani, misure e azioni volte alla soddisfazione dei reciproci interessi, come prossimo passo del percorso verso la piena integrazione della CSR nella governance del Gruppo e della sostenibilità nel modello di business di tutte le sue controllate.

Temi materiali	Azioni	Aree di lavoro
1. Rispetto delle leggi	Consolidare	Funzione compliance/Mog 231
2. Gestione dei rischi	Agire	Politica e sistema di gestione Revisione MOG 231 Codice Corporate Governance Consob
3. Salute e sicurezza sul lavoro	Consolidare	formazione non obbligatoria
4. Etica, integrità e trasparenza	Consolidare	Formazione su Mog 231 whistleblowing
5. Reputazione aziendale	Consolidare	Progetto Brand Reputation Media relation
6. Solidità e redditività	Consolidare	integrazione kpi e miglioramento
7. Valorizzazione prodotti a marchio	Consolidare	Piano dedicato
8. Tutela dei Diritti umani	Consolidare	Formazione e progetti dedicati
9. Sicurezza Prodotti e salute consumatori	Consolidare	Politica prodotti a marchio e certificazioni
10. Riduzione dei consumi	Migliorare	integrazione kpi e miglioramento
11. Rapporti con PA e anticorruzione	Agire	Formazione su Mog 231
12. Gestione responsabile fornitori	Agire	Politica e sistema di gestione
13. investimenti in innovazione	Consolidare	Piano dedicato
14. soddisfazione dei clienti	Consolidare	Politica Customer care/Satisfaction
15. Valorizzazione e benessere del personale	Consolidare	Performance, premialità e Welfare aziendale
16. Diversità, Pari opportunità e inclusione	Agire	Politica dedicata e Rapporto di parità
17. Acquisti sostenibili	Migliorare	Politica e sistema di gestione
18. Responsabilità e sostenibilità nel mktg&Com	Migliorare	lato corporate e lato prodotti
19. Sostegno a cause sociali	Monitorare	Obiettivi di Cause Related marketing



20. Recupero e riciclo materiali e rifiuti	Migliorare	integrazione kpi e miglioramento
21. Emissioni, fonti rinnovabili e compensazioni	Consolidare	integrazione kpi e miglioramento
22. Packaging (confezionamento e trasporto)	Agire	integrazione kpi e miglioramento
23. Relazioni industriali	Monitorare	riunioni periodiche verbalizzate
24. Promozione cultura CSR e Sostenibilità	Monitorare	Programmi ed iniziative dedicate
25. Coinvolgimento Comunità Locali	Monitorare	rapporti con il terzo settore

