STRATEGIA E PIANO DI SOSTENIBILITÀ 2019-2030

Nel 2021 è stata lanciata la **strategia di sostenibilità** definita su tre principali aree di azione: **People**, **Planet e Prosperity**. Per ciascuna delle tre aree, in linea con i risultati dell'analisi di materialità, sono stati individuati specifici obiettivi di natura quali/quantitativa. Tali obiettivi sono sintetizzati nel **Piano di Sostenibilità del Gruppo**, alimentato dai processi di pianificazione e analisi strategica interni rafforzati dal contributo degli stakeholder e dalla partecipazione a tavoli di lavoro nazionali e internazionali, in coerenza con i **Sustainable Development Goals (SDGs)** definiti dalle Nazioni Unite.

ASPETTATIVE DEGLI STAKEHOLDER / EVOLUZIONE DEL CONTESTO INTERNO ED ESTERNO

↕

GOVERNANCE, STRATEGIA, GESTIONE DEI RISCHI, METRICHE E TARGET

↕

INNOVAZIONE, MIGLIORAMENTO CONTINUO E SOSTENIBILITÀ

↕

Piano di Sostenibilità 2019-2030

PEOPLE

Benessere, sviluppo dei talenti, inclusione e unicità attraverso politiche e progetti che promuovano:

- Diversità, equità e inclusione.
- Women empowerment.
- Benessere dei dipendenti e welfare.
- Human Capital Development e sistemi strutturati di performance review.
- Attrazione e retention dei talenti.
- Salute e sicurezza sul lavoro.
- Sensibilizzazione e formazione dei dipendenti, anche in ambito di sostenibilità.

PLANET

Tutela ambientale e uso efficiente delle risorse:

- Riduzione delle emissioni in atmosfera:
  - -50% emissioni assolute Scope 1 e Scope 2 market-based rispetto al 2019 entro il 2030.
  - -42% emissioni assolute Scope 3 (Categorie 1 e 9) rispetto al 2019 entro il 2029.
- Energia da fonti rinnovabili:
  - 100% energia da fonti rinnovabili per tutte le sedi e i negozi del Gruppo entro il 2030.
- Sviluppo e promozione di iniziative di eco-design[17] e progetti di circolarità lungo la catena del valore.
- Implementazione di strumenti di misurazione dell'impatto sulle risorse idriche nella catena del valore.
- Materie prime forestali:
  - 100% carta certificata FSC per il materiale B2C entro il 2025 e B2B entro il 2030, a sostegno della gestione responsabile delle foreste.
- Sviluppo di progetti di rigenerazione per la tutela degli ecosistemi, delle specie protette e in via di estinzione e della biodiversità.
- Packaging e tutela degli oceani:
  - Eliminazione della plastica problematica o non necessaria dal packaging: B2C entro il 2025 e B2B entro il 2030.
  - Acquisto di plastica 100% riciclata per almeno il 50% del packaging in plastica: B2C entro il 2025 e B2B entro il 2030.

PROSPERITY

Promozione di iniziative di natura sociale e ambientale integrate al business e a vantaggio della collettività, attraverso l'implementazione di:

- Politiche e procedure di approvvigionamento sostenibile di materie prime, in linea con l'obiettivo di raggiungere il 25% di materiali "preferred" entro il 2025.
- Sistemi di tracciabilità del 100% delle materie prime entro il 2030.
- Relazioni eque lungo l'intera catena di fornitura, nel rispetto dei diritti umani e dell'ambiente.
- Tecnologie di passaporto digitale di prodotto (tramite QR code), al fine di informare in modo trasparente sui contenuti relativi al prodotto.
- Policy di qualità, etichettatura e sicurezza del prodotto.
- Progetti innovativi (ad esempio agricoltura rigenerativa) volti a ridurre l'impatto ambientale.
- Progetti a impatto sociale e ambientale sulle comunità a livello globale.

PARTNERSHIP, FORMAZIONE, MONITORAGGIO, VALUTAZIONE E COMUNICAZIONE

UN SDGs di riferimento