# GRI CONTENT INDEX

GRI ID	DESCRIZIONE DELL'INDICATORE	RIFERIMENTO NEL TESTO	PAG.
<b>GRI 102: GENERAL DISCLOSURES</b>			
<b>PROFILO DELL'ORGANIZZAZIONE</b>			
102-1	Nome dell'organizzazione	Cap. 1 par. Il Gruppo G&M	15
102-2	Principali marchi, prodotti e servizi	Cap. 1 par. Il core business	15
102-3	Sede principale	Cap. 1 par. Il core business	15
102-4	Paesi di operatività	Cap. 1 par. Il core business	15
102-5	Assetto proprietario e forma legale	Cap. 2 La Governance	25
102-6	Mercati serviti	Cap. 1 par. Il core business	15
102-7	Dimensione dell'organizzazione	Cap. 5.2 Le nostre persone	61
102-8	Dipendenti per contratto, genere, area geografica, inquadramento	Cap. 5.2 Le nostre persone	61
102-9	Descrizione della catena di fornitura dell'organizzazione	Cap. 5.3 I nostri fornitori	71
102-10	Cambiamenti significativi della dimensione, struttura, assetto proprietario o catena di fornitura dell'organizzazione	Cap. 4 par. Attività chiave poste in essere nell'ultimo triennio Cap. 5.2 Le nostre persone	50 -61
102-11	Applicazione dell'approccio prudenziale alla gestione dei rischi	Cap. 2 par. Mappatura e gestione dei Rischi	32
102-12	Iniziative esterne	Cap. 5.4 Il Territorio	75
102-13	Partecipazioni ad associazioni di categoria o organizzazioni	Cap. 2 La Governance \ Cap. 3 par. I nostri principali stakeholder e metodi di coinvolgimento	25 -38
<b>STRATEGIA</b>			
102-14	Dichiarazione del Presidente e dell'Amministratore delegato	Lettera agli Stakeholder	5
102-15	Principali impatti, rischi e opportunità	Cap. 2 par. Mappatura e gestione dei Rischi	32
<b>ETICA E INTEGRITA'</b>			
102-16	Valori, principi, standard e regole di comportamento dell'organizzazione	Cap. 2 par. Etica Aziendale	28
102-17	Meccanismi per consigli e preoccupazioni sull'etica	Cap. 2 par. Etica Aziendale	28
<b>GOVERNANCE</b>			
102-18	Struttura di governo	Cap. 2 La Governance	25
102-19	Autorità di delega su temi di sostenibilità	Non rendicontato	
102-20	Responsabilità a livello esecutivo sulle tematiche economiche, ambientali e sociali	Non rendicontato	
102-21	Coinvolgimento delle parti interessate in materia economica, ambientale e sociale	Non rendicontato	
102-22	Composizione del più alto organo di governo e dei suoi comitati	Cap. 2 La Governance	25
102-23	Presidente del più alto organo di governo	Cap. 2 La Governance	25
102-24	Nomina e selezione del più alto organo di governo	Non applicabile	
102-25	Conflitti di interesse	Cap. 2 par. I principi etici generali - Cap. 2 par. Mappatura e gestione dei Rischi	30-32
102-26	Ruolo del più alto organo di governo nella definizione degli scopi, dei valori e della strategia	Lettera agli Stakeholder	5
102-27	Conoscenza collettiva del più alto organo di governo	Non rendicontato	
102-28	Valutazione delle performance del più alto organo di governo	Non rendicontato	
102-29	Identificazione e gestione impatti economici, ambientali e sociali	Non rendicontato	
102-30	Efficacia dei processi di gestione dei rischi	Cap. 2 par. Mappatura e gestione dei Rischi	32
102-31	Verifiche del più alto organo di governo dell'efficacia del sistema di gestione dei rischi per gli aspetti economici, ambientali e sociali	Non rendicontato	
102-32	Organo che approva il bilancio	Nota metodologica	11
102-33	Processo di comunicazione delle criticità al più alto organo di governo	Non rendicontato	
102-34	Numero e natura delle criticità comunicate al più alto organo di governo	Non rendicontato	
102-35	Descrizione delle politiche retributive	Non rendicontato	
102-36	Descrizione del processo di determinazione delle remunerazioni	Non rendicontato	
102-37	Descrizione di come le opinioni degli stakeholder sono prese in considerazione nel processo di determinazione delle remunerazioni	Non rendicontato	
102-38	Rapporto tra la remunerazione del dipendente con stipendio più elevato e la retribuzione mediana	Non rendicontato	
102-39	Rapporto tra l'incremento percentuale dello stipendio del dipendente con stipendio più elevato rispetto all'incremento mediano	Non rendicontato	
<b>COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER</b>			
102-40	Elenco di gruppi di stakeholder con cui l'organizzazione intrattiene attività di coinvolgimento	Cap. 3 par. I nostri principali Stakeholder e le attività di coinvolgimento	38
102-41	Percentuale dei dipendenti coperti da accordi collettivi di contrattazione	Cap 5.2 Le nostre persone	61
102-42	Principi per identificare e selezionare i principali stakeholder con i quali	Non rendicontato	

	intraprendere l'attività di coinvolgimento		
102-43	Approccio all'attività di coinvolgimento degli stakeholder, specificando la frequenza per tipologia di attività sviluppata e per gruppo di stakeholder	Cap. 3 par. I nostri principali Stakeholder e metodi di coinvolgimento	38
102-44	Argomenti chiave e criticità emerse dall'attività di coinvolgimento degli stakeholder e in che modo l'organizzazione ha reagito alle criticità emerse, anche in riferimento a quanto indicato nel report	Cap. 3 par. I nostri principali Stakeholder e metodi di coinvolgimento	38
<b>PROFILO DEL REPORT</b>			
102-45	Elenco delle società incluse nel bilancio consolidato e indicazione delle società non comprese nel report	Cap.1 Il Gruppo G&M	15
102-46	Processo di definizione dei contenuti del bilancio	Nota metodologica	11
102-47	Elenco degli aspetti identificati come materiali	Cap. 3 par. Matrice di Materialità	40
102-48	Spiegazione degli effetti di tutte le revisioni dei dati forniti in report precedenti e le motivazioni per tali revisioni	Non applicabile	
102-49	Modifiche significative rispetto al precedente periodo di rendicontazione	Non applicabile	
102-50	Periodo di rendicontazione	Nota metodologica	11
102-51	Data di pubblicazione del bilancio più recente	Non applicabile	
102-52	Periodicità di rendicontazione	Nota metodologica	11
102-53	Contatti e indirizzi utili per richiedere informazioni sul bilancio e i suoi contenuti	Nota metodologica	11
102-54	Indicazione dell'opzione "In accordance" scelta; tabella dei contenuti GRI; riferimenti alla verifica esterna	Nota metodologica	11
102-55	Tabella GRI	GRI CONTENT INDEX	89
102-56	Assurance esterna del report	Non rendicontato	
<b>MODALITA' DI GESTIONE</b>			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	Cap. 3 par. Matrice di Materialità	40
103-2	Le modalità di gestione e le sue componenti	Nota metodologica	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	Nota metodologica	

## 200 – Ambito Economico

<b>201 – Performance economica</b>			
201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	Cap. 4 Performance economica, par. Valore economico distribuito	47
201-2	Implicazioni finanziarie e altri rischi e opportunità legati al cambiamento climatico	Non rendicontato	
201-3	Obblighi previdenziali definiti e gli altri piani di pensionamento	Cap. 4 Performance economica	47
201-4	Finanziamenti significativi ricevuti dalla Pubblica Amministrazione	Cap. 4 Performance economica	47
<b>202 – Presenza sul mercato</b>			
202-1	Rapporto tra lo stipendio di ingresso per genere e livello minimo salariale stabilito a livello locale	Non rendicontato	
202-2	Percentuale dei senior manager assunti nella comunità locale	Cap. 5.2 Le nostre persone	61
<b>203 – Impatti economici indiretti</b>			
203-1	Sviluppo e impatto di investimenti in infrastrutture e servizi	Non rendicontato	
203-2	Significativi impatti economici indiretti	Non rendicontato	
<b>204 – Pratiche di approvvigionamento</b>			
204-1	Politiche, pratiche e percentuale di spesa concentrata su fornitori locali in relazione alle sedi operative più significative	Cap. 4 Performance economica - Cap. 5.3 I fornitori	47-71
<b>205 – Anti-Corruzione</b>			
205-1	Operazioni valutate per i rischi legati alla corruzione	Non rendicontato	
205-2	Comunicazione e formazione su politiche e procedure anticorruzione	Non rendicontato	
205-3	Incidenti di corruzione e azioni intraprese	Cap. 2 par. Mappatura e gestione dei Rischi	32
<b>206 – Comportamento Anti-competitivo</b>			
206-1	Azioni legali intraprese per comportamenti anticoncorrenziali, anti-trust e pratiche monopolistiche	Cap. 2 par. Mappatura e gestione dei Rischi	32

## 300 – Ambito Ambientale

<b>301 – Materie prime</b>			
301-1	Principali materiali utilizzati per peso e volume	Non rendicontato	
301-2	Materiali riciclati utilizzati	Non rendicontato	
301-3	Prodotti e materiali di imballaggio recuperati	Cap. 6 La responsabilità verso l'ambiente	79
<b>302 - Energia</b>			
302-1	Consumi di energia all'interno dell'organizzazione	Cap. 6 La responsabilità verso l'ambiente	79
302-2	Consumo di energia fuori dall'Organizzazione	Non rendicontato	



302-3	Intensità Energetica	Non rendicontato	
302-4	Riduzione del consumo di energia	Cap. 6 La responsabilità verso l'ambiente	79
302-5	Riduzione del fabbisogno energetico per prodotti e servizi	Cap. 6 La responsabilità verso l'ambiente	79
<b>303 - Acqua e scarichi idrici</b>			
303-1	Interazione con l'acqua come risorsa condivisa	Non rendicontato	
303-2	Gestione degli impatti correlati allo scarico dell'acqua	Non rendicontato	
303-3	Prelievo idrico	Non rendicontato	
303-4	Scarico d'acqua	Non rendicontato	
303-5	Consumo d'acqua	Cap. 6 La responsabilità verso l'ambiente	79
<b>304 - Biodiversità</b>			
304-1	Siti operativi di proprietà gestiti o adiacenti ad aree protette o ad elevato valore di biodiversità	Non applicabile	
304-2	Impatti significativi di attività, prodotti e servizi sulla biodiversità	Non applicabile	
304-3	Habitat protetti o ripristinati	Non applicabile	
304-4	Specie elencata della "Red List" dell'IUCN che trovano il proprio habitat nelle aree di attività dell'organizzazione	Non applicabile	
<b>305 - Emissioni</b>			
305-1	Emissioni totali dirette gas ad effetto serra per peso (scope 1)	Cap. 6 La responsabilità verso l'ambiente	79
305-2	Emissioni totali indirette di gas ad effetto serra per peso (scope 2)	Non rendicontato	
305-3	Altre emissioni indirette di gas a effetto serra (Scope 3)	Non rendicontato	
305-4	Intensità delle emissioni di gas a effetto serra	Non rendicontato	
305-5	Riduzione delle emissioni di gas a effetto serra	Non rendicontato	
305-6	Emissioni di sostanze dannose per l'ozono (ODS)	Non rendicontato	
305-7	Ossidi di azoto (NOX), ossidi di zolfo (SOX) e altre emissioni significative	Non rendicontato	
<b>306 - Scarichi e rifiuti</b>			
306-1	Scarichi idrici e modalità di smaltimento/recupero	Cap. 6 La responsabilità verso l'ambiente	79
306-2	Rifiuti pericolosi e non pericolosi e modalità di smaltimento/recupero	Cap. 6 La responsabilità verso l'ambiente	79
306-3	Sversamenti significativi	Non rendicontato	
306-4	Trasporto di rifiuti pericolosi	Cap. 6 La responsabilità verso l'ambiente	79
306-5	Corsi d'acqua influenzati da scarichi idrici e/o scorie	Non rendicontato	
<b>307 - Compliance Ambientale</b>			
307-1	Casi di non conformità a leggi e regolamenti ambientali	Cap. 2 par. Mappatura e gestione dei Rischi	32
<b>308 - Valutazione dei fornitori su aspetti ambientali</b>			
308-1	Percentuale di nuovi fornitori selezionati sulla base di criteri ambientali	Non rendicontato	
308-2	Impatti ambientali negativi nella catena di fornitura e azioni intraprese	Non rendicontato	

## 400 – Ambito Sociale

### 401 - Occupazione

401-1	Numero totale di nuovi assunti e turnover per fasce di età, genere	Cap. 5.2 Le nostre persone	61
401-2	Benefit previsti per i lavoratori a tempo pieno ma non per i lavoratori part-time e a termine	Cap. 5.2 Le nostre persone	61
401-3	Congedo parentale	Cap.5.2 Le nostre persone	61

### 402 - Relazioni di lavoro

402-1	Periodi di preavviso minimi relativi alle modifiche operative	Non rendicontato	
-------	---	------------------	--

### 403 Salute e sicurezza sul lavoro

403-1	Rappresentazione dei lavoratori in comitati formali comuni di gestione e sicurezza dei lavoratori	Non rendicontato	
403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini su incidenti	Cap. 5 par. 5.2 par. La Salute, Sicurezza e benessere del personale	67
403-3	Servizi di medicina del lavoro	Cap. 5 par. 5.2 par. La Salute, Sicurezza e benessere del personale	67
403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	Cap. 5 par. 5.2 par. La Salute, Sicurezza e benessere del personale	67
403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	Cap. 5 par. 5.2 par. La Salute, Sicurezza e benessere del personale	67
403-6	Promozione della salute dei lavoratori	Cap. 5 par. 5.2 par. La Salute, Sicurezza e benessere del personale	67
403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	Cap. 5 par. 5.2 par. La Salute, Sicurezza e benessere del personale	67
403-8	Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Cap. 5 par. 5.2 par. La Salute, Sicurezza e benessere del personale	67

403-9	Infortuni sul lavoro	Cap. 5 par. 5.2 par. La Salute, Sicurezza e benessere del personale	67
403-10	Malattie professionali	Cap. 5 par. 5.2 par. La Salute, Sicurezza e benessere del personale	67
<b>404 - Formazione e Istruzione</b>			
404-1	Ore medie di formazione annue per dipendente per genere e professione	Cap. 5.2 Le nostre persone	61
404-2	Programmi per l'aggiornamento delle competenze dei dipendenti e dei programmi di assistenza alla transizione	Cap. 5 par. La selezione e la formazione del personale	64
404-3	Percentuale di dipendenti che ricevono regolarmente valutazioni delle performance e dello sviluppo della propria carriera suddivisi per genere e per categoria professionale	Non rendicontato	
<b>405 - Diversità e Pari opportunità</b>			
405-1	Composizione degli organi di governo dell'impresa e ripartizione dei dipendenti per genere, età e altri indicatori di diversità	Non rendicontato	
405-2	Rapporto tra il salario base per genere e inquadramento uomo/donna	Cap. 5.2 Le nostre persone	61
<b>406 - Non discriminazione</b>			
406-1	Incidenti di discriminazione e azioni correttive adottate	Cap. 5.2 Le nostre persone	61
<b>407 - Libertà di associazione e contrattazione collettiva</b>			
407-1	Operazioni e fornitori a rischio di libertà di associazione e contrattazione collettiva	Non rendicontato	
<b>408 - Lavoro minorile</b>			
408-1	Siti operativi e fornitori a rischio significativo per incidenti di lavoro minorile	Non rendicontato	
<b>409 - Lavoro forzato</b>			
409-1	Siti operativi e fornitori a rischio significativo per casi di lavoro forzato	Non rendicontato	
<b>410 - Pratiche di sicurezza</b>			
410-1	Personale di sicurezza formato in politiche o procedure per i diritti umani	Non rendicontato	
<b>411 - Diritti dei popoli indigeni</b>			
411-1	Episodi e violazione dei diritti dei popoli indigeni	Non rendicontato	
<b>412 - Valutazione sui diritti umani</b>			
412-1	Attività oggetto di revisioni dei diritti umani o di valutazioni d'impatto	Non rendicontato	
412-2	Formazione dei lavoratori per politiche o procedure per i diritti umani	Non rendicontato	
412-3	Significativi accordi di investimento e contratti che includono le clausole sui diritti umani o che sono state sottoposte a screening dei diritti umani	Non rendicontato	
<b>413 - Comunità locali</b>			
413-1	Percentuale delle operations che hanno implementato attività di coinvolgimento con la comunità locale, analisi di valutazione degli impatti e programmi di sviluppo	Non rendicontato	
413-2	Siti operativi con significativi impatti reali o potenziali sulla comunità locale	Cap. 5.4 Il Territorio	75
<b>414 - Valutazione dei fornitori su aspetti sociali</b>			
414-1	Fornitori selezionati sulla base di criteri legati all'impatto sulla società	Cap. 5 par. Progetti ed iniziative per migliorare gli impatti lungo la supply chain	72
414-2	Impatti sociali negativi nella catena di approvvigionamento e azioni intraprese	Non rendicontato	
<b>415 - Politica pubblica</b>			
415-1	Contributi politici	Non rendicontato	
<b>416 - Salute e sicurezza dei clienti</b>			
416-1	Categorie di prodotti o servizi per le quali gli impatti sulla salute e sicurezza sono valutati per promuoverne il miglioramento	Cap. 5.1 par. Sicurezza dei prodotti e salute del consumatore	58
416-2	Incidenti di mancata osservanza degli impatti sulla salute e sulla sicurezza dei prodotti e dei servizi	Non rendicontato	
<b>417 - Marketing ed etichettatura dei prodotti e servizi</b>			
417-1	Requisiti in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi. Risultati dei sondaggi sulla soddisfazione dei clienti	Non rendicontato	
417-2	Numero totale di casi di non-conformità a regolamenti e codici volontari riguardo l'etichettatura e le informazioni fornite sui prodotti e servizi	Cap. 5.1 par. Sicurezza dei prodotti e salute del consumatore	58
417-3	Numero totale di casi di non-conformità a regolamenti e codici volontari riguardo marketing e comunicazione	Cap. 5.1 par. Sicurezza dei prodotti e salute del consumatore	58
<b>418 - Privacy dei clienti</b>			
418-1	Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy del cliente e le perdite dei dati dei clienti	Cap. 2 par. Mappatura e gestione dei Rischi	32
<b>419 - Conformità socioeconomica</b>			
419-1	Numero totale di casi di non-conformità a leggi e regolamenti in ambito economico e sociale	Cap. 2 par. Mappatura e gestione dei Rischi	32



